



FONDO
EMPRENDER

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

ID del proyecto

123511

Convocatoria a la que postula la iniciativa

317 - 1C / San Pablo de Borbur

Fecha de diligenciamiento

martes, 26 de mayo de 2026

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

NOMBRES Y APELLIDOS DEL LÍDER O REPRESENTANTE
DE LA INICIATIVA

GLORIA INES CANCELADO PAEZ

TIPO DE DOCUMENTO

CC

NÚMERO

1.056.505.984

NOMBRE DE LA INICIATIVA

BIOSACHA

DEPARTAMENTO

Boyacá

MUNICIPIO

San Pablo De Borbur

Si elige la categoría **CAMPESINOS** desplegará **únicamente los sectores y** las actividades permitidas para la Economía Campesina de acuerdo a los indicado en los términos de referencia de cada convocatoria

Si elige la categoría **TODOS LOS SECTORES** desplegará **todos los sectores y actividades** económicas vigentes, las cuales también aplican para **Economía Popular**.

La elección de la categoría dependerá del autorreconocimiento o caracterización del representante o grupo asociativo y de la focalización que disponga la Convocatoria a la que desee postularse.

CATEGORÍA DEL SECTOR
ECONÓMICO DE LA
INICIATIVA

ECONOMÍA CAMPESINA

SECTOR (Previamente seleccione la
categoría)

AGROINDUSTRIA

ACTIVIDAD ECONÓMICA (Previamente seleccione el
sector)

1089 Elaboración de otros productos alimenticios
n.c.p.

Tipo de proyecto

Individual

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

1

¿Cuenta con un lugar de operaciones?

SI

Para desarrollar su iniciativa productiva, unidad productiva, unidad económica, modelo o plan de negocio debe contar con un lugar de operaciones. **Si llega a ser beneficiario de los recursos del Fondo Emprender, en el momento de la firma del Acta de inicio, se debe evidenciar la gestión del sitio de operaciones;** para este caso, se solicita que, se presente uso de suelos donde se tiene planeado realizar la actividad económica y el certificado de tradición donde se demuestre la sana posesión del inmueble o certificación de la sana posesión (Alcaldía). Si el predio está en sucesión se recomienda haber iniciado el proceso o iniciarlo y que se cuente con la autorización de todos los involucrados.

El plazo máximo será no mayor a un mes de la suscripción del acta de inicio del contrato de cooperación

empresarial para estos documentos. En caso de superar este plazo, el contrato de cooperación empresarial se terminará unilateralmente, por lo que es fundamental prever el lugar de operaciones de su iniciativa productiva, unidad productiva, unidad económica, modelo o plan de negocio desde este momento, la formulación.

Atención a esta información



Al tomar la decisión de desarrollar una iniciativa productiva, unidad productiva, unidad económica, modelo o plan de negocio es importante tener clara la información de ¿Qué queremos hacer? ¿Cómo lo vamos a hacer? ¿Que vamos a vender? ¿Quien nos va a comprar? entre otros. Con el acompañamiento del SENA, vamos a orientarlo para que construya su iniciativa productiva.



Usted(es) podrán exponer acá su proyecto, iniciativa productiva, unidad productiva, unidad económica, modelo o plan de negocio. **Siga atentamente las indicaciones en cada elemento.**
DILIGENCIE ÚNICAMENTE LAS CELDAS SOMBREADAS EN GRIS.

INSTRUCCIONES GENERALES:

Para el diligenciamiento de esta herramienta, se debe tener el acompañamiento del Centro de Desarrollo Empresarial del SENA más cercano, donde el equipo de profesionales organizarán su participación en una serie de talleres que les guiarán en la construcción del proyecto y el diligenciamiento de esta herramienta. **Diligenciar solamente las celdas sombreadas en gris. Se solicita mantener la estructura original de la herramienta, sin realizar cambios en las columnas, pestañas, fórmulas, formatos de celdas o cualquier otro elemento que afecte su integridad.**

1. ¿QUIEN ES EL CLIENTE DE SU INICIATIVA? (Quien compra mis productos o servicios)

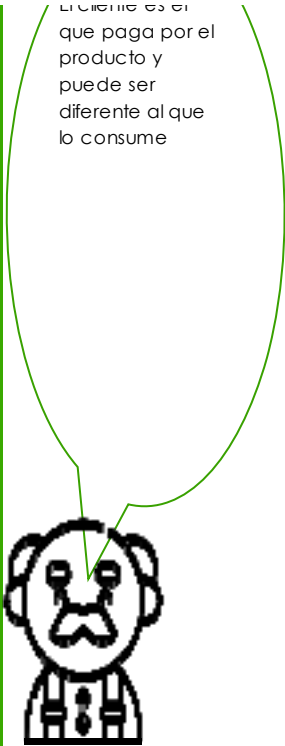
En este espacio debe identificar claramente a su cliente, es decir, la persona o grupo que le va a comprar los productos o servicios. Escríbalo con el mayor detalle posible: quién es, cómo vive, qué edad tiene, qué gustos o necesidades tiene y por qué le compraría. La idea es que lo describa como si estuviera hablando de un hijo o de un familiar muy cercano, conociendo sus costumbres, lo que le gusta y lo que necesita.

El cliente es el

CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE O CONSUMIDOR En este espacio describa las características del cliente o consumidor que comprará su producto o servicio. Indique dónde vive (región, sector (sector urbano, rural), vereda, municipio o ciudad), su estrato socioeconómico, 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 familiar, si tiene hijos y si vive en casa propia o en arriendo. También describa sus hábitos de consumo, como cada cuánto compra, qué cantidad consume y qué prefiere al momento de elegir. Incluya cifras o estadísticas que ayuden a mostrar mejor este perfil. Indique el tamaño del mercado desde lo general a lo particular con los criterios que se consideraron para su determinación.	CUALIDADES DEL CLIENTE O CONSUMIDOR En este espacio debe describir con detalle cómo es su cliente en cuanto a gustos y preferencias. Mencione qué cosas le gustan, qué le da miedo, qué lo hace feliz y cuáles es su estilo de vida, actividades que realiza, intereses, opiniones, personalidad, ventajas deseadas del producto, usos que da al producto, ocasiones en que lo compra, frecuencia de compra, cantidad de compra, medios de pago (efectivo, transferencia, crédito), valores y creencias. También puede contar qué le gusta comer, si disfruta viajar u otras actividades que hagan parte de su vida. La idea es conocer al cliente como a un familiar cercano, entendiendo sus costumbres, motivaciones y forma de vivir, para saber mejor cómo ofrecerle el producto o servicio.
--	---

CLIENTE	
<p>Propietarios de Gimnasios. En los municipios de Otanche, Pauna, Chiquinquirá, Tunja, Cajicá y Bogotá. Éstas personas se encuentran dentro del rango de estrato medio - alto y alto. Están entre los 18 a 40 años, manejan un buen nivel de compra debido a sus ingresos económicos laborales, gran parte de ellos son solteros, viven en arriendo y otros en casa propia. Cada una de estas personas realizan la compra del producto cada 15 días de aproximadamente 50 cajas por 80 gramos.</p> <p>Hombres y mujeres que manejan establecimietos de venta de frutos secos o tiendas de alimentos. Estas personas se encuentran entre los 18 a 50 años, viven en la parte urbana de los municipios de San Pablo de Borbur, Otanche, Pauna, Muzo y Chiquinquirá. Su estrato es medio, manejan un nivel de compra de aproximadamente cada mes 20 botellas (250 ml) de aceite de Sacha Inchi para consumo humano y 20 cajas de almendras tostadas de Sacha Inchi, dependiendo de los ingresos economicos que reciben del movimiento de venta en cada uno de sus negocios.</p>	<p>Este tipo de clientes como son los propietarios de los Gimnasios, requieren de poder ofrecer a sus clientes productos saludables para así poder llevar una alimentación balanceada, rica en proteína vegetal, por tal motivo la preferencia y gusto es de las almendras tostadas de Sacha Inchi siendo este un superalimento y así poder mantener el estilo de vida saludable. Son clientes con diferentes creencias y muy felices al consumir y poder verder este alimento, debido a la comodidad de poder llevar consigo las almendras a cada uno de los lugares donde van a competir, en su trabajo o incluso despues de una larga jornada de entrenamiento, el sabor y textura del producto. El medio de pago mas usado por estos clientes es la transferencia. Los hombres y mujeres dedicados a manejar establecimientos de venta de estos productos, su preferencia en el producto es el aceite ya que las personas que visitan estos establecimientos son personas mayores de los 50 años y este ofrece la mayor facilidad para consumirlo y apetecido por su alto nivel de ácidos grasos esenciales (omega 3, 6 y 9), son clientes con variedad de creencias y muy felices al consumir el producto, el medio de pago que mas se ajusta es la transferencia.</p>

CONSUMIDOR	
<p>Hombres y mujeres fitness o deportistas. Viven en los municipios de Otanche, Pauna, Chiquinquirá, Tunja, Cajicá y Bogotá. Éstas personas se encuentran dentro del rango de estrato medio - alto y alto. Estan entre los 18 a 60 años, manejan un buen nivel de compra debido a sus ingresos económicos laborales, gran parte de ellos son solteros, viven en arriendo y otros en casa propia. Estas personas realizan la compra del producto en los gimnasios cada 15 días de aproximadamente 3 cajas por 80 gramos cada una de las personas.</p> <p>Hombres y mujeres Agropecuarios y Amas de Casa. Estas personas se encuentran entre los 18 a 90 años, viven en las veredas de los municipios de San Pablo de Borbur, Otanche, Pauna, Muzo y Chiquinquirá. Su estrato es bajo, manejan un medio nivel de compra de aproximadamente cada mes una botella (250 ml)</p>	<p>Este tipo de clientes fitness o deportistas requieren de una alimentación balanceada, rica en proteína vegetal, por tal motivo la preferencia y gusto es de las almendras tostadas de Sacha Inchi siendo este un superalimento y así poder mantener el estilo de vida saludable. Son clientes con diferentes creencias y muy felices al consumir este alimento debido a la comodidad de poder llevar consigo las almendras a cada uno de los lugares donde van a competir, en su trabajo o incluso despues de una larga jornada de entrenamiento, el superalimento que le están aportando al cuerpo, el sabor y textura del producto. El medio de pago mas usado por estos clientes es la transferencia.</p> <p>Los hombres y mujeres Agropecuarios y amas de casa, especialmente las personas mayores de 50 años, su preferencia en el producto es el aceite ya que le ofrece la mayor</p>



<p>El precio mínimo de compra es aproximadamente cada tres una botella (por litro) de aceite de Sacha Inchi para consumo humano y 1 cajas por 80 gramos de almendras tostadas de Sacha Inchi, dependiendo de los ingresos económicos que reciben de cada una de sus parcelas.</p>	<p>ellos se presentan en el producto es el aceite ya que es el que la mayoría de la gente consume y es el que más se utiliza en la cocina. Los clientes de la tienda son personas que viven en el territorio y que son clientes de la tienda. Los clientes de la tienda son personas que viven en el territorio y que son clientes de la tienda. Los clientes de la tienda son personas que viven en el territorio y que son clientes de la tienda.</p>
---	---

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA O NECESIDAD QUE SE PRETENDE SOLUCIONAR

En este espacio identifique el dolor o la necesidad no resuelta del cliente o consumidor que solucionará al usar el producto o servicio. Este elemento busca que se responde a la pregunta ¿Cuál es el problema o necesidad que se pretende solucionar? ¿Cómo le estoy ayudando al cliente? Ojo! No es su problema personal o del grupo asociativo, sino el problema o necesidad del posible cliente del punto anterior.

<p>¿De que manera BIOSACHA San Pablo de Borbur brinda la solución al desconocimiento nutricional del Sacha Inchi y consumo desconfiado que han tenido los clientes en el territorio? El Sacha Inchi (<i>Plukenetia volubilis</i> L.) es un fruto seco de origen amazónico, en Colombia y especialmente en Boyacá se ha venido presentando el problema del desconocimiento de las propiedades nutricionales del mismo, debido a que es un producto nuevo, muy poco conocido y aún no cuenta con el permiso de comercialización, siendo este la gran limitante para que los clientes lo puedan incorporar en la dieta diaria con confianza y conocimiento de sus beneficios y propiedades. Teniendo en cuenta lo anterior, BIOSACHA San Pablo de Borbur, destinará los recursos brindados de esta convocatoria para obtener el Registro INVIMA, de igual forma estará brindando campañas de educación nutricional del producto y cómo integrar este producto en las diferentes recetas cotidianas, ésta información se rotará de manera presencial y virtual, mediante las redes sociales de la Unidad Productiva, en los diferentes lugares donde se encuentran ubicados los clientes y demás lugares del País. De ésta forma se le ayuda al cliente a conocer más a fondo lo importante que es consumir el Sacha Inchi con confianza y los beneficios que le brinda al cuerpo en temas de salud y a tener una vida más saludable.</p>



3. LA COMPETENCIA (Quien más lo hace?)

Siempre hay competencia, hay que reconocerlo y son esos que hacen lo mismo que queremos hacer, o los que con su producto o servicio reemplazan lo que queremos hacer, describa tres (3) competidores y en qué se diferencia de ellos.

Nombre del competidor	Localización geográfica (Departamento, Municipio)	Producto o Servicio	Precio (Solo colocar valor \$)	Ventajas del competidor comparado con la iniciativa que se postula	Desventajas del competidor comparado con la iniciativa que se postula

Suma Sach'a	Bogotá Distrito Capital Departamento de Cundinamarca	Nueces horneadas	\$ 56.600	Registro INVIMA	Precio, textura y sabor.
AGROINCOLSA S.A.S	Puerto Caicedo Putumayo	Aceite	\$ 65.000	Rotulación Comercial y el Registro INVIMA	Precio

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

Teniendo en cuenta lo anterior una de las ventajas competitivas es el método de proceso de las almendras de Sacha Inchi.

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

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

El proyecto consiste en:

BIOSACHA San Pablo de Borbur es un emprendimiento familiar, dedicado a la producción, transformación y comercialización de productos de Sacha Inchi, enfocado en brindar oportunidad laboral a madres cabeza de familia y personas con movilidad reducida. En ésta unidad productiva siempre se ha tenido muy en cuenta el enfoque, ya que estas personas tienen menos oportunidad laboral por su condición y más cuando se vive en la parte rural, ésta es una de las cosas que nos hace diferente a las demás iniciativas.

Teniendo en cuenta que el Sacha Inchi es un suplemento alimenticio con un gran valor nutricional para la salud humana y que los productos que ofrecemos son libres de aditivos, colorantes y conservantes, producidos y transformados por manos valiosas de mujeres y hombres campesinos que luchan día a día para mejorar su situación económica, de igual forma el precio justo que se manejan en los productos, la calidad del mismo y el cumplimiento en la entrega de los pedidos hace que el cliente lo prefiera.

Ejemplo: **Nuestro local ayuda** a los usuarios a crear una experiencia en torno al consumo de café, e integrarlo en la vida diaria de sus clientes, a través del control a la mayor parte de la cadena de suministro del café **que** comprende el cultivo, tostado y distribución, **mediante** un ambiente acogedor, tranquilo, con música suave y permitiendo un trato personalizado e intimidad con el cliente.

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

Nuestro:

Nuestro emprendimiento ofrece productos de Sacha Inchi destacados por su alta concentración de omega 3, 6 y 9, vitaminas A y E, proteínas y antioxidantes, transformados artesanalmente para mantener sus propiedades organolépticas.

Ayuda:

Estos productos ayudan a mantener una dieta saludable en hombres y mujeres, debido a que es un suplemento alimenticio de alto valor nutricional.

Que:

Les aporta salud cardiovascular, refuerza el sistema inmunológico y nervioso, cuida la piel, aporta al desarrollo cognitivo y controla el apetito.

Mediante:

Mediante la venta de estos productos, estamos aportando a la generación de empleo en la parte rural, al desarrollo económico del sector y a ser ejemplo a seguir por las nuevas generaciones.



5. PRODUCTOS O SERVICIOS

Relacione y describa los productos o servicios a ofrecer al cliente. Descríbalos, indique cual es la unidad de medida (Libras, Kilos...), presentación. Agrúpelos en únicamente tres (3) productos o servicios.

Nombre del producto o servicio	Descripción	Unidad de medida	Unidad de presentación al cliente
BIOSACHA. Almendras de Sacha Inchi	Tostadas naturales o tostadas con coberturas de (chocolate, panela, mora, fresa, durazno) picantes, saladas, con sachet de miel de caña o miel de abejas.	Gramos	Caja por 80 gramos
BIOSACHA. Aceite de Sacha Inchi	Aceite extravirgen de Sacha Inchi, prensado en frío	Millilitros	Botella por 250 ml

Por ejemplo:
 Producto: Huevo AAA
 Descripción: Huevo
 AAA de gallina feliz
 Unidad medida:
 Huevo por unidad
 Cliente: Bandeja x 30
 huevos



6. PROCESO TÉCNICO

Explique de forma clara cómo se hace su producto o se presta el servicio, paso a paso desde el inicio hasta la entrega al cliente (por ejemplo: preparar el terreno o el lugar, comprar insumos, producir/sembrar, cuidar y controlar plagas, cosechar o elaborar, seleccionar, empackar, 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

BIOSACHA. Almendras de Sacha Inchi			
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)
Descapsulado del fruto, este consiste en separar la primera cubierta o pericarpio de la semilla	2 horas	Maquina Descapsuladora	emprendedor -operario
Tostado, consiste en darle un nivel de tostión a las semillas de Sacha Inchi	2 horas	Tostadora	operaria - emprendedor
Descascarillado de la semilla, consiste en retirar la cubierta y dejar la almendra limpia	1 hora	Maquina Descascarilladora	operario-emprendedor
Limpieza de la almendra. Consiste en retirar la capa blanquesina o película seminal que recubre la almendra y los residuos de la cascara.	2 horas	Manual	operaria
Empaque del producto	6 horas	Maquina Embasadora de frutos secos	operario-emprendedor
La actividad mas importante para este emprendimiento es la comercialización. IMPORTANTE poder obtener el registro Invima o permiso respectivo para la debida comercialización.		INVIMA	

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
4	2	10	80

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

[illegible]

CAPACIDAD INSTALADA PRODUCTO O SERVICIO 3:

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

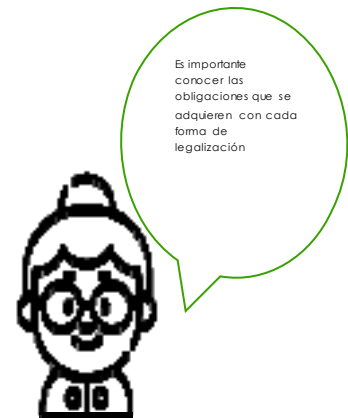
Producción o servicios por hora (Número)	Horas de trabajo día	Días de trabajo en el mes	Total unidades al mes
			0

7. TRÁMITES LEGALES (PERMISOS Y LICENCIAS)

¿Cuál es el tipo de registro formal que tendrá la iniciativa? **Es importante analizar de acuerdo con la actividad económica a realizar y lo planteado en la iniciativa, cuál es la mejor forma de registro formal si la iniciativa llega a ser beneficiaria de los recursos del Fondo Emprender**

Solo debe marcar una opción	Marque con X
Persona Natural	X
Persona Natural con Establecimiento de Comercio	
Asociación	
Asociación Campesina	
Cooperativa	
Sociedad de Acciones Simplificada S.A.S (solo 1 socio)	
Otro	

¿Cuál?



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

Norma, Permiso, Licencia, Registro a cumplir	Descripción detallada del trámite a realizar	Costo (\$)	Tiempo requerido (Días)
Constitución Legal (Para Línea CREAR) RECUERDE QUE ESTE VALOR ES UN RUBRO NO FINANCIABLE Y DEBE SER ASUMIDO POR EL EMPRENDEDOR O GRUPO ASOCIATIVO.	Renovación de camara y comercio	\$ 51.500	1

Registro Sanitario del INVIMA	Este es un registro obligatorio que exige la ley colombiana para poder comercializar los productos de Sacha Inchi.	\$ 5.235.761	120
Registro unico tributario RUT	Esta actividad nos clasifica la actividad economica y las obligaciones tributarias	\$ 0	1
Etiquetado y tabla nutricional	Esta herramienta permite que el cliente identifique rapidamente el valor nutricional de los productos y los consuma con más confianza.	\$ 1.000.000	30
TOTAL		\$ 6.287.261	

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

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

<p>Estrategia de comunicación</p> <p>Indique la acción a realizar (Ejemplo: Página Web, Tarjetas, Pendones, entre otros)</p> <p>(Para que la acción quede contabilizada en el indicador Eventos de mercadeo debe diligenciar la actividad a realizar)</p>	<p>Cuánto vale para el primer año (Valor en \$)</p> <p>(Si diligenció alguna acción a realizar, debe asignarle valor aquí, si el costo de la acción es \$0, <u>colocar \$0</u>)</p>
Cartel de Identificación del emprendimiento	\$ 400.000
tarjetas de presentacion del emprendimiento	\$ 200.000
Pendón	\$ 250.000
TOTAL	\$ 850.000

Marque con X únicamente las actividades que realizará para dar a conocer su proyecto

		<p>Describa la actividad a realizar (Para que la acción quede contabilizada en el indicador Eventos de mercadeo debe diligenciar la actividad a realizar)</p>	<p>Cuánto vale para el primer año (Valor en \$)</p> <p>(Si diligenció alguna acción a realizar, debe asignarle valor aquí, si el costo de la acción es \$0, <u>colocar \$0</u>)</p>
Estrategia de promoción	Marque X		
Entrega puerta a puerta			\$ 0
Muestra del producto	X	En eventos como ferias de emprendimientos siempre se da muestras del producto	\$ 50.000
Otra			
Ninguna			
Total			\$ 50.000

		<p>Describa la actividad a realizar (Para que la acción quede contabilizada en el indicador Eventos de mercadeo debe diligenciar la actividad a realizar)</p>	<p>Cuánto vale para el primer año (Valor en \$)</p> <p>(Si diligenció alguna acción a realizar, debe asignarle valor aquí, si el costo de la acción es \$0, <u>colocar \$0</u>)</p>
Canales de distribución	Marque X		
Punto de venta			
A domicilio	X	Este canal se utiliza cuando los clientes son del mismo municipio	\$ 250.000
Con distribuidores	X	En los diferentes municipios y ciudades se maneja con distribuidores	\$ 525.000
Otro			
Total			\$ 775.000

9. PROYECCIÓN DE VENTAS (Cuánto se espera vender?)

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

Justificación de la proyección de ventas	BIOSACHA San Pablo de Borbur tiene una proyeccion de venta de sus productos en un nivel medio -alto, debido a que con los permisos requeridos para la comercialización se amplía las ventas en diferentes lugares del país e incluso para exportación.
--	--



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

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
BIOSACHA. Almendras de Sacha Inchi	\$ 9.600.000	\$ 9.619.200	\$ 9.638.438	\$ 9.657.715	\$ 9.677.031
BIOSACHA. Aceite de Sacha Inchi	\$ 12.000.000	\$ 12.024.000	\$ 12.048.048	\$ 12.072.144	\$ 12.096.288
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		BIOSACHA. Almendras de Sacha Inchi					
	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		Unidades
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	
Mes 1	80	\$ 768.000.000	100	\$ 961.920.000	150	\$ 1.445.765.760	250
Mes 2	80	\$ 768.000.000	100	\$ 961.920.000	150	\$ 1.445.765.760	250
Mes 3	80	\$ 768.000.000	100	\$ 961.920.000	150	\$ 1.445.765.760	250
Mes 4	85	\$ 816.000.000	120	\$ 1.154.304.000	200	\$ 1.927.687.680	300
Mes 5	85	\$ 816.000.000	120	\$ 1.154.304.000	200	\$ 1.927.687.680	300

Mes 6	85	\$ 816.000.000	120	\$ 1.154.304.000	200	\$ 1.927.687.680	300
Mes 7	85	\$ 816.000.000	120	\$ 1.154.304.000	200	\$ 1.927.687.680	300
Mes 8	85	\$ 816.000.000	150	\$ 1.442.880.000	200	\$ 1.927.687.680	350
Mes 9	90	\$ 864.000.000	150	\$ 1.442.880.000	200	\$ 1.927.687.680	350
Mes 10	90	\$ 864.000.000	150	\$ 1.442.880.000	200	\$ 1.927.687.680	350
Mes 11	90	\$ 864.000.000	150	\$ 1.442.880.000	200	\$ 1.927.687.680	350
Mes 12	100	\$ 960.000.000	150	\$ 1.442.880.000	200	\$ 1.927.687.680	350
TOTAL	1035	\$ 9.936.000.000	1530	\$ 14.717.376.000	2250	\$ 21.686.486.400	3700

PRODUCTO O SERVICIO 2	BIOSACHA. Aceite de Sacha Inchi
-----------------------	---------------------------------

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	
Mes 1	20	\$ 240.000.000	35	\$ 420.840.000	50	\$ 602.402.400	70
Mes 2	20	\$ 240.000.000	35	\$ 420.840.000	50	\$ 602.402.400	70
Mes 3	20	\$ 240.000.000	35	\$ 420.840.000	50	\$ 602.402.400	70
Mes 4	20	\$ 240.000.000	40	\$ 480.960.000	55	\$ 662.642.640	80
Mes 5	20	\$ 240.000.000	40	\$ 480.960.000	55	\$ 662.642.640	80
Mes 6	25	\$ 300.000.000	40	\$ 480.960.000	55	\$ 662.642.640	80
Mes 7	25	\$ 300.000.000	45	\$ 541.080.000	60	\$ 722.882.880	80
Mes 8	25	\$ 300.000.000	45	\$ 541.080.000	60	\$ 722.882.880	80
Mes 9	25	\$ 300.000.000	45	\$ 541.080.000	60	\$ 722.882.880	80
Mes 10	25	\$ 300.000.000	50	\$ 601.200.000	65	\$ 783.123.120	90
Mes 11	30	\$ 360.000.000	50	\$ 601.200.000	65	\$ 783.123.120	90
Mes 12	30	\$ 360.000.000	50	\$ 601.200.000	65	\$ 783.123.120	90
TOTAL	285	\$ 3.420.000.000	510	\$ 6.132.240.000	690	\$ 8.313.153.120	960

PRODUCTO O SERVICIO 3	0
-----------------------	---

AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		
Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	

[illegible]

TOTAL	\$ 80.000		\$ 960.000
-------	-----------	--	------------



Ahora debe definir los costos variables asociados a su producto o servicio. Es decir, aquellas actividades que varían con el nivel de producción o prestación del servicio. Los costos variables, cambian cuando mi producción cambia, es decir, si se produce más, los costos suben; si se produce menos, los costos bajan. Son por ejemplo, los asociados a la materia prima para elaborar nuestro producto o para prestar nuestro servicio.

COSTOS VARIABLES PRODUCTO 1				BIOSACHA. Almendras de Sacha Inchi
M at ería Prima	U nidad de medida	Valor unit ario (\$)	Cantidad por unidad de producto	Valor Tot al (\$)
Semillas de Sacha Inchi	Kilogramos	\$ 7.000	156	\$ 1.092.000
Empaque	Caja	\$ 1.150	960	\$ 1.104.000
Empaque	Bolsa	\$ 50	960	\$ 48.000
Coberturas	Kilogramos	\$ 3.000	50	\$ 150.000
				\$ 0
TOTAL				\$ 2.394.000

COSTOS VARIABLES PRODUCTO 2				BIOSACHA. Aceite de Sacha Inchi
M at ería Prima	U nidad de medida	Valor unit ario (\$)	Cantidad por unidad de producto	Valor Tot al (\$)
Semillas de Sacha Inchi	Kilogramos	\$ 7.000	480	\$ 3.360.000
Empaque	Botella	\$ 3.500	240	\$ 840.000
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
TOTAL				\$ 4.200.000

COSTOS VARIABLES PRODUCTO 3				o
M at ería Prima	U nidad de medida	Valor unit ario	Cantidad por unidad de producto	Valor Tot al
				\$ 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	OSACHA. Almendras de Sacha Inchi	OSACHA. Aceite de Sacha Inchi	0
Precio de Venta	\$ 9.600.000	\$ 12.000.000	\$ 0
Costo Variable	\$ 2.394.000	\$ 4.200.000	\$ 0
Margen de contribución	\$ 7.206.000	\$ 7.800.000	\$ 0
% Participación	26%	74%	
Margen de contribución ponderado	\$ 1.873.560	\$ 5.772.000	\$ 0
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades totales)	0,010463589		
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades por producto o servicio)	0	0	0

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS

Los gastos de administración y ventas son aquellos costos que no hacen parte directa de la producción, pero que son necesarios para que la organización pueda funcionar y vender.

Por ejemplo están los gastos de oficina, papelería, servicios de teléfono o internet, gastos para dar a conocer y ofrecer el producto o servicio, como publicidad, participación en ferias, afiches, volantes, mensajes por redes sociales, transporte para llevar el producto al cliente o comisiones por ventas. En resumen: son los gastos para manejar bien la organización y para lograr que el producto o servicio llegue al cliente.

Descripción	Valor mensual (\$)	Cantidad o Meses requeridos en el Año 1	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Publicidad	Anual	Anual	\$ 1.675.000	\$ 1.678.350	\$ 1.681.707	\$ 1.685.057
			\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
			\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
			\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
			\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
			\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0


			\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$
			\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$
			\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$
			\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$
TOTAL			\$ 1.675.000	\$ 1.678.350	\$ 1.681.707	\$ 1.68

11. EQUIPO DE TRABAJO

Diligencie cada uno de los cargos (autoempleo, puesto de trabajo, empleo directo) que harán parte del equipo de trabajo, sea cuidadosa(o) con el diligenciamiento dado que así deberá ejecutarse en la implementación del proyecto. Describa detalladamente las principales funciones o actividades a realizar.

El diligenciamiento exclusivo de este elemento se verá reflejado en el indicador de Empleos a crear con los que se compromete el emprendedor o grupo asociativo.

Dependier de vincula cargo sele **No** en el fe prestaciór



*Nota: Para el caso de jomales 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
Lider del Emprendimiento	Contrato Laboral a término fijo	Planificación, Organización, Gestión, comunicación, entre otras.	\$ 2.000.000	NO	\$ 2.000.000	6
					\$ 0	
					\$ 0	
					\$ 0	
					\$ 0	

					\$ 0	
					\$ 0	
					\$ 0	
					\$ 0	
					\$ 0	
TOTAL					\$ 2.000.000	

Indique el número de empleos indirectos que se impactan con la implementación de su iniciativa	4
--	---

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

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

Rubros Financiables por el Fondo Emprender CREAM

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

1. INVERSIONES FIJAS

Cultivos permanentes

[illegible]

				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
TOTAL INVERSIONES FIJAS				\$ 21.300.000

Gastos de administración y ventas (Arriendo, Publicidad, Recurso humano administrativo), entre otros

[illegible]

				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS				\$ 18.675.000

13. VALOR DE LA INICIATIVA (Tenga en cuenta los montos autorizados para las postulaciones según los Términos de Referencia de la Convocatoria)

CANTIDAD DE ASOCIADOS O INTEGRANTES	1	Cumple integrant
VALOR SOLICITADO AL FONDO EMPRENDER	\$ 39.975.000	Cumple recursos p de integrantes
EMPLEOS A GENERAR	1	Cumple emplec
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 d 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	20C	299	5-9.	7	40C	60C	20	7
56	3	30C	399	10-14.	8	60C	90C	21-26.	8
70	5	400	500	15 en adelante	10	900	1100	27 en adelante	10

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

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

Legal

BIOSACHA San Pablo de Borbur a tenido un avance en la parte legal, ya que desde 08/03/2022 se realizo la matricula mercantil como persona natural y hasta la fecha ha venido renovando la matricula año tras año. De igual manera el Registro Unico Tributario RUT como persona natural y el Uso de Suelos donde se encuentra ubicado el emprendimiento.

Comercial

El avance que se ha realizado hasta la fecha en el tema comercial ha sido la aceptación del producto en el mercado, la fidelización de clientes y crecimientos en la red de contactos.

Técnico

Con respecto al avance técnico del emprendimiento, se cuenta hasta la fecha con infraestructura en obra gris, producto procesado listo para consumir, de igual forma se cuenta con una maquina descapsuladora manual para el proceso y una prensa hidraulica para la extracción del aceite.

Ambiental

Se ha venido manejando el tema de transformar los residuos del fruto del Sacha Inchi como es la cápsula y la cascara para convertirlos en abono orgánico para los mismos cultivos, de igual forma los empaques de las almendras se ha venido eliminando progresivamente el plastico.

Ventas

Teniendo en cuenta el avance que ha tenido el emprendimiento en cuanto a las ventas a sido satisfactorio ya que desde el momento en que se comenzo con la transformación de la materia prima del Sacha Inchi y se comenzo a sacar al mercado mediante muestras del mismo, se han generado ventas que han aportado a la economía de la familia.

Mija, acá debemos hablar de estos años de trabajo



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

15. PLAN OPERATIVO

Por favor diligenciar el monto en pesos (\$) en el mes en el que se ejecutarán**los recursos solicitados al Fondo Emprender** de acuerdo con las actividades planteadas previamente en el punto 12. Necesidades y Requerimientos. Los recursos deberán ser ejecutados máximo hasta el Mes 9 de ejecución del proyecto.

Rubro Financiable	Mes 1 (\$)	Mes 2 (\$)	Mes 3 (\$)	Mes 4 (\$)	Mes 5 (\$)	Mes 6 (\$)	Mes 7 (\$)	Mes 8 (\$)	Mes 9 (\$)
Adecuaciones técnicas	\$ 5.000.000								
Adquisición de maquinaria, equipos y software (Máquina peladora de Sacha Inchi)		\$ 7.000.000							
Insumos para el ciclo productivo (empaquetado para la almendra y el aceite)		\$ 5.000.000							
Pago de salarios u honorarios		\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000		
Adquisición de maquinaria, equipos y software (Un computador portátil)		\$ 3.300.000							
Permisos, licencias y registros			\$ 6.000.000						
Estrategias de comunicación		\$ 1.675.000							
TOTAL	\$ 5.000.000	\$ 18.975.000	\$ 8.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 0	\$ 0

TOTAL PLAN OPERATIVO	\$ 39.975.000	CORRESPONDE A VALOR SOLICITADO AL FONDO
----------------------	---------------	---

16. IMPACTO

Cuéntenos cómo su iniciativa aporta al crecimiento económico de su región, cuidado del medio ambiente, a su comunidad y en el uso de tecnologías.

Económico	<p>BIOSACHA San Pablo de Borbur ha venido aportando al crecimiento económico de la región mediante la oportunidad laboral a las madres cabeza de familia y a la movilidad reducida, de igual forma la diversificación de productos que se ofrecen a los clientes. El encadenamiento con empresas proveedoras de materias primas y empaques.</p>
Ambiental	<p>Este emprendimiento aporta al cuidado del medio ambiente mediante la transformación de los residuos del sachu inchi en abonos orgánicos para los mismos cultivos y la fomentación de prácticas agrícolas para mitigar el uso de agroquímicos en las parcelas.</p>
Social	<p>El aporte social que brinda BIOSACHA San Pablo de Borbur a la región, principalmente es la generación de empleo y la promoción de la economía local la cual impacta positivamente en la calidad de vida de los hogares de la región.</p>
Tecnológico	<p>Brindar charlas a las nuevas generaciones, sobre como aprovechar positivamente las redes sociales para vender los productos, bien sean de un negocio o de una finca.</p>

17. INDICADORES

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

INDICADOR	Número o Valor	Descripción del indicador
Empleos a crear	1	El valor de este indicador se define de acuerdo con la información descrita en el punto 11. Equipo de Trabajo donde se registran los cargos, actividades a realizar y tipo de contratación.
Eventos de mercadeo	6	Debe darse cumplimiento al indicador descrito en el punto 8. Canales frente a los eventos a realizarse para visibilizar el proyecto.
Contrapartidas	5	Debe darse cumplimiento a la realización de eventos de transferencia de conocimiento los cuales se programarán de manera concertada con el SENA
Presupuesto	\$ 39.975.000	Debe darse cumplimiento a la ejecución de los recursos solicitados al Fondo Emprender
Producción a generar Año 1	1320	Unidades a producir o servicios a prestar en el Año 1
Ventas a generar Año 1	\$ 13.356.000.000	Ventas a generar en el Año 1

18. MAPA DE ACTORES

Indique actores de otras instituciones diferentes al SENA que puedan ayudar al desarrollo de su iniciativa empresarial (Pueden ser del sector público, del sector privado, y demás que considere)

Nombre	Actor (Internacional, Nacional, Público, Privado)	Localización Geográfica	¿Qué necesita o requiere del actor clave?
--------	---	-------------------------	---

Alcaldía Municipal	Público	Zona urbana del municipio de San Pablo de Borbur	Apoyo para la participación en ferias como Agroexpo o mercados campesinos en ciudades con un amplio comercio.
Camara de comercio	Privado	Tunja con sede en Otanche	Asesoría Empresarial, visibilidad y Networking
Instituto Colombiano Agropecuario ICA	Pública	Duitama	Certificación de Buenas Practicas Agricolas BPA
Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos INVIMA	Pública	Bogotá	Certificación de Buenas Practicas de Manufactura BPM Y Registro INVIMA

19. ASOCIATIVIDAD

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

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

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

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

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

¿Tienen un espacio físico compartido para trabajar (predio, local, taller, galpón, parcela)? ¿Cómo se coordinan para producir o prestar el servicio día a día? ¿Alguna institución pública o privada del municipio los conoce y puede referenciarlos?

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



Indicar las principales responsabilidades que tendrá la asociación

This image shows a single sheet of white paper with horizontal green ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins or other markings visible.

ri	
AÑO 4	
es	Ingre
	\$ 2.414
	\$ 2.414
	\$ 2.414
	\$ 2.897
	\$ 2.897

	\$ 2.897
	\$ 2.897
	\$ 3.380
	\$ 3.380
	\$ 3.380
	\$ 3.380
	\$ 3.380
	\$ 35.735

AÑO 4	
es	Ingre
	\$ 845.0
	\$ 845.0
	\$ 845.0
	\$ 965.0
	\$ 965.0
	\$ 965.0
	\$ 965.0
	\$ 965.0
	\$ 965.0
	\$ 1.086
	\$ 1.086
	\$ 1.086
	\$ 11.580

AÑO 4	
es	Ingre

[illegible]

ación c

.

IO 4	
35.07C	\$
C	
C	
C	
C	
C	

C	
C	
C	
C	
5.070	\$ 1

ndo el tipo
ción del
cción **si 6**
actor
ral

Límites re financie
Adquisición o de bienes m vehículos aut
Adecuac remodelac estructur
Adecuacione
Tasas para el r derechos de p intelectual o

es permitidos

para el número
registrados

is a genera

