



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

Fecha de diligenciamiento

domingo, 5 de julio de 2026

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

NOMBRES Y APELLIDOS DEL LÍDER O REPRESENTANTE DE LA INICIATIVA	TIPO DE DOCUMENTO	NÚMERO
Alvaro Curico Manyama	CC	15.886.310
NOMBRE DE LA INICIATIVA	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO
Chinola Comidas Rápidas	Amazonas	Leticia

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

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

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

CATEGORÍA DEL SECTOR ECONÓMICO DE LA INICIATIVA	SECTOR (Previamente seleccione la categoría)	ACTIVIDAD ECONÓMICA (Previamente seleccione el sector)
TODOS_LOS_SECTORES	ALOJAMIENTO_Y_SERVICIOS_DE_COMIDA	5619 Otros tipos de expendio de comidas preparadas n.c.p.

Tipo de proyecto	Individual	Registrar en la hoja "Integrantes Inicial" el total de integrantes, los cuales se verán reflejados acá una vez se hayan diligenciado
------------------	------------	--

1

¿Cuenta con un lugar de operaciones?

NO

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? ¿Quién 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 SOMBRADAS EN GRIS.**

INSTRUCCIONES GENERALES:

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

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

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

CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE O CONSUMIDOR

En este espacio describa las características del cliente o consumidor que comprará su producto o servicio. Indique dónde vive (región, sector (sector urbano, rural), vereda, municipio o ciudad), su estrato socioeconómico, rango de edad y género. Explique su capacidad de compra o nivel de ingresos. *no olvide el sexo de las personas y si son una sola persona o grupo*

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. *no olvide explicar en sus propias palabras, características de su cliente, personalidad*

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

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.	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.
--	--

¿Entiende un qué lo consume



CLIENTE	
El mercado potencial de ALVARO CURICO se sustenta en una demanda robusta y diversificada en Leticia, en la que se incluye el residente local y turistas con un consumo aparente de \$ 2.548.166 que se calculó teniendo en cuenta el PIB departamental según datos del DANE 2024 para el sector de "Comercio al por mayor y al por menor; Reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida" y una población de 85.057 habitantes.	PERFIL TURÍSTICO (INTERNACIONAL Y NACIONAL): El Turista Internacional posee una cualidad de consumo consciente, es un viajero de Europa y Norteamérica que busca "Turismo de Experiencia" y posee un alto aprecio por lo ancestral y sostenible. El Turista Nacional se distingue por la exigencia de calidad y confort identitario; son viajeros de las principales ciudades (Bogotá, Medellín, Cali) que buscan reencontrarse con sabores familiares en un contexto selvático.
Los segmentos de ALVARO CURICO se caracterizan de la siguiente forma:	En términos generales a los cliente les da miedo consumir alimentos que estén contaminado y les disgusta su manipulación no apta, les gusta en buen trato, amable y amigable; la buenas presentación en los productos y que se diferencien en sabor.
SEGMENTO TURISTA	
El cliente ALVARO CURICO está conformado por turistas nacionales y extranjeros que llegan al departamento del Amazonas de vacaciones, negocios o experiencias culturales propias de la región. Según el informe del SIT 2025 de la secretaria de Turismo y Cultura Departamental del Amazonas, los principales lugares de procedencia de los turistas son de Bogotá, Medellín, Cali, Pereira y Huila y de extranjeros su procedencia es de Peru, EE.UU, Brasil, Alemania y España. Los días de permanencia son de un día con el 24,45% y cuatro días con el 36,52% de un total de 87.400 para el año 2025. El perfil demográfico presenta una distribución equilibrada por género, con un total de 44.546 visitantes femeninos y 42.854 visitantes masculinos. El grupo con mayor participación corresponde a hombres entre 26 y 55 años, con un total de 17.595 visitantes (20,13% del total), seguido muy de cerca por el grupo de mujeres en el mismo rango de edad (26 a 55 años), con 17.580 visitantes (20,11% del total), sumando entre ambos una fuerza predominante de 35.175 turistas en este segmento. De los 87.400 visitantes, 82,08% es por Turismo, Ocio y Recreación como su principal razón de viaje y en segundo lugar, se ubica el motivo de negocio, con 9,53%. Estos resultados confirman el posicionamiento del Amazonas como un destino orientado principalmente al turismo de naturaleza y aventura. Teniendo en cuenta los datos anteriores, se define para este segmento un mercado potencial de 87.400 personas entre turistas nacionales y extranjeros.	

CONSUMIDOR	
El mercado potencial de ALVARO CURICO se sustenta en una demanda robusta y diversificada en Leticia, en la que se incluye el residente local y turistas con un consumo aparente de \$ 2.548.166 que se calculó teniendo en cuenta el PIB departamental según datos del DANE 2024 para el sector de "Comercio al por mayor y al por menor; Reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida" y una población de 85.057 habitantes.	PERFIL TURÍSTICO (INTERNACIONAL Y NACIONAL): El Turista Internacional posee una cualidad de consumo consciente, es un viajero de Europa y Norteamérica que busca "Turismo de Experiencia" y posee un alto aprecio por lo ancestral y sostenible. El Turista Nacional se distingue por la exigencia de calidad y confort identitario; son viajeros de las principales ciudades (Bogotá, Medellín, Cali) que buscan reencontrarse con sabores familiares en un contexto selvático.
Los segmentos de ALVARO CURICO se caracterizan de la siguiente forma:	En términos generales a los cliente les da miedo consumir alimentos que estén contaminado y les disgusta su manipulación no apta, les gusta en buen trato, amable y amigable; la buenas presentación en los productos y que se diferencien en sabor.
SEGMENTO TURISTA	
El cliente ALVARO CURICO está conformado por turistas nacionales y extranjeros que llegan al departamento del Amazonas de vacaciones, negocios o experiencias culturales propias de la región. Según el informe del SIT 2025 de la secretaria de Turismo y Cultura Departamental del Amazonas, los principales lugares de procedencia de los turistas son de Bogotá, Medellín, Cali, Pereira y Huila y de extranjeros su procedencia es de Peru, EE.UU, Brasil, Alemania y España. Los días de permanencia son de un día con el 24,45% y cuatro días con el 36,52% de un total de 87.400 para el año 2025. El perfil demográfico presenta una distribución equilibrada por género, con un total de 44.546 visitantes femeninos y 42.854 visitantes masculinos. El grupo con mayor participación corresponde a hombres entre 26 y 55 años, con un total de 17.595 visitantes (20,13% del total), seguido muy de cerca por el grupo de mujeres en el mismo rango de edad (26 a 55 años), con 17.580 visitantes (20,11% del total), sumando entre ambos una fuerza predominante de 35.175 turistas en este segmento. De los 87.400 visitantes, 82,08% es por Turismo, Ocio y Recreación como su principal razón de viaje y en segundo lugar, se ubica el motivo de negocio, con 9,53%. Estos resultados confirman el posicionamiento del Amazonas como un destino orientado principalmente al turismo de naturaleza y aventura. Teniendo en cuenta los datos anteriores, se define para este segmento un mercado potencial de 87.400 personas entre turistas nacionales y extranjeros.	

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.

Según análisis de la dinamica del sector de comidas rapidas en el barrio Manguaré, se identifica que hace falta un lugar donde las personas del sector se puedan comer una buena comida rápida de una forma tranquila y comoda, si bien existen puntos donde se encuentran estos productos, estos establecimiento tiene una cantidad de problemas que los desmejora, tales como mala manipulación de los alimentos, abren al publico de forma intermitente en otras situaciones.

¿Porqué y cómo seleccionó esta iniciativa?



3. LA COMPETENCIA (Quién 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
-----------------------	---	---------------------	--------------------------------	--	---

Tedi Tamani	Manguaré- Manzana C	Comidas Empanadas Jugos	\$15.000 \$1000 \$4000	Vende comidas lo que atrae mas gente.	No saca ventas diario.
Melva	Manguaré- En frente de la Manzana C	Comidas Empanadas Jugos	\$10.000 \$2000 \$2000	Vende comidas lo que atrae mas gente.	No saca ventas diario.
Liliana Tamani	Manguaré- Manzana D	Pescado Asado y comida. Empanadas Jugos	\$15000 \$2000 \$3000	Vende comidas lo que atrae mas gente.	No saca ventas diario.

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

Se tienen algunas conclusiones frente al tema referido entonces si debemos realizar un cambio en la documentación, Se tienen algunas conclusiones frente al tema referido entonces si debemos realizar un cambio en la documentación, Se tienen algunas conclusiones frente al tema referido entonces si debemos realizar un cambio en la documentación, Se tienen algunas conclusiones frente al tema referido entonces si debemos realizar un cambio en la documentación, Se tienen algunas conclusiones frente al tema referido entonces si debemos realizar un cambio en la documentación, Se tienen algunas conclusiones frente al tema referido entonces si debemos realizar un cambio en la documentación

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:

en la venta de comidas rápidas en punto de venta, es una iniciativa de un dos adultos mayores que llevan mas de 20 años subsistiendo de la venta de empanadas en la calle, pero se han definido a abrir un punto de venta desde su hogar en donde van a elaborar empanadas, papas rellenas y pasteles con establecimiento abierto al público.

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:

negocio de comidas rápidas

Ayuda:

a nuestros clientes a encontrar en el barrio manguare productos como empanadas, pasteles y papas rellenas en un lugar les brinde un espacio agradable y comodo

Que:

una atención diferenciada.

Mediante:



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
Pastel de pollo	Pastel relleno con pollo guisado.	Unidad	Plato y servilleta con salsas
Papa rellena	Papa rellena de Verduras, huevos y pollo.	Unidad	Plato y servilleta con salsas
Empanadas	Empanada rellena de Arroz y pollo.	Unidad	Plato y servilleta con salsas

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, 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

Pastel de pollo			
Actividad a realizar (No solo coloque la actividad, describala)	Tiempo para realizarla (Días, horas, minutos)	Equipo o Maquinaria requerida	Quién realiza la actividad (Ej: Administrador, operario, veterinario, agrónomo)
Recepción	10 min.	Canastillas	Operario
Lavado	10 min.	Cocas	Operario
Cocción del pollo 20-30 minutos.	10 min.	Estufa, ollas	Operario
Desmechado	10 min.	Cocas, tenedores.	Operario
Cocción de verduras papa zanahoria arveja	10 min.	Estufa, ollas	Operario
Elaboración del guiso	15 min.	Cocas	Operario
Mezcla del relleno Pollo + verduras + guiso.	10 min.	Cocas	Operario
Preparación de la masa Amasado hasta lograr elasticidad.	10 min.	Cocas, pesa	Operario
Reposo 20 minutos. terminado	10 min.	Cocas	Operario
Espear aproximado: 2-3 mm.	20 min.	Fritadora	Operario
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
15	2	30	900

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

Papa rellena			
Actividad a realizar (No solo coloque la actividad, describala)	Tiempo para realizarla (Días, horas, minutos)	Equipo o Maquinaria requerida	Quién realiza la actividad (Ej: Administrador, operario, veterinario, agrónomo)
Recepción	10 min.	Canastillas	Operario
Lavado	10 min.	Cocas	Operario
Cocción de la papa	10 min.	Estufa, ollas	Operario
Pelado	10 min.	Cocas, tenedores.	Operario
Triturado Elaboración del puré	10 min.	Estufa, ollas	Operario
Agregar: sal fécula (si se requiere mayor consistencia)	15 min.	Cocas	Operario
Preparación del relleno Sofrito.	10 min.	Cocas	Operario
Cocción de la carne	10 min.	Cocas, pesa	Operario

Mezcla Porcionado	10 min.	Cocas	Operario
Generalmente: Papa: 100-120 g Carne: 30-40 g	20 min.	Fritadora	Operario
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
15	2	30	900

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

Empanadas			
Actividad a realizar (No solo coloque la actividad, descríbalas)	Tiempo para realizarla (Días, horas, minutos)	Equipo o Maquinaria requerida	Quién realiza la actividad (Ej: Administrador, operario, veterinario, agrónomo)
1. Recepción e inspección Se verifica que las materias primas cumplan condiciones de calidad, frescura e inocuidad.	10 min.	Canastillas	Operario
2. Lavado y desinfección Papa Cebolla Cilantro	10 min.	Cocas	Operario
3. Cocción de la papa 30-40 minutos Escurredo Intinado	10 min.	Estufa, ollas	Operario
4. Preparación del guiso Se sofríen: cebolla ajo tomate (opcional)	10 min.	Cocas, tenedores.	Operario
5. Cocción de la carne La carne se cocina y posteriormente se desmecha o se utiliza carne molida previamente cocinada. 6. Elaboración del relleno Se mezclan: papa carne guiso	10 min.	Estufa, ollas	Operario
7. Preparación de la masa Mezclar: harina agua tibia sal	15 min.	Cocas	Operario
8. Porcionada Se pesan porciones iguales. Generalmente: Masa: 45-55 g	10 min.	Cocas, pesa	Operario
9. Armado Formar bola Aplanar Colocar relleno Doblar Sellar bordes	10 min.	Cocas	Operario
10. Fritura Aceite: 170-180°C Tiempo:	20 min.	Fritadora	Operario
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
33	3	30	2,970

7. TRÁMITES LEGALES (PERMISOS Y LICENCIAS)

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

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

¿Cuál?



Es importante conocer las obligaciones que se adquieren con cada forma de legalización

¿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.	Inscripción en Cámara de Comercio. Incluye Matricula Mercantil del establecimiento y de la sociedad.	\$ 40.000	1
Certificado de manipulación de alimentos.	Curso de manipulación de alimentos	\$ 60.000	2
TOTAL		\$ 100.000	

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

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

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

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

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

		Describa la actividad a realizar (Para que la acción quede contabilizada en el indicador Eventos de mercadeo debe diligenciar la actividad a realizar)	Cuánto vale para el primer año (Valor en \$) (Si diligenció alguna acción a realizar, debe asignarle valor aquí, si el costo de la acción es \$0, <u>colocar \$0</u>)
Canales de distribución	Marque X		

Punto de venta			
A domicilio			
Con distribuidores			
Otro			
Total			\$ 0

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

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

Justificación de la proyección de ventas	VIABILIDAD FINANCIERA
	El proyecto ALVARO CURICO presenta una viabilidad financiera positiva, sustentada en los indicadores evaluados y el comportamiento proyectado de las ventas.
	En primer lugar, la inversión inicial es de \$ 4'350.000, la cual se recupera progresivamente gracias al crecimiento de los ingresos y la generación de flujos de caja positivos a partir del primer año.
	El Valor Presente Neto (VPN) es de \$ 1'360.121, lo que indica que el proyecto genera valor adicional por encima de la rentabilidad mínima esperada (tasa de descuento del 17%). Al ser positivo, confirma que la inversión es financieramente conveniente.

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



Explicar brevemente por qué cree que podrá vender esas cantidades

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
Pastel de pollo	\$ 3.000	\$ 3.111	\$ 3.242	\$ 3.358	\$ 3.442
Papa rellena	\$ 3.000	\$ 3.111	\$ 3.242	\$ 3.358	\$ 3.442
Empanadas	\$ 2.000	\$ 2.074	\$ 2.161	\$ 2.239	\$ 2.295

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		Pastel de pollo								
	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos
Mes 1	800	\$ 2.400.000	800	\$ 2.488.800	800	\$ 2.593.330	800	\$ 2.686.689	800	\$ 2.753.857
Mes 2	800	\$ 2.400.000	800	\$ 2.488.800	800	\$ 2.593.330	800	\$ 2.686.689	800	\$ 2.753.857
Mes 3	800	\$ 2.400.000	800	\$ 2.488.800	800	\$ 2.593.330	800	\$ 2.686.689	800	\$ 2.753.857
Mes 4	800	\$ 2.400.000	800	\$ 2.488.800	800	\$ 2.593.330	800	\$ 2.686.689	800	\$ 2.753.857
Mes 5	800	\$ 2.400.000	800	\$ 2.488.800	800	\$ 2.593.330	800	\$ 2.686.689	800	\$ 2.753.857
Mes 6	800	\$ 2.400.000	800	\$ 2.488.800	800	\$ 2.593.330	800	\$ 2.686.689	800	\$ 2.753.857
Mes 7	800	\$ 2.400.000	800	\$ 2.488.800	800	\$ 2.593.330	800	\$ 2.686.689	800	\$ 2.753.857
Mes 8	800	\$ 2.400.000	800	\$ 2.488.800	800	\$ 2.593.330	800	\$ 2.686.689	800	\$ 2.753.857
Mes 9	800	\$ 2.400.000	800	\$ 2.488.800	800	\$ 2.593.330	800	\$ 2.686.689	800	\$ 2.753.857
Mes 10	800	\$ 2.400.000	800	\$ 2.488.800	800	\$ 2.593.330	800	\$ 2.686.689	800	\$ 2.753.857
Mes 11	800	\$ 2.400.000	800	\$ 2.488.800	800	\$ 2.593.330	800	\$ 2.686.689	800	\$ 2.753.857
Mes 12	800	\$ 2.400.000	800	\$ 2.488.800	800	\$ 2.593.330	800	\$ 2.686.689	800	\$ 2.753.857
TOTAL	9600	\$ 28.800.000	9600	\$ 29.865.600	9600	\$ 31.119.955	9600	\$ 32.240.274	9600	\$ 33.046.280

PRODUCTO O SERVICIO 2		Papa rellena								
	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos
Mes 1	900	\$ 2.700.000	900	\$ 2.799.900	900	\$ 2.917.496	900	\$ 3.022.526	900	\$ 3.098.089
Mes 2	900	\$ 2.700.000	900	\$ 2.799.900	900	\$ 2.917.496	900	\$ 3.022.526	900	\$ 3.098.089
Mes 3	900	\$ 2.700.000	900	\$ 2.799.900	900	\$ 2.917.496	900	\$ 3.022.526	900	\$ 3.098.089
Mes 4	900	\$ 2.700.000	900	\$ 2.799.900	900	\$ 2.917.496	900	\$ 3.022.526	900	\$ 3.098.089
Mes 5	900	\$ 2.700.000	900	\$ 2.799.900	900	\$ 2.917.496	900	\$ 3.022.526	900	\$ 3.098.089
Mes 6	900	\$ 2.700.000	900	\$ 2.799.900	900	\$ 2.917.496	900	\$ 3.022.526	900	\$ 3.098.089
Mes 7	900	\$ 2.700.000	900	\$ 2.799.900	900	\$ 2.917.496	900	\$ 3.022.526	900	\$ 3.098.089
Mes 8	900	\$ 2.700.000	900	\$ 2.799.900	900	\$ 2.917.496	900	\$ 3.022.526	900	\$ 3.098.089
Mes 9	900	\$ 2.700.000	900	\$ 2.799.900	900	\$ 2.917.496	900	\$ 3.022.526	900	\$ 3.098.089
Mes 10	900	\$ 2.700.000	900	\$ 2.799.900	900	\$ 2.917.496	900	\$ 3.022.526	900	\$ 3.098.089

Mes 11	900	\$ 2.700.000	900	\$ 2.799.900	900	\$ 2.917.496	900	\$ 3.022.526	900	\$ 3.098.089
Mes 12	900	\$ 2.700.000	900	\$ 2.799.900	900	\$ 2.917.496	900	\$ 3.022.526	900	\$ 3.098.089
TOTAL	10800	\$ 32.400.000	10800	\$ 33.598.800	10800	\$ 35.009.950	10800	\$ 36.270.308	10800	\$ 37.177.065

PRODUCTO O SERVICIO 3		Empanadas								
	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos
Mes 1	2400	\$ 4.800.000	2400	\$ 4.977.600	2400	\$ 5.186.659	2400	\$ 5.373.379	2400	\$ 5.507.713
Mes 2	2400	\$ 4.800.000	2400	\$ 4.977.600	2400	\$ 5.186.659	2400	\$ 5.373.379	2400	\$ 5.507.713
Mes 3	2400	\$ 4.800.000	2400	\$ 4.977.600	2400	\$ 5.186.659	2400	\$ 5.373.379	2400	\$ 5.507.713
Mes 4	2400	\$ 4.800.000	2400	\$ 4.977.600	2400	\$ 5.186.659	2400	\$ 5.373.379	2400	\$ 5.507.713
Mes 5	2400	\$ 4.800.000	2400	\$ 4.977.600	2400	\$ 5.186.659	2400	\$ 5.373.379	2400	\$ 5.507.713
Mes 6	2400	\$ 4.800.000	2400	\$ 4.977.600	2400	\$ 5.186.659	2400	\$ 5.373.379	2400	\$ 5.507.713
Mes 7	2400	\$ 4.800.000	2400	\$ 4.977.600	2400	\$ 5.186.659	2400	\$ 5.373.379	2400	\$ 5.507.713
Mes 8	2400	\$ 4.800.000	2400	\$ 4.977.600	2400	\$ 5.186.659	2400	\$ 5.373.379	2400	\$ 5.507.713
Mes 9	2400	\$ 4.800.000	2400	\$ 4.977.600	2400	\$ 5.186.659	2400	\$ 5.373.379	2400	\$ 5.507.713
Mes 10	2400	\$ 4.800.000	2400	\$ 4.977.600	2400	\$ 5.186.659	2400	\$ 5.373.379	2400	\$ 5.507.713
Mes 11	2400	\$ 4.800.000	2400	\$ 4.977.600	2400	\$ 5.186.659	2400	\$ 5.373.379	2400	\$ 5.507.713
Mes 12	2400	\$ 4.800.000	2400	\$ 4.977.600	2400	\$ 5.186.659	2400	\$ 5.373.379	2400	\$ 5.507.713
TOTAL	28800	\$ 57.600.000	28800	\$ 59.731.200	28800	\$ 62.239.910	28800	\$ 64.480.547	28800	\$ 66.092.561

10. COSTOS Y GASTOS

Primero, debe definir los costos fijos asociados a su proyecto. Es decir, aquellas actividades que se relacionan directamente o siempre están presentes para poder producir o prestar el servicio. (Diligenciar solamente las celdas en gris)

Nota: En los Costos Fijos **NO CONSIDERAR LA MANO DE OBRA**, dado que se contabiliza en el elemento EQUIPO DE TRABAJO

COSTOS FIJOS			
Descripción	Valor mensual (\$)	Cantidad requerida en el año 1	Valor Total Año 1 (\$)
Servicio públicos	\$ 100.000	12	\$ 1.200.000
Depreciación equipos y maquinaria	\$ 235.833	12	\$ 2.829.996
Arriendo:(No se incluye en plan operativo porque la empena	\$ 500.000	12	\$ 6.000.000
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
TOTAL	\$ 835.833		\$ 10.029.996

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				Pastel de pollo
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario (\$)	Cantidad por unidad de producto	Valor Total (\$)
Materia Prima	Unidad	\$ 1.500	1	\$ 1.500
Servilleta	Unidad	\$ 20	3	\$ 60
Bolsa	Unidad	\$ 40	1	\$ 40
				\$ 0
				\$ 0
TOTAL				\$ 1.600

COSTOS VARIABLES PRODUCTO 2				Papa rellena
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario (\$)	Cantidad por unidad de producto	Valor Total (\$)
Materia Prima	Unidad	\$ 1.500	1	\$ 1.500
Servilleta	Unidad	\$ 20	3	\$ 60
Bolsa	Unidad	\$ 40	1	\$ 40

				\$ 0
				\$ 0
TOTAL				\$ 1.600

COSTOS VARIABLES PRODUCTO 3				Empanadas
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario	Cantidad por unidad de producto	Valor Total
Materia Prima	Unidad	\$ 1.000	1	\$ 1.000
Servilleta	Unidad	\$ 20	3	\$ 60
Bolsa	Unidad	\$ 40	1	\$ 40
				\$ 0
				\$ 0
TOTAL				\$ 1.100

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

PRODUCTOS O SERVICIOS	Pastel de pollo	Papa rellena	Empanadas
Precio de Venta	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 2.000
Costo Variable	\$ 1.600	\$ 1.600	\$ 1.100
Margen de contribución	\$ 1.400	\$ 1.400	\$ 900
% Participación	24%	27%	48%
Margen de contribución ponderado	\$ 339	\$ 382	\$ 436
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades totales)	722,0546859		
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades por producto o servicio)	175	197	350

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	Año 5
Publicidad	Anual	Anual	\$ 200.000	\$ 207.400	\$ 216.111	\$ 223.891	\$ 229.488
Vendedor	\$ 1.750.905	12	\$ 21.010.860	\$ 21.788.262	\$ 22.703.369	\$ 23.520.690	\$ 24.108.707
			\$ 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	\$ 0	\$ 0	\$ 0
			\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL			\$ 21.210.860	\$ 21.995.662	\$ 22.919.480	\$ 23.744.581	\$ 24.338.195

11. EQUIPO DE TRABAJO

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



Dependiendo el tipo de vinculación del cargo seleccione **SI** ó **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
Operario	Contrato por obra o Labor	Manipulación de alimentos	\$ 1.750.905	NO	\$ 1.750.905	12
					\$ 0	

					\$ 0	
					\$ 0	
					\$ 0	
					\$ 0	
					\$ 0	
					\$ 0	
					\$ 0	
					\$ 0	
TOTAL					\$ 1.750.905	

Indique el número de empleos indirectos que se impactan con la implementación de su iniciativa	1.5
--	-----

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Defina cuanto es el valor del proyecto, indicando que actividades las componen y su valor

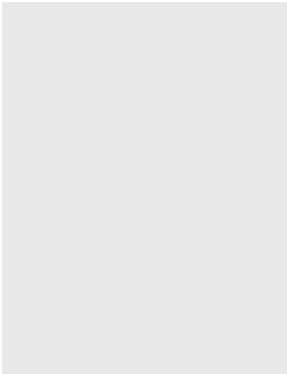
1. INVERSIONES FIJAS

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

No haga solo una lista de las inversiones sino incluya una breve descripción



Elemento	Descripción	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total
Congelador horizontal	Capacidad 220 lt	\$ 4.000.000	1	\$ 4.000.000
Sarten	Acero inoxidable	\$ 120.000	1	\$ 120.000
Vitrina	En vidrio y acero	\$ 120.000	1	\$ 120.000
Utencilios	Cucharas, cuchillos.	\$ 350.000	1	\$ 350.000
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0



				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
TOTAL INVERSIONES FIJAS				\$ 4.590.000

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)				
Actividad	Descripción	Valor Unitario	Cantidad	Valor
Estrategia de comunicación		\$ 200.000	1	\$ 200.000
Insumos ciclo productivo	Insumos	\$ 500.000	1	\$ 500.000
Adecuaciones local	Techos y paredes	\$ 1.000.000	1	\$ 1.000.000
Insumos de aseo	Lavalazo, hipoclorito, jabones.	\$ 60.000	1	\$ 60.000
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0

				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS				\$ 1.760.000

13. VALOR DE LA INICIATIVA

CANTIDAD DE ASOCIADOS O INTEGRANTES	1
VALOR DEL PROYECTO	\$ 6.350.000
EMPLEOS A GENERAR	1

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	Formalizado ante camara de comercio y Rut, se encuentra gestionando curso de manipulación de alimentos.
Comercial	Mia de años de experiencia elaborando empanadas, pastel de pollo, papas rellenas.
Técnico	Conocimiento amplio en la elaboración de comidas rápidas, cuenta con equipo básico para la elaboración de alimentos.
Ambiental	Cuando elabora los productos hace un uso responsable del material reciclable
Ventas	En promedio vende 160 unidades diarias en pasteles de pollo, papa rellena y empanadas.



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

15. PLAN OPERATIVO

Por favor diligenciar el monto en pesos (\$) en el mes en el que se ejecutarán **los recursos** de acuerdo con las actividades planteadas previamente en el punto 12. Necesidades y Requerimientos. .

Rubro Financiable	Mes 1 (\$)	Mes 2 (\$)	Mes 3 (\$)	Mes 4 (\$)	Mes 5 (\$)	Mes 6 (\$)	Mes 7 (\$)	Mes 8 (\$)	Mes 9 (\$)
Equipos ciclo productivo	\$ 4.590.000								
Insumos	\$ 500.000								
Adecuaciones locativas	\$ 1.000.000								
Insumos de aseo	\$ 60.000								
Estrategia de comunicación	\$ 200.000								
TOTAL	\$ 6.350.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0

TOTAL PLAN OPERATIVO	\$ 6.350.000	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	Generación de ingresos directos para la cadena de suministro local.
Ambiental	Disposición adecuada de residuos sólidos y reciclables.
Social	Generación de empleo a dos adultos mayores.
Tecnológico	Uso de equipo para la manipulación de alimentos en acero inoxidable.

17. INDICADORES

En este punto quedan descritos los indicadores de acuerdo con la información previamente diligenciada

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	1	Este indicador está descrito en el punto 8. Canales frente a los eventos a realizarse para visibilizar el proyecto.
Presupuesto	\$ 6.350.000	Cumplimiento a la ejecución de los recursos del proyecto
Producción a generar Año 1	49200	Unidades a producir o servicios a prestar en el Año 1
Ventas a generar Año 1	\$ 118.800.000	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?
Cámara de Comercio del Amazonas .	Público / Nacional	Leticia	Constitución: Registro mercantil, formalización de la empresa y asesoría en trámites legales iniciales
Secretaría de Salud	Municipal / Público	Leticia	Constitución: Obtención del concepto sanitario, permisos de funcionamiento y certificación de manipulación de alimentos
Proveedores de la Plaza de Mercado	municipal / privado	Leticia	Operación: Suministro diario de productos frescos y materias primas locales para las recetas.

19. ASOCIATIVIDAD

Diligenciar este elemento 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

[illegible]

[illegible]

MODELO FINANCIERO

TOTAL INICIATIVA - VALOR SOLICITADO AL FONDO EMPRENDER	\$ 6.350.000
Diligenciar la tasa de descuento	17%

DILIGENCIAR

ESTADO DE RESULTADOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 118.800.000	\$ 123.195.600	\$ 128.369.815	\$ 132.991.129	\$ 136.315.907
Materia Prima	\$ 64.320.000	\$ 66.699.840	\$ 69.401.280	\$ 71.716.800	\$ 73.324.800
Mano de Obra	\$ 21.010.860	\$ 21.788.262	\$ 22.703.369	\$ 23.520.690	\$ 24.108.707
Costos Fijos	\$ 10.029.996	\$ 10.401.106	\$ 10.837.952	\$ 11.228.119	\$ 11.508.822
Permisos y Licencias	\$ 100.000				
Utilidad Bruta	\$ 23.339.144	\$ 24.306.392	\$ 25.427.214	\$ 26.525.520	\$ 27.373.578
Gastos de Administración y Ventas	\$ 21.210.860	\$ 21.995.662	\$ 22.919.480	\$ 23.744.581	\$ 24.338.195
Utilidad Operativa	\$ 2.128.284	\$ 2.310.731	\$ 2.507.734	\$ 2.780.939	\$ 3.035.382
Impuesto de Renta	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Utilidad Neta Final	\$ 2.128.284	\$ 2.310.731	\$ 2.507.734	\$ 2.780.939	\$ 3.035.382

*Nota: Si su proyecto es individual no le será calculado valor por Impuesto de Renta

FLUJO DE CAJA						
Flujo de caja para evaluación	-\$ 6.350.000	\$ 2.128.284	\$ 2.310.731	\$ 2.507.734	\$ 2.780.939	\$ 3.035.382

TIR	VALOR PRESENTE NETO
27%	\$ 1.360.121



Línea de financiación	Departamento	Municipio	Nombre de la iniciativa	Sector	Actividad Económica	Datos Líder Proyecto	Documento de Identidad Líder Proyecto	Tipo de proyecto	Monto Solicitado	No. Asociados	Empleos a crear	Empleos a retener N/A	Total Empleos	Eventos de Mercadeo a cumplir	Empleos indirectos	TIR
Crear	Amazonas	Leticia	Chinola Comidas Rápidas	ALOJAMIENTO, Y SERVICIOS DE COMIDA	COMERCIOS Y SERVICIOS de comidas preparadas n.c.p.	Alvaro Cutico Manyama	15.884.310	Individual	\$ 6.350.000,00	1	1	0	1	1	1.5	27%