



FONDO
EMPRENDER

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

PLAN DE NEGOCIO OTRAS FUENTES DE FINANCIACIÓN

NOMBRES Y APELLIDOS DEL LÍDER O REPRESENTANTE DE LA INICIATIVA	TIPO DE DOCUMENTO	NÚMERO
JHARMANS ALEXANDER GALINDO REINOSO	CC	1.024.543.761
NOMBRE DE LA INICIATIVA	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO
CONFECCIONES LIRETI	Tolima	Chaparral

Si elige la categoría **CAMPESINOS** desplegará **únicamente los sectores y** las actividades permitidas para la Economía Campesina de acuerdo a los indicado en los términos de referencia de cada convocatoria
Si elige la categoría **TODOS LOS SECTORES** desplegará **todos los sectores y actividades** económicas vigentes, las cuales también aplican para **Economía Popular**.
La elección de la categoría dependerá del autorreconocimiento o caracterización del representante o grupo asociativo y de la focalización que disponga la Convocatoria a la que desee postularse.

CATEGORÍA DEL SECTOR ECONÓMICO DE LA INICIATIVA	SECTOR	ACTIVIDAD ECONÓMICA
ECONOMÍA_CAMPESINA	AGROINDUSTRIA	1062 Descafeinado, tostión y molienda del café

Tipo de proyecto	¿En caso de ser asociativo, cuántas personas hacen parte del grupo asociativo?
¿Cuenta con un lugar de operaciones?	SI

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 podrá 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.
Solo se considerará la información que se pueda visualizar en cada celda, SER CONCRETOS CON LA INFORMACIÓN.

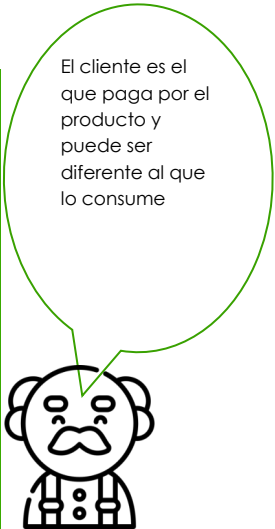
INSTRUCCIONES GENERALES:

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 realizará unos talleres para guiarlo 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	CUALIDADES DEL CLIENTE O CONSUMIDOR
En este espacio describa las características del cliente o consumidor que comprará su producto o servicio. Indique dónde vive (vereda, municipio o ciudad), su estrato, edad y género. Explique su capacidad de compra, es decir, si tiene los ingresos suficientes y la frecuencia para poder pagar por el producto o servicio. Señale si trabaja y en qué, 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.	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 son sus valores. 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	
Los clientes de ropa interior se segmentan principalmente por sus necesidades de comodidad, funcionalidad, moda o seducción. Compran buscando materiales naturales como algodón para uso diario, diseños moldeadores, o piezas de lencería de moda. Los perfiles incluyen compradores funcionales, seguidores de tendencias. Busca Comodidad y Funcionalidad (El Cliente Práctico): Prioriza telas suaves y transpirables (algodón, modal) y diseños sin costuras o que eviten marcas, valorando la durabilidad. Seguidor de Moda y Seducción (Lencería): Busca tendencias, encajes, diseños originales y artículos de "alto impacto" para ocasiones especiales o para sentirse sofisticado. El Funcional/Técnico: Interesado en ropa interior de alto rendimiento, como prendas deportivas con control de humedad o fajas moldeadoras. Consumidor Ecológico/Sostenible: Prefiere materiales orgánicos, naturales (bambú, lino) y marcas con prácticas de producción ética.	Buscador de bienestar y comodidad: Valora materiales como el algodón, microfibras suaves y diseños sin costuras que no restrinjan el movimiento. Consciente de la autoimagen: Utiliza la ropa interior para "sentirse bien" y mejorar su autopercepción, no solo para ser visto por otros. Exigente con el ajuste (Fit): Dada la naturaleza íntima de la prenda, este consumidor prioriza el tallaje perfecto y el soporte adecuado por encima de otros factores estéticos. Leal a la marca por confianza: Una vez que encuentra una marca que se ajusta a su cuerpo y ofrece durabilidad, tiende a repetir la compra de forma recurrente.
CONSUMIDOR	
En la línea especial, los principales clientes se encuentran a nivel nacional, mediante pedidos fuera del municipio de y del departamento del Tolima. El consumidor actual de ropa interior ha transformado este producto de una necesidad básica de higiene en una herramienta de bienestar personal, confianza y autoexpresión. A continuación, se detallan las cualidades y perfiles que definen a este comprador hoy en día	Comodidad y Ajuste (Fit): Es el factor determinante. Existe una preferencia creciente por prendas como la pantaleta de cintura alta o sujetadores sin costuras que ofrezcan soporte sin sacrificar el confort. Inclusividad y Personalización: Los clientes buscan marcas que ofrezcan una amplia gama de tallas (desde XS hasta 4X) y que representen la diversidad de cuerpos reales. Calidad y Durabilidad: Se valora la resistencia de los materiales tras múltiples lavados y la suavidad al contacto con la piel. Sostenibilidad: Una cualidad emergente es el interés por productos fabricados con materiales ecológicos y procesos éticos.



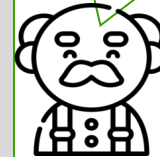
El cliente es el que paga por el producto y puede ser diferente al que lo consume

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA O NECESIDAD QUE SE PRETENDE SOLUCIONAR

En este espacio 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.

Confecciones lireti pretende solucionar la necesidad local y rural de los clientes, para la compra de todo tipo de ropa interior al no tener que desplazarse a las ciudades principales optimizando gastos en trasportes y desplazamientos.

¿Porqué y cómo seleccionó esta iniciativa?



3. LA COMPETENCIA (Quien más lo hace?)

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

Nombre del competidor	Localización geográfica (Departamento, Municipio)	Producto o Servicio	Precio (Solo colocar valor \$)	Ventajas del competidor comparado con la iniciativa que se postula	Desventajas del competidor comparado con la iniciativa que se postula
Emili	Bogota cundinamarca	venta y confeccion de ropa interior	\$ 58.000	mayor mercado a nivel nacional buena calidad	solo vende al por mayor y a grandes almacenes de cadena
ST even	Medellin colombia	comercialización de prendas para dama y vestidos de baño	\$ 42.000	esta ubicado en una zona estrategica para la venta de prendas, buena calidad	esta marca solo esta dirigida a una sola linea de venta o de cliente
paully	Medellin colombia	comercialización y produccion de prendas para dama	\$ 72.000	esta ubicado en una zona estrategica para la compra de materia prima para el emsamble de las prendas	esta marca solo esta en centros comerciales y en ciudades principales

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

Confecciones lireti, es fabricantes en una zona donde es la unica en el municipio y alrededores, ademas que esta dirigida a todo tipo de cliente (niños, hombres, mujeres,). Además de ser fabricantes los precios son muy competitivos con los del mercado local en los almacenes.

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.

El proyecto consiste en:

El proyecto consiste en la producción y comercialización de ropa interior, fabricada en el municipio de Chaparral, con el fin de surtir y vender prendas de alta calidad a los comerciantes y clientes de toda la zona del municipio sin tener que desplazarse a las principales ciudades para surtir sus negocios.

Las prendas están dirigidas para todo el mercado desde el más chico hasta el más grande y diversos modelos y diseños con altos estándares de calidad.

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:	Confecciones Ireti ofrece prendas cómodas de alta calidad para todo tipo de cliente
Ayuda:	a familias campesinas y rurales, optimizando recursos con prendas de alta calidad
Que:	satisface la necesidad de precio justo, comodidad, trazabilidad y experiencia sensorial según el segmento de mercado.
Mediante:	la producción directa desde el municipio.



5. PRODUCTOS O SERVICIOS

Relacione los productos o servicios a ofrecer al cliente. Descríbalos, indique cuál 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
ropa interior para niños	La ropa interior para niños se define principalmente por su comodidad, transpirabilidad y seguridad cutánea, ya que la piel infantil es más sensible que la de los adultos	desde la S hasta la XL	Empaque en bolsa sellada con, rotulado con marca
ropa interior para dama	La ropa interior para dama se divide principalmente en dos categorías: ropa interior funcional, enfocada en la comodidad y el soporte diario, y lencería, diseñada con fines estéticos y de sensualidad	desde la S hasta la XL	Empaque en bolsa sellada con, rotulado con marca
ropa interior para hombre	La ropa interior masculina ha evolucionado para priorizar el soporte anatómico y la gestión de la humedad, adaptándose tanto a la actividad física como al uso diario en oficina	desde la S hasta la XL	Empaque en bolsa sellada con, rotulado con marca

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, empaquetar, 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

ropa interior para niños

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)
Diseños y corte de la maquila o tela	2 días	computador, impresora, cortadora de tela, mesa de corte	diseñador / Cortador
Separacion de la tela cortada	1 día	mesa e corte	Operario
Ensamble de piezas cortadas por tallas para mil prendas	3 - 5 días	fileteadora, presilladora, emcauchadora	Operarias
Patinada y revisión de las prendas terminadas	1 día	mesa de acabados y empaque	Operarias
Empaque y finalizado	1 día	mesa de acabados y empaque	Operarias
Comercialización Venta directa y distribución local	1 - 3 días	computador, celular, vehiculo	Administrador

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

ropa interior para dama			
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)
Diseños y corte de la maquila o tela	2 días	computador, impresora, cortadora de tela, mesa de corte	diseñador / Cortador
Separacion de la tela cortada	1 día	mesa e corte	Operario
Ensamble de piezas cortadas por tallas para mil prendas	3 - 5 días	fileteadora, presilladora, collarin, plana, dos agujas	Operarias
Patinada y revisión de las prendas terminadas	1 día	mesa de acabados y empaque	Operarias

Empaque y finalizado	1 día	mesa de acabados y empaque	Operarias
Comercialización Venta directa y distribución local	1 - 3 días	computador, celular, vehiculo	Administrador

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

ropa interior para hombre			
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)
Diseños y corte de la maquila o tela	2 días	computador, impresora, cortadora de tela, mesa de corte	diseñador / Cortador
Separacion de la tela cortada	1 día	mesa e corte	Operario
Ensamble de piezas cartadas por tallas para mil prendas	3 - 5 días	fileteadora, presilladora, emcauchadora	Operarias
Patinada y revición de las prendas terminadas	1 día	mesa de acabados y empaque	Operarias
Empaque y finalizado	1 día	mesa de acabados y empaque	Operarias
Comercialización Venta directa y distribución local	1 - 3 días	computador, celular, vehiculo	Administrador

--	--	--	--

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**

	Marque con X
Persona Natural	
Persona Natural con Establecimiento de Comercio	x
Asociación	
Cooperativa	
Sociedad de Acciones Simplificada S.A.S	
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? **Descríbalas detalladamente.** Es fundamental todo el proceso de investigación y conocimiento que se tenga de los requerimientos legales, normativos, permisos, licencias y demás que se requieran para poner en ejecución su iniciativa.

Norma. Permiso, Licencia, Registro a cumplir	Descripción del trámite a realizar	Costo (\$)	Tiempo requerido (Días)
Constitución Legal (Para Línea CREAR)			
TOTAL		\$ 0	

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

¿De qué 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)	Cuánto vale para el primer año
Página Web	\$ 2.000.000
Redes Sociales	\$ 1.500.000
Pendón	\$ 600.000
TOTAL	\$ 4.100.000

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

Estrategia de promoción	Marque X	Describa la actividad a realizar	Cuánto vale para el primer año (Valor en \$)
Entrega puerta a puerta	X	Se realizara la entrega de la pedidos a los comerciantes de ropa	\$ 6.000.000
Muestra del producto	X	Exhibición en redes y canal loca	\$ 5.000.000
Otra			
Ninguna			
Total			\$ 11.000.000

Canales de distribución	Marque X	Describa la actividad a realizar	Cuánto vale para el primer año (Valor en \$)
Punto de venta	X	Local comercial	\$ 15.000.000
A domicilio			
Con distribuidores			
Otro			
Total			\$ 15.000.000

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)

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



Diligenciar únicamente las celdas en gris

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
ropa interior para niños	\$ 22.000	\$ 23.100	\$ 24.255	\$ 25.468	\$ 26.741
ropa interior para dama	\$ 51.000	\$ 53.550	\$ 56.228	\$ 59.039	\$ 61.991
ropa interior para hombre	\$ 35.000	\$ 36.750	\$ 38.588	\$ 40.517	\$ 42.543

Indique las unidades (Cantidades) que tiene planeado vender mes a mes y para los próximos 5 años (Casillas sombreadas en gris)

PRODUCTO 1	ropa interior para niños
------------	--------------------------

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3			
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	
Mes 1	200	\$ 4.400.000	300	\$ 6.930.000	400	\$ 9.702.000	500	
Mes 2	200	\$ 4.400.000	300	\$ 6.930.000	400	\$ 9.702.000	500	
Mes 3	200	\$ 4.400.000	300	\$ 6.930.000	400	\$ 9.702.000	500	
Mes 4	200	\$ 4.400.000	300	\$ 6.930.000	400	\$ 9.702.000	500	
Mes 5	200	\$ 4.400.000	300	\$ 6.930.000	400	\$ 9.702.000	500	
Mes 6	200	\$ 4.400.000	300	\$ 6.930.000	400	\$ 9.702.000	500	
Mes 7	200	\$ 4.400.000	300	\$ 6.930.000	400	\$ 9.702.000	500	
Mes 8	200	\$ 4.400.000	300	\$ 6.930.000	400	\$ 9.702.000	500	
Mes 9	200	\$ 4.400.000	300	\$ 6.930.000	400	\$ 9.702.000	500	
Mes 10	200	\$ 4.400.000	300	\$ 6.930.000	400	\$ 9.702.000	500	
Mes 11	200	\$ 4.400.000	300	\$ 6.930.000	400	\$ 9.702.000	500	
Mes 12	200	\$ 4.400.000	300	\$ 6.930.000	400	\$ 9.702.000	500	
TOTAL	2400	\$ 52.800.000	3600	\$ 83.160.000	4800	\$ 116.424.000	6000	

PRODUCTO 2	ropa interior para dama
------------	-------------------------

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3			
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	
Mes 1	700	\$ 35.700.000	900	\$ 48.195.000	1000	\$ 56.227.500	1200	
Mes 2	700	\$ 35.700.000	900	\$ 48.195.000	1000	\$ 56.227.500	1200	
Mes 3	700	\$ 35.700.000	900	\$ 48.195.000	1000	\$ 56.227.500	1200	
Mes 4	700	\$ 35.700.000	900	\$ 48.195.000	1000	\$ 56.227.500	1200	
Mes 5	700	\$ 35.700.000	900	\$ 48.195.000	1000	\$ 56.227.500	1200	
Mes 6	700	\$ 35.700.000	900	\$ 48.195.000	1000	\$ 56.227.500	1200	
Mes 7	700	\$ 35.700.000	900	\$ 48.195.000	1000	\$ 56.227.500	1200	
Mes 8	700	\$ 35.700.000	900	\$ 48.195.000	1000	\$ 56.227.500	1200	
Mes 9	700	\$ 35.700.000	900	\$ 48.195.000	1000	\$ 56.227.500	1200	
Mes 10	700	\$ 35.700.000	900	\$ 48.195.000	1000	\$ 56.227.500	1200	
Mes 11	700	\$ 35.700.000	900	\$ 48.195.000	1000	\$ 56.227.500	1200	
Mes 12	700	\$ 35.700.000	900	\$ 48.195.000	1000	\$ 56.227.500	1200	
TOTAL	8400	\$ 428.400.000	10800	\$ 578.340.000	12000	\$ 674.730.000	14400	

PRODUCTO 3	ropa interior para hombre
------------	---------------------------

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3			
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	
Mes 1	500	\$ 17.500.000	600	\$ 22.050.000	700	\$ 27.011.250	800	
Mes 2	500	\$ 17.500.000	600	\$ 22.050.000	700	\$ 27.011.250	800	
Mes 3	500	\$ 17.500.000	600	\$ 22.050.000	700	\$ 27.011.250	800	
Mes 4	500	\$ 17.500.000	600	\$ 22.050.000	700	\$ 27.011.250	800	

Mes 5	500	\$ 17.500.000	600	\$ 22.050.000	700	\$ 27.011.250	800
Mes 6	500	\$ 17.500.000	600	\$ 22.050.000	700	\$ 27.011.250	800
Mes 7	500	\$ 17.500.000	600	\$ 22.050.000	700	\$ 27.011.250	800
Mes 8	500	\$ 17.500.000	600	\$ 22.050.000	700	\$ 27.011.250	800
Mes 9	500	\$ 17.500.000	600	\$ 22.050.000	700	\$ 27.011.250	800
Mes 10	500	\$ 17.500.000	600	\$ 22.050.000	700	\$ 27.011.250	800
Mes 11	500	\$ 17.500.000	600	\$ 22.050.000	700	\$ 27.011.250	800
Mes 12	500	\$ 17.500.000	600	\$ 22.050.000	700	\$ 27.011.250	800
TOTAL	6000	\$ 210.000.000	7200	\$ 264.600.000	8400	\$ 324.135.000	9600

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 (\$)
Energía eléctrica (uso maquinaria), agua, internet	\$ 3.100.000	12	\$ 37.200.000
Mantenimineto preventivo maquinaria	\$ 5.000.000	3	\$ 15.000.000
contador/asesoria contable	\$ 2.000.000	12	\$ 24.000.000
transporte de marterial	\$ 1.000.000	12	\$ 12.000.000
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
TOTAL	\$ 11.100.000		\$ 88.200.000

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			ropa interior para niños	
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario (\$)	Cantidad por unidad de producto	Valor Total (\$)
telas variedad de licras algohodon	Mt	\$ 8.500	0,5	\$ 4.250
hilos e hilazas	Mt	\$ 1.000	3	\$ 3.000
marquillas	unidad	\$ 300	1	\$ 300
empaque	unidad	\$ 500	1	\$ 500
				\$ 0
TOTAL				\$ 8.050

COSTOS VARIABLES PRODUCTO 2				ropa interior para dama
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario (\$)	Cantidad por unidad de producto	Valor Total (\$)
telas variedad de licras algohodon	Mt	\$ 11.000	0,8	\$ 8.800
hilos e hilazas	Mt	\$ 1.000	8	\$ 8.000
marquillas	unidad	\$ 300	1	\$ 300
empaque	unidad	\$ 500	1	\$ 500
cinta elastica	Mt	\$ 5.000	1,5	\$ 7.500
TOTAL				\$ 25.100

COSTOS VARIABLES PRODUCTO 3				ropa interior para hombre
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario	Cantidad por unidad de producto	Valor Total
licra algohodon	Mt	\$ 13.000	0,5	\$ 6.500
hilos e hilazas	Mt	\$ 1.000	8	\$ 8.000
marquillas	unidad	\$ 300	1	\$ 300
empaque	unidad	\$ 500	1	\$ 500
cinta elastica	Mt	\$ 5.000	1,5	\$ 7.500
TOTAL				\$ 22.800

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

PRODUCTOS O SERVICIOS	ropa interior para niños	ropa interior para dama	ropa interior para hombre
Precio de Venta	\$ 22.000	\$ 51.000	\$ 35.000
Costo Variable	\$ 8.050	\$ 25.100	\$ 22.800
Margen de contribución	\$ 13.950	\$ 25.900	\$ 12.200
% Participación	3%	5%	4%
Margen de contribución ponderado	\$ 419	\$ 1.295	\$ 488
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades totales)	5042,016807		
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades)	151	252	202

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	\$ 30.100.000	\$ 31.605.000	\$ 33.185.250	\$ 34.844.513
Asesor comercial	\$ 3.000.000	12	\$ 36.000.000	\$ 37.800.000	\$ 39.690.000	\$ 41.674.500
transporte de mercancía	\$ 1.000.000	12	\$ 12.000.000	\$ 12.600.000	\$ 13.230.000	\$ 13.891.500
papelería	\$ 350.000	12	\$ 4.200.000	\$ 4.410.000	\$ 4.630.500	\$ 4.862.025

comisiones por venta	\$ 100.000	12	\$ 1.200.000	\$ 1.260.000	\$ 1.323.000	\$ 1.389.150
			\$ 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			\$ 83.500.000	\$ 87.675.000	\$ 92.058.750	\$ 96.661.688

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 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
Administrador / gerente	Contrato Laboral a término indefinido	Planificación, gestión financiera, control de inventario, relaciones comerciales,publicidad	\$ 3.000.000	SI	\$ 4.612.800	12
Operaria producción	Contrato Laboral a término indefinido	confeccion y emsamble de prendas	\$ 2.000.000	SI	\$ 3.075.200	12
Operaria producción	Contrato Laboral a término indefinido	confeccion y emsamble de prendas	\$ 2.000.000	SI	\$ 3.075.200	12
Operaria producción	Contrato Laboral a término indefinido	confeccion y emsamble de prendas	\$ 2.000.000	SI	\$ 3.075.200	12
Operaria producción	Contrato Laboral a término indefinido	confeccion y emsamble de prendas	\$ 2.000.000	SI	\$ 3.075.200	12
Auxiliar de logística	Contrato Laboral a término indefinido	Auxiliar y patinador	\$ 2.000.000	SI	\$ 3.075.200	12
					\$ 0	
					\$ 0	

					\$ 0	
					\$ 0	
TOTAL					\$ 19,988.800	

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

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

[illegible]

			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
TOTAL INVERSIONES FIJAS			\$ 83.000.000

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

[illegible]

[illegible]

TOTAL	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	\$ 33.000.000	\$ 20.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0

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	El proyecto generará un impacto económico significativo mediante la creación de empleo directo formal en la zona rural, fortaleciendo la economía local y promoviendo la compra de productos y servicios regionales.
Ambiental	Reducción de Costos: Menos desperdicio de tela = menor costo por unidad. Cumplimiento Normativo: Te adelantas a las leyes de "Responsabilidad Extendida del Productor" que ya penalizan el desperdicio textil. Valor de Marca: Poder decir que tu producción es "Zero Waste" o "Energéticamente Eficiente" aumenta el valor percibido.
Social	La iniciativa contribuye al desarrollo social de la comunidad rural mediante la generación de empleo formal con prestaciones sociales, estabilidad laboral y capacitación técnica para el personal vinculado. Esto mejora la calidad de vida de las familias beneficiadas, fortalece el emprendimiento local y reduce la migración hacia zonas urbanas. Asimismo, el proyecto impulsa la formación en procesos productivos y comerciales, promoviendo una cultura empresarial sostenible y oportunidades de crecimiento para la comunidad.
Tecnológico	El proyecto representa un avance tecnológico al incorporar maquinaria industrial de ultima tecnologia, optimizando recursos y tiempos en el emsamble de las prendas

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	6	Empleos planteados para la ejecución de la iniciativa productiva
Eventos de mercadeo	6	Eventos estimados a realizarse para visibilizar el proyecto.
Producción a generar Año 1	16800	Unidades a producir o servicios a prestar en el Año 1
Ventas a generar Año 1	\$ 691.200.000	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?
Nombre	Actor (Internacional, Nacional, Público, Privado)	Localización Geográfica	¿Qué necesita o requiere del actor clave?

19. ASOCIATIVIDAD

Diligenciar este elemento y la Hoja Grupo Asociativo.

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?

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 on the paper.

AÑO 4

Ingr

\$ 12.7

\$ 12.7

\$ 12.7

\$ 12.7

\$ 12.7

\$ 12.7

\$ 12.7

\$ 12.7

\$ 12.7

\$ 12.7

\$ 12.7

\$ 12.7

\$ 152.8

AÑO 4

Ingr

\$ 70.8

\$ 70.8

\$ 70.8

\$ 70.8

\$ 70.8

\$ 70.8

\$ 70.8

\$ 70.8

\$ 70.8

\$ 70.8

\$ 70.8

\$ 70.8

\$ 850.1

AÑO 4

Ingr

\$ 32.4

\$ 32.4

\$ 32.4

\$ 32.4

\$ 32.4

\$ 32.4

\$ 32.4

\$ 32.4

\$ 32.4

\$ 32.4

\$ 32.4

\$ 32.4

\$ 388.9

	\$ 3
	\$ 4
	\$ 1
	\$:

