



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

ID del proyecto

123137

Convocatoria a la que postula la iniciativa

152 - 1C / Economía Campesina

Fecha de diligenciamiento

sábado, 4 de abril de 2026

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

NOMBRES Y APELLIDOS DEL LÍDER O REPRESENTANTE DE LA INICIATIVA

Martha Isabel Aguirre Gallego

TIPO DE DOCUMENTO

CC

NÚMERO

65.812.574

NOMBRE DE LA INICIATIVA

Biocafé La Callana de Isa

DEPARTAMENTO

Tolima

MUNICIPIO

Fresno

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

ECONOMÍA_CAMPESINA

SECTOR (Previamente seleccione la categoría)

COMERCIO_EC

ACTIVIDAD ECONÓMICA (Previamente seleccione el sector)

4711 Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto

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?

NO

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.**



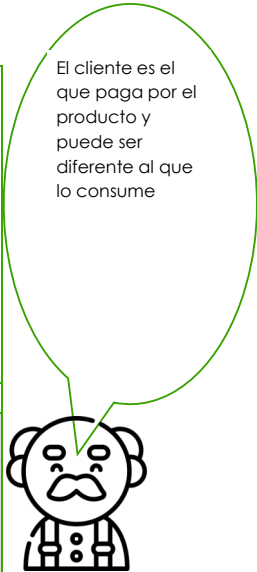
INSTRUCCIONES GENERALES:

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.

CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE O CONSUMIDOR	CUALIDADES DEL CLIENTE O CONSUMIDOR
En este espacio describa las características del cliente o consumidor que comprará su producto o servicio. Indique dónde vive (región, sector (sector urbano, rural), vereda, municipio o ciudad), su estrato 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.	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	
El proyecto se enfoca en consumidores ubicados principalmente en el municipio de Fresno, Tolima, en zona urbana, con proyección hacia turistas y viajeros que transitan por este corredor estratégico hacia el Eje Cafetero, Bogotá y Medellín.	El cliente del proyecto se caracteriza por tener una relación cotidiana con el café, no solo como bebida, sino como parte de su rutina y espacio social. En el caso del consumidor local, el café representa un momento de pausa, encuentro y costumbre diaria, generalmente asociado al hogar, el trabajo o espacios de socialización en el municipio.
El cliente objetivo se segmenta en tres grupos. En primer lugar, consumidores locales del común, pertenecientes a estratos 2 y 3, con edades entre 18 y 60 años, quienes consumen café de manera cotidiana. Este grupo incluye trabajadores independientes, empleados del comercio, sector agrícola y servicios, con ingresos mensuales aproximados entre 1 y 3 salarios mínimos. Su capacidad de compra es recurrente, con consumo diario o semanal, priorizando precio accesible, sabor y cercanía.	En términos de gustos y preferencias, valora un café con buen sabor, aroma y precio accesible. Sin embargo, se evidencia una apertura creciente hacia productos diferenciados, especialmente aquellos que destacan por ser naturales, sostenibles y de origen local. Le atraen las propuestas que conectan con lo auténtico y lo propio del territorio.
En segundo lugar, consumidores especializados, con mayor interés en café de origen, prácticas sostenibles y calidad diferenciada. Este segmento está compuesto por jóvenes y adultos entre 20 y 45 años, con ingresos medios y altos (2 a 5 salarios mínimos), incluyendo turistas, profesionales y emprendedores. Su frecuencia de consumo es moderada, pero con mayor valor por compra, ya que buscan atributos como producción orgánica, trazabilidad y experiencia del producto.	En cuanto a medios de pago, el cliente utiliza principalmente efectivo y transferencias digitales (como Nequi o Daviplata), con una adopción creciente de pagos electrónicos en contextos urbanos y turísticos.
En tercer lugar, se identifican actores del ecosistema local como caficultores, emprendedores en jardinería y cultivo de plantas ornamentales, quienes, además de consumidores, pueden convertirse en aliados estratégicos del proyecto. Este grupo está vinculado a dinámicas productivas rurales y periurbanas, con interés en prácticas sostenibles y fortalecimiento de la economía local.	Finalmente, el cliente se identifica con valores como la autenticidad, el apoyo a la economía local, el cuidado del medio ambiente y el interés por productos que generen un impacto positivo en su comunidad. Esta combinación de hábitos, motivaciones y creencias permite orientar el proyecto hacia una propuesta que no solo satisfaga una necesidad de consumo, sino que también conecte emocional y culturalmente con el usuario.
En cuanto a los hábitos de consumo, se estima que el consumidor promedio adquiere café entre 3 y 7 veces por semana, ya sea para consumo inmediato o para preparación en el hogar. Se evidencia una tendencia creciente hacia productos diferenciados y de mayor calidad, especialmente en territorios que se están consolidando como municipios cafeteros especializados, como es el caso de Fresno.	
A nivel de mercado, el consumo de café en Colombia supera los 2 kg per cápita al año, lo que refleja una demanda constante. A escala local, considerando una población aproximada de 30.000 habitantes en la zona	
CONSUMIDOR	
	El consumidor especializado, por su parte, busca una experiencia más completa. Se interesa por conocer el origen del café, los procesos de cultivo y los impactos ambientales y sociales. Disfruta espacios tranquilos, estéticamente agradables y con identidad, donde el consumo se convierte en una experiencia. Suele estar más informado, compara opciones y está dispuesto a pagar más por calidad y coherencia en la propuesta.
	En cuanto a estilo de vida, el cliente combina actividades laborales con espacios de ocio vinculados a la naturaleza, el turismo rural y el consumo local. Existe afinidad con actividades como la jardinería, el cuidado de plantas ornamentales y la conexión con entornos naturales, lo cual refuerza



	el interés por propuestas sostenibles. Sus principales motivaciones de compra están relacionadas con la calidad del producto, la confianza en el origen, el apoyo a lo local y la experiencia de consumo. Entre sus temores se encuentran adquirir productos de baja calidad, poco frescos o que no cumplan con lo prometido en términos de sostenibilidad. El consumo de café se da de manera frecuente, entre 3 y 7 veces por semana, tanto en consumo inmediato como para preparación en el hogar. Las ocasiones de compra incluyen momentos cotidianos, encuentros sociales y experiencias turísticas. La cantidad de compra varía entre unidades individuales (bebidas) y presentaciones para el hogar.
--	---

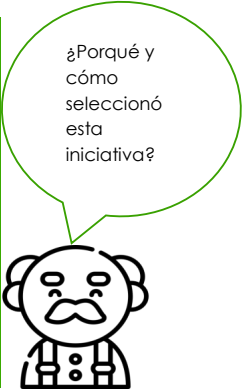
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA O NECESIDAD QUE SE PRETENDE SOLUCIONAR

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.

En el municipio de Fresno, Tolima, aunque existe oferta de café en distintos puntos de consumo, esta se limita principalmente a la venta del producto como bebida, sin generar una experiencia significativa ni procesos de educación para el consumidor. Esto ha derivado en una relación superficial con el café, donde no se comprende su origen, calidad ni valor diferencial. El consumidor promedio no percibe claramente las diferencias entre un café convencional y un café especializado, lo que reduce su disposición a pagar por productos de mayor calidad. La decisión de compra se basa principalmente en el precio y la costumbre, dejando de lado atributos como el perfil de sabor, los procesos de producción y el impacto ambiental o social.

Adicionalmente, no existen espacios que permitan al cliente interactuar directamente con el proceso del café, como el tostado, la molienda o los métodos de preparación. Esta falta de experiencia limita el desarrollo de una cultura cafetera más consciente y especializada en el municipio.

Por otra parte, los consumidores con mayor interés en experiencias diferenciadas, incluyendo turistas y visitantes del corredor hacia el Eje Cafetero, no encuentran una oferta estructurada que combine consumo, aprendizaje y conexión con el territorio. Esto representa una oportunidad desaprovechada en un contexto donde Fresno se está consolidando como municipio cafetero especializado.



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
Café Tertulia	Fresno, Tolima	Café	\$ 5.000	Cuenta con trayectoria en el mercado local, lo que le ha permitido posicionarse en la mente del consumidor. Dispone de un espacio amplio y una infraestructura consolidada que facilita la atención de un mayor	Su oferta se centra principalmente en la venta de café, sin incorporar una experiencia integral para el cliente. No incluye procesos de interacción como tostado, molienda o preparación guiada.
Café Origen Fresno	Fresno, Tolima	Café	\$ 4.000	Cuenta con reconocimiento en el municipio y expansión comercial (dos sedes), lo que evidencia estabilidad y posicionamiento. Ofrece café y derivados relacionados con el barismo.	Su enfoque está orientado a la comercialización de productos, sin desarrollar experiencias educativas o sensoriales para el cliente. No integra actividades como talleres, procesos vivenciales o conexión directa
Cafetería los Pintaitos	Fresno, Tolima	Café	\$ 1.200	Cuenta con una trayectoria en el mercado local, lo que le ha permitido consolidar una base de clientes recurrentes. Dispone de un espacio amplio que facilita la atención de público y el consumo en sitio,	Su oferta se limita a un modelo de cafetería tradicional, sin especialización en café ni enfoque en calidad diferenciada. No incorpora experiencias, procesos educativos ni valor agregado en

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

Este proyecto se diferencia de la oferta existente en el municipio de Fresno, Tolima, al no centrarse únicamente en la venta de café, sino en la construcción de una experiencia integral que conecta al consumidor con el origen, el proceso y el valor real del producto. A diferencia de las cafeterías tradicionales y puntos de venta actuales, el proyecto propone una experiencia vivencial del café, donde el cliente participa activamente en procesos como el tostado, la molienda y la preparación, generando mayor valor percibido y una conexión más profunda con el consumo.

Asimismo, incorpora un componente educativo y formativo mediante talleres de barismo, cultura cafetera y jardinería, fortaleciendo el conocimiento del cliente y promoviendo una cultura de consumo más consciente y especializada en el territorio. El proyecto también se posiciona como una vitrina para caficultores locales, permitiendo visibilizar y comercializar

café de la región directamente al consumidor, lo que contribuye al fortalecimiento de la economía local y al reconocimiento de la calidad del café producido en Fresno. Adicionalmente, integra diversas líneas de servicio como estación de café especializado, métodos de preparación (espresso y filtrados) y servicio a domicilio, lo que amplía su cobertura y

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:

Este proyecto consiste en la creación de un espacio especializado en café en el municipio de Fresno, Tolima, enfocado en ofrecer una experiencia integral que conecta al consumidor con el origen, el proceso y el valor del café de la región, bajo un enfoque sostenible y de bienestar.

A diferencia de las cafeterías tradicionales, esta iniciativa no se limita a la venta del producto, sino que permite al cliente vivir el café, participando en procesos como el tostado, la molienda y la preparación, generando una experiencia sensorial, educativa y diferenciada.

El proyecto integra una estación de café especializado con métodos de preparación como espresso y filtrados, así como servicio a domicilio, facilitando el acceso a café de calidad para diferentes tipos de

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:	Espacio bio de café especializado en Fresno, Tolima, que integra experiencia cafetera, naturaleza y aprendizaje.
Ayuda:	A consumidores locales, turistas y amantes del café a comprender, disfrutar y valorar el café de calidad y su origen.
Que:	Permite vivir el proceso del café (tostar, moler y preparar), acceder a productos diferenciados, conectarse con prácticas sostenibles y participar en actividades de jardinería y cultivo de plantas ornamentales.
Mediante:	Experiencias vivenciales, talleres de barismo y jardinería, estación de café especializado (espresso y filtrados), comercialización de plantas y café local, y servicio a domicilio.



5. PRODUCTOS O SERVICIOS

Relacione y describa los productos o servicios a ofrecer al cliente. Describalos, 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
Bebidas Frías	Bebidas a base de café preparadas en frío, combinadas con hielo, leche, especias naturales (canela, cúrcuma, albahaca) y salsas (chocolate, fresa, arequipe, kiwi), así como siropes de sabores (maracuyá, fresa, mora, piña y aromáticas). Se ofrecen en presentaciones tipo frappé e iced coffee, enfocadas en brindar una experiencia refrescante y diferenciada.	Onzas (Oz)	Vasos de 4 oz a 14 oz
Bebidas Calientes	Bebidas a base de café preparado en métodos especializados (espresso y filtrados), complementadas con ingredientes como frutas, aromáticas y féculas, generando una oferta variada que combina tradición e innovación en el consumo de café.	Onzas (Oz)	Vasos de 4 oz a 14 oz
Plantas Ornamentales	Comercialización de plantas ornamentales y de cultivo, incluyendo especies duraderas y de cosecha, orientadas a promover la jardinería, el bienestar y la conexión con la naturaleza como parte del concepto bio del proyecto.	Unidad (según tamaño de matera)	Materas pequeñas, medianas y grandes (según diámetro y tipo de planta)

Por ejemplo:
Producto: Huevo
AAA Descripción:
Huevo AAA de
galina 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, empaacar, 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

Bebidas Frías			
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)
Recepción y selección de insumos (café, leche, frutas, siropes y especias), verificando calidad, frescura y almacenamiento adecuado.	15 – 20 minutos diarios	Nevera, estanterías, recipientes de almacenamiento	Administrador / Barista
Dosificación y preparación del café base (espresso o filtrado) y enfriamiento previo para bebidas frías.	5 – 10 minutos por preparación	Máquina de espresso, molino, métodos de filtrado	Barista
Preparación de la bebida: mezcla de café con hielo, leche, frutas, siropes, salsas y especias según receta (frappé o iced).	3 – 5 minutos por bebida	Licuadaora, vasos medidores, utensilios de mezcla	Barista
Decoración, presentación y entrega del producto al cliente, asegurando calidad y experiencia.	1 – 2 minutos	Vasos, tapas, pitillos, servilletas	Barista
Preparación de café tipo cold brew (extracción en frío), mediante la inmersión de café molido en agua filtrada, seguido de un proceso de reposo controlado y posterior filtrado. Este método permite obtener un café de baja acidez, perfil suave y mayor concentración, lo que mejora la calidad de las bebidas frías y amplía la oferta especializada del establecimiento.	12 – 18 horas (mínimo 12 horas de reposo)	Recipientes de vidrio o acero, filtros (tela o papel), molino de café, refrigeración	Barista
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
20	8	24	3.840

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

Bebidas Calientes			
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)
Recepción y verificación de insumos (café, leche, frutas, aromáticas y féculas), asegurando calidad, frescura y adecuado almacenamiento.	15 – 20 minutos diarios	Nevera, recipientes de almacenamiento, estanterías	Administradora / Barista

Molienda del café según el método de preparación (espresso o filtrado), garantizando granulometría adecuada para cada bebida.	1 – 2 minutos por preparación	Molino de café	Barista
Preparación del café base mediante máquina de espresso o métodos filtrados, controlando temperatura, presión y tiempo de extracción.	2 – 4 minutos por bebida	Máquina de espresso, cafeteras de filtrado	Barista
Integración de ingredientes (leche, frutas, aromáticas o féculas) y preparación final de la bebida caliente según receta.	2 – 4 minutos por bebida	Espumador de leche, utensilios de mezcla, cocina o calentador	Barista
Presentación, entrega al cliente y control de calidad del producto.	1 – 2 minutos	Tazas, servilletas	Barista
Recepción y bienvenida al cliente, identificación de preferencias y breve explicación del concepto de café especializado y opciones disponibles.	2 – 3 minutos	Carta de productos, espacio de atención	Barista / Administrador
Explicación del origen del café, método de preparación seleccionado y perfil de sabor, generando una experiencia educativa y sensorial.	2 – 4 minutos	Muestras de café, utensilios de preparación	Barista
Preparación del café en presencia del cliente (espresso o filtrado), explicando cada paso del proceso para fortalecer la conexión con el producto.	3 – 5 minutos	Máquina de espresso, molino, métodos de filtrado	Barista

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	8	24	2.880

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

Plantas Ornamentales			
Actividad a realizar (No solo coloque la actividad, descríbala)	Tiempo para realizarla (Días, horas, minutos)	Equipo o Maquinaria requerida	Quién realiza la actividad (Ej: Administrador, operario, veterinario, agrónomo)
Preparación del sustrato y materas; Selección y mezcla de tierra, abonos y acondicionamiento de materas para siembra.	2-4 horas (según volumen)	Palas, tamiz, recipientes, guantes	Administrador
Ubicación de semillas o traslado de plántulas a materas o camas de cultivo.	4-6 horas	Regaderas, bandejas, herramientas manuales	Administrador
Aplicación de agua, fertilizantes y control básico del crecimiento.	30-60 min diarios	Sistema de riego o mangueras, fertilizantes	Administrador
Revisión de plagas y enfermedades, aplicación de tratamientos preventivos o correctivos.	1-2 horas (2-3 veces por semana)	Fumigadora, insumos químicos/biológicos	Administrador
Corte de hojas o ramas para mejorar estética y crecimiento de la planta.	2-3 horas	Tijeras de poda, guantes	Administrador

Selección de plantas por calidad, tamaño y presentación comercial.	2-3 horas	Mesas de trabajo, etiquetas	Administrador
Venta directa, empaque y entrega al cliente.	Variable (según demanda)	Material de empaque, transporte	Administrador

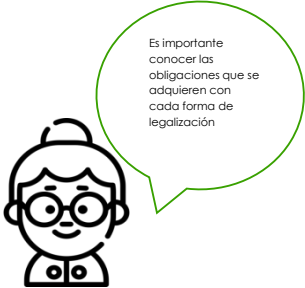
CAPACIDAD INSTALADA PRODUCTO O SERVICIO 3:			
Es el cálculo de la cantidad máxima que usted puede producir o atender del producto o servicio 3 con lo que tiene disponible, teniendo en cuenta sus herramientas, el tiempo de trabajo y el apoyo de las personas que participan en la actividad. No se calcula 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
10	8	24	1.920

7. TRÁMITES LEGALES (PERMISOS Y LICENCIAS)

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

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

¿Cuál?



¿Cuáles son las normas, permisos, registros, licencias, notificaciones, requeridos para funcionar? **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.			
Constitución legal	Registro del negocio en Cámara de Comercio. Incluye definición de actividad económica (CIIU), matrícula mercantil, inscripción en el RUT ante la DIAN y apertura de cuenta bancaria empresarial.	\$ 450.000	3 Días
Actualizar Rut	Define responsabilidades tributarias (IVA, renta, etc.). Obligatorio para facturar y operar legalmente.	Sin costo	1 Días

Uso de suelo	Verificación ante la alcaldía de que la actividad (vivero, cultivo, comercialización) está permitida en la ubicación del negocio.	\$ 80.000	8 Días
Registro ICA	Registro como productor o comercializador de material vegetal. Controla sanidad vegetal y trazabilidad. Obligatorio si produces o movilizas plantas.	\$ 300.000	30 Días
Renovación Manejo De Alimentos	Renovación anual del certificado de manejo de alimentos	\$ 80.000	8 Días
Facturación electrónica	Habilitación para emitir facturas electrónicas. Puede hacerse directamente o con proveedor tecnológico. (300 facturas)	\$ 450.000	8 Días
Afiliación a seguridad social	Registro en salud, pensión y riesgos laborales para el emprendedor y/o empleados.	\$ 456.000	1 Días
TOTAL		\$ 1.816.000	

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>)
Creación y gestión de redes sociales (instagram, Facebook y tiktok), con contenido sobre preparación de café, experiencias del cliente, procesos de tostado, jardinería y promoción de productos		\$ 2.000.000
Publicidad local mediante volantes, pendones y señalización en puntos estratégicos del municipio y vías de alto flujo (turismo hacia eje cafetero).		\$ 500.000
Activaciones y eventos de experiencia (talleres de café, charlas, jornadas de siembra y jardinería) para atraer clientes y generar voz a voz y Alianzas con turismo rural, fincas cafeteras y comercios locales para promoción cruzada del negocio		\$ 1.500.000
TOTAL		\$ 4.000.000

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

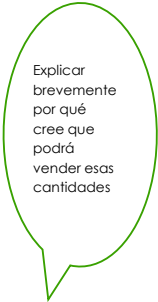
		Describa la actividad a realizar (Para que la acción quede contabilizada en el indicador Eventos de mercadeo debe diligenciar la actividad a realizar)	Cuánto vale para el primer año (Valor en \$) (Si diligenció alguna acción a realizar, debe asignarle valor aquí, si el costo de la acción es \$0, <u>colocar \$0</u>)
Estrategia de promoción	Marque X		
Entrega puerta a puerta	X	promovido a través de redes sociales y canales digitales, con enfoque en consumidores locales que buscan comodidad y acceso a productos de	\$ 500.000
Muestra del producto	X	punto de venta y eventos locales, incluyendo preparación en vivo y explicación del proceso, para atraer clientes y generar experiencia directa	\$ 1.500.000
Otra	X	siembra de plantas ornamentales y demostraciones del proceso del café, orientadas a generar recordación de marca y atraer turismo local.	\$ 1.000.000
Ninguna			
Total			\$ 3.000.000

		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	X	urbana de Fresno, donde se ofrece la experiencia completa de consumo de café especializado, talleres, actividades de jardinería y venta de plantas	\$ 500.000
A domicilio	X	domicilio, gestionado por canales digitales (WhatsApp y redes sociales), dirigido a clientes locales que buscan comodidad y acceso rápido al	\$ 500.000
Con distribuidores	X	para ofrecer experiencias de café y venta de productos, ampliando el alcance del negocio a visitantes y turistas.	\$ 300.000
Otro			
Total			\$ 1.300.000

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	La proyección de ventas del proyecto se fundamenta en la ubicación estratégica del municipio de Fresno, Tolima, el cual se encuentra en proceso de consolidación como territorio cafetero y corredor de tránsito hacia el Eje Cafetero, Bogotá y Medellín, lo que genera flujo constante de consumidores locales y visitantes. Adicionalmente, existe una demanda insatisfecha en el municipio relacionada con experiencias de café especializado, ya que la oferta actual se limita principalmente a la venta tradicional del producto, sin integrar procesos educativos, sensoriales o de conexión con el origen. El proyecto responde a esta necesidad mediante una propuesta diferenciada basada en la experiencia (tostado, molienda y preparación), talleres de café y jardinería, y la integración de un enfoque bio, lo cual permite captar tanto consumidores cotidianos como clientes interesados en productos de mayor valor.
--	---



Incremento			
Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
5.0%	5.0%	5.0%	5.0%

Indique el precio del producto o servicio para el primer año (Casillas sombreadas en gris)

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bebidas Frias	\$ 7.400	\$ 7.770	\$ 8.159	\$ 8.566	\$ 8.995
Bebidas Calientes	\$ 5.000	\$ 5.250	\$ 5.513	\$ 5.788	\$ 6.078
Plantas Ornamentales	\$ 32.000	\$ 33.600	\$ 35.280	\$ 37.044	\$ 38.896

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		Bebidas Frias						
	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4	
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingr
Mes 1		\$ 0	800	\$ 6.216.000	900	\$ 7.342.650	1000	\$ 8.566.000
Mes 2		\$ 0	820	\$ 6.371.400	920	\$ 7.505.820	1020	\$ 8.732.000
Mes 3		\$ 0	840	\$ 6.526.800	940	\$ 7.668.990	1040	\$ 8.902.000
Mes 4	760	\$ 5.624.000	860	\$ 6.682.200	960	\$ 7.832.160	1060	\$ 9.068.000
Mes 5	780	\$ 5.772.000	880	\$ 6.837.600	980	\$ 7.995.330	1080	\$ 9.234.000
Mes 6	800	\$ 5.920.000	900	\$ 6.993.000	1000	\$ 8.158.500	1100	\$ 9.400.000
Mes 7	820	\$ 6.068.000	920	\$ 7.148.400	1020	\$ 8.321.670	1120	\$ 9.566.000
Mes 8	840	\$ 6.216.000	940	\$ 7.303.800	1040	\$ 8.484.840	1140	\$ 9.732.000
Mes 9	860	\$ 6.364.000	960	\$ 7.459.200	1060	\$ 8.648.010	1160	\$ 9.898.000

Mes 10	880	\$ 6.512.000	980	\$ 7.614.600	1080	\$ 8.811.180	1180	\$ 10.112.000
Mes 11	900	\$ 6.660.000	1000	\$ 7.770.000	1100	\$ 8.974.350	1200	\$ 10.224.000
Mes 12	920	\$ 6.808.000	1020	\$ 7.925.400	1120	\$ 9.137.520	1220	\$ 10.400.000
TOTAL	7560	\$ 55.944.000	10920	\$ 84.848.400	12120	\$ 98.881.020	13320	\$ 114.112.000

PRODUCTO O SERVICIO 2		Bebidas Calientes						
	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4	
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos
Mes 1		\$ 0	900	\$ 4.725.000	1000	\$ 5.512.500	1100	\$ 6.300.000
Mes 2		\$ 0	940	\$ 4.935.000	1040	\$ 5.733.000	1140	\$ 6.555.000
Mes 3		\$ 0	980	\$ 5.145.000	1080	\$ 5.953.500	1180	\$ 6.822.000
Mes 4	920	\$ 4.600.000	1020	\$ 5.355.000	1120	\$ 6.174.000	1220	\$ 7.062.000
Mes 5	960	\$ 4.800.000	1060	\$ 5.565.000	1160	\$ 6.394.500	1260	\$ 7.290.000
Mes 6	1000	\$ 5.000.000	1100	\$ 5.775.000	1200	\$ 6.615.000	1300	\$ 7.520.000
Mes 7	1040	\$ 5.200.000	1140	\$ 5.985.000	1240	\$ 6.835.500	1340	\$ 7.752.000
Mes 8	1080	\$ 5.400.000	1180	\$ 6.195.000	1280	\$ 7.056.000	1380	\$ 7.986.000
Mes 9	1120	\$ 5.600.000	1220	\$ 6.405.000	1320	\$ 7.276.500	1420	\$ 8.214.000
Mes 10	1160	\$ 5.800.000	1260	\$ 6.615.000	1360	\$ 7.497.000	1460	\$ 8.448.000
Mes 11	1200	\$ 6.000.000	1300	\$ 6.825.000	1400	\$ 7.717.500	1500	\$ 8.688.000
Mes 12	1240	\$ 6.200.000	1340	\$ 7.035.000	1440	\$ 7.938.000	1540	\$ 8.916.000
TOTAL	9720	\$ 48.600.000	13440	\$ 70.560.000	14640	\$ 80.703.000	15840	\$ 91.632.000

PRODUCTO O SERVICIO 3		Plantas Ornamentales						
	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4	
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos
Mes 1		\$ 0	450	\$ 15.120.000	480	\$ 16.934.400	510	\$ 18.801.000
Mes 2		\$ 0	460	\$ 15.456.000	490	\$ 17.287.200	520	\$ 19.200.000
Mes 3		\$ 0	470	\$ 15.792.000	500	\$ 17.640.000	530	\$ 19.602.000
Mes 4	430	\$ 13.760.000	480	\$ 16.128.000	510	\$ 17.992.800	540	\$ 20.004.000
Mes 5	440	\$ 14.080.000	490	\$ 16.464.000	520	\$ 18.345.600	550	\$ 20.310.000
Mes 6	450	\$ 14.400.000	500	\$ 16.800.000	530	\$ 18.698.400	560	\$ 20.712.000
Mes 7	460	\$ 14.720.000	510	\$ 17.136.000	540	\$ 19.051.200	570	\$ 21.114.000
Mes 8	470	\$ 15.040.000	520	\$ 17.472.000	550	\$ 19.404.000	580	\$ 21.470.000
Mes 9	480	\$ 15.360.000	530	\$ 17.808.000	560	\$ 19.756.800	590	\$ 21.822.000
Mes 10	490	\$ 15.680.000	540	\$ 18.144.000	570	\$ 20.109.600	600	\$ 22.178.000
Mes 11	500	\$ 16.000.000	550	\$ 18.480.000	580	\$ 20.462.400	610	\$ 22.530.000
Mes 12	510	\$ 16.320.000	560	\$ 18.816.000	590	\$ 20.815.200	620	\$ 22.882.000
TOTAL	4230	\$ 135.360.000	6060	\$ 203.616.000	6420	\$ 226.497.600	6780	\$ 251.118.000

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 (\$)
Arriendo Local	\$ 1.500.000	12	\$ 18.000.000
Servicios Públicos (agua, electricidad y gas)	\$ 1.000.000	12	\$ 12.000.000
Mantenimientos (Cafetera, Molino, licuadora, etc)	\$ 600.000	8	\$ 4.800.000
Insumos de limpieza	\$ 150.000	12	\$ 1.800.000
Publicidad básica (Redes, emisora, impresiones)	\$ 400.000	12	\$ 4.800.000
Software o sistema de ventas	\$ 100.000	12	\$ 1.200.000
Fumigación control de plagas	\$ 200.000	6	\$ 1.200.000
			\$ 0
TOTAL	\$ 3.950.000		\$ 43.800.000

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				Bebidas Frías
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario (\$)	Cantidad por unidad de producto	Valor Total (\$)
Café (grano molido)	Gramos	\$ 200	9	\$ 1.800
Leche	Millilitros	\$ 600	1	\$ 600
Hielo	Unidad	\$ 500	1	\$ 500
Sirope / saborizantes	Millilitros	\$ 500	2	\$ 1.000
Vaso, tapa y pitillo	Unidad	\$ 200	1	\$ 200
TOTAL				\$ 4.100

COSTOS VARIABLES PRODUCTO 2				Bebidas Calientes
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario (\$)	Cantidad por unidad de producto	Valor Total (\$)
Café (grano molido)	Gramos	\$ 200	9	\$ 1.800
Vaso, tapa y pitillo	Unidad	\$ 200	1	\$ 200
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
TOTAL				\$ 2.000

COSTOS VARIABLES PRODUCTO 3				Plantas Ornamentales
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario	Cantidad por unidad de producto	Valor Total
Bolsas ecologicas	Unidad	\$ 200	1	\$ 200
Tierra	Gramos	\$ 50	250	\$ 12.500

Planta	Unidad	\$ 15.000	1	\$ 15.000
				\$ 0
				\$ 0
TOTAL				\$ 27.700

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

PRODUCTOS O SERVICIOS	Bebidas Frias	Bebidas Calientes	Plantas Ornamentales
Precio de Venta	\$ 7.400	\$ 5.000	\$ 32.000
Costo Variable	\$ 4.100	\$ 2.000	\$ 27.700
Margen de contribución	\$ 3.300	\$ 3.000	\$ 4.300
% Participación	40%	45%	15%
Margen de contribución ponderado	\$ 1.320	\$ 1.350	\$ 645
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades totales)	1191,553544		
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades por producto o servicio)	477	536	179

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	\$ 8.300.000	\$ 8.715.000	\$ 9.150.750	\$ 9.608.288	\$ 1
Papelería y suministros administrativos							
Valor mensual: \$100.000	\$ 1.200.000	1	\$ 1.200.000	\$ 1.260.000	\$ 1.323.000	\$ 1.389.150	\$
Transporte y logística (domicilios / con	\$ 120.000	12	\$ 1.440.000	\$ 1.512.000	\$ 1.587.600	\$ 1.666.980	\$
			\$ 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			\$ 10.940.000	\$ 11.487.000	\$ 12.061.350	\$ 12.664.418	\$ 1

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
Administradora	Contrato Laboral a término fijo	Gestión general del negocio, compras de insumos, control de inventarios, manejo de caja, atención al cliente y coordinación de actividades de café y jardinería.	\$ 1.750.905	SI	\$ 2.692.192	6
					\$ 0	
					\$ 0	
					\$ 0	
					\$ 0	
					\$ 0	
					\$ 0	
					\$ 0	
					\$ 0	
					\$ 0	
TOTAL					\$ 2.692.192	

Indique el número de empleos indirectos que se impactan con la implementación de su iniciativa	1
--	---

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

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

Rubros Financiables por el Fondo Emprender CREAR

- Pago de salarios u honorarios. (En la solicitud al Fondo Emprender considere al menos 4 meses por cada empleo)
- Insumos para el ciclo productivo (materia prima y bienes en proceso) que contribuyan de manera directa o que forman parte del proceso de producción.
- Adquisición de maquinaria, equipos y software.
- Costos que se generen por permisos, licencias y registros, requeridos por la ley para el normal funcionamiento de la iniciativa empresarial.
- Las adecuaciones o remodelaciones estructurales y locativas del inmueble donde se desarrollará la iniciativa empresarial.
- 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.
- Adquisición de franquicias, siempre y cuando, además de los criterios señalados en el presente Acuerdo, este modelo de negocio genere valor agregado sustentado.

1. INVERSIONES FIJAS

En este punto se debe describir

Infraestructura, Terrenos y Construcciones

Maquinaria y Equipo

Muebles y Enseres

Equipo de transporte y carga

Equipos de cómputo, comunicaciones y otras herramientas

Semovientes

Cultivos permanentes

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



Rubro Financiable (Seleccione de la lista desplegable)	Descripción	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Compra de tostadora de café, pipeta de gas, máquina de espresso, molino, licuadora industrial, vitrina pastelera, congelador, tetera eléctrica con control de temperatura y cuello de ganso, equipos de preparació	\$ 20.000.000	1	\$ 20.000.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Adquisición de mesas, sillas, barra de atención, estantes para plantas ornamentales y mobiliario necesario para la experiencia del cliente y exhibición de productos.	\$ 5.000.000	1	\$ 5.000.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Compra de computador, sistema de ventas (POS), datáfono y equipo de sonido para ambientación del espacio.	\$ 4.000.000	1	\$ 4.000.000
Adecuaciones o remodelaciones estructurales	Adecuaciones de infraestructura, instalación de redes eléctricas, gas, agua, iluminación y adecuación del espacio para funcionamiento del negocio.	\$ 3.000.000	1	\$ 3.000.000
Insumos para el ciclo productivo	Compra inicial de plantas ornamentales, materas, tierra, insumos de jardinería y materia prima para el inicio de operación (café, leche, siropes, insumos básicos).	\$ 2.000.000	1	\$ 2.000.000
Permisos, licencias y registros	Compra inicial de plantas ornamentales, materas, tierra, insumos de jardinería y materia prima para el inicio de operación (café, leche, siropes, insumos básicos).	\$ 3.000.000	1	\$ 3.000.000
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0

Límites r financie
Adquisición c de bienes m vehículos aut
Adecuaci remodela estructu
Adecuacione
Tasas para el i derechos de p intelectual o

				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
TOTAL INVERSIONES FIJAS				\$ 37.000.000

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

GASTOS ANTES DE INICIAR (PREOPERATIVOS)				
Rubro Financiable (Seleccione de la lista desplegable)	Descripción	Valor Unitario	Cantidad	Valor
Estrategia de comunicación		\$ 8.300.000	1	\$ 8.300.000
Adquisición o arriendo de bienes muebles y vehículos automotores	Arriendo y expasión de local	\$ 1.000.000	6	\$ 6.000.000
Insumos para el ciclo productivo	Compra de café pergamino para tostión en diferente varietales	\$ 3.000.000	3	\$ 9.000.000
Pago de salarios u honorarios	Pago de gastos adminitrivos y gerencia del proyecto	\$ 2.000.000	4	\$ 8.000.000
Pago de salarios u honorarios	Asistente contable para el correcto desarrollo de los recursos	\$ 1.000.000	4	\$ 4.000.000
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0

				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS				\$ 35.300.000

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 integrantes permitidos
VALOR SOLICITADO AL FONDO EMPRENDER	\$ 72.300.000	Cumple recursos para el número de integrantes registrados
EMPLEOS A GENERAR	1	Cumple empleos a generar
CUMPLE CON RECURSOS, INTEGRANTES Y EMPLEOS	Cumple	

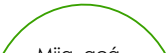
Se muestran los rangos y montos definidos en el Acuerdo 007 de 2025; sin embargo, los términos de referencia tienen la facultad de definir algunos de ellos. Se debe revisar los términos de referencia de la Convocatoria para conocer los rangos y montos permitidos en las postulaciones

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

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

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

Se cuenta con conocimientos básicos en normativas relacionadas con el sector agropecuario y ambiental, así como comprensión de requisitos para formalización de negocio. Se ha iniciado la identificación de trámites necesarios para el funcionamiento del establecimiento (permisos, registros y normativas aplicables).



Comercial

Se ha desarrollado formación en servicio al cliente, lo que permite estructurar una atención enfocada en la experiencia del usuario. Se tiene claridad en la propuesta de valor y en el enfoque del mercado objetivo, orientado a consumidores de café y experiencias relacionadas con la naturaleza.

Técnico

Se cuenta con formación en barismo y preparación de bebidas calientes, así como conocimientos en procesos agronómicos y seminarios en fermentación de café. Adicionalmente, se posee formación como tecnóloga en administración de empresas agropecuarias, lo que fortalece la gestión del negocio y la comprensión del sector productivo.

Ambiental

Se tiene formación en normas ambientales aplicadas a jardinería, así como conocimientos en diseño de jardines y manejo de plantas ornamentales, lo que permite integrar prácticas sostenibles dentro del modelo de negocio y desarrollar el componente bio del proyecto.

Ventas

Se cuenta con bases en atención al cliente y experiencia en interacción con usuarios, lo que facilita la generación de confianza, fidelización y desarrollo de estrategias de venta basadas en la experiencia del consumidor. Se brindan servicios de experiencia barismo y extasión de cafe en evento y alquileres



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

Redes: https://www.instagram.com/mart_ha377/ Clienete: Gustavo Adolfo Castoño: 3144893756 Cliente: Omar Julian Valdes: 3123646488 Cenit (Rafael Angel): 3138879450

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 (\$)
inversión fuerte (equipos y adecuación)	\$ 4.000.000								
Maquinaria y equipos		\$ 20.000.000	\$ 9.800.000						
Muebles y enseres		\$ 7.000.000	\$ 9.500.000						
Equipos de cómputo y sonido		\$ 4.000.000	\$ 4.000.000						
Adecuaciones técnicas		\$ 1.500.000	\$ 1.500.000						
Insumos iniciales y bio (plantas)			\$ 4.000.000						
Capacitación y permisos			\$ 3.000.000						
Compra de café pergamino para tostión en diferente variedades			\$ 4.000.000						
TOTAL	\$ 4.000.000	\$ 32.500.000	\$ 35.800.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0

TOTAL PLAN OPERATIVO	\$ 72.300.000	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	El proyecto contribuirá al fortalecimiento de la economía local mediante la generación de empleo directo e indirecto, la compra de café a productores de la región y la dinamización del comercio en el municipio de Fresno. Además, promueve el consumo de productos locales con valor agregado, lo que mejora los ingresos de los caficultores y actores del territorio.
Ambiental	El proyecto incorpora prácticas sostenibles a través de actividades de jardinería, promoción de plantas ornamentales y educación ambiental. Se fomenta el uso responsable de recursos, el manejo adecuado de residuos y la sensibilización del cliente frente al cuidado del entorno natural, fortaleciendo una cultura ambiental en la comunidad.
Social	Se genera un espacio de encuentro para la comunidad donde se promueve la cultura del café, el aprendizaje y la interacción social. A través de talleres y experiencias, se fortalece el conocimiento local, se promueve el emprendimiento y se mejora la calidad de vida de los habitantes mediante espacios de bienestar y educación.
Tecnológico	El proyecto implementa el uso de equipos especializados para la preparación de café, herramientas digitales para la gestión del negocio y canales de comunicación como redes sociales y domicilios digitales. Esto permite optimizar procesos, mejorar la experiencia del cliente y fortalecer la competitividad del negocio.

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	9	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	\$ 72.300.000	Debe darse cumplimiento a la ejecución de los recursos solicitados al Fondo Emprender
Producción a generar Año 1	21510	Unidades a producir o servicios a prestar en el Año 1
Ventas a generar Año 1	\$ 239.904.000	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?

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?

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.