



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

ID del proyecto

119820

Convocatoria a la que postula la iniciativa

156 - 1C / Economía Popular

Fecha de diligenciamiento

domingo, 5 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

MAIRA ALEJANDRA DUSSAN VELEZ

TIPO DE DOCUMENTO

CC

NÚMERO

1.110.523.400

NOMBRE DE LA INICIATIVA

CERDITOLIMA

DEPARTAMENTO

Tolima

MUNICIPIO

Ibagué

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

TODOS_LOS_SECTORES

SECTOR (Previamente seleccione la categoría)

COMERCIO_AL_POR_MAYOR_Y_AL_POR_MENOR_REPARACIÓN_DE_VEHÍCULOS_

ACTIVIDAD ECONÓMICA (Previamente seleccione el sector)

4723 Comercio al por menor de carnes (incluye aves de corral), productos cárnicos, pescados y

Tipo de proyecto

Asociativo

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

5

¿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.

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.

Atención a esta información



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, es decir, si tiene los ingresos suficientes y la frecuencia para poder pagar por el producto o servicio. Señale si trabaja y en qué, su estado civil, la estructura familiar, si tiene hijos y si vive en casa propia o en arriendo. También describa sus hábitos de consumo, como cada cuánto compra, qué cantidad consume y qué prefiere al momento de elegir. Incluya cifras o estadísticas que ayuden a mostrar mejor este perfil. Indique el tamaño del mercado desde lo general a lo particular con los criterios que se consideraron para su determinación.

CUALIDADES DEL CLIENTE O CONSUMIDOR

En este espacio debe describir con detalle cómo es su cliente en cuanto a gustos y preferencias. Mencione qué cosas le gustan, qué le da miedo, qué lo hace feliz y cuáles es su estilo de vida, actividades que realiza, intereses, opiniones, personalidad, ventajas deseadas del producto, usos que da al producto, ocasiones en que lo compra, frecuencia de compra, cantidad de compra, medios de pago (efectivo, transferencia, crédito), valores y creencias. También puede contar qué le gusta comer, si disfruta viajar u otras actividades que hagan parte de su vida. La idea es conocer al cliente como a un familiar cercano, entendiendo sus costumbres, motivaciones y forma de vivir, para saber mejor cómo ofrecerle el producto o servicio.

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

CLIENTE

CLIENTE 1: AMA DE CASA / RESPONSABLE DEL HOGAR

Ubicación y demografía: Vive en el sector de Ricaurte y zonas aledañas del sur de Ibagué, Tolima, en estratos 2 y 3. También incluye a personas que bajan desde Cajamarca y veredas cercanas a abastecerse en Ricaurte, aprovechando su paso hacia la ciudad donde encuentran mejor oferta y precios más competitivos que en su municipio. Tiene entre 28 y 55 años, género femenino en su mayoría, aunque también hombres jefes de hogar. Estado civil: casada o en unión libre. Estructura familiar de 1 a 5 personas en promedio. Vive generalmente en arriendo (60%) o casa propia (40%). Tiene entre 1 y 3 hijos en edad escolar o adolescente. Capacidad de compra e ingresos: Sus ingresos familiares oscilan entre \$1.300.000 y \$2.500.000 mensuales, provenientes de trabajo informal o formal, empleo doméstico, comercio pequeño o salario mínimo de algún miembro del hogar (DANE – ENPH 2016-2017). Destina entre el 35% y 40% de su ingreso a alimentación, es decir, entre \$455.000 y \$1.000.000 mensuales para la canasta familiar. De ese presupuesto, entre \$80.000 y \$200.000 mensuales se destinan a la compra de carnes, con un gasto promedio de \$120.000 mensuales por hogar en estrato 2-3 (DANE – ENPH 2016-2017). Paga principalmente en efectivo o por transferencia (Nequi/Daviplata). Hábitos de consumo: Compra carne de cerdo 2 a 3 veces por semana, en cantidades de 500 gramos a 2 kilogramos por compra. Prefiere establecimientos con buena presentación, higiene visible y precios claros. Valora que le ofrezcan el corte exacto que necesita y que el producto sea fresco del día. Consume principalmente lomo, chuleta y costilla para el almuerzo familiar. Le interesa el servicio a domicilio para los días de semana en que no puede desplazarse. Tamaño del mercado: Ibagué cuenta con aproximadamente 600.000 habitantes (DANE – Censo 2018, proyecciones 2023), de los cuales el 65% vive en estratos 1, 2 y 3, equivalente a aproximadamente 97.500 hogares en toda la ciudad. Para CERDITOLIMA, ubicado en el sector Ricaurte al sur de Ibagué, se estima una zona de influencia directa equivalente al 15% del sur de la ciudad, es decir, aproximadamente 14.625 hogares, más los 4.857 hogares del municipio de Cajamarca (DANE – Proyecciones 2023), cuya población transita frecuentemente hacia Ibagué. Si el 30% de estos hogares consume carne de cerdo semanalmente (Por Colombia 2023) con un gasto promedio de \$120.000 mensuales (DANE – ENPH 2016-2017), y sumando los negocios gastronómicos del sector, el mercado potencial de CERDITOLIMA en su zona de influencia directa se estima en

CLIENTE 2: PROPIETARIO DE RESTAURANTE, FONDA O NEGOCIO GASTRONÓMICO

Ubicación y demografía: Ubicado en el sector de Ricaurte, zonas aledañas del sur de Ibagué y sobre la vía Ibagué–Cajamarca, en zonas de comidas populares y alto tráfico de viajeros y trabajadores. Tiene entre 30 y 60 años, puede ser hombre o mujer. Es microempresario o trabajador independiente con educación básica o media. Trabaja entre 10 y 12 horas diarias en su negocio, que es también su principal fuente de ingreso familiar. Capacidad de compra e ingresos: Sus ingresos mensuales del negocio varían entre \$3.000.000 y \$8.000.000. Destina entre el 40% y 50% de sus ventas a materias primas, incluyendo carnes. Compra carne de cerdo en volúmenes de 10 a 50 kilogramos semanales según el tamaño del negocio, con un presupuesto mensual en carne de cerdo de \$500.000 hasta \$2.500.000. Paga en efectivo o por transferencia bancaria. Hábitos de consumo: Compra de lunes a domingo, preferiblemente en horas de la mañana (5 a.m. – 8 a.m.) para garantizar disponibilidad durante el día. Valora la frescura, la regularidad en el suministro, el precio estable y la entrega a domicilio en su local. Requiere cortes específicos: costilla para sancocho, lomo para fritanga, pierna para pernil y cabeza o vísceras para caldos. Su lealtad al proveedor depende de la puntualidad, la calidad constante y la relación precio-cantidad. Tamaño del mercado: Según la Cámara de Comercio de Ibagué, existen más de 4.200 establecimientos gastronómicos registrados en la ciudad. Se estima que el 15% opera en la zona sur de Ibagué, equivalente a unos 630 negocios, de los cuales el 40% utiliza carne de cerdo regularmente, es decir, aproximadamente 252 negocios. Con una compra promedio de \$500.000 mensuales por negocio, este segmento representa aproximadamente \$126.000.000 mensuales dentro del mercado potencial de CERDITOLIMA.

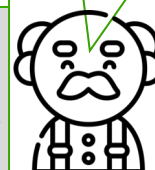
CONSUMIDOR

CONSUMIDOR 1: AMA DE CASA TOLIMENSE, COCINERA DEL HOGAR

Gustos y preferencias: Le encanta cocinar platos típicos tolimeses: lechona, tamales, fritanga, sancocho de costilla y pernil horneado en fechas especiales. Disfruta preparar comida abundante para su familia los fines de semana y le gusta que los ingredientes sean frescos y de buena calidad. Prefiere comprar desde la casa y le guardan su corte favorito.

CONSUMIDOR 2: JOVEN TRABAJADOR URBANO, CONSUMIDOR FRECUENTE DE DOMICILIOS

Gustos y preferencias: Le gustan las comidas rápidas con carne de cerdo: chuleta con arroz, lomo a la plancha, costillas BBQ y fritanga los fines de semana con amigos. Prefiere pedir a domicilio por WhatsApp o llamada, valorando la rapidez y la comodidad. Disfruta probar recetas nuevas que



carriada. Prefiere comprar donde la conocen y le guardan su carne lavada. Le agrada que el carnicero le dé consejos sobre cómo preparar cada pieza.

Miedos y preocupaciones: Le da miedo comprar carne en mal estado o con olores extraños. Le preocupa pagar caro por un producto que no rinda bien o que tenga mucha grasa o hueso. Desconfía de establecimientos sucios o sin refrigeración visible. Le incomoda que la pesen de menos o que el precio cambie sin aviso.

Qué lo hace feliz: La hace feliz llegar a casa con una carne fresca que huele bien y que rinda para toda la familia. La satisface cuando el vendedor le da el corte exacto que pidió, bien pesado y a buen precio. También le alegra poder pedir a domicilio cuando no puede salir, especialmente los días de semana.

Estilo de vida, actividades e intereses: Su vida gira en torno al hogar y la familia. Se levanta temprano, lleva a los hijos al colegio y administra los gastos del hogar. Usa WhatsApp para comunicarse con familiares y proveedores. Sigue páginas de recetas en Facebook e Instagram. En sus ratos libres ve novelas o escucha música popular colombiana. Los fines de semana cocina en familia o visita a parientes cercanos. Es leal a los negocios donde se siente bien atendida y reconocida.

Valores y creencias: Valora la honestidad, la familia y el trabajo. Prefiere comprar en el comercio local antes que en supermercados grandes. Tiene sentido del ahorro y planifica sus compras. Es práctica, directa y toma decisiones rápidas basadas en la confianza y el precio.

Comportamiento de compra: Compra 2 a 3 veces por semana entre 500 g y 1,5 kg por visita. Paga en efectivo o por Nequi. Consulta el precio antes de comprar y compara mentalmente con lo que pagó la semana anterior. Es fiel a su carnicería habitual, pero cambia si encuentra mejor calidad o precio. Le gustan las promociones de fin de semana y los combos (ej: lomo + costilla a precio especial).

valorando la rapidez y la comodidad. Disfruta probar recetas nuevas que ve en redes sociales. Le atrae una carnicería que publique en Instagram las ofertas del día con fotos llamativas de los cortes frescos.

Miedos y preocupaciones: Le preocupa recibir un pedido de domicilio con carne en mal estado por falta de refrigeración en el transporte. Le molesta esperar mucho tiempo o que el pedido llegue incompleto o equivocado. Desconfía de negocios sin presencia en redes sociales o sin reseñas de otros compradores.

Qué lo hace feliz: Lo hace feliz recibir su pedido rápido, fresco y bien empacado. Le agrada cuando el negocio le responde el WhatsApp de inmediato y le confirma la hora de entrega. Le entusiasma encontrar promociones los viernes o sábados para su reunión con amigos.

Estilo de vida, actividades e intereses: Tiene entre 20 y 40 años, vive solo o con compañeros en el sector de Ricaurte o zonas aledañas del sur de Ibagué en estrato 2 o 3, o llega desde Cajamarca por trabajo o estudio. Sale temprano y regresa en la tarde-noche. Usa el celular para todo: pagos, pedidos, redes sociales y comunicación. Le gustan los deportes, la música urbana y salir los fines de semana (DANE – GEIH).

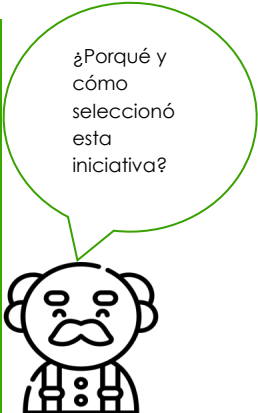
Valores y creencias: Valora la rapidez, la practicidad y el buen servicio. Prefiere pagar un poco más si la atención es buena y el producto llega en perfectas condiciones. Comparte sus experiencias en WhatsApp y recomienda o descarta negocios según su vivencia personal.

Comportamiento de compra: Compra 1 a 2 veces por semana entre 500 g y 1 kg por pedido. Paga por Nequi, Daviplata o transferencia bancaria. Decide la compra con rapidez, motivado por una foto en Instagram o una promoción del día. Si la experiencia es positiva, se convierte en embajador de CERDITOLIMA recomendando el negocio a toda su red de contactos.

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 Ibagué, Tolima, existe una problemática sanitaria y comercial real, documentada y vigente en torno a la comercialización de carne de cerdo. El 4 de abril de 2026, tres carnicerías fueron clausuradas de manera temporal por la Alcaldía Municipal, tras comprobar que operaban con presencia de plagas, especialmente cucarachas, deficiencias en la limpieza, productos almacenados de forma inadecuada y condiciones inapropiadas para la manipulación de carne. La Secretaría de Salud Municipal, Yennifer Guzmán, precisó que los cierres se mantendrán hasta que los propietarios corrijan la totalidad de las irregularidades, y no descartó nuevos cierres en las próximas visitas de inspección Qhubo (Q'hubo Ibagué, abril 2026; Tolima Stereo, abril 2026). En junio de 2025, un nuevo operativo en la Plaza de Mercado La 21, liderado por la Secretaría de Salud Municipal con apoyo de la Policía Metropolitana y PorColombia, resultó en la incautación de más de 160 kilogramos de productos cármicos en mal estado, identificándose ruptura de la cadena de frío y malas prácticas higiénicas que comprometen la seguridad de la carne para el consumo humano (Alerta Tolima, junio 2025; El Olfato, junio 2025). La Secretaría de Salud Municipal, Liliana Ospina, confirmó que estos operativos continuarían y se intensificarían en diferentes sectores de la ciudad (El Olfato, junio 2025). En febrero de 2025, luego de un operativo en la Plaza El Jardín, la Alcaldía cerró 4 establecimientos dedicados a la venta de carne, tras evidenciar más de 335 kilogramos con presencia de cucarachas, gusanos y avanzado estado de descomposición, con nulidad total en la cadena de frío (El Irreverente Ibagué, febrero 2025). Esta problemática no se limita al centro de la ciudad. Mediante observación directa del mercado en el sector Ricaurte, no se encontró registro de expendios especializados en carne de cerdo (Observación directa de mercado – Sector Ricaurte, sur de



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
PURO CERDO	Tolima, Ibagué	Costilla de Cerdo 1 Kilo	\$ 21.000	Trayectoria y reconocimiento en el mercado ibaguereño	Sin presencia digital ni canales modernos de venta: Puro Cerdo no cuenta con página web, redes sociales activas, dependiendo exclusivamente del tráfico presencial de clientes habituales. Según PorColombia –
SUPERMERCADO ÉXITO IBAGUÉ	Tolima, Ibagué	Costilla de Cerdo 1 Kilo	\$ 26.480	Amplia infraestructura comercial y capacidad financiera. Cadena de frío garantizada. Marca reconocida nacionalmente. Compra integrada con otros productos del hogar en un solo lugar.	Precios superiores entre un 15% y 25% frente a expendios especializados locales (DANE – IPC 2024; PorColombia – Boletín de precios porcícolas 2024). Ofrece únicamente cortes estandarizados sin posibilidad de
CARLIMA	Tolima, Ibagué	Costilla de Cerdo 1 Kilo	\$ 23.000	Empresa con presencia activa en redes sociales, reconocida en Ibagué como centro de experiencia en carnes y con portafolio variado de carnes.	No es especializada exclusivamente en carne de cerdo, lo que limita la profundidad de su oferta en cortes porcinos específicos. Al comercializar múltiples especies (bovino, porcino, cordero, pollo y

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

- Tras analizar los tres competidores identificados en el mercado de Ibagué, CREDITOLIMA presenta ventajas competitivas claras y sostenibles que ninguno de ellos ofrece de manera integral:
1. Especialización exclusiva en carne de cerdo A diferencia de Carlina que comercializa múltiples especies y del Éxito que vende cortes estandarizados empacados, CREDITOLIMA se dedica al 100% a la carne de cerdo, ofreciendo más de 10 tipos de corte especializados con asesoría personalizada al cliente en cada compra. Esta especialización es especialmente relevante para la zona sur de Ibagué y sus sectores aledaños, donde actualmente no existe ningún expendio especializado exclusivamente en carne de cerdo que atienda esta demanda insatisfecha.
 2. Cadena de frío completa y certificada Cumpliendo CREDITOLIMA íntegramente el Decreto 1500 de 2007 y la Resolución 240 de 2013, garantizando al consumidor un producto inocuo y seguro, a diferencia de los expendios tradicionales de Ibagué que han sido sancionados reiteradamente por incumplir estas normas (Secretaría de Salud de Ibagué, 2023-2025).
 3. Presencia digital activa y servicio a domicilio CREDITOLIMA operará con Instagram, Facebook y WhatsApp Business, siendo la primera carnicería especializada en cerdo de la zona sur de Ibagué y sus sectores aledaños con presencia digital activa. Adicionalmente ofrece servicio de domicilio en moto con malefín térmico, garantizando la cadena de frío desde el punto

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:

1. Descripción del Negocio
CREDITOLIMA será una carnicería asociativa especializada en la comercialización al por menor y/o por mayor de carne de cerdo fresca, ubicada en el sector Ricaurte, zona sur de Ibagué, Tolima, conformada por integrantes de la economía popular del departamento del Tolima, Municipio de Ibagué. Operará distribuyendo carne de cerdo en la ciudad de Ibagué Tolima adquirida directamente a poricultores del municipio de Planadas, Tolima, específicamente en la Granja Calderitas, con el Señor Sergio Andrés Gutiérrez Arias; eliminando intermediarios y garantizando frescura y trazabilidad desde el origen, apoyando así al poricultor local. Contará con equipamiento certificado bajo el Decreto 1500 de 2007 y la Resolución 240 de 2013. Atenderá de lunes a domingo con más de 7 cortes especializados: Lomo, Costilla, Pierna, Tocineta, Tocino barrigüero, Papada y Espinazo.

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:

CREDITOLIMA, carnicería asociativa especializada en carne de cerdo fresca de Ibagué, Tolima.

Ayuda:

A familias, amas de casa, restaurantes, fondas y negocios gastronómicos de Ibagué que buscan carne de cerdo fresca, de calidad garantizada y con un servicio confiable, rápido y personalizado.

Que:

Obtengan carne de cerdo fresca con cadena de frío certificada, más de 7 cortes especializados a su medida, atención experta tanto en el local como por redes sociales y servicio a domicilio con transporte refrigerado, todo a un precio justo y competitivo.

Mediante:

La operación de una carnicería tecnificada con cuarto frío industrial, personal capacitado en atención al cliente y gestión digital, compra directa de cerdos a poricultores del municipio de Planadas, Tolima. Específicamente en la Granja Calderitas, con el Señor Sergio Andres Gutierrez Arias y dando cumplimiento estricto de las normas sanitarias del Decreto 1500 de 2007 y la Resolución 240 de 2013, garantizando al consumidor ibaguereño un producto fresco, trazable y seguro desde el campo



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
LOMO DE CERDO	Corte magro proveniente de la parte dorsal del cerdo, entre las costillas y la cadera. Es uno de los cortes más apetecidos por su bajo contenido de grasa y alto valor proteico. Ideal para preparar chuletas a la plancha, asados, homeados y para fritanga tolimese. CREDITOLIMA lo ofrecerá fresco del día, cortado a la medida del cliente, con cadena de frío garantizada desde su llegada al local hasta el momento de la venta.	Kilo	A granel pesado en gramera digital certificada. Empacado en bolsa plástica o al vacío para mayor conservación. Según preferencia del cliente.
COSTILLAS DE CERDO	Corte lateral del cerdo que incluye el hueso de las costillas con carne adherida. Producto de alta demanda en la gastronomía tolimese y colombiana, especialmente para preparar sancochos, asados a la parrilla, estofados y sopas. CREDITOLIMA las ofrecerá en costillar entero o en porciones trozadas según el requerimiento del cliente, garantizando frescura y corte especializado.	Kilo	En costillar entero o en porciones trozadas. Empacado en bolsa plástica o al vacío para mayor conservación. Según preferencia del cliente.
PIERNA DE CERDO	Corte trasero del cerdo, considerado el producto estrella de la gastronomía tolimese por ser la base del tradicional pernil homeado. Se ofrece entera con hueso, entera sin hueso o en porciones según el pedido. Es el corte de mayor peso por pieza, con un rendimiento alto en carne aprovechable, ideal para eventos, celebraciones familiares y pedidos institucionales de restaurantes y fondas.	Kilo	Entera con hueso, entera sin hueso o en porciones según pedido. Empacado en bolsa plástica o al vacío para mayor conservación. Según preferencia del cliente.

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, 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

LOMO DE CERDO			
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)
Compra y coordinación con el proveedor de Planadas, Tolima El gerente contacta directamente a los poricultores de Planadas, Tolima, negocia el precio, coordina la compra de los cerdos y programa la fecha de entrega. Verifica que el proveedor cuente con los documentos sanitarios exigidos por la autoridad competente y coordina el transporte de los cerdos en pie hasta Ibagué, verificando que el vehículo cumpla las condiciones sanitarias	1 hora	Teléfono, libro de trazabilidad	Gerente
TRANSPORTE, SACRIFICIO EN MATADERO CERTIFICADO Y TRASLADO AL LOCAL Los cerdos en pie son transportados desde Planadas hasta Ibagué en vehículo con condiciones sanitarias según el Decreto 1500 de 2007. El sacrificio se realiza exclusivamente en matadero autorizado por la Secretaría de Salud Municipal de Ibagué. Una vez obtenida la canal con sello sanitario, es transportada al local manteniendo	24 horas	Vehículo refrigerado del proveedor, instalaciones del matadero certificado, termómetro digital	Proveedor / Conductor / Operario del matadero
RECEPCIÓN, VERIFICACIÓN, ROTACIÓN PEPS Y ALMACENAMIENTO EN CUARTO FRÍO Al llegar al local, el cavero y/o despostador verifica la temperatura de la canal con termómetro digital, revisa el sello sanitario del matadero y confirma el peso en báscula industrial. Se registra en el libro de trazabilidad la fecha, hora, temperatura y peso recibido. Antes de colgar la nueva canal, el cavero y/o despostador revisa el	30 minutos de recepción + reorganización PEPS + 12 a 24 horas de almacenamiento	Termómetro digital, báscula industrial, libro de trazabilidad, cuarto frío, ganchos de acero inoxidable,	Cavero y/o Despostador
DESPOSTE Y OBTENCIÓN DEL LOMO El cavero y/o despostador extrae el lomo de la canal completa sobre la mesa de acero inoxidable. El lomo se ubica a lo largo de la columna vertebral del animal, con un rendimiento de 6 a 8 kg por canal. Tomando un promedio de 7Kg. Se retira el exceso de grasa y se limpia la pieza según el estándar de presentación de	30 a 45 minutos por animal (solo extracción del lomo)	sierra eléctrica, cuchillos profesionales de acero inoxidable, mesa de acero inoxidable, uniforme antifluido, guantes de malla anticorte, gorro, tapabocas, botas de	Cavero y/o Despostador
CERDITOLIMA. Durante todo el proceso usa obligatoriamente EMPAQUE, ETIQUETADO Y ALMACENAMIENTO EN GÓNDOLA REFRIGERADORA El lomo se porciona según la demanda del día: entero, en bistecs o en trozos según el pedido. Cada porción se empaqueta en bolsa plástica sellada o al vacío y se etiqueta con nombre del producto, fecha de corte, peso y precio. Los cortes empacados se organizan en la góndola refrigeradora a temperatura entre 0°C y 4°C con	20 a 30 minutos (solo para el lomo)	Empacadora al vacío, bolsas plásticas selladas, etiquetadora, góndola refrigeradora	Vendedor
CONTROL DE INVENTARIO Y TRAZABILIDAD DEL LOMO Al cierre de cada jornada se registra en el libro de trazabilidad el total de lomo producido, las unidades vendidas en el local, los pedidos despachados a domicilio y el inventario restante en góndola refrigeradora y cuarto frío. Garantiza trazabilidad completa desde la compra al productor de Planadas hasta la venta al consumidor final.	30 minutos diarios	Libro de trazabilidad, sistema POS, báscula industrial	Gerente / Cavero y/o Despostador / Vendedor
Atención al cliente y venta en el local El vendedor recibe al cliente, asesora sobre el lomo de cerdo disponible y sus formas de preparación, pesa la cantidad de lomo de cerdo solicitada en gramera digital certificada y cobra en caja registradora con sistema POS. Se entrega el lomo de cerdo en bolsa sellada con información del negocio. Este proceso se realiza durante las 14 horas de atención al público, garantizando siempre la	Variable según demanda (durante todo el horario de atención) 14 diarias loca abierto (7 horas días por persona)	Góndola refrigeradora, gramera digital certificada, sistema POS de facturación electrónica	Vendedor / Cajero
recepción de pedidos por redes sociales y whatsapp El personal encargado recibe pedidos de lomo de cerdo a través de WhatsApp Business, Instagram o Facebook durante todo el horario de atención. Confirma la disponibilidad del lomo de cerdo, precio por kilogramo y dirección de entrega, y programa el despacho con el domiciliario. Este canal de ventas permite ampliar la cobertura del lomo de cerdo más allá del local físico, atendiendo clientes en toda	14 horas diarias de atención (7 horas por persona)	Celular, WhatsApp Business, Instagram, Facebook	Personal de redes sociales / Cajero
servicio a domicilio El domiciliario recoge el pedido de lomo de cerdo empacado y sellado en el local, lo transporta en moto con maletín térmico para pedidos menores y lo entrega al cliente en el tiempo acordado (30 a 60 minutos). Se garantiza la cadena de frío del lomo de cerdo durante todo el recorrido, asegurando que el producto llegue al cliente en óptimas condiciones de temperatura e inocuidad.	30 a 60 minutos por domicilio	Moto, maletín térmico	Domiciliario
limpieza y desinfección del área de proceso Al finalizar cada jornada, previamente al proceso de limpieza, se desocupa la góndola refrigerador retirando todo el lomo de cerdo exhibido. El lomo de cerdo se empaqueta en bolsas plásticas, se organiza en canastos y se traslada al cuarto frío o a la góndola congelador según aplique, conservando en todo momento la cadena de frío del lomo de cerdo durante la noche. Una vez	1 hora diaria	Bolsas plásticas, canastos, cuarto frío, góndola refrigeradora, cepillos, detergente industrial, desinfectante autorizado, recipientes sellados	Vendedor / Cavero y/o Despostador Operario de aseo
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
1,5	14	30	630

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

COSTILLAS DE CERDO			
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)
Compra y coordinación con el proveedor de Planadas, Tolima El gerente contacta directamente a los poricultores de Planadas, Tolima, negocia el precio, coordina la compra de los cerdos y programa la fecha de entrega. Verifica que el proveedor cuente con los documentos sanitarios exigidos por la autoridad competente y coordina el transporte de los cerdos en pie hasta Ibagué, verificando que el vehículo cumpla las condiciones sanitarias	1 hora	Teléfono, libro de trazabilidad	Gerente
Transporte, sacrificio en matadero certificado y transporte refrigerado al local Los cerdos destinados a la producción de costilla de cerdo son transportados en pie desde Planadas hasta Ibagué en vehículo adecuado. CERDITOLIMA verifica que el transporte cumpla las condiciones sanitarias exigidas por el Decreto 1500 de 2007 y que los animales lleguen en buen estado. El sacrificio se realiza	24 horas	Vehículo refrigerado del proveedor, instalaciones del matadero certificado, termómetro digital	Proveedor / Conductor / Operario del matadero
RECEPCIÓN, VERIFICACIÓN, ROTACIÓN PEPS Y ALMACENAMIENTO EN CUARTO FRÍO Al llegar al local, el cавero y/o despostador verifica la temperatura de la canal con termómetro digital, revisa el sello sanitario del matadero y confirma el peso en báscula industrial. Se registra en el libro de trazabilidad la fecha, hora, temperatura y peso recibido. Antes de colgar la nueva canal, el cавero y/o despostador revisa el DESPOSTE Y OBTENCIÓN DE LAS COSTILLAS	30 minutos de recepción + reorganización PEPS + 12 a 24 horas de almacenamiento	Termómetro digital, báscula industrial, libro de trazabilidad, cuarto frío, ganchos de acero inoxidable	Cавero y/o Despostador
El cавero y/o despostador extrae las costillas de la canal completa sobre la mesa de acero inoxidable. Las costillas se ubican a lo largo de la caja torácica del animal, con un rendimiento de 8 a 10 kg por canal. Tomando un promedio de 9Kg. Se separan en secciones (costilla entera, costilla individual o trozos para sancocho) y se retira el exceso de grasa según el tipo de corte solicitado. Durante todo el EMPAQUE, ETIQUETADO Y ALMACENAMIENTO EN GONDOLA	45 a 60 minutos por animal (solo extracción de costillas)	Sierra eléctrica, cuchillos profesionales de acero inoxidable, mesa de acero inoxidable, uniforme antifluido, guantes de malla anticorte, gorro, tapabocas, botas de	Cавero y/o Despostador
REFRIGERADORA Las costillas se porcionan según la demanda del día: costilla entera, en secciones o en trozos según el pedido. Cada porción se empaqueta en bolsa plástica sellada o al vacío y se etiqueta con nombre del producto, fecha de corte, peso y precio. Los cortes se organizan en la góndola refrigeradora a 0°C–4°C con precio claramente visible	25 a 35 minutos (solo para las costillas)	Empacadora al vacío, bolsas plásticas selladas, etiquetadora, góndola refrigeradora	Vendedor
CONTROL DE INVENTARIO Y TRAZABILIDAD Al cierre de cada jornada se registra en el libro de trazabilidad el total producido, las unidades vendidas en el local, los pedidos despachados a domicilio y el inventario restante en góndola refrigeradora y cuarto frío. Garantiza trazabilidad completa desde la compra al productor de Planadas hasta la venta al consumidor final en Ricaurte.	30 minutos diarios	Libro de trazabilidad, sistema POS, báscula industrial	Gerente / Cавero y/o Despostador / Vendedor
ATENCIÓN AL CLIENTE Y VENIA DE COSTILLAS EN EL LOCAL El vendedor recibe al cliente, asesora sobre las presentaciones disponibles de las costillas (entera, en secciones o en trozos para sancocho), su preparación y rendimiento para platos típicos como sancocho de costilla y fritanga. Pesa la cantidad solicitada en gramera digital certificada y cobra en caja con sistema de facturación electrónica. Se entrega el producto en bolsa sellada con	14 horas diarias de atención (7 horas por persona)	Góndola refrigeradora, gramera digital certificada, sistema de facturación electrónica	Vendedor / Cajero
Recepción de pedidos por redes sociales y WhatsApp El personal encargado recibe pedidos de costillas de cerdo a través de WhatsApp Business, Instagram o Facebook durante todo el horario de atención. Confirma la disponibilidad de las costillas de cerdo, precio por kilogramo y dirección de entrega, y programa el despacho con el domiciliario. Este canal de ventas permite ampliar la cobertura de las costillas de cerdo más allá del local físico, servicio a domicilio	Durante todo el horario de atención	Celular, WhatsApp Business, Instagram, Facebook	Personal de redes sociales / Cajero
El domiciliario recoge el pedido de costillas de cerdo empacado y sellado en el local, lo transporta en moto con maletín térmico para pedidos menores y lo entrega al cliente en el tiempo acordado (30 a 60 minutos). Se garantiza la cadena de frío de las costillas de cerdo durante todo el recorrido, asegurando que el producto llegue al cliente en óptimas condiciones de temperatura e inocuidad.	30 a 60 minutos por domicilio	Moto, maletín térmico	Domiciliario
limpieza y desinfección del área de proceso Al finalizar cada jornada, previamente al proceso de limpieza, se desocupa la góndola refrigerador retirando toda la costilla de cerdo exhibido. La costilla de cerdo se empaqueta en bolsas plásticas, se organiza en canastas y se traslada al cuarto frío o a la góndola congelador según aplique, conservando en todo momento la cadena de frío, durante la noche. Una vez desocupada la góndola,	1 hora diaria	Bolsas plásticas, canastas, cuarto frío, góndola refrigeradora, cepillos, detergente industrial, desinfectante autorizado, recipientes sellados	Vendedor / Cавero y/o Despostador
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
1,93	14	30	811

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

PIERNA DE CERDO			
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)
Compra y coordinación con el proveedor de Planadas, Tolima El gerente contacta directamente a los poricultores de Planadas, Tolima, negocia el precio, coordina la compra de los cerdos y programa la fecha de entrega. Verifica que el proveedor cuente con los documentos sanitarios exigidos por la autoridad competente y coordina el transporte de los cerdos en pie hasta Ibagué, verificando que el vehículo cumpla las condiciones sanitarias	1 hora	Teléfono, libro de trazabilidad	Gerente

transporte, sacrificio en matadero certificado y transporte refrigerado al local Los cerdos destinados a la producción de pierna de cerdo son transportados en pie desde Planadas hasta Ibagué en vehículo adecuado. CERDITOLIMA verifica que el transporte cumpla las condiciones sanitarias exigidas por el Decreto 1500 de 2007 y que los animales lleguen en buen estado. El sacrificio se realiza	24 horas	Vehículo refrigerado del proveedor, instalaciones del matadero certificado, termómetro digital	Proveedor / Conductor / Operario del matadero
RECEPCIÓN, VERIFICACIÓN, ROTACIÓN PEPS Y ALMACENAMIENTO EN CUARTO FRÍO Al llegar al local, el cavero y/o despostador verifica la temperatura de la canal con termómetro digital, revisa el sello sanitario del matadero y confirma el peso en báscula industrial. Se registra en el libro de trazabilidad la fecha, hora, temperatura y peso recibido. Antes de colgar la nueva canal, el cavero y/o despostador revisa el DESPOSTE Y OBTENCIÓN DE LA PIERNA El cavero y/o despostador extrae la pierna trasera de la canal completa sobre la mesa de acero inoxidable. La pierna se ubica en la parte posterior del animal, con un rendimiento de 10 a 12 kg por canal. Tomando un promedio de 11Kg. Se puede presentar entera con hueso (para pernil), deshuesada o en trozos según la demanda del día. Se retira el exceso de grasa y se limpia la pieza según el EMPAQUE, ENQUETADO Y ALMACENAMIENTO EN GÓNDOLA REFRIGERADORA La pierna se porciona según la demanda del día: entera con hueso para pernil, deshuesada o en trozos. Cada porción se empaqueta en bolsa plástica sellada o al vacío y se etiqueta con nombre del producto, fecha de corte, peso y precio. Los cortes se organizan en la góndola refrigeradora a 0°C–4°C con precio claramente visible	30 minutos de recepción + reorganización PEPS + 12 a 24 horas de almacenamiento	Termómetro digital, báscula industrial, libro de trazabilidad, cuarto frío, ganchos de acero inoxidable	Cavero y/o Despostador
CONTROL DE INVENTARIO Y TRAZABILIDAD Al cierre de cada jornada se registra en el libro de trazabilidad el total producido, las unidades vendidas en el local, los pedidos despachados a domicilio y el inventario restante en góndola refrigeradora y cuarto frío. Garantiza trazabilidad completa desde la compra al productor de Planadas hasta la venta al consumidor final en Ricaurte.	30 a 45 minutos por animal (solo extracción de la pierna)	Sierra eléctrica, cuchillos profesionales de acero inoxidable, mesa de acero inoxidable, uniforme antifujo, guantes de malla anticorte, gorro, tapabocas, botas de	Cavero y/o Despostador
El personal encargado recibe pedidos de pierna de cerdo a través de WhatsApp Business, Instagram o Facebook durante todo el horario de atención. Confirma la disponibilidad de pierna de cerdo, precio por kilogramo y dirección de entrega, y programa el despacho con el domiciliario. Este canal de ventas permite ampliar la cobertura de pierna de cerdo más allá del local físico, atendiendo clientes en toda el servicio a domicilio	25 a 35 minutos (solo para la pierna)	Empacadora al vacío, bolsas plásticas selladas, etiquetadora, góndola refrigeradora	Vendedor
El domiciliario recoge el pedido de pierna de cerdo empacado y sellado en el local, lo transporta en moto con maletín térmico para pedidos menores y lo entrega al cliente en el tiempo acordado (30 a 60 minutos). Se garantiza la cadena de frío de la pierna de cerdo durante todo el recorrido, asegurando que el producto llegue al cliente en óptimas condiciones de temperatura e inocuidad, limpieza y desinfección del área de proceso	30 minutos diarios	Libro de trazabilidad, sistema POS, báscula industrial	Gerente / Cavero y/o Despostador / Vendedor
Al finalizar cada jornada, previamente al proceso de limpieza, se desocupa la góndola refrigerador retirando todas las piernas de cerdo exhibidas. Las piernas de cerdo se empaquetan en bolsas plásticas, se organizan en canastas y se trasladan al cuarto frío o a la góndola congelador según aplique, conservando en todo momento la cadena de frío de las piernas de cerdo, durante la noche. Una vez	14 horas diarias de atención (7 horas por persona)	Góndola refrigeradora, gramera digital certificada, sistema de facturación electrónica	Vendedor / Cajero
limpieza y desinfección del área de proceso	Durante todo el horario de atención	Celular, WhatsApp Business, Instagram, Facebook	Personal de redes sociales / Cajero
Al finalizar cada jornada, previamente al proceso de limpieza, se desocupa la góndola refrigerador retirando todas las piernas de cerdo exhibidas. Las piernas de cerdo se empaquetan en bolsas plásticas, se organizan en canastas y se trasladan al cuarto frío o a la góndola congelador según aplique, conservando en todo momento la cadena de frío de las piernas de cerdo, durante la noche. Una vez	30 a 60 minutos por domicilio	Moto, maletín térmico	Domiciliario
limpieza y desinfección del área de proceso	1 hora diaria	Bolsas plásticas, canastas, cuarto frío, góndola refrigeradora, cepillos, detergente industrial, desinfectante autorizado, recipientes sellados	Vendedor / Cavero y/o Despostador

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
2,36	14	30	991

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	x
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? **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 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.	Elaboración de Acta de Constitución y Estatutos por los 5 asociados. Inscripción ante la Cámara de Comercio de Ibagué y Registro Único Tributario (RUT) ante la DIAN.	\$ 600.000	3
Concepto Sanitario (Decreto 1500/2007)	Solicitud de visita técnica de la Secretaría de Salud Municipal de Ibagué (Piso 4, CAM de la Pola) para verificar inocuidad en el expendio de carne.	\$ 0	15
Uso de Suelos	Consulta en la Secretaría de Planeación Municipal para verificar que el local en el barrio Ricaurte permita la actividad comercial de carnicería.	\$ 0	15
Certificado de Seguridad Humana (Bomberos)	Inspección del Cuerpo Oficial de Bomberos de Ibagué para verificar extintores, señalización y rutas de evacuación del local.	\$ 0	15
Curso de Manipulación de Alimentos	Certificación obligatoria para los 5 asociados expedida por entidad autorizada por la Secretaría de Salud de Ibagué.	\$ 250.000	2
Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SGSST)	Diseño e implementación de los estándares mínimos para microempresas. Incluye matriz de riesgos (cortes, frío, caídas), plan de emergencias y dotación de EPP (guantes de malla, botas).	\$ 2.000.000	8
Plan de Saneamiento Básico (Control de Plagas)	Contratación de una empresa certificada por la Secretaría de Salud del Tolima para realizar fumigación, desratización y desinsectación del local, cuarto frío y área de desposte.	\$ 250.000	2
			1
TOTAL		\$ 3.100.000	

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, colocar \$0)
valia con el nombre del local comercial, puesto afuera en la parte superior de la entrada para dar a conocer la carnicería y también, contaremos con un pendón externo de alta calidad con base y con el logo de CERDITOLIMA ubicado estratégicamente en la fachada de nuestro local, el cual	\$ 2.000.000

Contaremos con 1.000 tarjetas de presentación y 2000 de volantes de alta calidad que nos permitirán dar a conocer a CERDITOLIMA en cada venta, entrega o contacto comercial. e incluir los logos del SENIA y FONDO EMPRENDER Serán nuestro herramienta de presentación personal ante	\$ 1.000.000
Creación de página web ya que nos permitirá expandir nuestro alcance y modernizar la experiencia del cliente. Más allá de ser una simple presencia en línea, la web funcionará como un escaparate digital donde podremos exhibir con fotografías de alta calidad todo nuestro catálogo	\$ 2.000.000
TOTAL	\$ 5.000.000

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			
Muestra del producto			
Otra	X	Contaremos con un pendón externo de alta calidad con el logo de CERDITOLIMA ubicado estratégicamente en la fachada de nuestro local, el	\$ 1.000.000
Ninguna			
Total			\$ 1.000.000

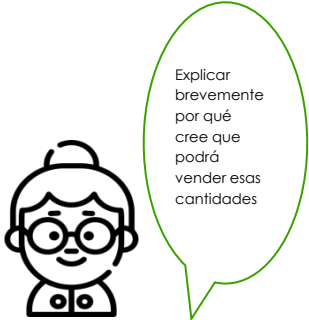
		Describa la actividad a realizar (Para que la acción quede contabilizada en el indicador Eventos de mercadeo debe diligenciar la actividad a realizar)	Cuánto vale para el primer año (Valor en \$) (Si diligenció alguna acción a realizar, debe asignarle valor aquí, si el costo de la acción es \$0, <u>colocar \$0</u>)
Canales de distribución	Marque X		
Punto de venta			
A domicilio	X	llegué utilizando motocicleta propia, garantizando la cadena de frío mediante maletín térmico. Incluye combustible y mantenimiento	\$ 3.600.000
Con distribuidores			
Otro			
Total			\$ 3.600.000

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	CERDITOLIMA proyecta pasar de \$435.861.000 en ingresos durante el primer año a más de \$1.890.890.343 en el año cinco, creciendo progresivamente en volumen de ventas de los tres cortes principales, lomo, costillas y pierna. A medida que se consolida la base de clientes y se amplía el equipo de trabajo, sin contar aún el potencial adicional del Brazo, Cabeza completa, Cabeza de lomo, Carne industrial, Cuero, Despalme, Empella, Espinazo, Falda, Orejas, Ossobuco, Papada, Pezuña, Solomito, Tocineta, Tocino barrigüero, Tocino de anca y Tocino corriente y demás subproductos que la gastronomía tolimense del cerdo consume con igual frecuencia. Este crecimiento no será producto del azar sino de factores concretos y progresivos. A medida que CERDITOLIMA opere y se consolide en el sector Ricaurte, el negocio irá ganando reconocimiento entre los hogares y los establecimientos gastronómicos de la zona, lo que se traducirá en una base de clientes cada
---	---

Incremento			
Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
5,1%	5,1%	5,1%	5,1%



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
LOMO DE CERDO	\$ 20.300	\$ 21.335	\$ 22.423	\$ 23.567	\$ 24.769
COSTILLAS DE CERDO	\$ 20.900	\$ 21.966	\$ 23.086	\$ 24.264	\$ 25.501

PIERNA DE CERDO	\$ 18.900	\$ 19.864	\$ 20.877	\$ 21.942	\$ 23.061
-----------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

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			LOMO DE CERDO				
	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades
Mes 1		\$ 0	840	\$ 17.921.652	1050	\$ 23.544.570	1470
Mes 2		\$ 0	840	\$ 17.921.652	1050	\$ 23.544.570	1470
Mes 3		\$ 0	840	\$ 17.921.652	1050	\$ 23.544.570	1470
Mes 4	630	\$ 12.789.000	840	\$ 17.921.652	1050	\$ 23.544.570	1470
Mes 5	630	\$ 12.789.000	840	\$ 17.921.652	1050	\$ 23.544.570	1470
Mes 6	630	\$ 12.789.000	840	\$ 17.921.652	1050	\$ 23.544.570	1470
Mes 7	630	\$ 12.789.000	840	\$ 17.921.652	1050	\$ 23.544.570	1470
Mes 8	630	\$ 12.789.000	840	\$ 17.921.652	1050	\$ 23.544.570	1470
Mes 9	630	\$ 12.789.000	840	\$ 17.921.652	1050	\$ 23.544.570	1470
Mes 10	630	\$ 12.789.000	840	\$ 17.921.652	1050	\$ 23.544.570	1470
Mes 11	630	\$ 12.789.000	840	\$ 17.921.652	1050	\$ 23.544.570	1470
Mes 12	630	\$ 12.789.000	840	\$ 17.921.652	1050	\$ 23.544.570	1470
TOTAL	5670	\$ 115.101.000	10080	\$ 215.059.824	12600	\$ 282.534.844	17640

PRODUCTO O SERVICIO 2		COSTILLAS DE CERDO					
	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades
Mes 1		\$ 0	1080	\$ 23.723.172	1350	\$ 31.166.317	1890
Mes 2		\$ 0	1080	\$ 23.723.172	1350	\$ 31.166.317	1890
Mes 3		\$ 0	1080	\$ 23.723.172	1350	\$ 31.166.317	1890
Mes 4	810	\$ 16.929.000	1080	\$ 23.723.172	1350	\$ 31.166.317	1890
Mes 5	810	\$ 16.929.000	1080	\$ 23.723.172	1350	\$ 31.166.317	1890
Mes 6	810	\$ 16.929.000	1080	\$ 23.723.172	1350	\$ 31.166.317	1890
Mes 7	810	\$ 16.929.000	1080	\$ 23.723.172	1350	\$ 31.166.317	1890
Mes 8	810	\$ 16.929.000	1080	\$ 23.723.172	1350	\$ 31.166.317	1890
Mes 9	810	\$ 16.929.000	1080	\$ 23.723.172	1350	\$ 31.166.317	1890
Mes 10	810	\$ 16.929.000	1080	\$ 23.723.172	1350	\$ 31.166.317	1890
Mes 11	810	\$ 16.929.000	1080	\$ 23.723.172	1350	\$ 31.166.317	1890
Mes 12	810	\$ 16.929.000	1080	\$ 23.723.172	1350	\$ 31.166.317	1890
TOTAL	7290	\$ 152.361.000	12960	\$ 284.678.064	16200	\$ 373.995.807	22680

PRODUCTO O SERVICIO 3	PIERNA DE CERDO
-----------------------	-----------------

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	
Mes 1		\$ 0	1320	\$ 26.220.348	1650	\$ 34.446.982	2310
Mes 2		\$ 0	1320	\$ 26.220.348	1650	\$ 34.446.982	2310
Mes 3		\$ 0	1320	\$ 26.220.348	1650	\$ 34.446.982	2310
Mes 4	990	\$ 18.711.000	1320	\$ 26.220.348	1650	\$ 34.446.982	2310
Mes 5	990	\$ 18.711.000	1320	\$ 26.220.348	1650	\$ 34.446.982	2310
Mes 6	990	\$ 18.711.000	1320	\$ 26.220.348	1650	\$ 34.446.982	2310
Mes 7	990	\$ 18.711.000	1320	\$ 26.220.348	1650	\$ 34.446.982	2310
Mes 8	990	\$ 18.711.000	1320	\$ 26.220.348	1650	\$ 34.446.982	2310
Mes 9	990	\$ 18.711.000	1320	\$ 26.220.348	1650	\$ 34.446.982	2310
Mes 10	990	\$ 18.711.000	1320	\$ 26.220.348	1650	\$ 34.446.982	2310
Mes 11	990	\$ 18.711.000	1320	\$ 26.220.348	1650	\$ 34.446.982	2310
Mes 12	990	\$ 18.711.000	1320	\$ 26.220.348	1650	\$ 34.446.982	2310
TOTAL	8910	\$ 168.399.000	15840	\$ 314.644.176	19800	\$ 413.363.786	27720

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 comercial (Zona SUR comercial Sector Ricau)	\$ 4.000.000	12	\$ 48.000.000
Servicios públicos — Energía eléctrica(cuarto frío, góndola r	\$ 3.000.000	12	\$ 36.000.000
Servicios públicos — Agua potable y alcantarillado	\$ 1.500.000	12	\$ 18.000.000
Plan de internet para (gestión de pedidos y domicilios)	\$ 200.000	12	\$ 2.400.000
Mantenimiento preventivo cuarto frío y góndola refrigerado	\$ 700.000	3	\$ 2.100.000
Insumos de aseo y desinfección del local(detergente indust	\$ 200.000	6	\$ 1.200.000
Papelería, etiquetas y elementos de trazabilidad(libro de tra	\$ 1.000.000	6	\$ 6.000.000
			\$ 0
TOTAL	\$ 10.600.000		\$ 113.700.000

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			LOMO DE CERDO	
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario (\$)	Cantidad por unidad de producto	Valor Total (\$)

Canal de cerdo-Lomo	kg	\$ 8.500	1	\$ 8.500
Bolsa empaque al vacío o sellada (1 bolsa)	unidad	\$ 45	1	\$ 45
Tapabocas plastico	unidad	\$ 4	1	\$ 4
9 gramos de merma por cada kilo de 1 cerdo	gramos	\$ 91	1	\$ 91
				\$ 0
TOTAL				\$ 8.640

COSTOS VARIABLES PRODUCTO 2			COSTILLAS DE CERDO	
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario (\$)	Cantidad por unidad de producto	Valor Total (\$)
Canal de cerdo-Costillas	kg	\$ 8.800	1	\$ 8.800
Bolsa empaque al vacío o sellada (1 bolsa)	unidad	\$ 50	1	\$ 50
Tapabocas plastico	unidad	\$ 4	1	\$ 4
9 gramos de merma por cada kilo de 1 cerdo de 110 kl. Es decir 1 Kilo por todo el cerdo en merma	gramos	\$ 91	1	\$ 91
				\$ 0
TOTAL				\$ 8.945

COSTOS VARIABLES PRODUCTO 3			PIERNA DE CERDO	
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario	Cantidad por unidad de producto	Valor Total
Canal de cerdo-Pierna	kg	\$ 7.900	1	\$ 7.900
Bolsa empaque al vacío o sellada (1 bolsa)	unidad	\$ 50	1	\$ 50
Tapabocas plastico	unidad	\$ 4	1	\$ 4
9 gramos de merma por cada kilo de 1 cerdo	gramos	\$ 91	1	\$ 91
				\$ 0
TOTAL				\$ 8.045

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

PRODUCTOS O SERVICIOS	LOMO DE CERDO	COSTILLAS DE CERDO	PIERNA DE CERDO
Precio de Venta	\$ 20.300	\$ 20.900	\$ 18.900
Costo Variable	\$ 8.640	\$ 8.945	\$ 8.045
Margen de contribución	\$ 11.660	\$ 11.955	\$ 10.855
% Participación	26%	33%	41%
Margen de contribución ponderado	\$ 3.020	\$ 3.981	\$ 4.426
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades totales)	927,6650142		
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades por producto o servicio)	240	309	378

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	\$ 9.600.000	\$ 10.089.600	\$ 10.604.170	\$ 11.144.982
SEGURO EMPRESARIAL TODO RIESGO.	\$ 300.000	10	\$ 3.000.000	\$ 3.153.000	\$ 3.313.803	\$ 3.482.807
BOLSA PLASTICA ECOLOGICA DE 1 SO	\$ 200.000	6	\$ 1.200.000	\$ 1.261.200	\$ 1.325.521	\$ 1.393.123
Servicio de domicilios, consumo de gasolina y mantenimiento moto del	\$ 300.000	12	\$ 3.600.000	\$ 3.783.600	\$ 3.976.564	\$ 4.179.368
Embalaje para domicilios — bolsas té	\$ 400.000	6	\$ 2.400.000	\$ 2.522.400	\$ 2.651.042	\$ 2.786.246
Telefonía celular — 2 plan de datos y	\$ 600.000	6	\$ 3.600.000	\$ 3.783.600	\$ 3.976.564	\$ 4.179.368
Renovación y trámites sanitarios anual	\$ 2.970.000	1	\$ 2.970.000	\$ 3.121.470	\$ 3.280.665	\$ 3.447.979
Dotación 7 empleados (Ropa, zapato	\$ 1.000.000	4	\$ 4.000.000	\$ 4.204.000	\$ 4.418.404	\$ 4.643.743
SOFTWARE SYSCAFE por 1 año para fa	\$ 1.700.000	4	\$ 6.800.000	\$ 7.146.800	\$ 7.511.287	\$ 7.894.362
Contador pago mensual por prestac	\$ 3.500.000	8	\$ 28.000.000	\$ 29.428.000	\$ 30.928.828	\$ 32.506.198
TOTAL			\$ 65.170.000	\$ 68.493.670	\$ 71.986.847	\$ 75.658.176

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 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
GERENTE	Contrato Laboral a término indefinido	Coordinar y supervisar toda la operación del negocio. Contactar y negociar con los proveedores de cerdos en Planadas, Tolima. Programar las compras semanales según la demanda. Coordinar el transporte al matadero Via villa Restrepo. Supervisar el cumplimiento de las normas sanitarias (Decreto 1500/2007). Controlar los inventarios de carne y gestionar los pedidos institucionales de restaurantes y fondas.	\$ 3.500.000	SI	\$ 5.381.600	6
CAJERO	Contrato Laboral a término indefinido	Registrar todas las ventas en el sistema POS con facturación electrónica DIAN. Recibir pagos en efectivo, Nequi y Daviplata. Cuadrar la caja al cierre de cada jornada. Generar los reportes diarios de ventas por producto. Atender al cliente en el mostrador, pesar las porciones en la gramera certificada y entregar el pedido empacado y etiquetado. Verificar que los precios exhibidos coincidan con los del sistema.	\$ 1.750.000	SI	\$ 2.690.800	6
CAJERO	Contrato Laboral a término indefinido	Registrar todas las ventas en el sistema POS con facturación electrónica DIAN. Recibir pagos en efectivo, Nequi y Daviplata. Cuadrar la caja al cierre de cada jornada. Generar los reportes diarios de ventas por producto. Atender al cliente en el mostrador, pesar las porciones en la gramera certificada y entregar el pedido empacado y etiquetado. Verificar que los precios exhibidos coincidan con los del sistema.	\$ 1.750.000	SI	\$ 2.690.800	6
DESPOSTADOR/ CAVERO	Contrato Laboral a término indefinido	Recibir las canales porcinas en el cuarto frío, verificar temperatura, peso y condiciones sanitarias. Realizar el desposte completo de la canal obteniendo los cortes comerciales: lomo, costilla, pierna, chuleta, tocino, papada, cabeza y vísceras. Operar la sierra eléctrica industrial con todas las medidas de seguridad. Porcionar y preparar los cortes según los pedidos del día. Mantener las herramientas.	\$ 1.750.000	SI	\$ 2.690.800	6
VENDEDOR	Contrato Laboral a término indefinido	Atender al cliente directamente en el punto de venta, asesorarlo sobre cortes, preparaciones y cantidades según su necesidad. Porcionar y pesar la carne según el pedido. Empacar al vacío o en bolsa sellada con etiqueta de trazabilidad (fecha, peso, precio). Reponer la góndola refrigeradora durante la jornada garantizando la cadena de frío. Aplicar rotación PEPS (primero en entrar, primero en salir).	\$ 1.750.000	SI	\$ 2.690.800	6

VENDEDOR	Contrato Laboral a término indefinido	Atender al cliente directamente en el punto de venta, asesorarlo sobre cortes, preparaciones y cantidades según su necesidad. Porcionar y pesar la carne según el pedido. Empacar al vacío o en bolsa sellada con etiqueta de trazabilidad (fecha, peso, precio). Reponer la góndola refrigeradora durante la jornada garantizando la cadena de frío. Aplicar rotación PEPS (primero en entrar, primero en salir). Recibir y gestionar los pedidos que llegan por WhatsApp, Business e Instagram. Confirmar el pedido al cliente, indicar tiempo de entrega y forma de pago. Recoger el pedido empacado con bolsa térmica y cinta de seguridad. Transportar en moto con cajón térmico garantizando la cadena de frío hasta la puerta del cliente. Cobrar el pedido (efectivo o transferencial). Reportar novedades de entrega al cliente.	\$ 1.750.000	SI	\$ 2.690.800	6
DOMICILIARIO	Contrato Laboral a término indefinido	Recoger el pedido empacado con bolsa térmica y cinta de seguridad. Transportar en moto con cajón térmico garantizando la cadena de frío hasta la puerta del cliente. Cobrar el pedido (efectivo o transferencial). Reportar novedades de entrega al cliente.	\$ 1.800.000	SI	\$ 2.767.680	6
					\$ 0	
					\$ 0	
					\$ 0	
TOTAL					\$ 21.603.280	

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

2

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

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

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

1. INVERSIONES FIJAS

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	2 Cuarto frío industrial de 2*2m12 — estructura con sistema de refrigeración y congelación, compresor hermético, evaporador y termostato digital. Temperatura 0°C-4°C. Incluye instalación.	\$ 60.000.000	1	\$ 60.000.000

Adquisición de maquinaria, equipos y software	Góndolas refrigeradoras exhibidoras (1,metro) — para exhibición de carne empacada al cliente. Temperatura 0°C–4°C. Con iluminación LED interna e incluidas las bandejas	\$ 7.700.000	4	\$ 30.800.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Sierra eléctrica industrial para desposte de canales porcinos havart — en acero inoxidable, con protector de seguridad, para corte de hueso y canal.\$5.000.000 y 30 cuchillas de repuesto.\$100.000 c/u total 3.000.000	\$ 11.000.000	1	\$ 11.000.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	2 Báscula industrial de plataforma (300 kg) — para pesaje de canales al momento de la recepción. Certificada por el INVIMA/SICAL. En Acero Inoxidable. \$1.000.000,c/u total \$2.000.000, 2 Báscula de mesa digitales	\$ 10.500.000	1	\$ 10.500.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Empacadora al vacío industrial para bolsas termosellables. Garantiza vida útil del producto y presentación al cliente.	\$ 4.500.000	1	\$ 4.500.000
Adquisición o arriendo de bienes muebles y vehículos automotores	Mesas de acero inoxidable para desposte (1 metro) — superficie sanitaria, con bordes redondeados, fácil limpieza. Cumple BPM Resolución 2674/2013.	\$ 900.000	3	\$ 2.700.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Kit de herramientas de corte profesional — incluye chairas para afilar, cuchillos despostadores, jamoneros en acero inoxidable de alta resistencia y 5 tablas para cortar TRAMONTINA.	\$ 600.000	5	\$ 3.000.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Termómetros digitales de punción (acero inoxidable) — para verificar temperatura de la canal en recepción y control de cadena de frío.	\$ 120.000	2	\$ 240.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Menaje de operación sanitaria — incluye ganchos de acero inoxidable para canales, canastillas plásticas para alimentos (150 und) y recipientes de residuos.	\$ 2.000.000	1	\$ 2.000.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Canaleta metro lineal \$300.000 *13 mtrs \$3.000.000 y 3 caja grasa para recoger residuos \$650.000 c/u *3 \$1.950.000	\$ 4.950.000	1	\$ 4.950.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Equipo de cómputo POS — incluye CPU industrial, monitor táctil e impresora térmica de tickets para facturación en punto de venta.	\$ 2.300.000	1	\$ 2.300.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Sistema de computo para facturación, llamado sistema POS para facturación electrónica, control de ventas, inventarios y cumplimiento DIAN.	\$ 1.000.000	1	\$ 1.000.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Equipo de cómputo administrativo — incluye 2 computadores portátiles de alto rendimiento (\$2.000.000 c/u, total \$4.000.000), 1 impresora multifuncional (\$500.000), y 2 celulares de alta capacidad para comunicación directa	\$ 6.250.000	2	\$ 12.500.000
Adquisición o arriendo de bienes muebles y vehículos automotores	Mobiliario de oficina ergonómico — incluye 2 escritorios modulares y 2 sillas ergonómicas con ajuste de altura para el área administrativa.	\$ 4.000.000	1	\$ 4.000.000
Adquisición o arriendo de bienes muebles y vehículos automotores	Mobiliario de bienestar para personal — 1 Mesa rectangular y 4 sillas para área de descanso y almuerzo de los empleados.	\$ 800.000	1	\$ 800.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Estación de higiene y desinfección — 1 poceta de lavado de manos en acero inoxidable, 2 dispensadores automáticos y accesorios sanitarios.	\$ 2.000.000	1	\$ 2.000.000
Adecuaciones técnicas	Sistema de Seguridad y Vigilancia — cámaras de seguridad IP (interior/exterior), NVR de grabación y monitoreo remoto para el local.	\$ 6.000.000	1	\$ 6.000.000

Adi

Tas
der
ini

Adecuaciones o remodelaciones estructurales	Adecuaciones locativas técnicas y obra civil para expendio especializado en carne de cerdo para una locación de 6 metros de frente x 15 metros de fondo, instalación eléctrica trifásica certificada para alimentación de cuartos fríos	\$ 52.000.000	1	\$ 52.000.000
Adquisición o arriendo de bienes muebles y vehículos automotores	Vehículo para domicilios — motocicleta equipada con cajón térmico para transporte de productos cárnicos manteniendo la cadena de frío. NKD 125 Nueva de concesionario y con papeles en regla.	\$ 6.500.000	1	\$ 6.500.000
				\$ 0
TOTAL INVERSIONES FIJAS				\$ 216.790.000

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		\$ 9.600.000	1	\$ 9.600.000
Adquisición o arriendo de bienes muebles y vehículos automotores	Arriendo local comercial (Zona SUR comercial Sector Ricaurte Ibagué) y firma de contrato. Previa verificación de uso de suelos. (6 meses y se habla con el propietario para que fuese con opción de compra del local comercial)	\$ 4.000.000	6	\$ 24.000.000
Pago de salarios u honorarios	Diseño de imagen corporativa — logo, manual de marca, paleta de colores, diseño de etiquetas y empaque de CERDITOLIMA.	\$ 500.000	1	\$ 500.000
Permisos, licencias y registros	Registro de marca CERDITOLIMA	\$ 1.500.000	1	\$ 1.500.000
Permisos, licencias y registros	Certificado Bomberos, 6 certificados de manipulación de alimentos (50,000*6 =300,000), 7 exámenes de ingreso colaboradores (7*40,000= 280,000), implementación SGSST \$2,000,000 y Control de plagas 250,000.	\$ 2.830.000	1	\$ 2.830.000
Pago de salarios u honorarios	Salario Gerente mensual por 12 meses	\$ 5.381.600	12	\$ 64.579.200
Pago de salarios u honorarios	Salarios colaboradores mensual mano de obra-, 2 Cajeros, 2 vendedores, 1 despostador, 1 domiciliario por 6 meses)	\$ 16.144.800	6	\$ 96.868.800
Pago de salarios u honorarios	1 Contador y 1 asistente administrativo pago mensual por prestación de servicios \$1,750,000 *6 Meses	\$ 3.500.000	6	\$ 21.000.000
Insumos para el ciclo productivo	65 Cerdos en canal , es decir puestos en el local sacrificados listos para despostar.	\$ 1.100.000	65	\$ 71.500.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	SOFTWARE SYSCAFE por 1 año para facturación electrónica, para llevar la contabilidad e inventario al día.	\$ 6.800.000	1	\$ 6.800.000

Pago de salarios u honorarios	Dotación 7 empleados (6 operativos y 1 administrativo) (Ropa y Zapatos)	\$ 200.000	7	\$ 1.400.000
Insumos para el ciclo productivo	Insumos de aseo y desinfección del local (detergente industrial, desinfectante, hipoclorito, guantes, bolsas)	\$ 200.000	3	\$ 600.000
Insumos para el ciclo productivo	Bolsa plastica ecologica 1 solo uso-presentación x bulto 3 tamaños	\$ 480.000	3	\$ 1.440.000
Insumos para el ciclo productivo	Etiquetas y bolsas para empaque de carne al vacio.	\$ 200.000	3	\$ 600.000
				\$ 0
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS				\$ 303.218.000

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	5	Cumple integrantes perr
VALOR SOLICITADO AL FONDO EMPRENDER	\$ 520.008.000	Cumple recursos para número de integrante registrados
EMPLEOS A GENERAR	7	Cumple empleos a gen
CUMPLE CON RECURSOS, INTEGRANTES Y EMPLEOS	Cumple	

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

Individual		Asociaciones de aprendices y/o egresados del SENA, iniciativas asociativas, cooperativas de las personas de la economía popular y demás formas asociativas de campesinos				Asociaciones Campesinas / Cooperativas campesinas y otras formas asociativas campesinas y cooperativas de la población de la economía popular			
Hasta SMMLV	Autoempleo, puesto de trabajo, empleo directo	Desde SMMLV	Hasta SMMLV	Número de socios o asociados	Autoempleo, puesto de trabajo, empleo directo	Desde SMMLV	Hasta SMMLV	Número de socios o asociados	Autoempleo, puesto de trabajo, empleo directo
42	1	200	299	5-9.	7	400	600	20	7
56	3	300	399	10-14.	8	600	900	21-26.	8
70	5	400	500	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 tiene claridad sobre la figura jurídica a constituir que es la asociación de economía popular y los trámites requeridos ante la Cámara de Comercio de Ibagué. Los 5 asociados estamos comprometidos con el proceso de formalización una vez se apruebe el proyecto.

Comercial

Técnico

Ambiental

Ventas

Se realizó observación directa del mercado en el sector Ricaurte de la ciudad de Ibagué, Tolima, identificando la ausencia de expendios especializados en carne de cerdo. Ya se contactó el proveedor porcícola en el municipio de Planadas, Tolima específicamente con la Granja Calderitas el señor Sergio Andrés Gutiérrez Arias y se verificaron precios de la competencia (Puro Cerdo, Carlina, Supermercado Éxito). Se identificaron los clientes potenciales: amas de casa, restaurantes y fondas del corredor Cajamarca –Ibagué, para desarrollar una actividad comercial que responda a una necesidad real e insatisfecha del sector, genere empleo digno y se posicione a CERDITOLIMA como el referente de comercialización especializada de carne de cerdo fresca, inocua y a precio justo en el sur de Ibagué. Donde se apoya al porculcultor regional, garantizando un precio justo al productor campesino y fortaleciendo el encadenamiento productivo entre el campo tolimense y quindiano con el consumidor urbano del sur de Ibagué. Con respecto al local, se han revisado varios de las cuales pueden ser posibles para tomarlo en arriendo, que no tienen problemas, sin embargo, esperamos la definitiva con actitud positiva de que seremos acreedores del proyecto aprobado por fondo emprender.

embargo, se tiene proyectada la adquisición de los siguientes activos productivos, indispensables para garantizar la calidad, la inocuidad y la eficiencia operativa del expendio:

- Cuarto frío industrial, para el almacenamiento y conservación de la carne en canal y los cortes en condiciones óptimas de temperatura.
- Vitrina refrigerada, para la exhibición del producto al consumidor final con cadena de frío visible y continua.
- Sierra eléctrica, para el corte técnico y eficiente de los canales y piezas de mayor tamaño.
- Mesa en acero inoxidable, que cumplirá con los estándares sanitarios exigidos por la normativa vigente para superficies de trabajo en expendios de carne.
- Gramera, para el pesaje preciso del producto en cada despacho al cliente.
- Empacadora al vacío, para la conservación prolongada de cortes y el manejo de pedidos programados o domicilios.
- Motocicleta con malefín térmico, para la atención de pedidos a domicilio dentro del área de influencia del negocio e Ibagué, manteniendo la cadena de frío durante el transporte.
- Entre otros.

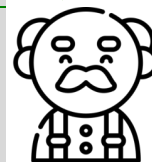
operar de forma sostenible desde su apertura. Se tiene claridad sobre el manejo adecuado de residuos orgánicos generados en el proceso de desposte y expendio, incluyendo grasas, huesos y recortes, los cuales serán dispuestos conforme a la normativa sanitaria y ambiental vigente del municipio de Ibagué. Se contempla el uso eficiente del agua en las labores de limpieza y desinfección del punto de venta, aplicando protocolos de higiene que minimicen el consumo. La cadena de frío, además de garantizar la inocuidad del producto, contribuye a reducir las pérdidas por deterioro, disminuyendo así la generación de residuos alimentarios.

En materia de economía circular, CERDITOLIMA establecerá un contrato con Grasa Colombia, empresa especializada en el aprovechamiento industrial de subproductos cármicos, para la recolección y transformación de las grasas y huesos generados en el punto de venta. Este acuerdo garantiza que ningún subproducto del cerdo termine como residuo sin valor: todo se reincorpora a la cadena productiva, reduciendo el impacto ambiental del negocio y generando un vínculo formal con el sector del reciclaje industrial.

Adicionalmente, CERDITOLIMA tiene pleno conocimiento de que su proveedor principal, el señor Sergio Andrés Gutiérrez Arias, propietario de la Granja Calderitas en Planadas, Tolima, opera con biodigestores en su unidad productiva. Esta tecnología transforma los residuos orgánicos de la producción

Se realizó sondeo de mercado de manera voz a voz en el sector Ricaurte con potenciales clientes que manifestaron interés en contar con un punto de venta especializado en carne de cerdo fresca, con cadena de frío garantizada y servicio a domicilio en la zona sur de Ibagué, confirmando una demanda real y latente en el sector que actualmente no tiene quién la atienda de forma especializada y certificada. CERDITOLIMA espera captar inicialmente el 5.86% del mercado potencial estimado en \$827.000.000 mensuales en su zona de influencia directa, equivalente a aproximadamente 438 hogares de los 14.625 identificados en el sur de Ibagué y el corredor Cajamarca-Ricaurte, más 8 de los 252 negocios gastronómicos que utilizan carne de cerdo regularmente en la zona. Este porcentaje de penetración es conservador, alcanzable y sostenible considerando que CERDITOLIMA será el único expendio especializado exclusivamente en carne de cerdo del sector, dirigido al ama de casa de estratos 2 y 3 que compra entre 500 gramos y 2 kilogramos dos a tres veces por semana, al propietario de restaurante o fonda del corredor Cajamarca-Ibagué que requiere entre 10 y 50 kilogramos semanales con entrega a domicilio en horas de la mañana, y al joven trabajador urbano que prefiere pedir por WhatsApp e Instagram valorando la rapidez, la frescura y la cadena de frío garantizada hasta su puerta.

Mija, aca debemos hablar de estos años de trabajo



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

En el momento de la aprobación del proyecto y firma del acta de inicio del contrato de cooperación empresarial con el Fondo Emprender, CERDITOLIMA activará de inmediato sus canales digitales: perfil en Instagram (@cerditolima), página en Facebook (Cerditolima), cuenta de WhatsApp Business con catálogo de cortes y lista de precios del día, y correo electrónico corporativo. La estrategia digital forma parte integral del plan de lanzamiento incluido en los gastos preoperativos del proyecto, siendo uno de los primeros recursos a ejecutar en el mes 1 de operación, dado que la presencia digital activa es una de las principales ventajas competitivas de CERDITOLIMA frente a los expendios tradicionales del sector que no cuentan con ningún canal de comunicación virtual con sus clientes.

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 (\$)
VALOR EN MENCIÓN	\$ 24.000.000	\$ 30.800.000	\$ 11.000.000	\$ 1.400.000					
VALOR EN MENCIÓN	\$ 500.000	\$ 2.700.000	\$ 10.500.000	\$ 6.000.000					
VALOR EN MENCIÓN	\$ 1.500.000	\$ 3.000.000	\$ 4.500.000	\$ 2.000.000					
VALOR EN MENCIÓN	\$ 9.600.000	\$ 240.000	\$ 4.950.000						
VALOR EN MENCIÓN	\$ 21.000.000	\$ 2.300.000	\$ 2.830.000						
VALOR EN MENCIÓN	\$ 60.000.000	\$ 1.000.000	\$ 600.000						
VALOR EN MENCIÓN	\$ 6.800.000	\$ 4.000.000	\$ 1.440.000						
VALOR EN MENCIÓN	\$ 12.500.000	\$ 800.000	\$ 600.000						
VALOR EN MENCIÓN	\$ 52.000.000	\$ 2.000.000	\$ 71.500.000						

VALOR EN MENCIÓN	\$ 64.579.200	\$ 6.500.000	\$ 96.868.800						
TOTAL	\$ 252.479.200	\$ 53.340.000	\$ 204.788.800	\$ 9.400.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0

TOTAL PLAN OPERATIVO	\$ 520.008.000	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

CERDITOLIMA generará impacto económico en dos direcciones simultáneas: hacia adentro de la cadena productiva y hacia afuera, en la comunidad donde operará. Hacia adentro, fortalecerá el encadenamiento productivo entre el campo tolimese y el consumidor urbano del sur de Ibagué, garantizando un precio justo al poricultor regional, específicamente al señor Sergio Andrés Gutiérrez Arias de la Granja Calderitas en Planadas, Tolima, quien encontrará en CERDITOLIMA un canal de comercialización formal. Hacia afuera, el negocio generará empleo directo para 7 colaboradores y proyecta la vinculación de personal adicional a medida que crezca la operación, dinamizando la economía local del sector Ricaurte con ingresos que circularán dentro de la misma comunidad. Con una proyección de ingresos que superaría los \$1.890.890.343 anuales en el año cinco, CERDITOLIMA se convertiría en un actor económico relevante del sur de Ibagué, contribuyendo al recaudo tributario municipal, a la formalización del comercio de carnes

Ambiental

CERDITOLIMA plantea construir su operación sobre una cadena de valor con conciencia ambiental desde el origen hasta el punto de venta. Su proveedor principal, la Granja Calderitas en Planadas, Tolima, cuenta con biodigestores que transforman los residuos porcícolas en biogás y biofertilizantes, eliminando fuentes de contaminación hídrica y atmosférica desde la producción primaria, lo que garantiza que desde el inicio CERDITOLIMA se abastecerá de un proveedor con prácticas ambientalmente responsables. En el punto de venta, se tiene previsto celebrar un contrato con Grasa Colombia para la recolección y aprovechamiento industrial de las grasas y huesos generados en el proceso de desposte, de manera que ningún subproducto termine como residuo sin valor, consolidando así un modelo de economía circular desde la apertura del negocio. Adicionalmente, se contempla la implementación de una cadena de frío que reduzca al mínimo las pérdidas por deterioro del producto, disminuyendo la generación de

Social

CERDITOLIMA nace como respuesta a una necesidad real e insatisfecha de una comunidad concreta: el sector Ricaurte y el corredor Cajamarca-Ibagué, donde más de 19.000 hogares en estratos 2 y 3 no cuentan con un expendio especializado, formal y certificado de carne de cerdo fresca. El impacto social que se espera generar se manifiesta en múltiples dimensiones. Primero, se busca mejorar el acceso de familias de bajos ingresos a proteína animal de calidad, con precios justos, producto fresco del día y servicio a domicilio que facilite la vida del ama de casa y del trabajador urbano que no puede desplazarse. Segundo, se espera fortalecer el tejido social del sector mediante el modelo asociativo de economía popular, demostrando que la organización colectiva es una herramienta efectiva de superación económica. Tercero, el proyecto busca dignificar el trabajo de cinco personas y sus familias, ofreciendo una alternativa formal y sostenible frente a la informalidad y la inestabilidad laboral. Y cuarto, se pretende apoyar al productor

Tecnológico

CERDITOLIMA tiene previsto incorporar tecnología en cada etapa de su operación como herramienta de eficiencia, trazabilidad y competitividad. En la cadena de frío, se contempla la adquisición de equipos de refrigeración y conservación que garanticen la inocuidad del producto desde la recepción del canal hasta la entrega al cliente final, en cumplimiento de la normativa sanitaria del INVIMA y las buenas prácticas de manufactura del sector cárnico. En la gestión comercial, se tiene planeado operar con canales digitales activos: WhatsApp Business para la gestión de pedidos y domicilios, Instagram para la comunicación de ofertas del día con fotografías de cortes frescos, y plataformas de pago electrónico como Nequi, Daviplata, Bancolombia, y un operador electrónico que permita recibir tarjetas de crédito con datafono. Respondiendo al comportamiento real de sus consumidores, especialmente del joven trabajador urbano que decide su compra desde el celular. En la gestión administrativa, se contempla el uso de herramientas digitales de registro de

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 Empezar

INDICADOR	Número o Valor	Descripción del indicador
Empleos a crear	7	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	5	Debe darse cumplimiento al indicador descrito en el punto 8. Canales frente a los eventos a realizarse para visibilizar el proyecto.
Contrapartidas	8	Debe darse cumplimiento a la realización de eventos de transferencia de conocimiento los cuales se programarán de manera concertada con el SENA
Presupuesto	\$ 520.008.000	Debe darse cumplimiento a la ejecución de los recursos solicitados al Fondo Empezar
Producción a generar Año 1	21870	Unidades a producir o servicios a prestar en el Año 1
Ventas a generar Año 1	\$ 435.861.000	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?
PorColombia (Asociación Colombiana de Porcicultores)	Nacional – Gremial	Bogotá D.C	Información sectorial, estadísticas de consumo, asistencia técnica en buenas prácticas porcícolas y respaldo gremial para acceder a programas de fortalecimiento del sector cárnico.
Cámara de Comercio de Ibagué	Público – Local	Ibagué, Tolima	Participar de las ferias

ICA (Instituto Colombiano Agropecuario)	Público – Nacional	Ibagué, Tolima	Verificación sanitaria de los proveedores porcícolas, certificación de granjas libres de enfermedades y acompañamiento en trazabilidad animal desde el origen.
Secretaría de Salud de Ibagué	Público – Local	Ibagué, Tolima	Concepto sanitario del establecimiento, inspección de condiciones de higiene y cadena de frío, y orientación en normativa local para expendios de productos cármicos.
DIAN	Público – Local	Ibagué, Tolima	Orientación en obligaciones tributarias, registro único tributario (RUT) y cumplimiento fiscal desde la formalización del negocio.

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?

CERDITOLIMA se constituirá como grupo asociativo porque la naturaleza del negocio así lo exigirá y porque la unión de cinco personas con capacidades complementarias representará una ventaja competitiva que ninguno de los integrantes podría replicar de forma individual. Montar un expendio especializado de carne de cerdo con cadena de frío, abastecimiento regional, canales digitales de venta y cumplimiento normativo sanitario requerirá simultáneamente capital humano en áreas administrativas, contables, operativas y comerciales. Ningún integrante del grupo, por sí solo, reunirá todas esas capacidades ni contará con los recursos suficientes para asumir individualmente los costos de instalación, operación y formalización del negocio.

El objetivo común que unirá al grupo será claro y compartido: crear en el sector Ricaurte del sur de Ibagué el primer expendio especializado y certificado de carne de cerdo fresca, que garantice al consumidor calidad, inocuidad y precio justo, mientras generará ingresos dignos y sostenibles para 7 familias tolimeses. Trabajar en conjunto permitirá distribuir responsabilidades según las fortalezas de cada integrante, reducir la carga operativa individual, compartir los riesgos del emprendimiento y construir colectivamente un negocio más sólido, más formal y con mayor proyección que cualquier iniciativa unipersonal. La asociatividad no será aquí una estrategia de conveniencia: será la base sobre la cual CERDITOLIMA se sostendrá y crecerá.

¿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)

El impacto de CERDITOLIMA en el sector Ricaurte de la ciudad de Ibagué y el corredor vial Ibagué Cajamarca, podrá medirse y sentirse en dimensiones concretas. En lo económico, el negocio generará ingresos directos para 7 familias, con una proyección de ventas que superará los \$435.861.000 en el primer año y crecerá hasta más de \$1.890.890.343 en el año cinco. A medida que el negocio escale, se proyecta la vinculación de personal adicional, ampliando el impacto en empleo local. En lo productivo, CERDITOLIMA conectará al productor campesino porcícola de Planadas, Tolima con el consumidor urbano del sur de Ibagué, creando un encadenamiento productivo que beneficiará al campo y a la ciudad al mismo tiempo.

En lo social, el proyecto mejorará el acceso de más de 19.000 hogares en estratos 2 y 3 a proteína animal de calidad, en un sector que hoy no cuenta con un punto de venta especializado, formal y con cadena de frío garantizada. Adicionalmente, CERDITOLIMA demostrará en su propia historia que la organización colectiva, la formación académica y la experiencia práctica son herramientas reales de transformación social, especialmente para personas que, como su líder, han enfrentado el desplazamiento forzado y han encontrado en el emprendimiento asociativo una vía digna de reconstrucción de vida.

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?

La representante del grupo asociativo CERDITOLIMA es la señora Maira Alejandra Dussán Vélez, de 33 años, residente en Ibagué, Tolima, y víctima del desplazamiento forzado proveniente del municipio de Planadas, Tolima. Su historia personal no es un obstáculo: es parte de su fortaleza. Haber crecido en Planadas le dio un conocimiento directo y vivencial del mundo porcícola desde la producción primaria, que hoy se convierte en una ventaja estratégica para CERDITOLIMA al momento de relacionarse con proveedores, entender la cadena de valor del cerdo y garantizar la calidad del producto desde el origen.

Maira Alejandra cursa actualmente el séptimo semestre de Contaduría Pública, lo que le aporta al negocio una base sólida en gestión financiera, control de costos, registro contable y cumplimiento tributario, habilidades esenciales para la sostenibilidad de cualquier emprendimiento formal. Complementa su formación académica con experiencia en el área administrativa y contable, y con el conocimiento práctico del proceso cárnico adquirido a través de su esposo, quien trabajó directamente en el área de ventas y desposte en una carnicería.

El grupo la eligió como representante porque reúne en una sola persona lo que el negocio necesita en su etapa de arranque: conocimiento del sector, formación en finanzas, capacidad de liderazgo y una historia de vida que encarna exactamente los valores de CERDITOLIMA: resiliencia, trabajo, familia y superación. Sus responsabilidades incluyen la representación legal del grupo ante instituciones públicas y privadas, la gestión administrativa y contable del negocio, la coordinación del equipo asociativo y la interlocución con proveedores y clientes institucionales.

¿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?

El grupo asociativo de CERDITOLIMA se conformará específicamente para el desarrollo de esta iniciativa empresarial, motivado por la identificación colectiva de una oportunidad real en el mercado del sur de Ibagué. Si bien el grupo como tal no cuenta con una trayectoria productiva previa en conjunto, varios de sus integrantes aportarán experiencia directa y relevante en el sector, lo que fortalecerá la propuesta desde el inicio.

La representante Maira Alejandra Dussán Vélez y Rosa María Dussán Vélez, quien cursa séptimo semestre de Contaduría Pública, compartirá formación académica y vínculos familiares que facilitarán la coordinación y la confianza dentro del grupo. Valentina Reinos Morales aportará experiencia práctica desde el área administrativa y manejo operativo ya que labora, como empleada de una carnicería en funcionamiento, lo que le dará al grupo un conocimiento real sobre cómo funciona este tipo de negocio por dentro. Luz Marina Pérez Ipuz, ama de casa con conocimiento del comportamiento del consumidor hogareño del sector, representará la voz del cliente principal de CERDITOLIMA dentro del propio equipo. El señor Nobel Dussán Sánchez asumirá el área operativa del negocio, aportando capacidad de trabajo físico y disposición para el manejo del producto en el punto de venta.

En la etapa de formulación, el grupo trabaja de manera coordinada en el desarrollo del proyecto, la investigación de mercado en el sector Ricaurte, el contacto con proveedores porcícolas y la verificación de precios de la competencia. El SENA concernirá la iniciativa a través del presente proceso de formulación.

Las decisiones dentro de CERDITOLIMA se tomarán de forma democrática y participativa, mediante reuniones periódicas del grupo asociativo en las que cada integrante tendrá voz y voto en igualdad de condiciones. Las decisiones estratégicas, inversiones, cambios en el portafolio, nuevos proveedores, expansión del negocio requerirán consenso o mayoría calificada del grupo. Las decisiones operativas del día a día serán responsabilidad de la representante legal, quien rendirá cuentas al colectivo en cada reunión. Los recursos financieros del negocio serán administrados con transparencia total; se llevará contabilidad formal desde el primer día, con registros de ingresos, egresos, inventario y costos, y se generarán informes periódicos accesibles a todos los asociados. Ningún recurso podrá comprometerse o ejecutarse de forma unilateral sin el conocimiento del grupo.

Maira Alejandra Dussán Vélez – Presidenta (20% en toma de decisiones): Responsable de la gestión general y administración del negocio, la representación legal ante