|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **A. IDENTIFICACION DEL MECANISMO GENERADOR DE INGRESO (MGI)** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Tipo de beneficiaria: (Articulo 5 resolución No 014 de 2021 – Modificado por resoución No 005 de 2022) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Mujer con proyecto individual |  | Grupo de mujeres no formalizadas | |  | | Organizaciones | | | |  | | ESAL Mixta | | | |  | Sociedades | |  | |
| Provincia: | | | | | | | | | Municipio: | | | | | | | | | | | |
| **Identificación Personas Jurídicas o Grupos de Mujeres** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Razón social: | | | | | | | | | | | | | | NIT: | | | | | | |
| Representante Legal. | | | | | | | | | | | | | | C.C. | | | | | | |
| Teléfonos de contacto: | | | | | | | | | Correo electrónico: | | | | | | | | | | | |
| Barrió o Vereda: | | | | | | | | | Dirección: | | | | | | | | | | | |
| **Identificación Personas Naturales** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Denominación del MGI: | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Nombre beneficiaria: | | | | | | | | | | | | | | C.C | | | | | | |
| Teléfonos de contacto: | | | | | | | | | Correo electrónico: | | | | | | | | | | | |
| Barrió o Vereda: | | | | | | | | | Dirección: | | | | | | | | | | | |
| Persona de contacto en el Desarrollo del Mecanismo Generador de Ingresos – MGI | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | |
| Teléfonos: | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | |
| **B. INFORMACIÓN DEL SECTOR ECONOMICO** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Agropecuario | | | | | | |  | Artesanías, Joyería y Bisutería | | | | | | | | | |  | | |
| Agroindustrial | | | | | | |  | Gastronomía | | | | | | | | | |  | | |
| Manufactura Textil | | | | | | |  | Negocios Sociales y/o ambientales | | | | | | | | | |  | | |
| Otro ¿cuál? | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **C. SELECCIONE EL RUBRO(S) CORRESPONDIENTE A LA SOLICITUD** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Mejoramiento de la capacidad operativa | | |  | | Reconversión tecnológica | | | | | | | |  | | Apoyo al desarrollo de procesos de innovación | | | | |  |
| Promoción y mercadeo | | |  | | Adquisición de Maquinaria, equipos o software | | | | | | | |  | | Compra de insumos para el ciclo productivo | | | | |  |
| **C. INDIQUE QUIEN LO ASESORÓ EN LA FORMULACIÓN DEL MGI** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Nombre del Profesional: | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Firma del Representante Legal o Beneficiaria | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

**Introducción**

En el marco de la estrategia de autonomía económica ICPES, se desarrolla el presente formato – guía que tiene como objetivo orientar a las mujeres que deseen vincularse a la estrategia con el objetivo de fortalecer sus procesos de generación de ingresos procurando siempre la consolidación de la autonomía económica de las mujeres del departamento. El formato para la presentación del Mecanismos Generador de Ingresos (MGI) está compuesto por seis componentes a saber:

* Potenciación. Este componente permite conocer cómo se desea invertir el apoyo dado desde la Secretaría.
* Técnico – productivo. En este componente se detallan los datos productivos del MGI y responde a preguntas tales como: ¿Qué piensa hacer? ¿Cuáles son los pasos de su proceso productivo? ¿Quiénes son sus clientes? ¿Qué insumos y equipos necesita para producir?
* Comercial. En este componente se hace foco en los canales de venta, imagen del producto y actividades para dar a conocer lo que produce el MGI.
* Innovación. En este componente se hacen preguntas relacionadas con proceso de innovación en el MGI.
* Financiero. En este componente se comparan gastos con proyecciones de ingreso y se construye un flujo de caja sencillo con el objetivo de evaluar la viabilidad financiera del MGI presentado.
* Social. En este componente se detalla el impacto social de su MGI y como este puede contribuir a mejorar la situación de las mujeres en el departamento.

La metodología de desarrollo se sustenta en la respuesta a preguntas orientadoras propuestas en el documento que permiten realizar un análisis técnico del MGI de manera sencilla y dinámica.

Si necesita ayuda para desarrollar los componentes del presente formato, recuerde que desde la Secretaría estamos atentos a brindarte toda la asistencia técnica necesaria, porque para nosotros lo más importante es que su MGI sea una realidad.

¡Empecemos!

1. **COMPONENTE POTENCIACIÓN**

**Objetivo**. Detallar la solicitud de apoyo elevada desde la(s) beneficiaria(s) hacia la Secretaría con su respectiva justificación técnica.

* 1. **Breve descripción de la actividad económica.** Describa brevemente de que se trata la actividad generadora de ingresos para usted.

**¿En qué quiero invertir el apoyo económico?** Esta fase consiste en detallar la solicitud realizada a la Secretaría respecto del apoyo económico necesario para potenciar el MGI presentado. Indique por favor los requerimientos técnicos realizados en la manifestación de interés. **Recuerde que los datos aquí consignados deben ser los mismos que los datos seleccionados a la hora de realizar la manifestación de interés.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Ítem** | **Descripción técnica del requerimiento.** | **Cantidad** |
|  |  |  |
|  |  |  |

**Nota:** Conforme lo establecido en la normatividad vigente y en el pronunciamiento del Consejo de Estado. Sección Tercera. Subsección C. Sentencia del 24 de marzo de 2011, Rad. 1998- 00752 (18.118) **Las entidades estatales no pueden solicitar marcas en sus procesos de selección**, porque restringe la posibilidad de que otros potenciales proponentes, que son fabricantes o comercializadores de otras marcas, con **similares características técnicas a las requeridas por la Administración**, puedan concurrir a ofertar los mismos bienes o productos. En consecuencia, la entidad no puede comprometerse a entregar las marcas requeridas por la interesada, pues se garantizará el cumplimiento de las especificaciones técnicas establecidas en el numeral 1.2 del presente documento.

* 1. **¿Por qué es importante el requerimiento para el desarrollo de mi actividad productiva?** Describa brevemente la justificación de la inversión solicitada.
  2. **¿Cómo el requerimiento me puede ayudar a generar más ingresos?** Describa brevemente la forma en la que la solicitud realizada contribuye, fortalece o consolida la propuesta de valor o el factor diferenciador de su MGI.

1. **COMPONENTE TECNICO – PRODUCTIVO**

**Objetivo**: El presente componente tiene como objetivo identificar claramente las actividades productivas que sustentan el MGI.

* 1. **Identificación técnica.** Las mejores actividades productivas tienen como origen el deseo de **resolver un problema** o **satisfacer una necesidad** identificada; Reflexione en esta pregunta: ¿Qué fue lo que la(s) llevo a pensar en que sus ideas pueden convertirse en su sustento económico? Conteste las siguientes preguntas luego de la reflexión:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Aspecto Técnico** | **Preguntas para orientar** | | **Mi mecanismo generador de ingreso** |
| Problema o necesidad | ¿Qué necesidad vamos a satisfacer o que problema vamos a resolver? | |  |
| Producto | ¿Cuál es nuestra propuesta para resolver el problema o satisfacer la necesidad? Puede mencionar más de una. | |  |
| Ventaja Competitiva | ¿Qué es lo que las hace que su propuesta sea diferente? | |  |
| Caracterización del cliente | ¿A quién está dirigida la propuesta realizada? | Género |  |
| Edad |  |
| Localización |  |
| Estrato Socioeconómico |  |
| Nivel de Ingresos |  |
| ¿Es usuario de redes sociales? ¿Cuáles? |  |
| Frecuencia de compra del producto o servicio |  |

Tabla 1. Identificación técnica del MGI

* 1. **Proceso productivo.** Una vez terminada la fase inicial de identificación, en donde detallamos lo ***que*** vamos a hacer, es necesario pasar a la acción, es decir, ¿***Cómo*** lo vamos a hacer? Este apartado vamos a describir el paso a paso y los recursos necesarios para hacerla realidad la actividad productiva. No tenga prisa, analice con detenimiento cada paso y contemple todas las posibles necesidades de espacios, maquinaria, equipos, insumos y talento humano de su proceso productivo. Imagina que escribe con detalle una receta de su actividad productiva.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **¿Cómo hacemos realidad nuestra solución propuesta?** | | **Requerimientos para lograr que cada paso termine de manera exitosa** | | | |
| **Paso** | **Descripción** | **Espacios Físicos** | **Maquinaria y equipos** | **Insumos** | **Talento Humano** |
| Alistamiento y/o Requerimientos previos | Breve descripción del objetivo del paso |  |  |  |  |
| Paso 1 |  |  |  |  |  |
| Paso 2 |  |  |  |  |  |
| Paso 3 |  |  |  |  |  |
| Paso 4 |  |  |  |  |  |
| Paso 5 |  |  |  |  |  |
| Paso 6 |  |  |  |  |  |

**Nota**. Es posible que su MGI tenga más de un producto y en consecuencia sea más fácil desarrollar la tabla 2 para cada uno de los productos de su MGI, ello te dará una idea mucho más clara de lo que puedes necesitar.

Al terminar este ejercicio tendrá como resultado un listado de necesidades claras de su MGI, quizás ya tenga algunas de ellas, quizás otras las puede gestionar de manera autónoma y en algunas necesitara de nuestro apoyo; detallemos que tiene, que puede gestionar y en que necesita nuestro apoyo. En la siguiente tabla, frente a cada necesidad identificada señale alguna de las tres opciones **Disponible**, cuando en el momento de presentar el MGI esa necesidad ya se encuentre cubierta; **Contrapartida**, cuando aún sin estar cubierta la necesidad identificada se compromete a cubrirla con sus recursos o su gestión, si su MGI es financiado por la Secretaría o **Apoyo**, para señalar aquellas necesidades que se planea puedan cubrirse con el apoyo brindado por la Secretaría en el marco de la estrategia:

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Requerimientos para el éxito del MGI** | | | | | | | |
| **Espacios Físicos** | | **Maquinaria y equipos** | | **Insumos** | | **Talento Humano** | |
| Necesidad | Estado | Necesidad | Estado | Necesidad | Estado | Necesidad | Estado |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |

Tabla 3. Estado actual de las necesidades identificadas

* 1. **Trayectoria en el desarrollo del MGI.** Ya sabemos ***que*** vamos a hacer y también hemos detallado ***como*** lo vamos a hacer; resta ahora saber un poco más de ***quienes*** están detrás de esta gran idea, cual ha sido su formación académica, formal e informal, su experiencia laboral, el tiempo que llevan trabajando en hacer la idea realidad, sus aciertos y por supuesto sus errores. (Añada tantas filas como sea necesario)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nombre de las beneficiarias** | **Rol en el proyecto** | **Tiene Formación Académica** | **Tiene experiencia en el desarrollo** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

* 1. **Riesgos y Dificultades para el desarrollo del MGI.** No todo es fácil cuando se emprende, por eso es importante pensar en los riesgos y dificultades, no para arrepentirnos de tomar la decisión sino para adelantarnos a ellos y saber cómo actuar en caso de que estos ocurran. Un riesgo es aquello que puede o no puede suceder, mientras una dificultad es algo que conocemos con detalle que ya sucedió y nos puede afectar el desarrollo exitoso del MGI. Diligencie por favor las siguientes tablas.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Riesgo** | **Fase** | **¿Qué piensa hacer?** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

1. **COMPONENTE COMERCIAL**

**Objetivo**: En el presente componente desarrollaremos las ideas respecto de lo más importante de cualquier emprendimiento, como alcanzar las metas de ventas.

* 1. **Identificación de atributos.** En el proceso de venta lo más importante es saber qué es lo que me hace diferente de los demás, porque mis futuros clientes me van a preferir a mí respecto de mi competencia. La clave para ello está en las siguientes preguntas:
     1. ¿Alguien más ofrece el mismo producto o servicio que usted ofrece en su zona geográfica?

SI \_\_\_\_\_ NO\_\_\_\_\_

* + 1. ¿Cuál es su factor diferenciador?
  1. **Identificación de Canales de comercialización.** Los canales de comercialización pueden entenderse como aquel camino que escojo para alcanzar mi objetivo. Cuéntenos por favor como piensa comercializar su producto.
     1. ¿Cómo piensa comercializar su producto?
     2. ¿Qué medios de pago utiliza o pretende utilizar para vender su producto y/o servicio?
     3. ¿Cuenta con aliados comerciales que le ayuden en el proceso de comercialización de los productos o servicios esperados del MGI?

SI NO

En caso de que su respuesta sea positiva, identifique al aliado comercial.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Nombre o razón social | Numero de contacto | Tiempo de relación comercial |
|  |  |  |
|  |  |  |

* 1. **Mercadeo.** El mercadeo es el resultado de mezclar los atributos del producto con los canales de comercialización escogidos, a partir de allí se construyen símbolos, mensajes, afinidades y lealtades de cliente. Debe reflexionar en las respuestas dadas a los numerales anteriores para desarrollar este componente.
     1. ¿Tengo una identidad grafica definida (logo y/o marca) para mi producto o servicio?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

* + 1. Desde su experiencia, ¿Cuál es la mejor manera de darse a conocer?
    2. ¿Qué medidos publicitarios aplica para sus productos y/o servicios?

1. **COMPONENTE DE INNOVACIÓN**
   1. **¿El producto o servicio esperado del MGI es innovador en el mercado?**

SI \_\_\_ NO \_\_\_\_\_

En caso de que su respuesta sea positiva, describa brevemente en que consiste la innovación desarrolla por el producto o servicio esperado del MGI.

* 1. En caso de que su respuesta sea negativa, describa brevemente **¿De qué forma podría vincular la innovación a su producto o servicio en el mediano plazo? Describa brevemente**. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. **COMPONENTE FINANCIERO**

**Objetivo**: En el presente componente se concretan los planteamientos técnicos y de mercadeo en cifras con el objetivo de evaluar la viabilidad financiera del MGI.

* 1. **Gastos**. La diferencia central entre gasto y costo reside en la naturaleza de cada uno, mientras el gasto es fijo sin importar la cantidad de productos o servicios que genere el MGI los costos están asociados directamente a la producción del bien o servicio. Es clave para un modelo financiero responsable estimar con detalle gastos y costos del proceso productivo. Realice un estudio detallado de los gastos mensuales de su MGI y diligencie la siguiente tabla:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Gastos Fijos** | | |
| **Item** | **Descripción** | **Valor** |
| 1 | Arrendamientos |  |
| 2 | Servicios Públicos |  |
| 3 | Gastos de nomina |  |
| 4 | Mantenimientos |  |
| 5 | Gastos de mercadeo |  |
| 6 | Gastos administrativos y contables |  |
| 7 | Otros |  |
| **Subtotal gastos fijos** | |  |

* 1. **Costos.** Estime los costos de la producción asociados a un número estimado de productos o servicios finales con base en los datos consignados en el componente No 1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Costos de Producción** | | |
| **Ítem** | **Descripción** | **Valor** |
| 1 | Insumos de producción |  |
| 2 | Consumibles asociados a la producción |  |
| 3 | Costos de comercialización |  |
| 4 | Costo variable de personal |  |
| **Subtotal costos de producción** | |  |
| **Número de productos** | |  |
| **Costo variable unitario (Cv) (Dividir el subtotal de costos de producción entre el número de productos)** | |  |

* 1. **Estimación del precio de venta.** La estimación del precio de venta es un asunto clave en el modelo financiero, pues dicho dato condiciona la rentabilidad en el mediano y largo plazo del MGI. Existen dos caminos para establecer el precio unitario de venta de su producto o servicio; selecciona el camino adecuado para los productos o servicios derivados de su MGI y luego detalla el mecanismo por medio del cual logró su estimación.
     1. ¿Qué mecanismo utilizó para determinar el precio unitario de venta de su producto?

Estudio de mercado \_\_\_\_\_ Estimación de utilidad esperada \_\_\_\_

* + 1. ¿Cuál es el precio unitario de venta para sus productos o servicios?
  1. **Estimación del punto de equilibrio.** Con base en los datos recolectados en las preguntas anteriores es necesario estimar el punto de equilibrio con el objetivo de evaluar la coherencia entre las estimaciones de venta, los presupuestos de inversión y los gastos. Para tal efecto efectuamos la siguiente operación:
     1. ¿Cuál es su punto de equilibrio?
  2. **Proyección de ingresos**. El punto de equilibrio es el mínimo de ventas mensuales de su emprendimiento; a partir de la capacidad operativa de su MGI y las expectativas de venta a partir de la experiencia en el negocio realice una breve proyección de ingresos en pesos de por lo menos tres (3) meses.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Proyección de ingresos** | | |
| **Mes 1 (En pesos)** | **Mes 2 (En pesos)** | **Mes 3 (En pesos)** |
|  |  |  |

* 1. **Flujos de caja proyectado**. Con base en los resultados obtenidos, construye el flujo de caja del MGI de por lo menos tres (3) meses.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Flujo de caja** | | | |
| **Operación** | **Mes 1 (En pesos)** | **Mes 2 (En pesos)** | **Mes 3 (En pesos)** |
| **Ingresos** |  |  |  |
| **Gastos y Costos** |  |  |  |
| **Resultado Neto (Resta entre ingresos y gastos y costos)** |  |  |  |

1. **COMPONENTE – SOCIO EMOCIONAL**

**Objetivo**: En el marco de la estrategia ICPES, lo más importante es garantizar que el MGI contribuya de manera significativa al proceso de autonomía económica y reivindicación de derechos de las mujeres en el departamento. Para tal efecto en este apartado la beneficiaria deberá adelantar dos acciones a saber: En primer lugar, grabar un video con extensión máxima de dos minutos en donde responda, por lo menos, las preguntas orientadoras contenidas en los numerales 6.1, 6.2, 6.3 y 6.4; en segundo lugar, responder las preguntadas contenidas en los numerales 6.5 y 6.6 adjuntando los respectivos soportes que acrediten las condiciones de enfoque diferencial diligenciados en el cuadro.

* 1. **¿Cómo contribuye o se relaciona este MGI a su proyecto de vida?**
  2. **¿Contribuye su MGI a la reducción o eliminación de alguna de las formas de violencia?**

Sí \_\_ No \_\_\_\_

¿Cuál?

Violencia física \_\_\_\_

Violencia sexual \_\_\_\_

Violencia Psicológica \_\_\_\_

Violencia Económica \_\_\_\_

* 1. **¿En qué derecho se enmarca la ejecución de su MGI?**   
       
     Derecho a la paz \_\_\_\_

Derecho a la cultura libre de sexismos \_\_\_\_

Derecho al trabajo en igualdad de condiciones \_\_\_\_

Derecho a la tecnología de información y comunicación \_\_\_\_

Derecho a la salud plena \_\_\_\_

Derecho a educación con igualdad de oportunidades \_\_\_\_

Derecho a una vida libre de violencias \_\_\_\_  
Derecho al territorio, hábitat y medio ambiente \_\_\_\_

Derecho a la participación en igualdad de condiciones \_\_\_\_

* 1. **¿Cómo reaccionaría frente a una crisis económica de su MGI?**
  2. **¿Especifique el número de personas que contribuirían en la ejecución del MGI, según el rango de edad y género al que corresponda?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **RANGO DE EDAD** | **No. de Mujeres** | **No. Hombres** | **No. LGTBIQ+** |
| Entre 18 y 28 años |  |  |  |
| Entre 29 y 40 años |  |  |  |
| Entre 41 y 50 años |  |  |  |
| Entre 51 y 59 años |  |  |  |
| 60 años o más |  |  |  |
| **Total** |  |  |  |

* 1. **Enfoque diferencial del MGI. ¿La ejecución de su MGI vincula a personas pertenecientes a grupos poblacionales con enfoque diferencial? (Víctimas de violencia de género, víctimas del conflicto armado, personas en condición de discapacidad, mujeres en situación de Jefatura del hogar)**

Sí \_\_\_ No \_\_\_\_

En caso de que su respuesta sea afirmativa, diligencie la cantidad de personas según su pertenencia al género y grupo poblacional con enfoque diferencial en el siguiente cuadro:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Género | Víctima por violencia de género | Víctima del Conflicto armado | Condición de discapacidad | Jefatura del hogar | Total por género |
| Mujeres |  |  |  |  |  |
| Hombres |  |  |  |  |  |
| LGTBIQ+ |  |  |  |  |  |
| Total por grupo poblacional |  |  |  |  |  |