Conectividad	Servicio de internet

La mezcla de productos está bien orientada al tipo de cliente esperado: consumo inmediato, compras rápidas y abastecimiento básico.

6. PROCESOS TÉCNICOS

El proceso técnico de Paso del Dagua inicia con el abastecimiento, es decir, la compra de bebidas, mercado, huevos y carne de res. En relación con la carne, el modelo más razonable para iniciar no es el sacrificio en sitio, sino el abastecimiento desde proveedores formales o canales autorizados, asegurando condiciones sanitarias adecuadas y una correcta cadena de frío. Este punto es muy importante porque la línea cárnica exige más cuidado que una tienda tradicional. La información base del proyecto ya advierte esta necesidad de manejo prudente y sanitario.

El segundo proceso es el transporte y almacenamiento. Los productos secos deben organizarse en estanterías limpias y protegidas; las bebidas frías, la carne y otros alimentos sensibles deben conservarse en congeladores o exhibidores apropiados. En este componente, el parque solar y el internet satelital cumplen una función operativa esencial, especialmente si se busca continuidad del servicio y operación extendida.

El tercer proceso es la atención al cliente, que será directa y permanente. Incluye venta en mostrador, cobro, entrega de productos, apoyo en el uso del internet y orientación básica a quienes requieran información de paso. El cuarto proceso es el control operativo, que comprende inventario, revisión de fechas, reposición, manejo de caja y organización de turnos, particularmente si el negocio se acerca a un funcionamiento de 24 horas.

Tabla 4. Proceso técnico general

Etapa	Actividad principal
Abastecimiento	Compra de surtido, huevos y carne desde proveedores
Transporte	Llegada de mercancía al punto de venta
Conservación	Refrigeración, congelación y exhibición
Atención	Venta directa y apoyo al cliente
Conectividad	Prestación de internet
Control	Caja, inventario, reposición y turnos

7. REQUISITOS LEGALES

Aunque Paso del Dagua se ubique en zona rural, sí debe considerar requisitos legales básicos para operar con mayor seguridad y orden. Entre ellos se encuentran la formalización del negocio, el Registro Único Tributario (RUT), la matrícula mercantil del comerciante y del establecimiento, y el soporte de ventas conforme a la actividad económica desarrollada. La información base del plan también señala la necesidad de verificar condiciones locales de funcionamiento y horarios, especialmente por la venta de bebidas alcohólicas y la intención de prestar servicio ampliado.

En el caso específico de este proyecto, existe además un requisito adicional relevante: el expendio de carne de res. Esta línea exige mayor atención a las condiciones de higiene, almacenamiento, procedencia legal del producto, conservación en frío y manejo del área de expendio. Por ello, es recomendable que esta línea se implemente con prudencia y con criterios básicos de control sanitario desde el inicio.

De manera expresa, y conforme a la instrucción dada para el documento, se deja indicado que se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica. Este acompañamiento fortalece la viabilidad del negocio y ayuda a que el emprendedor conozca mejor sus responsabilidades formales.

Tabla 5. Requisitos legales básicos

Requisito	Finalidad
RUT	Identificación tributaria
Matrícula mercantil	Formalización del comerciante y del establecimiento
Verificación local	Funcionamiento del punto y horarios
Condiciones sanitarias	Manejo adecuado de carne y alimentos
Soporte de origen de la carne	Legalidad y trazabilidad del producto

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El canal principal de comercialización de Paso del Dagua será la venta directa en sitio. En un negocio de paso como este, el mayor valor está en la atención inmediata y en la cercanía con la necesidad del cliente. Quien compra aquí generalmente no lo hará por planear una compra extensa, sino por resolver un requerimiento puntual en el momento justo.

El segundo canal será el voz a voz, especialmente importante en territorios rurales. Si el negocio logra reconocimiento por servicio, disponibilidad, trato amable y capacidad de apoyo, se convertirá en un punto recomendado por la comunidad, por los conductores y por quienes frecuentan la vía. Este canal puede ser decisivo en el posicionamiento del negocio.

El tercer canal será la relación con instituciones y actores del corredor vial, que pueden acudir al establecimiento en actividades de campo o ante necesidades logísticas. A futuro, podría complementarse con un canal simple por llamadas o WhatsApp para encargos de carne, huevos o mercado, aunque el eje principal seguirá siendo presencial. Esta estructura de comercialización coincide con la orientación planteada en la información base.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

La proyección inicial entregada para el negocio es de $500.000 por semana, es decir, aproximadamente $2.000.000 mensuales. Sin embargo, para que el plan sea más útil, conviene

presentar tres escenarios: conservador, medio y fortalecido. Esto permite entender mejor la viabilidad del proyecto y evaluar cuánto debe crecer para llegar a un punto de sostenibilidad más estable.

Tabla 6. Escenarios de ventas

Escenario	Venta semanal estimada	Venta mensual estimada
Conservador	$500.000	$2.000.000
Medio	$800.000	$3.200.000
Fortalecido	$1.200.000	$4.800.000

Como supuesto de trabajo, el escenario conservador corresponde al arranque; el medio puede ser alcanzable una vez el negocio se posicione; y el fortalecido sería el nivel deseable si realmente se aprovechan la ubicación estratégica, la conectividad y una operación más amplia. El valor promedio de compra de $10.000 funciona mejor como referencia para compras simples, pero no como promedio único de toda la tienda, porque la carne, el mercado y los huevos pueden mover valores más altos.

Tabla 7. Distribución estimada de ventas

Línea de ingreso	Participación estimada
Bebidas no alcohólicas	25%
Bebidas alcohólicas	20%
Mercado	20%
Huevos de granja	10%
Carne de res	20%
Conectividad	5%

Estas cifras son estimaciones razonables de trabajo y sirven para orientar decisiones, no para reemplazar el seguimiento real de ventas.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos de Paso del Dagua se concentran en dos bloques: la inversión inicial en equipos y los gastos mensuales de operación. En la operación, los principales rubros serán el surtido, la reposición de carne y huevos, el internet, el mantenimiento del sistema solar, el aseo y el apoyo del personal. La información base propone una estructura de gastos que permite visualizar el reto principal del proyecto: con el esquema actual, la sostenibilidad exige vender por encima del escenario más bajo.

Tabla 8. Costos y gastos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado
Reposición de surtido y bebidas	$1.200.000
Reposición de carne y huevos	$900.000
Internet satelital	$250.000
Apoyo de ayudante	$1.000.000
Reconocimiento operativo al pasero	$600.000

Mantenimiento, aseo e imprevistos	$300.000
Total mensual estimado:	**$4.250.000**

Tabla 9. Lectura financiera básica

Escenario	Venta mensual	Gasto mensual estimado	Resultado aproximado
Conservador	$2.000.000	$4.250.000	-$2.250.000
Medio	$3.200.000	$4.250.000	-$1.050.000
Fortalecido	$4.800.000	$4.250.000	$550.000

La lectura financiera deja una conclusión clara: con la estructura actual, el negocio necesita superar el escenario medio para ser plenamente sostenible. Por ello, la mejor recomendación es iniciar por fases, controlar muy bien los costos, priorizar productos de alta rotación y evaluar si la operación 24 horas debe implementarse desde el inicio o progresivamente.

11. TALENTO HUMANO

El negocio plantea tres figuras humanas: dueño, ayudante y pasero. Esta estructura tiene sentido por la ubicación del punto y por la aspiración de brindar servicio continuo. El dueño o propietaria será la persona encargada de administrar el negocio, comprar el surtido, controlar la caja y tomar decisiones. El ayudante apoyará la atención al cliente, la reposición, el orden general y las tareas operativas diarias.

El pasero cumple una función especial vinculada al entorno del caño y del paso. Su rol puede ser importante para orientar a los usuarios, apoyar la dinámica de tránsito, brindar información básica y servir como soporte del punto en momentos específicos. Si el negocio realmente avanza hacia una atención extendida, esta figura adquiere mayor sentido.

Más que perfiles altamente técnicos, este proyecto necesita personas responsables, honestas, constantes y con buena disposición de servicio. En un negocio rural de paso, el trato humano y la capacidad de resolver necesidades concretas influyen mucho en la fidelización del cliente.

Tabla 10. Talento humano requerido

Cargo	Función principal	Cantidad
Dueño/a	Administración general y caja	1
Ayudante	Atención, surtido y apoyo operativo	1
Pasero	Apoyo al tránsito, orientación y soporte del punto	1

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Paso del Dagua requiere una infraestructura operativa básica, pero sólida. El primer requerimiento es el parque solar, porque la operación depende de energía para iluminación, congeladores, internet y,

eventualmente, servicio extendido. El segundo es el internet satelital, que constituye uno de los diferenciadores del negocio y un apoyo importante para la comunidad y los viajeros.

También se requieren congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas, exhibidor de carne, surtido inicial y abastecimiento confiable de productos. En el caso de la carne, la recomendación técnica más prudente es iniciar con producto proveniente de canales autorizados y no con sacrificio en sitio, por razones sanitarias, operativas y financieras.

Además de los recursos físicos, el punto necesita organización administrativa: control de inventario, manejo de caja, registro de ventas, protocolos básicos de limpieza, turnos y revisión frecuente de la rotación de productos sensibles.

Tabla 11. Necesidades principales del proyecto

Tipo	Requerimiento
Energía	Parque solar
Conectividad	Internet satelital
Frío	Congeladores y exhibidor de carne
Mobiliario	Estanterías, mesas y sillas
Tecnología	Computador
Operación	Surtido inicial, caja y control de inventario
Producto sensible	Carne de res con conservación adecuada

13. VALOR DEL PROYECTO

El presupuesto inicial disponible es de $10.000.000, pero la información base del plan muestra que esa cifra resulta ajustada para cubrir la versión completa del proyecto. Solo el sistema solar, la conectividad, los congeladores y el exhibidor de carne representan una parte importante de la inversión. Por ello, el análisis más razonable es reconocer que el proyecto sí puede iniciar con ese capital, pero probablemente bajo una primera fase de implementación.

Tabla 12. Valor estimado del proyecto

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$3.500.000
Internet satelital e instalación	$1.500.000
Congeladores y exhibidor de carne	$3.500.000
Computador y caja básica	$1.000.000
Estanterías, mesas y sillas	$1.200.000
Surtido inicial	$3.000.000
Capital de trabajo	$1.000.000
Valor total estimado del proyecto:	**$14.700.000**

Tabla 13. Relación entre presupuesto y valor del proyecto

Concepto	Valor
Presupuesto disponible	$10.000.000
Valor estimado del proyecto	$14.700.000
Brecha aproximada	**$4.700.000**

La conclusión financiera es clara: el proyecto puede arrancar con el presupuesto disponible, pero será más seguro hacerlo por etapas, reduciendo el surtido inicial, priorizando la línea de mayor rotación y aplazando algunos equipos no esenciales hasta consolidar la operación.

14. Plan operativo

El plan operativo de Paso del Dagua debe adaptarse a su propuesta de servicio 24 horas. Durante el día, el negocio puede atender ventas regulares de bebidas, mercado, huevos, carne e internet. Durante la noche, la operación debería concentrarse en atención al tránsito, bebidas, conectividad y apoyo básico, con una oferta más reducida, pero funcional. Esto permite equilibrar el servicio con el control de costos.

La organización del trabajo puede dividirse por turnos o por niveles de disponibilidad. El dueño asumiría la mayor parte del horario diurno y el control general; el ayudante apoyaría en horas de mayor movimiento; y el pasero tendría un papel más activo en momentos donde el paso o el entorno requieran acompañamiento.

Tabla 14. Plan operativo diario

Momento	Actividad principal
Madrugada	Atención a tránsito y servicio básico
Mañana	Apertura plena, orden, venta de mercado y bebidas
Tarde	Mayor flujo de ventas y reposición
Noche	Atención reducida, conectividad y apoyo de paso
Cierre parcial o relevo	Caja, control de inventario y limpieza

A nivel semanal, debe revisarse el surtido y la rotación de carne. A nivel mensual, conviene evaluar ventas, gastos, horarios de mayor movimiento y decisiones de ajuste. Esta revisión periódica será clave para que el negocio crezca con orden.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de Paso del Dagua es significativo en el plano social, territorial y económico. En primer lugar, el negocio puede facilitar el tránsito entre Puerto Carreño y Casuarito, brindando abastecimiento y apoyo en un tramo donde la oferta es limitada. En segundo lugar, puede funcionar como punto de soporte ante situaciones de dificultad, algo especialmente valioso en un corredor rural.

En términos económicos, el negocio generaría autoempleo, actividad comercial y una pequeña dinámica de servicios en una zona donde acercar bienes y conectividad tiene un efecto directo sobre la calidad de vida. Desde el punto de vista comunitario, el proyecto puede fortalecer la percepción de seguridad y respaldo, al existir un punto confiable para compras, apoyo y orientación.

Tabla 15. Impacto esperado

Tipo de impacto	Descripción
Social	Abastecimiento y conectividad cercanos
Territorial	Apoyo al tránsito rural
Económico	Generación de ingresos y empleo
Comunitario	Respuesta ante necesidades e imprevistos

El alcance inicial será local y de corredor vial, pero puede ampliarse progresivamente si el negocio logra consolidarse como punto confiable de paso.

16. MAPA DE ACTORES

Paso del Dagua se relaciona con varios actores. En el centro del proyecto están el dueño, el ayudante y el pasero, quienes hacen posible la operación diaria. En el entorno externo, la comunidad, los transportadores, los turistas y los transeúntes son los principales usuarios del establecimiento. También aparecen las instituciones, que pueden utilizar el punto en actividades de campo o como apoyo logístico.

Desde el lado institucional y regulatorio, son actores relevantes la DIAN, por el registro tributario; la Cámara de Comercio, por la matrícula mercantil; la autoridad sanitaria, por las condiciones del expendio de carne y alimentos; y la Alcaldía de Puerto Carreño, por el entorno regulatorio y territorial.

Tabla 16. Mapa de actores

Actor	Tipo	Papel en el proyecto
Dueño/a	Interno	Lidera inversión y operación
Ayudante	Interno	Soporte de ventas y atención
Pasero	Interno	Apoyo de tránsito y operación
Comunidad	Externo	Cliente frecuente
Transportadores	Externo	Cliente de paso
Turistas	Externo	Cliente ocasional
Instituciones	Externo	Usuario o aliado puntual
DIAN	Institucional	Registro tributario
Cámara de Comercio	Institucional	Matrícula mercantil
Autoridad sanitaria	Institucional	Vigilancia de carne y alimentos
Alcaldía local	Institucional	Entorno regulatorio

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Paso del Dagua es un proyecto con un claro sentido territorial, porque responde a una necesidad concreta: en el tramo entre Puerto Carreño y Casuarito se requiere un punto inmediato de abastecimiento, conectividad y apoyo al tránsito rural. Su mayor fortaleza es la ubicación estratégica, y su propuesta de valor se refuerza al combinar tienda, atención permanente y servicio útil en una zona donde la distancia frente a otros comercios sí cambia la decisión de compra. La información base del proyecto refuerza además que el contexto del municipio —alta ruralidad, temperatura elevada, condiciones sociales difíciles y necesidad de respaldo energético— hace pertinente este tipo de emprendimiento.

Al mismo tiempo, el análisis deja una conclusión importante: para que el negocio sea sostenible, debe manejar con mucho cuidado los costos, especialmente por el servicio 24 horas, el personal y la venta de carne de res. Con el presupuesto disponible sí puede arrancar, pero lo más recomendable es hacerlo por fases, priorizando líneas de alta rotación y fortaleciendo gradualmente la infraestructura.

En conclusión, Paso del Dagua puede convertirse en un punto de referencia útil para la comunidad, los transportadores y quienes recorren esta vía rural, siempre que mantenga orden administrativo, buena atención, control sanitario y una estrategia de crecimiento progresivo.

Para efectos del proceso desarrollado por medio de la asistencia técnica, se considera el plan de negocios aprobado y viabilizado, para lo cual el emprendedor y la orientadora de asistencia técnica podrán suscribir el documento.

Etelvina

Etelvina Bussuy Andueza
Emprendedora

Yishleni Johana Morales Beltran
Orientadora de emprendimiento

ASOSUPRO	**REGISTRO FOTOGRÁFICO** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

NOMBRE DEL PROYECTO	**IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES QUE CONTRIBUYAN AL EMPRENDIMIENTO Y AUMENTO DE CAPACIDADES LOGÍSTICAS DE LOS PEQUEÑOS TENDEROS EN LA ZONA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE VICHADA**
ACTIVIDAD	REALIZAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LAS UNIDADES PRODUCTIVAS POPULARES EN LAS ZONAS RURALES.
DESCRIPCIÓN	ENTREGA DE LA GUIA METODOLÓGICA PARA LA ESTRUCTURACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO Y SU DESARROLLO.
BENEFICIARIO	Etelvina Bussuy Andueza
TIENDA	Paso del Dagua
FECHA	16/12/2025



ASOSUPRO	**ACTA DE ENTREGA MANUAL METODOLÓGICO** Convenio de Asociación No. 005 de 2025: "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

Fecha: 16 - 12 - 2025

Por medio de la presente acta se deja constancia que la señora **JEISA YAROSLAY CISNEROS CEBALLOS**, identificada con cédula de ciudadanía No. 1.127.389.427, expedida en Puerto Carreño (Vichada), en calidad de representante legal de la Fundación de Servicios Integrales y Sociales de Colombia, en el marco de la ejecución del Convenio No. 005 de 2025 suscrito con la Asociación de Productores Agropecuarios y de Servicios Comunitarios del Vichada – ASOSUPRO, hace entrega del siguiente material pedagógico, el cual corresponde específicamente al componente de fortalecimiento de las capacidades técnicas y empresariales:

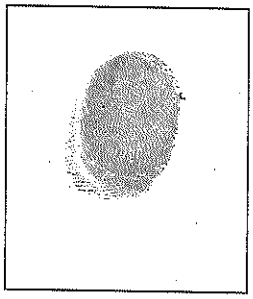
MATERIAL PEDAGÓGICO ENTREGADO			
Item	**Concepto**	**Unidad**	**Cantidad**
1	Manual metodológico para la estructuración de planes de negocio. Diseño, diagramación e impresión en formato físico.	Unidad	1

ENTREGA:

JEISA YAROSLAY CISNEROS CEBALLOS
R/L FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA
CONTRATISTA

RECIBE:

Huella



Firma: Eduima

Nombres: Eduima Rosa

CC: 41 4.125.052

OBSERVACIONES:

Juan Carlos Mendoza Velasquez

ASOSUPRO	**REGISTRO FOTOGRÁFICO** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

NOMBRE DEL PROYECTO	**IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES QUE CONTRIBUYAN AL EMPRENDIMIENTO Y AUMENTO DE CAPACIDADES LOGÍSTICAS DE LOS PEQUEÑOS TENDEROS EN LA ZONA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE VICHADA**
ACTIVIDAD	REALIZAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LAS UNIDADES PRODUCTIVAS POPULARES EN LAS ZONAS RURALES.
DESCRIPCIÓN	DESARROLLAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LA ESTRUCTURACIÓN Y VIABILIDAD DE PLANES DE NEGOCIO ENFOCADOS A LA ECONOMÍA POPULAR O TIENDAS RURALES DEL DEPARTAMENTO.
BENEFICIARIO	Juan Carlos Mendoza Velasquez
TIENDA	Tienda EL recuerdo la 14
FECHA	13/12/2025



ASOSUPRO	**ACTA DE COMPROMISO Y SOSTENIBILIDAD** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

En el desarrollo del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, suscrito entre la **FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA** y **ASOSUPRO**, y como parte del proceso de fortalecimiento de capacidades logísticas y de emprendimiento de pequeños tenderos rurales, se firma la presente acta de compromiso de sostenibilidad.

Yo, Juan Carlos Mendoza Velasquez identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 80.062.848 manifiesto mi compromiso de:

- Garantizar la sostenibilidad del negocio o unidad productiva apoyada por el proyecto.
- Dar continuidad a las prácticas administrativas, comerciales y contables adquiridas durante el proceso de formación.
- Realizar mantenimiento preventivo y correctivo a los equipos entregados.
- Implementar estrategias de comercialización y fortalecimiento de marca que permitan la permanencia del negocio.
- Reportar oportunamente cualquier situación que afecte el desarrollo o permanencia del proyecto.

Declaro, además, que he sido informado(a) sobre la importancia de la sostenibilidad del emprendimiento como eje fundamental para el éxito del proyecto.

RECIBE:

Firma: Juan Carlos Mendoza.

Nombres: Juan Carlos Mendoza.

CC: 80 062 848 Bta.

OBSERVACIONES:

ASOSUPRO	**ACTA DE CORRESPONSABILIDAD Y COMPROMISO DE PARTICIPACIÓN** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 , "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

En el marco del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, suscrito entre la **FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA** y la Asociación de Municipios ASOSUPRO, cuyo objeto es la "implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada", se suscribe la presente acta de corresponsabilidad y compromiso de participación.

Yo, Juan Carlos Mendoza identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 80.062848, manifiesto voluntariamente mi interés y compromiso de participación activa en las actividades y procesos contemplados en el proyecto. Me comprometo a:

- Participar en los talleres, capacitaciones, asistencias técnicas y demás actividades programadas.
- Hacer uso adecuado de los activos, equipos y materiales entregados en el marco del proyecto.
- Brindar acceso a la información y colaboración necesaria al equipo técnico.
- Aportar al cumplimiento de los objetivos del proyecto en mi territorio.

En constancia se firma en Puerto Carreño a los 13 días del mes de diciembre del año 2025.

RECIBE:

Firma: Juan Carlos Mendoza

Nombres: Juan Carlos Mendoza

CC: 80 062 848 Bta.

OBSERVACIONES:

ASOSUPRO

FORMATO DE REGISTRO DE VISITA DE ASISTENCIA TÉCNICA
(FORMULACIÓN PLANES DE NEGOCIO)

Convenio de Asociación No. 005 de 2025: "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."

fundacion servicios integrales y sociales

INFORMACIÓN GENERAL DE LA VISITA

Fecha de visita:		DIA 13	MES 12	AÑO 2025.	
Beneficiario	Juan Carlos Mendoza Velasquez				
Cédula	80.062.848			Sexo: ☐Mujer ☑Hombre	
Departamento:	Vichada		Municipio:	Puerto Carreño	
Vereda / Inspección:	Caño Negro				
Dirección:	Caño Piraguca		Teléfono de Contacto:	3212038215.	

VALIDACIÓN DE CONDICIONES GENERALES DEL NEGOCIO

Ítem Verificado	Cumple	Observaciones / Comentarios
El beneficiario cuenta con local físico adecuado	☑ Sí ☐ No	
Se observa funcionamiento del negocio	☑ Sí ☐ No	
Hay presencia de productos o servicios en oferta	☑ Sí ☐ No	
El beneficiario reconoce los componentes de su plan de negocio	☑ Sí ☐ No	
Se encuentra ubicado en zona rural conforme al proyecto	☑ Sí ☐ No	

COMPONENTES ESTRATÉGICOS ANALIZADOS

Tema	¿Se abordó?	Observaciones / Comentarios
Revisión de condiciones actuales del negocio	☑ Sí / ☐ No	
Propuesta de valor y tipo de clientes	☑ Sí / ☐ No	
Productos ofrecidos y rotación	☑ Sí / ☐ No	
Registro de ingresos, egresos e inventario	☑ Sí / ☐ No	
Necesidades para el plan de negocio	☑ Sí / ☐ No	
Condiciones de infraestructura y equipos	☑ Sí / ☐ No	
Estrategias de comercialización	☑ Sí / ☐ No	
Otros: Producto turístico.	☑ Sí / ☐ No	

DIAGNÓSTICO DEL NEGOCIO

Fortalezas actuales del negocio: Servicios diferenciales Innovación	Documentos que posee:	¿Desea apoyo para formalizar su tienda?
Retos que enfrenta:	☐ RUT	☑ Sí
	☐ Cámara de Comercio	☐ No
	☐ Certificado de uso de suelos	

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE VERIFICACIÓN

El beneficiario conoce la destinación del apoyo recibido	☑ Sí ☐ No
El beneficiario manifiesta interés en mejorar su unidad productiva	☑ Sí ☐ No
Se encuentra al día con compromisos anteriores	☑ Sí ☐ No

COMPROMISOS DE LA VISITA

Acciones acordadas en la visita	Plan de acción
Compromisos del beneficiario:	Aplicar aprendizajes.
Observaciones:	

Firma: Juan Carlos Mendoza

Beneficiario: Juan Carlos Mendoza

Cédula: 80 062 848 Bta.

Firma:

Profesional: Yishleny Morales

Cédula: 1.121.898.670

Este formato hace parte del proceso de estructuración técnica de los planes de negocio y constituye evidencia del acompañamiento brindado en el marco del Convenio No. 005 de 2025.

ASOSUPRO	**DECLARACIÓN JURAMENTADA** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

Yo, Juan Carlos Mendoza, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 80.062.848 residente del municipio de Puerto Carreño, en calidad de beneficiario(a) del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, declaro bajo la gravedad del juramento que:

1. He recibido el apoyo establecido en el marco del proyecto, en cumplimiento del objeto del convenio.
2. Los elementos entregados se encuentran en buen estado y completos.
3. Me comprometo a darles el uso adecuado, exclusivamente en el marco de las actividades productivas asociadas a mi unidad de negocio como pequeño tendero.
4. Conozco que los bienes entregados no podrán ser vendidos, alquilados ni cedidos a terceros, y que su uso indebido puede acarrear sanciones legales.
5. Me comprometo a permitir las visitas de seguimiento, monitoreo y control por parte de las entidades responsables.

Para constancia, se firma la presente declaración en Puerto Carreño a los 13 días del mes de diciembre del año 2025.

RECIBE:

Huella



Firma: Juan Carlos Mendoza

Nombres: Juan Carlos Mendoza

CC: 80 062 848 Dt.

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

TIENDA EL RECUERDO LA 14

Proyecto: "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en las zonas rurales del departamento de Vichada".

Juan Carlos Mendoza Velasquez

EMPRENDEDOR

Ubicación: Caño Piragua, vía Puerto Carreño–Casuarito, vereda Caño Negro, municipio de Puerto Carreño, Vichada, Colombia.

FEBRERO DE 2026

GOBERNACIÓN DE VICHADA SGR ASOSUPRO fundacion servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

La Tienda El Recuerdo La 14 surge como una respuesta a una necesidad real del sector de Caño Piragua, ubicado sobre la vía Puerto Carreño–Casuarito, en un entorno rural con potencial turístico y tránsito constante de personas. De acuerdo con la información entregada, en esta zona ya existe movimiento de visitantes motivados por los atractivos naturales del lugar, como el caño, la cascada y el pozo. Sin embargo, a pesar de ese interés, todavía no se cuenta con una oferta suficiente de servicios básicos, alimentación, conectividad y atención organizada para quienes viven o transitan por el sector.

La necesidad no se limita a la existencia de una tienda convencional. Lo que realmente demanda el territorio es un punto que integre varios servicios en un solo lugar: venta de productos básicos, expendio de bebidas, alimentos preparados, acceso a internet y orientación al visitante. En zonas rurales y de paso, este tipo de negocio cumple una función práctica muy importante, ya que reduce desplazamientos, mejora la comodidad del usuario y brinda soluciones rápidas frente a necesidades inmediatas. Esto es especialmente importante en lugares de clima cálido, donde la demanda de bebidas frías, alimentos y espacios de atención se vuelve más frecuente.

Además, el negocio responde a una necesidad comunitaria. En contextos rurales como el de Vichada, donde persisten limitaciones de acceso a bienes y servicios, un establecimiento de estas características fortalece la vida local. No solo beneficia al turista o al visitante, sino también a la población vecina, a los transportadores y a quienes requieren abastecerse sin recorrer largas distancias. Por lo tanto, la tienda se plantea como una alternativa que contribuye al bienestar cotidiano, dinamiza el entorno y mejora la experiencia de quienes llegan al sector.

2. TIPOS DE CLIENTES

La tienda está pensada para atender diferentes tipos de clientes, lo que representa una ventaja porque permite diversificar el ingreso y evitar que el negocio dependa de una sola fuente de demanda. El primer grupo está compuesto por la comunidad del sector, es decir, las personas que viven cerca o transitan de manera frecuente por la vereda y sus alrededores. Este segmento demandará productos de mercado, bebidas, huevos, comidas rápidas o preparaciones sencillas, además de algunos servicios básicos de apoyo. Para ellos, el negocio será una opción cercana, útil y práctica.

El segundo grupo corresponde a los transportadores, motociclistas, conductores y personas que recorren la vía entre Puerto Carreño y Casuarito. Estos clientes suelen valorar la atención rápida, la posibilidad de conseguir bebidas frías, alimentos listos para consumir, descanso breve y acceso a conectividad. En este tipo de consumidor, la ubicación del negocio es determinante, ya que la decisión de compra suele estar motivada por la inmediatez y la conveniencia.

El tercer grupo está conformado por los turistas nacionales e internacionales, quienes encuentran en el sector un interés natural por sus paisajes y recursos hídricos. Este cliente no solo compra productos; también consume experiencia. Busca atención amable, información, alimentación, bebidas, un lugar

adecuado para detenerse y, en algunos casos, internet o apoyo para orientarse en la zona. Para este segmento, la tienda puede convertirse en un complemento importante de la visita.

Por último, están las instituciones, que aunque no representan ventas diarias permanentes, sí pueden convertirse en clientes ocasionales relevantes. Este grupo puede incluir entidades públicas, proyectos, brigadas, operadores o equipos de trabajo que se movilizan por el sector y requieren alimentación, compras puntuales o articulación territorial.

Tabla 1. Segmentación de clientes

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia esperada
Comunidad del sector	Mercado, bebidas, huevos, apoyo básico	Alta
Transportadores	Compra rápida, bebidas frías, comida, internet	Media-alta
Turistas nacionales e internacionales	Gastronomía, bebidas, atención y conectividad	Media
Instituciones	Compras puntuales, articulación territorial	Media-baja

La combinación de estos clientes es favorable porque permite que el negocio tenga ingresos por consumo diario, por tránsito y por actividad turística, lo que mejora sus posibilidades de sostenibilidad.

3. COMPETENCIA

De acuerdo con la información suministrada, los comercios más cercanos se encuentran aproximadamente a 40 kilómetros, lo cual indica que sí existe competencia, pero no en el entorno inmediato de la ubicación del negocio. Esta situación representa una oportunidad importante, porque en territorios rurales la cercanía y la disponibilidad suelen pesar más que una diferencia pequeña en precios. Un cliente que necesita comprar una bebida, alimentarse o resolver una necesidad básica, normalmente elegirá el punto más accesible y oportuno.

La Tienda El Recuerdo La 14 se diferencia de esa competencia por dos aspectos principales: su ubicación estratégica y la calidad del servicio. No se proyecta únicamente como una tienda de paso, sino como un punto de atención más completo, donde se combinan productos básicos, servicio gastronómico, orientación al visitante y conectividad. En contextos donde la oferta comercial está dispersa, esta mezcla de servicios genera una ventaja clara.

Otro elemento diferenciador es la capacidad de atender tanto al habitante del sector como al visitante. Mientras otros comercios pueden estar enfocados solo en mercado o venta básica, este negocio busca agregar valor por medio de la atención, el orden, la limpieza, la variedad y la posibilidad de adaptarse a las necesidades de distintos tipos de clientes. Esa combinación fortalece su posicionamiento.

Tabla 2. Comparación con la competencia

Aspecto	Comercios lejanos	Tienda El Recuerdo La 14
Cercanía al sitio de visita	Baja	Alta
Tienda de productos básicos	Sí	Sí
Servicio gastronómico	Variable	Sí
Conectividad	Variable	Sí
Atención al visitante	Limitada	Sí
Calidad como diferencial	No definida	Sí

En consecuencia, la tienda no competirá solamente por vender productos, sino por ofrecer una experiencia más útil, cercana y completa.

4. IDEA DE NEGOCIO

La Tienda El Recuerdo La 14 es un emprendimiento rural con enfoque comercial y de atención al visitante. Su propósito es establecer un punto de servicio en el sector de Caño Piragua, sobre la vía Puerto Carreño–Casuarito, donde se integren productos básicos de consumo, servicios gastronómicos, conectividad y atención a personas que viven, trabajan o visitan la zona.

La idea principal consiste en aprovechar una ubicación estratégica dentro de un entorno que ya registra movimiento de personas por su atractivo natural. En lugar de limitarse a una tienda tradicional, el proyecto propone un modelo más amplio: un lugar donde sea posible comprar, comer, conectarse, descansar brevemente y recibir atención organizada. Esta propuesta permite responder tanto a la rutina de la comunidad como al flujo de visitantes y transportadores.

El valor de la idea de negocio está en su utilidad. No parte de una moda ni de una actividad aislada, sino de una necesidad concreta del territorio. La tienda se concibe como un negocio sencillo, pero bien pensado, capaz de convertirse en un punto de referencia dentro del corredor vial y de aportar al fortalecimiento de la economía local.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

El portafolio del negocio estará compuesto por varias líneas complementarias, pensadas para responder a necesidades de compra inmediata, alimentación y apoyo al visitante. La primera línea es la de bebidas alcohólicas, orientada principalmente a cerveza y otras bebidas permitidas por la normatividad vigente. Esta línea puede tener buena rotación en fines de semana, temporadas altas o momentos de mayor visita.

La segunda línea es la de bebidas no alcohólicas, que incluye agua, gaseosas, jugos, hidratantes y refrescos. En un territorio de clima cálido, este grupo de productos suele ser uno de los más importantes por su salida constante y por su relación directa con las necesidades del tránsito y el turismo.

La tercera línea corresponde al mercado básico, compuesto por productos de consumo frecuente, tales como paquetes, granos, alimentos procesados, elementos de aseo, enlatados y artículos de uso cotidiano. Esta línea está dirigida principalmente a la comunidad y a quienes necesitan abastecimiento rápido.

La cuarta línea incluye huevos de granja, producto de consumo permanente, útil tanto para venta directa como para complementar la preparación de alimentos dentro del mismo establecimiento. La quinta línea corresponde a la gastronomía, donde se podrán ofrecer comidas sencillas, preparaciones caseras, refrigerios, almuerzos o platos adaptados al gusto de la región. Esta línea tiene potencial de rentabilidad y fortalece el atractivo del negocio.

La sexta línea comprende los servicios turísticos básicos, entendidos inicialmente como orientación sencilla al visitante, información básica del sector y acompañamiento dentro del alcance del negocio. Finalmente, se incorpora la línea de conectividad, mediante servicio de internet satelital para uso del establecimiento y apoyo a clientes en necesidades puntuales.

Tabla 3. Portafolio del negocio

Línea	Productos o servicios
Bebidas alcohólicas	Cerveza y otras bebidas autorizadas
Bebidas no alcohólicas	Agua, jugos, gaseosas, hidratantes
Mercado	Productos básicos de consumo frecuente
Huevos de granja	Venta por unidad o bandeja
Gastronomía	Comidas y preparaciones regionales o sencillas
Servicios turísticos	Atención y orientación al visitante
Conectividad	Internet satelital para clientes

Este portafolio permite combinar productos de alta rotación con servicios de mayor valor agregado, lo cual fortalece la sostenibilidad del negocio.

6. PROCESOS TÉCNICOS

El funcionamiento del negocio debe apoyarse en procesos sencillos, pero bien organizados. El primer proceso técnico es el abastecimiento, que consiste en adquirir bebidas, insumos de mercado, productos para cocina y artículos de mayor rotación en puntos de suministro confiables, preferiblemente con programación periódica. El negocio deberá identificar cuáles productos salen con mayor frecuencia para evitar faltantes y reducir pérdidas por compras innecesarias.

El segundo proceso es el de almacenamiento y conservación. Para ello serán fundamentales los congeladores, estanterías, recipientes adecuados y una fuente de energía confiable. El parque solar y el internet satelital no deben verse como elementos accesorios, sino como recursos estratégicos, ya que ayudan a garantizar la operación en una zona donde la infraestructura puede ser más limitada. La conservación adecuada de bebidas, alimentos e insumos es clave para sostener la calidad del servicio.

El tercer proceso corresponde a la preparación gastronómica. Aquí es indispensable mantener orden, limpieza, lavado de utensilios, manejo higiénico de los alimentos y control de insumos. Aun cuando el negocio empiece con una cocina sencilla, debe implementar rutinas claras de preparación y servicio para evitar desperdicios, mejorar tiempos de atención y conservar una buena imagen.

El cuarto proceso es la atención al cliente, que incluye venta directa, cobro, orientación, organización del punto y reposición visible del surtido. En este tipo de negocio, la atención amable y rápida es parte fundamental del proceso técnico. También debe incluirse un componente de control, por medio del registro básico de caja, inventario, gastos y productos más vendidos.

Tabla 4. Procesos técnicos del negocio

Etapa	Actividad principal
Abastecimiento	Compra de surtido e insumos
Conservación	Refrigeración, almacenamiento y exhibición
Gastronomía	Preparación, servicio y manejo higiénico
Atención comercial	Venta directa en sitio
Atención turística	Orientación y apoyo al visitante
Conectividad	Prestación de internet
Control	Caja, inventario y reposición

La buena organización de estos procesos permitirá que el negocio funcione con orden, genere confianza y reduzca pérdidas.

7. REQUISITOS LEGALES

Desde el punto de vista legal, el negocio debe avanzar en su formalización de manera ordenada y progresiva. En primer lugar, se requiere cumplir con la formalización comercial básica, lo que implica contar con el Registro Único Tributario (RUT) y, de ser posible, adelantar la matrícula mercantil correspondiente del establecimiento. Estos pasos permiten que el negocio opere con mayor claridad, acceda a procesos formales y tenga mejores posibilidades de crecimiento futuro.

En segundo lugar, dado que el proyecto incluye un componente de atención al visitante y una posible proyección turística, se debe revisar en qué momento sería necesario formalizarse como prestador de servicios turísticos, si la actividad evoluciona hacia una oferta más estructurada en ese sentido. Mientras tanto, el negocio puede iniciar con una atención básica de orientación, sin presentarse como operador turístico formal hasta cumplir con los requisitos que correspondan.

En tercer lugar, por el manejo de alimentos y bebidas, es indispensable atender las condiciones sanitarias mínimas. Esto incluye higiene del lugar, limpieza de utensilios, conservación correcta de productos, almacenamiento adecuado, manejo de residuos y buenas prácticas básicas de manipulación. Aunque el negocio arranque a pequeña escala, debe incorporar desde el inicio una cultura de orden y cuidado sanitario.

De manera expresa, se deja constancia de que se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica. Este acompañamiento es importante porque fortalece la capacidad de la persona emprendedora para organizar el negocio desde una base más segura y responsable.

Tabla 5. Requisitos legales y sanitarios

Requisito	Aplicación al negocio
RUT	Identificación tributaria
Matrícula mercantil	Formalización del establecimiento
Facturación electrónica	Según obligación y crecimiento del negocio
Requisitos sanitarios	Para alimentos, bebidas y gastronomía
Verificación local	Horarios, funcionamiento y condiciones del punto

La recomendación es iniciar con una formalización básica, pero con visión de crecimiento, de manera que el negocio pueda avanzar sin desorden y con mejores posibilidades de sostenibilidad.

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El canal principal de comercialización será la venta directa en sitio, ya que el valor del negocio depende en gran medida de su ubicación y del flujo de personas que viven, trabajan o visitan el sector. Este canal permite una atención personalizada, respuesta inmediata y contacto permanente con el cliente, lo que facilita conocer sus gustos, sus necesidades y los productos de mayor demanda.

Un segundo canal importante será el voz a voz, especialmente relevante en entornos rurales y turísticos. En lugares donde la comunidad y los visitantes comparten recomendaciones, un negocio que presta buen servicio, mantiene orden, ofrece productos frescos y atiende con amabilidad logra posicionarse con rapidez. La reputación, en este caso, es una herramienta comercial muy valiosa.

Como canal complementario, el negocio puede utilizar WhatsApp o llamadas para recibir encargos simples, compartir horarios, informar sobre menú del día o coordinar pedidos básicos. Esta herramienta no requiere una gran inversión y puede fortalecer la relación con clientes frecuentes, instituciones o visitantes que ya conocen el lugar.

A mediano plazo, también puede existir articulación con actores locales vinculados al tránsito, al turismo o al desarrollo comunitario, lo que permitiría dar mayor visibilidad al negocio. Sin embargo, en su etapa inicial, la estrategia comercial más efectiva será brindar un servicio excelente y consolidar una clientela fiel.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

La proyección base entregada señala ventas aproximadas de $1.000.000 semanales, lo que equivale a cerca de $4.000.000 mensuales. No obstante, el comportamiento del negocio puede variar según la temporada, el flujo turístico, la rotación del componente gastronómico y la frecuencia de tránsito por

la vía. Por ello, resulta más útil presentar varios escenarios de ventas para comprender mejor la viabilidad del proyecto.

El escenario conservador representa el arranque del negocio, en el cual la tienda opera con un nivel básico de reconocimiento y un movimiento moderado. El escenario medio refleja una etapa de mayor posicionamiento, con clientes frecuentes y mejor articulación entre tienda, gastronomía y conectividad. El escenario fortalecido plantea una situación más favorable, en la que el negocio logra consolidarse como punto de referencia del sector.

Tabla 6. Escenarios de ventas

Escenario	Venta semanal	Venta mensual estimada
Conservador	$1.000.000	$4.000.000
Medio	$1.500.000	$6.000.000
Fortalecido	$2.000.000	$8.000.000

Adicionalmente, es importante interpretar con cuidado el valor de $100.000 señalado como precio promedio. Este valor no debe entenderse como el precio de un solo producto, sino como un consumo promedio asociado a grupos, familias o compras combinadas, especialmente en el componente gastronómico y turístico.

Tabla 7. Distribución estimada de ingresos

Línea	Participación estimada
Bebidas	25%
Mercado y huevos	15%
Gastronomía	35%
Servicios turísticos	10%
Conectividad	5%
Otros consumos	10%

La proyección muestra que la tienda puede ser sostenible, pero su mejor desempeño se alcanzará en la medida en que fortalezca el servicio gastronómico y la atención al visitante, sin depender únicamente del mercado básico.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos y gastos del negocio están relacionados tanto con la inversión inicial como con la operación mensual. En la fase de arranque será necesario cubrir elementos como energía, conectividad, mobiliario, equipos de refrigeración, surtido e implementos para atención y cocina. Sin embargo, para efectos de gestión, es más importante tener claridad sobre los gastos permanentes que deberá cubrir el negocio mes a mes.

Entre los principales costos operativos están la reposición de bebidas, mercado e insumos de gastronomía. También se deben contemplar el pago del internet satelital, el apoyo del personal, la limpieza, el gas, el mantenimiento de equipos y una reserva para imprevistos. Si estos gastos no se controlan, el negocio puede generar ventas sin lograr una utilidad adecuada.

Tabla 8. Costos y gastos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado
Reposición de bebidas y mercado	$1.400.000
Insumos gastronómicos	$1.100.000
Internet satelital	$250.000
Pago ayudante	$1.000.000
Pago cocinero principal	$1.000.000
Limpieza, gas, mantenimiento e imprevistos	$450.000
Total mensual estimado	$5.200.000

Tabla 9. Resultado operativo estimado

Escenario	Venta mensual	Gastos mensuales	Resultado aproximado
Conservador	$4.000.000	$5.200.000	-$1.200.000
Medio	$6.000.000	$5.200.000	$800.000
Fortalecido	$8.000.000	$5.200.000	$2.800.000

Estas cifras permiten concluir que el negocio será más viable si logra fortalecer las líneas de mayor margen, especialmente gastronomía y atención al visitante. También sugieren que al inicio se debe administrar con prudencia el personal y operar por etapas para no cargar el negocio con gastos fijos demasiado altos desde el comienzo.

11. TALENTO HUMANO

El talento humano propuesto para la Tienda El Recuerdo La 14 está compuesto por dueño o administradora, ayudante y cocinero principal, con posibilidad de apoyo adicional en temporadas de mayor flujo. Esta estructura es razonable para una etapa inicial, ya que permite operar el negocio con eficiencia sin sobredimensionar los costos.

La persona propietaria deberá asumir funciones de administración, compras, control de caja, supervisión del surtido, relación con proveedores y dirección general del negocio. Su papel será fundamental, ya que en pequeños emprendimientos la presencia activa del propietario suele marcar una diferencia importante en la calidad del servicio y en el control de los recursos.

El ayudante se encargará de apoyar la atención al cliente, el orden del establecimiento, la reposición de productos, el aseo y otras tareas operativas. Por su parte, el cocinero principal tendrá la responsabilidad de preparar alimentos, organizar la cocina, controlar insumos y mantener una presentación adecuada de las comidas.

Tabla 10. Talento humano requerido

Cargo	Función principal	Cantidad sugerida
Dueño/a	Administración y control general	1
Ayudante	Atención, surtido y apoyo operativo	1
Cocinero/a principal	Preparación y servicio gastronómico	1
Apoyo extra	Refuerzo en temporada alta	Eventual

En una primera fase, algunas funciones pueden combinarse para reducir costos. Lo importante es que exista claridad en las responsabilidades y compromiso con la atención de calidad.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

La puesta en marcha del negocio requiere una base física, tecnológica y operativa suficiente para garantizar atención adecuada. Entre las necesidades principales se encuentran el parque solar, el internet satelital, los congeladores, el computador, las estanterías, las mesas, las sillas, el exhibidor refrigerado y el surtido inicial. Estos elementos no solo permiten vender, sino también conservar productos, brindar comodidad y proyectar una imagen organizada.

Además del equipamiento, el negocio necesita requerimientos administrativos y operativos. Debe contar con control de inventarios, manejo de caja, cronograma de compras, orden del surtido, programación de turnos, limpieza permanente y criterios claros para la reposición de productos. Sin este componente organizativo, incluso una buena inversión en equipos puede resultar insuficiente.

También se requieren elementos menos visibles, pero igual de importantes, como señalización básica, imagen del establecimiento, utensilios para cocina, recipientes de almacenamiento, elementos de aseo y una rutina de revisión diaria del punto. Todo ello influye en la percepción del cliente y en la eficiencia de la operación.

Tabla 11. Necesidades del proyecto

Tipo	Requerimiento
Energía	Parque solar
Conectividad	Internet satelital
Refrigeración	Congeladores y exhibidor
Mobiliario	Mesas, sillas, estanterías
Tecnología	Computador y control básico
Operación	Surtido inicial y capital de trabajo
Servicio	Imagen, aseo, señalización, atención

El negocio no solo necesita equipos; necesita orden, disciplina y administración constante para convertir esos recursos en resultados reales.

13. VALOR DEL PROYECTO

El presupuesto disponible informado es de $10.000.000, pero al revisar el tipo de negocio propuesto, esa cifra resulta ajustada para cubrir la totalidad del montaje con condiciones óptimas. Por ello, es conveniente diferenciar entre el capital disponible para comenzar y el valor estimado del proyecto completo.

Si se pretende instalar una tienda con surtido, refrigeración, conectividad, mobiliario y un componente gastronómico básico, el valor total del proyecto es mayor al capital actualmente disponible. Esto no significa que el negocio no pueda iniciarse, sino que probablemente deba implementarse por fases, priorizando primero los componentes esenciales y fortaleciendo el resto a medida que aumenten las ventas.

Tabla 12. Valor estimado del proyecto

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$3.000.000
Internet satelital e instalación	$1.500.000
Congeladores y exhibidor	$2.500.000
Computador y caja básica	$1.000.000
Mobiliario y adecuación	$1.500.000
Surtido inicial	$2.500.000
Capital de trabajo	$1.000.000
Valor total estimado	**$13.000.000**

Tabla 13. Relación entre presupuesto y necesidad real

Concepto	Valor
Presupuesto disponible	$10.000.000
Valor estimado del proyecto	$13.000.000
Brecha aproximada	**$3.000.000**

La mejor decisión es iniciar con una fase prioritaria de tienda, bebidas, conectividad y gastronomía básica, e ir ampliando el negocio conforme se fortalezca el flujo de caja.

14. PLAN OPERATIVO

La tienda funcionará principalmente con atención directa en sitio. En la apertura de la jornada se deberá realizar limpieza general, revisión de neveras y equipos, organización del punto de venta, verificación del surtido y preparación del área gastronómica. Esta primera rutina es importante porque define la imagen del negocio y facilita que el servicio durante el día sea más ágil.

Durante la mañana, la atención puede concentrarse en ventas de tienda, preparación de insumos y organización del espacio para el momento de mayor movimiento. En horas de mediodía y tarde, cuando aumenta la demanda de alimentación y bebidas, el negocio debe enfocarse en rapidez de

atención, buena presentación de los productos y trato amable. Si hay visitantes de retorno o tránsito vespertino, será clave mantener disponibilidad de bebidas frías, comidas y atención eficiente.

Al finalizar la jornada, se debe realizar cierre de caja, limpieza del establecimiento, control básico de inventario y lista de reposición. De forma semanal se recomienda revisar cuáles productos salen más, cuáles se venden menos y qué ajustes deben hacerse en compras o precios. Mensualmente es necesario evaluar ingresos, gastos y utilidad para tomar decisiones correctivas.

Tabla 14. Plan operativo diario

Momento	Actividad principal
Apertura	Limpieza, revisión de equipos y orden inicial
Mañana	Venta de tienda y preparación gastronómica
Mediodía y tarde	Mayor salida de alimentos y bebidas
Final de tarde	Atención a visitantes de retorno y cierre parcial
Cierre	Caja, aseo, inventario y lista de reposición

Este plan operativo busca que el negocio funcione con rutina, control y capacidad de respuesta, incluso si arranca con una estructura pequeña.

15. IMPACTO Y ALCANCE

La Tienda El Recuerdo La 14 tiene potencial para generar impacto en tres dimensiones principales: social, económica y territorial. En el plano social, mejora el acceso a bienes y servicios para personas que viven, transitan o visitan la zona. Esto representa una mejora concreta en la calidad de vida local, ya que reduce desplazamientos, facilita compras básicas y ofrece un punto de apoyo en un corredor rural.

En lo económico, el negocio puede dinamizar la actividad de la vereda y del sector, generando ingresos directos para la persona emprendedora y oportunidades de empleo o apoyo laboral. Además, si logra vincular la compra de algunos insumos a productores locales, también contribuirá a fortalecer pequeños encadenamientos productivos dentro del territorio.

En lo territorial, la tienda puede aportar al mejoramiento de la experiencia del visitante y complementar el aprovechamiento de los atractivos naturales del sector. Aunque su alcance inicial será local y de corredor vial, con el tiempo puede convertirse en una parada reconocida en la ruta, siempre que mantenga calidad, orden y servicio.

Tabla 15. Impacto esperado

Tipo de impacto	Resultado esperado
Turístico	Mejor atención al visitante y mayor permanencia
Económico	Generación de ingresos y dinamización local
Productivo	Encadenamiento con productores de la vereda
Social	Más servicios para comunidad y transeúntes

El alcance inicial será local, pero con posibilidad de crecimiento gradual si el negocio logra posicionarse como un punto confiable y bien atendido.

16. MAPA DE ACTORES

El proyecto involucra actores internos, comunitarios e institucionales. En el centro se encuentran el dueño o administradora, el ayudante y el cocinero, quienes son los responsables directos de la operación, la atención y el cumplimiento de los objetivos del negocio. Sin un equipo comprometido y organizado, el proyecto difícilmente podrá sostenerse.

Alrededor del negocio están los actores externos más cercanos: la comunidad, los transportadores, los turistas y las instituciones que pueden interactuar con el establecimiento. Cada uno cumple un papel importante, ya sea como cliente frecuente, usuario ocasional, aliado o actor que influye en la dinámica del territorio.

También están los actores institucionales relacionados con la formalización y el control, como las entidades encargadas del registro tributario, la matrícula mercantil y la supervisión sanitaria. Estos actores no participan en la operación diaria del negocio, pero sí influyen en su legalidad, su crecimiento y su sostenibilidad.

Tabla 16. Mapa de actores

Actor	Tipo	Papel en el proyecto
Dueño/a	Interno	Lidera inversión y operación
Ayudante	Interno	Apoyo operativo y atención
Cocinero/a	Interno	Servicio gastronómico
Comunidad	Externo	Cliente frecuente
Transportadores	Externo	Cliente de paso
Turistas	Externo	Cliente del componente de atención al visitante
Instituciones	Externo	Aliados o clientes puntuales
Entidades de formalización	Institucional	Registro y organización legal del negocio
Autoridad sanitaria	Institucional	Vigilancia de alimentos y bebidas

Este mapa permite entender que el negocio no opera de manera aislada, sino en relación con una red de actores que influyen en su funcionamiento y en sus oportunidades de crecimiento.

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

La Tienda El Recuerdo La 14 es una propuesta de negocio pertinente, realista y con potencial para consolidarse en el sector de Caño Piragua, sobre la vía Puerto Carreño–Casuarito. Su principal fortaleza está en que responde a una necesidad concreta del territorio: contar con un punto cercano que combine abastecimiento, alimentación, conectividad y atención al visitante en un solo lugar. No se trata únicamente de vender productos, sino de ofrecer soluciones prácticas a la comunidad y a quienes transitan por la zona.

El análisis realizado muestra que el negocio tiene mejores posibilidades de sostenibilidad si fortalece de manera progresiva su componente gastronómico y su capacidad de atención al visitante, sin depender únicamente de la venta de mercado básico. También se evidencia que el capital disponible es importante, pero no suficiente para cubrir de forma holgada el valor total estimado del proyecto, razón por la cual la puesta en marcha por etapas aparece como la estrategia más conveniente.

En conclusión, si el proyecto se ejecuta con orden, control del gasto, formalización gradual, buena atención y manejo responsable de sus recursos, la Tienda El Recuerdo La 14 puede convertirse en un establecimiento útil, reconocido y valioso para la comunidad, para los viajeros y para el fortalecimiento económico del sector.

Para efectos del proceso desarrollado por medio de la asistencia técnica, se considera el plan de negocios aprobado y viabilizado, para lo cual el emprendedor y la orientadora de asistencia técnica podrán suscribir el documento.

Juan Carlos Mendoza Velasquez
Emprendedor

Yishleni Johana Morales Beltran
Orientadora de emprendimiento

ASOSUPRO	**REGISTRO FOTOGRÁFICO** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

NOMBRE DEL PROYECTO	**IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES QUE CONTRIBUYAN AL EMPRENDIMIENTO Y AUMENTO DE CAPACIDADES LOGÍSTICAS DE LOS PEQUEÑOS TENDEROS EN LA ZONA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE VICHADA**
ACTIVIDAD	REALIZAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LAS UNIDADES PRODUCTIVAS POPULARES EN LAS ZONAS RURALES.
DESCRIPCIÓN	ENTREGA DE LA GUIA METODOLÓGICA PARA LA ESTRUCTURACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO Y SU DESARROLLO.
BENEFICIARIO	Juan Carlos Mendoza Velasquez
TIENDA	Tienda EL recuerdo la 14
FECHA	13/12/2025



ASOSUPRO	ACTA DE ENTREGA MANUAL METODOLÓGICO Convenio de Asociación No. 005 de 2025: "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

Fecha: 13-12-2025.

Por medio de la presente acta se deja constancia que la señora **JEISA YAROSLAY CISNEROS CEBALLOS**, identificada con cédula de ciudadanía No. 1.127.389.427, expedida en Puerto Carreño (Vichada), en calidad de representante legal de la Fundación de Servicios Integrales y Sociales de Colombia, en el marco de la ejecución del Convenio No. 005 de 2025 suscrito con la Asociación de Productores Agropecuarios y de Servicios Comunitarios del Vichada – ASOSUPRO, hace entrega del siguiente material pedagógico, el cual corresponde específicamente al componente de fortalecimiento de las capacidades técnicas y empresariales:

MATERIAL PEDAGÓGICO ENTREGADO			
Item	**Concepto**	**Unidad**	**Cantidad**
1	Manual metodológico para la estructuración de planes de negocio. Diseño, diagramación e impresión en formato físico.	Unidad	1

ENTREGA:

JEISA YAROSLAY CISNEROS CEBALLOS
R/L FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA
CONTRATISTA

RECIBE:

Huella



Firma: Juan Carlos Montaño V.
Nombres: Juan Carlos Montaño
CC: 80062 648. Bta.

OBSERVACIONES:

Omaira Camacho

ASOSUPRO	**REGISTRO FOTOGRÁFICO** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

NOMBRE DEL PROYECTO	**IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES QUE CONTRIBUYAN AL EMPRENDIMIENTO Y AUMENTO DE CAPACIDADES LOGÍSTICAS DE LOS PEQUEÑOS TENDEROS EN LA ZONA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE VICHADA**
ACTIVIDAD	REALIZAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LAS UNIDADES PRODUCTIVAS POPULARES EN LAS ZONAS RURALES.
DESCRIPCIÓN	DESARROLLAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LA ESTRUCTURACIÓN Y VIABILIDAD DE PLANES DE NEGOCIO ENFOCADOS A LA ECONOMÍA POPULAR O TIENDAS RURALES DEL DEPARTAMENTO.
BENEFICIARIO	Omaira Camacho
TIENDA	Tienda La bendicion
FECHA	19/12/2025



ASOSUPRO	**ACTA DE COMPROMISO Y SOSTENIBILIDAD** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

En el desarrollo del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, suscrito entre la **FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA** y **ASOSUPRO**, y como parte del proceso de fortalecimiento de capacidades logísticas y de emprendimiento de pequeños tenderos rurales, se firma la presente acta de compromiso de sostenibilidad.

Yo, Omaira Camacho identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 52.353.091 manifiesto mi compromiso de:

- Garantizar la sostenibilidad del negocio o unidad productiva apoyada por el proyecto.
- Dar continuidad a las prácticas administrativas, comerciales y contables adquiridas durante el proceso de formación.
- Realizar mantenimiento preventivo y correctivo a los equipos entregados.
- Implementar estrategias de comercialización y fortalecimiento de marca que permitan la permanencia del negocio.
- Reportar oportunamente cualquier situación que afecte el desarrollo o permanencia del proyecto.

Declaro, además, que he sido informado(a) sobre la importancia de la sostenibilidad del emprendimiento como eje fundamental para el éxito del proyecto.

RECIBE:

Firma: Omaira Camacho
Nombres: Omaira Camacho
CC: 52353091

OBSERVACIONES:

ASOSUPRO	**ACTA DE CORRESPONSABILIDAD Y COMPROMISO DE PARTICIPACIÓN** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

En el marco del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, suscrito entre la **FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA** y la Asociación de Municipios ASOSUPRO, cuyo objeto es la "implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada", se suscribe la presente acta de corresponsabilidad y compromiso de participación.

Yo, Omaira Camacho identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 52.353.081, manifiesto voluntariamente mi interés y compromiso de participación activa en las actividades y procesos contemplados en el proyecto. Me comprometo a:

- Participar en los talleres, capacitaciones, asistencias técnicas y demás actividades programadas.
- Hacer uso adecuado de los activos, equipos y materiales entregados en el marco del proyecto.
- Brindar acceso a la información y colaboración necesaria al equipo técnico.
- Aportar al cumplimiento de los objetivos del proyecto en mi territorio.

En constancia se firma en Puerto Carreño a los 19 días del mes de diciembre del año 2025.

RECIBE:

Firma: Omaira Camacho

Nombres: Omaira Camacho

CC: 52353081

OBSERVACIONES:

ASOSUPRO

FORMATO DE REGISTRO DE VISITA DE ASISTENCIA TÉCNICA
(FORMULACIÓN PLANES DE NEGOCIO)

Convenio de Asociación No. 005 de 2025: "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."

fundacion servicios integrales y sociales

INFORMACIÓN GENERAL DE LA VISITA

Fecha de visita:		DIA 19	MES 12	AÑO 2025.	
Beneficiario	Omaira Camacho				
Cédula	52 353 091		Sexo: ☑Mujer ☐Hombre		
Departamento:	Vichada	Municipio:	Puerto Carreño		
Vereda / Inspección:	El progreso				
Dirección:	El progreso	Teléfono de Contacto:	3102334631		

VALIDACIÓN DE CONDICIONES GENERALES DEL NEGOCIO

Ítem Verificado	Cumple	Observaciones / Comentarios
El beneficiario cuenta con local físico adecuado	☑ Sí ☐ No	
Se observa funcionamiento del negocio	☑ Sí ☐ No	
Hay presencia de productos o servicios en oferta	☑ Sí ☐ No	
El beneficiario reconoce los componentes de su plan de negocio	☑ Sí ☐ No	
Se encuentra ubicado en zona rural conforme al proyecto	☑ Sí ☐ No	

COMPONENTES ESTRATÉGICOS ANALIZADOS

Tema	¿Se abordó?	Observaciones / Comentarios
Revisión de condiciones actuales del negocio	☑ Sí / ☐ No	
Propuesta de valor y tipo de clientes	☑ Sí / ☐ No	
Productos ofrecidos y rotación	☑ Sí / ☐ No	
Registro de ingresos, egresos e inventario	☑ Sí / ☐ No	
Necesidades para el plan de negocio	☑ Sí / ☐ No	
Condiciones de infraestructura y equipos	☑ Sí / ☐ No	
Estrategias de comercialización	☑ Sí / ☐ No	
Otros: _____	☐ Sí / ☐ No	

DIAGNÓSTICO DEL NEGOCIO

Fortalezas actuales del negocio: Empresas cercanas, ubicacion

Retos que enfrenta: Logistica.

Documentos que posee:
- ☐ RUT
- ☐ Cámara de Comercio
- ☐ Certificado de uso de suelos

¿Desea apoyo para formalizar su tienda?
- ☑ Sí
- ☑ No

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE VERIFICACIÓN

El beneficiario conoce la destinación del apoyo recibido	☑ Sí ☐ No
El beneficiario manifiesta interés en mejorar su unidad productiva	☑ Sí ☐ No
Se encuentra al día con compromisos anteriores	☑ Sí ☐ No

COMPROMISOS DE LA VISITA

Acciones acordadas en la visita: Aplicacion de conceptos

Compromisos del beneficiario: Realizacion planeacion estrategica

Observaciones:

Firma: Omaira Camacho

Beneficiario: Omaira Camacho

Cédula: 52353091

Firma:

Profesional: Yishlen. Morales

Cédula: 1.121.898.670

Este formato hace parte del proceso de estructuración técnica de los planes de negocio y constituye evidencia del acompañamiento brindado en el marco del Convenio No. 005 de 2025.

ASOSUPRO	**DECLARACIÓN JURAMENTADA** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

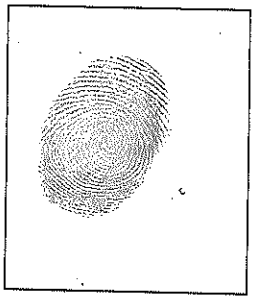
Yo, Omaira Camacho, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 52.353.091 residente del municipio de Puerto Carreño, en calidad de beneficiario(a) del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, declaro bajo la gravedad del juramento que:

1. He recibido el apoyo establecido en el marco del proyecto, en cumplimiento del objeto del convenio.
2. Los elementos entregados se encuentran en buen estado y completos.
3. Me comprometo a darles el uso adecuado, exclusivamente en el marco de las actividades productivas asociadas a mi unidad de negocio como pequeño tendero.
4. Conozco que los bienes entregados no podrán ser vendidos, alquilados ni cedidos a terceros, y que su uso indebido puede acarrear sanciones legales.
5. Me comprometo a permitir las visitas de seguimiento, monitoreo y control por parte de las entidades responsables.

Para constancia, se firma la presente declaración en Puerto Carreño a los 19 días del mes de diciembre del año 2025.

RECIBE:

Huella



Firma: Omaira Camacho

Nombres: Omaira Camacho

CC: 52353091

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

TIENDA LA BENDICIÓN

Proyecto: "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en las zonas rurales del departamento de Vichada".

Omaira Camacho

EMPRENDEDORA

Nombre del negocio: Tienda La Bendición
Ubicación: Vía Casuarito – Puerto Carreño, vereda El Progreso, municipio de Puerto Carreño, departamento del Vichada, Colombia.

FEBRERO DE 2026

GOBERNACION DE VICHADA SGR ASOSUPRO fundacion servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

La Tienda La Bendición surge para atender una necesidad concreta en la vereda El Progreso, ubicada sobre la vía Casuarito – Puerto Carreño. En este corredor rural, la población requiere un punto cercano donde pueda acceder a productos de consumo básico, bebidas frías, huevos de granja, pollo crudo y servicios de conectividad, sin tener que desplazarse largas distancias hacia otros centros de comercio. En zonas rurales dispersas, cada trayecto representa tiempo, costo económico y dificultad logística, por lo que la cercanía de un negocio bien surtido se convierte en una solución real para la vida cotidiana.

Esta necesidad no solo afecta a los habitantes permanentes del sector, sino también a transportadores, visitantes, turistas y personas que transitan por la vía. En un entorno de altas temperaturas, la demanda de bebidas frías y productos refrigerados aumenta, y la ausencia de puntos de venta cercanos puede afectar el bienestar de quienes habitan o se movilizan por la zona. A esto se suma la importancia de contar con un lugar que ofrezca apoyo ante imprevistos, como una compra urgente, acceso a internet o una solución práctica durante el recorrido.

Además, el proyecto incorpora un componente diferenciador que responde a una necesidad social importante: el acompañamiento académico. En sectores rurales alejados del casco urbano, muchos estudiantes tienen dificultades para acceder a internet, realizar consultas o recibir apoyo básico en tareas escolares. Por ello, la tienda no solo funcionará como punto de venta, sino también como un pequeño espacio de servicio comunitario que fortalece el acceso a recursos educativos y mejora la calidad de vida de las familias del sector.

2. TIPOS DE CLIENTES

La tienda está proyectada para atender varios tipos de clientes, lo que representa una fortaleza importante porque permite distribuir el riesgo comercial y no depender de una sola fuente de ingresos. El primer grupo está conformado por la comunidad de la vereda, que constituye la clientela más constante y estable. Este grupo demanda productos de consumo diario como mercado, huevos, pollo, bebidas y, adicionalmente, servicios de conectividad o apoyo académico para sus hijos.

El segundo grupo corresponde a los transportadores, quienes valoran especialmente la rapidez del servicio, la posibilidad de comprar bebidas frías, adquirir productos básicos y resolver necesidades inmediatas durante sus desplazamientos. En corredores rurales, este tipo de cliente puede representar un flujo importante de ventas rápidas y frecuentes.

Un tercer grupo está compuesto por las instituciones del sector o cercanas a la zona, que pueden requerir compras ocasionales, apoyo logístico o servicios puntuales. Finalmente, están los turistas y transeúntes, que generan ventas complementarias, especialmente en bebidas, refrigerios, artículos rápidos y uso de conectividad.

Tabla 1. Segmentación de clientes

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia esperada
Comunidad de la vereda	Mercado, huevos, pollo, bebidas, conectividad	Alta
Transportadores	Compra rápida, bebidas frías, apoyo de paso	Media-alta
Instituciones	Compras puntuales, apoyo logístico	Media
Turistas y transeúntes	Bebidas, productos rápidos, conectividad	Media-baja
Estudiantes y familias	Internet, consultas, apoyo académico básico	Media

La diversidad de clientes es una ventaja porque permite que el negocio tenga movimiento durante distintos momentos del día y de la semana. La comunidad ofrece estabilidad, mientras que el tránsito de la vía aporta ventas complementarias que pueden fortalecer la sostenibilidad del proyecto.

3. COMPETENCIA

La competencia del negocio está representada por otros comercios ubicados aproximadamente a 20 kilómetros, así como por algunos establecimientos identificados de manera puntual, entre ellos José Tovar, con panadería y bebidas, y Luis Aponte, con oferta de pollo crudo y huevos. Esto indica que sí existe actividad comercial en el entorno, pero la oferta se encuentra dispersa y no reúne todos los productos y servicios que plantea la Tienda La Bendición.

La propuesta se diferencia principalmente por tres aspectos. El primero es la ubicación estratégica, que le permite atender de forma inmediata a quienes viven en la vereda y a quienes transitan por la vía. El segundo es la calidad del servicio, que en zonas rurales tiene un valor muy alto, pues la confianza, la atención amable y la disponibilidad de productos influyen directamente en la fidelidad del cliente. El tercero, y más distintivo, es la incorporación del acompañamiento académico, un servicio que no aparece en los negocios cercanos y que le da al proyecto un carácter social adicional.

Tabla 2. Competencia comparada

Negocio o tipo de competencia	Oferta principal	Limitación frente a La Bendición
José Tovar	Panadería y bebidas	No integra acompañamiento académico ni oferta amplia
Luis Aponte	Pollo crudo y huevos	No integra conectividad ni mercado variado
Otros comercios cercanos	Oferta parcial	Mayor distancia y menor integralidad
Tienda La Bendición	Mercado, bebidas, huevos, pollo, conectividad y apoyo académico	Propuesta más completa

En conclusión, la tienda no debe competir solo por precio. Su mejor estrategia es posicionarse como un negocio de cercanía, de buen trato y de solución integral para el sector.

4. IDEA DE NEGOCIO

La Tienda La Bendición es un emprendimiento rural que busca consolidarse como un punto de abastecimiento, conectividad y apoyo comunitario en la vía Casuarito – Puerto Carreño. La idea consiste en ofrecer en un solo lugar productos de consumo diario y servicios útiles para la comunidad, los transportadores y los visitantes, facilitando el acceso a bienes que en otras circunstancias exigirían desplazamientos más largos.

No se trata únicamente de montar una tienda tradicional. La propuesta apunta a crear un espacio funcional, cercano y práctico, donde una persona pueda comprar mercado, huevos, pollo crudo o bebidas, utilizar conectividad y, en el caso de estudiantes, recibir apoyo básico para actividades escolares. Esa combinación convierte al negocio en una propuesta con valor comercial y social al mismo tiempo.

En un territorio donde los servicios están dispersos y donde las condiciones de ruralidad exigen soluciones sencillas, útiles y accesibles, esta idea de negocio tiene sentido porque parte de una necesidad real del entorno. La tienda aspira a convertirse en un referente local por su servicio, por su utilidad y por su aporte a la comunidad.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

El portafolio del negocio estará compuesto por varias líneas que combinan bienes de alta rotación con servicios complementarios. La primera línea corresponde a bebidas alcohólicas, como cervezas y otras bebidas permitidas, orientadas especialmente a clientes adultos del sector y personas en tránsito. La segunda línea está conformada por bebidas no alcohólicas, como agua, jugos y gaseosas, cuya demanda es alta en un entorno de clima cálido.

La tercera línea será el mercado básico, incluyendo productos de consumo diario y de necesidad frecuente para las familias de la vereda. La cuarta corresponde a huevos de granja, que pueden comercializarse por unidad o por bandeja, según la necesidad del cliente. La quinta línea será de pollo crudo, producto que tiene buena aceptación en el consumo cotidiano, aunque requiere especial cuidado en conservación y manejo higiénico.

La sexta línea corresponde a servicios complementarios, dentro de los cuales se incluyen la conectividad y el acompañamiento académico. Este acompañamiento consiste en brindar apoyo básico a estudiantes del sector mediante acceso a internet, consulta, orientación general en tareas y acompañamiento sencillo en actividades escolares.

Tabla 3. Portafolio del negocio

Línea	Productos o servicios
Bebidas alcohólicas	Cerveza y otros licores permitidos
Bebidas no alcohólicas	Agua, jugos, gaseosas
Mercado	Productos básicos de consumo diario
Huevos de granja	Venta por unidad o bandeja

Pollo crudo	Venta por unidad o por pedido
Servicios complementarios	Conectividad y acompañamiento académico

Este portafolio es atractivo porque mezcla productos de consumo inmediato con productos de abastecimiento familiar y un servicio diferenciador que fortalece la relación con la comunidad.

6. PROCESOS TÉCNICOS

El primer proceso técnico del negocio es el abastecimiento. La tienda deberá surtirse de manera periódica con bebidas, productos de mercado, huevos y pollo crudo, buscando proveedores que ofrezcan calidad, cumplimiento y precios razonables. En el caso del pollo crudo, es recomendable trabajar con proveedores formales o confiables, a fin de reducir riesgos sanitarios y garantizar un mejor control del producto.

El segundo proceso es la conservación y almacenamiento. Para ello serán esenciales los congeladores, el exhibidor y el parque solar, ya que estos equipos permitirán mantener la cadena de frío de bebidas y alimentos perecederos. En una zona donde el servicio energético puede presentar dificultades, contar con respaldo propio mejora la continuidad del negocio y protege la mercancía.

El tercer proceso corresponde a la atención al cliente, que será directa en sitio. Incluye la venta, el cobro, la orientación al cliente, la entrega de productos y el apoyo básico en conectividad. El cuarto proceso es el acompañamiento académico, que puede desarrollarse en horarios definidos, usando computador, internet y un espacio organizado para estudiantes.

Finalmente, el negocio debe desarrollar un proceso de control que incluya revisión de inventarios, control de caja, seguimiento de productos de mayor salida y monitoreo de mercancía perecedera. Esto permitirá evitar pérdidas, mejorar el surtido y tomar decisiones oportunas.

Tabla 4. Procesos técnicos principales

Etapa	Actividad
Abastecimiento	Compra y reposición de surtido
Conservación	Refrigeración y almacenamiento
Atención comercial	Venta directa en sitio
Conectividad	Prestación básica de internet
Apoyo académico	Orientación y acompañamiento a estudiantes
Control	Caja, inventario y revisión de rotación

La clave del funcionamiento será mantener orden, limpieza, buen trato y continuidad en el servicio.

7. REQUISITOS LEGALES

La Tienda La Bendición debe contemplar requisitos legales básicos en materia comercial, tributaria y sanitaria. En ese sentido, se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica, dejando así una base de orientación para que el emprendedor avance de manera organizada y segura en su proceso de formalización.

Entre los aspectos más importantes está la revisión del Registro Único Tributario – RUT, que permite identificar la actividad económica ante la autoridad tributaria. También debe tenerse presente la revisión de obligaciones relacionadas con la facturación electrónica, en caso de que por el crecimiento del negocio, el tipo de operación o la normatividad aplicable llegue a requerirse. Aunque en una etapa inicial el negocio pueda operar de forma sencilla, es recomendable construir desde el principio hábitos de organización documental y registro de ventas.

Por tratarse de un establecimiento que maneja alimentos, huevos y pollo crudo, también se deben observar condiciones sanitarias mínimas. Esto implica cuidado en la limpieza del local, conservación adecuada de productos, manipulación higiénica, control de residuos y protección de los alimentos frente al calor, los insectos o la contaminación. El pollo crudo, en especial, requiere manejo responsable de temperatura y almacenamiento separado cuando sea posible.

Tabla 5. Requisitos legales y de apoyo técnico

Requisito o acción	Finalidad
Registro Único Tributario (RUT)	Identificación tributaria del negocio
Revisión de obligaciones comerciales	Formalización básica del establecimiento
Facturación electrónica, si aplica	Cumplimiento tributario según condiciones del negocio
Condiciones sanitarias	Manejo adecuado de alimentos y pollo crudo
Asistencia técnica brindada	Orientación sobre formalización, RUT y facturación electrónica

La recomendación general es avanzar por etapas: primero organizar la operación, luego fortalecer la formalización y, de manera progresiva, cumplir con las exigencias tributarias y sanitarias que resulten aplicables.

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El canal principal de comercialización será la venta presencial en sitio, ya que la esencia del negocio consiste en resolver necesidades inmediatas a quienes viven o transitan por la zona. La tienda debe proyectarse como un lugar visible, accesible y confiable, donde el cliente encuentre productos y servicios útiles sin complicaciones.

Un segundo canal importante será el voz a voz, que en sectores rurales tiene un valor muy alto. Un negocio que atiende bien, mantiene productos fríos, cumple horarios y ofrece apoyo a la comunidad tiene amplias posibilidades de ser recomendado por vecinos, familias y transportadores.

El tercer canal será la relación directa con la comunidad educativa y las familias, especialmente por el componente de acompañamiento académico. Este servicio puede fortalecer el vínculo del negocio con estudiantes y padres de familia, generando confianza, cercanía y una imagen positiva del establecimiento.

Como apoyo adicional, se recomienda contar con señalización visible sobre la vía, donde se destaque la existencia de bebidas frías, mercado, huevos, pollo y conectividad. En negocios de paso, un buen aviso puede hacer una gran diferencia en la atracción de clientes.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

La base suministrada plantea ventas aproximadas de $400.000 por semana, lo que equivale a cerca de $1.600.000 mensuales. Sin embargo, para dejar un análisis más útil y realista, se proponen tres escenarios de ventas: uno conservador, uno medio y uno fortalecido. Esto permite visualizar la evolución posible del negocio según su nivel de posicionamiento y rotación.

Tabla 6. Escenarios de ventas

Escenario	Venta semanal	Venta mensual estimada
Conservador	$400.000	$1.600.000
Medio	$700.000	$2.800.000
Fortalecido	$1.000.000	$4.000.000

El escenario conservador corresponde a una etapa inicial, cuando el negocio aún está ganando reconocimiento. El escenario medio sería alcanzable si la tienda se posiciona entre la comunidad, transportadores e instituciones. El escenario fortalecido requeriría una mayor rotación de productos refrigerados, mejor surtido y uso constante de los servicios de conectividad y apoyo académico.

Tabla 7. Distribución estimada de ingresos

Línea	Participación estimada
Bebidas	30%
Mercado	20%
Huevos	10%
Pollo crudo	20%
Conectividad y apoyo académico	20%

Esta distribución sugiere que, aunque el acompañamiento académico no sea la línea más alta en dinero, sí puede ser decisivo para diferenciar el negocio y fortalecer la relación con la comunidad.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos del negocio se dividen en dos grandes grupos: los costos de inversión inicial y los gastos de operación mensual. En el caso de la operación, además de surtir la tienda, será necesario asumir costos de internet, apoyo operativo, mantenimiento, aseo e imprevistos. Para fines del plan, se plantean valores estimados y razonables.

Tabla 8. Costos y gastos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado
Reposición de bebidas y mercado	$900.000
Reposición de huevos y pollo crudo	$700.000
Internet satelital	$250.000
Apoyo del ayudante	$1.000.000
Mantenimiento, aseo e imprevistos	$250.000
Total mensual estimado	$3.100.000

Tabla 9. Resultado operativo estimado

Escenario	Venta mensual	Gastos mensuales	Resultado aproximado
Conservador	$1.600.000	$3.100.000	-$1.500.000
Medio	$2.800.000	$3.100.000	-$300.000
Fortalecido	$4.000.000	$3.100.000	$900.000

El análisis financiero deja una conclusión importante: el negocio no será plenamente sostenible si se mantiene solo en el escenario inicial. Para que alcance equilibrio y rentabilidad, necesita mejorar la rotación, fortalecer las ventas de bebidas frías, pollo y huevos, y aprovechar mejor los servicios complementarios. También podría mejorar su resultado si parte del apoyo operativo es familiar o si se reduce el costo fijo durante la fase inicial.

11. TALENTO HUMANO

La estructura humana del negocio será sencilla y funcional. Inicialmente se plantea contar con dos personas: el dueño o dueña del negocio y un ayudante. Esta estructura es adecuada para una tienda rural en etapa de inicio, pues permite mantener control directo sobre la operación y reducir costos administrativos.

El dueño o dueña se encargará de la administración general, manejo del dinero, compras, revisión de inventario, atención en momentos clave y coordinación del acompañamiento académico cuando sea necesario. El ayudante apoyará en la atención diaria, organización del surtido, limpieza, reposición de productos, apoyo al cliente y tareas operativas.

Tabla 10. Talento humano requerido

Cargo	Función principal	Cantidad
Dueño/a	Administración, compras, caja, atención y apoyo académico	1
Ayudante	Atención, surtido, limpieza y apoyo operativo	1

Más que una nómina grande, el negocio necesita personas responsables, organizadas, honestas y con buen trato hacia la comunidad, pues la confianza será uno de los pilares del proyecto.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Para iniciar y sostener el funcionamiento de la tienda se requiere una base mínima de equipos, mobiliario, tecnología y capital de trabajo. Entre los elementos más importantes se encuentran el parque solar, el internet satelital, los congeladores, el exhibidor, el computador, las estanterías, las mesas, las sillas y el surtido inicial.

Además de estos recursos físicos, el negocio necesita una organización operativa clara. Esto incluye horarios definidos, control de caja, inventario, normas básicas de limpieza, revisión de mercancía perecedera y programación del tiempo destinado al acompañamiento académico. Muchos negocios pequeños no fracasan por falta de clientes, sino por desorden en el manejo del dinero o del inventario.

Tabla 11. Necesidades del proyecto

Tipo	Requerimiento
Energía	Parque solar
Conectividad	Internet satelital
Refrigeración	Congeladores y exhibidor
Mobiliario	Estanterías, mesas, sillas
Tecnología	Computador
Operación	Surtido y capital de trabajo
Servicio comunitario	Espacio básico para apoyo académico

La tienda también requerirá disciplina administrativa, constancia en el surtido y capacidad para ajustar su operación según la respuesta del mercado.

13. VALOR DEL PROYECTO

Según la información base, el presupuesto disponible es de $7.000.000. Sin embargo, al revisar los equipos y necesidades del negocio, se observa que este valor sería suficiente para una fase inicial parcial, pero no para una instalación completa y fortalecida. Por esa razón, el plan estima un valor total superior, dejando clara la brecha entre lo disponible y lo ideal.

Tabla 12. Valor estimado del proyecto

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$2.500.000
Internet satelital e instalación	$1.500.000
Congeladores y exhibidor	$2.000.000
Computador y caja básica	$800.000
Mobiliario y adecuación	$1.000.000
Surtido inicial	$2.000.000
Capital de trabajo	$700.000
Valor total estimado	**$10.500.000**

Tabla 13. Relación entre presupuesto y necesidad real

Concepto	Valor
Presupuesto disponible	$7.000.000
Valor estimado del proyecto	$10.500.000
Brecha aproximada	**$3.500.000**

La mejor estrategia consiste en iniciar por etapas, priorizando primero bebidas, mercado, huevos, conectividad y una versión básica del acompañamiento académico, para luego fortalecer progresivamente el componente de refrigeración, mobiliario y surtido.

14. PLAN OPERATIVO

La tienda funcionará con atención directa en sitio. Al inicio de la jornada se realizará limpieza, revisión de equipos, organización del surtido y preparación del espacio de atención. Durante la mañana se atenderá principalmente a la comunidad, mientras que en horas de mayor tránsito se dará prioridad a la venta rápida de bebidas, mercado y productos de paso.

En la tarde, además de la atención habitual, puede destinarse un espacio para el acompañamiento académico y el uso de conectividad por parte de estudiantes o familias. Al cierre del día, se revisará la caja, se hará aseo, se verificará el inventario y se dejarán listos los productos para la jornada siguiente.

Tabla 14. Plan operativo diario

Momento	Actividad principal
Apertura	Limpieza, orden, revisión de equipos
Mañana	Venta de mercado y atención a comunidad
Mediodía y tarde	Mayor salida de bebidas y ventas rápidas
Tarde	Espacio para apoyo académico y conectividad
Cierre	Caja, aseo, revisión de inventario

De forma semanal se recomienda revisar la rotación del pollo, los huevos y los productos refrigerados. De manera mensual, conviene analizar ventas, gastos, utilidad y necesidad de ampliar o ajustar el surtido.

15. IMPACTO Y ALCANCE

La Tienda La Bendición tiene potencial para generar un impacto importante en la vereda El Progreso y en el corredor vial donde se ubica. En el plano social, mejora el acceso de la comunidad a bienes y servicios que de otro modo implicarían mayores desplazamientos. En el plano territorial, sirve de apoyo a transportadores, visitantes y personas que transitan por la vía. En el plano educativo, aporta un valor diferencial al brindar acompañamiento académico básico a estudiantes del sector.

También existe un impacto económico relevante, ya que el negocio puede generar ingresos para la familia emprendedora, dinamizar la economía local y, en el tiempo, consolidarse como un referente de servicio en la vereda. Su alcance inicial será local y comunitario, pero por su ubicación sobre la vía, también podrá atender demanda de paso que fortalezca su crecimiento.

Tabla 15. Impacto esperado

Tipo de impacto	Resultado esperado
Social	Más acceso a bienes y servicios básicos
Territorial	Apoyo al tránsito y solución de necesidades inmediatas
Educativo	Acompañamiento académico para estudiantes
Económico	Generación de ingresos y dinamización local

La tienda no solo tiene valor comercial. Bien administrada, puede convertirse en un pequeño centro de apoyo para la comunidad y un punto útil dentro del territorio.

16. MAPA DE ACTORES

El negocio se relaciona con actores internos, comunitarios e institucionales. En el centro del proyecto se encuentran el dueño o dueña y el ayudante, responsables directos de la operación. A su alrededor están la comunidad, los transportadores, los turistas, las instituciones y las familias con estudiantes, que representan los principales usuarios del servicio.

También aparecen actores institucionales relacionados con la formalización y las buenas prácticas, como la autoridad tributaria y la autoridad sanitaria, así como los proveedores que garantizarán el abastecimiento del negocio.

Tabla 16. Mapa de actores

Actor	Tipo	Papel en el proyecto
Dueño/a	Interno	Lidera operación y administración
Ayudante	Interno	Apoyo operativo y atención
Comunidad	Externo	Cliente frecuente y beneficiaria
Transportadores	Externo	Cliente de paso

Turistas	Externo	Cliente ocasional
Instituciones	Externo	Aliadas o usuarias puntuales
Estudiantes y familias	Externo	Usuarios del apoyo académico
Proveedores	Externo	Abastecen mercancía y equipos
DIAN y entorno tributario	Institucional	Referencia para formalización y RUT
Autoridad sanitaria	Institucional	Referencia para manejo de alimentos

El buen relacionamiento con estos actores será decisivo para la estabilidad y crecimiento del negocio, especialmente con la comunidad, que será la base principal de su sostenibilidad.

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

La Tienda La Bendición es una iniciativa pertinente, útil y con potencial de crecimiento, porque responde a una necesidad real de la vereda El Progreso y del corredor vial Casuarito – Puerto Carreño: acercar productos básicos, bebidas, conectividad y apoyo comunitario a una zona donde los servicios están dispersos. Su principal fortaleza está en la combinación de ubicación estratégica, atención cercana, variedad de productos y acompañamiento académico, lo que la diferencia de otros negocios cercanos.

El análisis también muestra que el proyecto debe iniciarse con orden y por etapas. El presupuesto disponible puede servir para una fase inicial, pero la proyección completa del negocio requiere fortalecer la inversión, especialmente en refrigeración, energía y surtido. Si la tienda se administra con disciplina, buen trato, control del inventario y enfoque comunitario, podrá consolidarse como un negocio sostenible y valioso para la población del sector.

Para efectos del proceso desarrollado por medio de la asistencia técnica, se considera el plan de negocios aprobado y viabilizado, para lo cual el emprendedor y la orientadora de asistencia técnica podrán suscribir el documento.

Omaira Camacho.

Omaira Camacho
Emprendedora

Yishleni Johana Morales Beltran
Orientadora de emprendimiento

ASOSUPRO	**REGISTRO FOTOGRÁFICO** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

NOMBRE DEL PROYECTO	**IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES QUE CONTRIBUYAN AL EMPRENDIMIENTO Y AUMENTO DE CAPACIDADES LOGÍSTICAS DE LOS PEQUEÑOS TENDEROS EN LA ZONA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE VICHADA**
ACTIVIDAD	REALIZAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LAS UNIDADES PRODUCTIVAS POPULARES EN LAS ZONAS RURALES.
DESCRIPCIÓN	ENTREGA DE LA GUIA METODOLÓGICA PARA LA ESTRUCTURACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO Y SU DESARROLLO.
BENEFICIARIO	Omaira Camacho
TIENDA	Tienda La bendicion
FECHA	19/12/2025



ASOSUPRO	**ACTA DE ENTREGA MANUAL METODOLÓGICO** Convenio de Asociación No. 005 de 2025: "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

Fecha: 02-11-2026

Por medio de la presente acta se deja constancia que la señora **JEISA YAROSLAY CISNEROS CEBALLOS**, identificada con cédula de ciudadanía No. 1.127.389.427, expedida en Puerto Carreño (Vichada), en calidad de representante legal de la Fundación de Servicios Integrales y Sociales de Colombia, en el marco de la ejecución del Convenio No. 005 de 2025 suscrito con la Asociación de Productores Agropecuarios y de Servicios Comunitarios del Vichada – ASOSUPRO, hace entrega del siguiente material pedagógico, el cual corresponde específicamente al componente de fortalecimiento de las capacidades técnicas y empresariales:

MATERIAL PEDAGÓGICO ENTREGADO			
Item	**Concepto**	**Unidad**	**Cantidad**
1	Manual metodológico para la estructuración de planes de negocio. Diseño, diagramación e impresión en formato físico.	Unidad	1

ENTREGA:

JEISA YAROSLAY CISNEROS CEBALLOS
R/L FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA
CONTRATISTA

RECIBE:

Huella

Firma: Omar Camacho

Nombres: Omar Camacho

CC: 522530 91

OBSERVACIONES:

Noemy Gaitan Carrillo

ASOSUPRO	**REGISTRO FOTOGRÁFICO** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

NOMBRE DEL PROYECTO	**IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES QUE CONTRIBUYAN AL EMPRENDIMIENTO Y AUMENTO DE CAPACIDADES LOGÍSTICAS DE LOS PEQUEÑOS TENDEROS EN LA ZONA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE VICHADA**
ACTIVIDAD	REALIZAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LAS UNIDADES PRODUCTIVAS POPULARES EN LAS ZONAS RURALES.
DESCRIPCIÓN	DESARROLLAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LA ESTRUCTURACIÓN Y VIABILIDAD DE PLANES DE NEGOCIO ENFOCADOS A LA ECONOMÍA POPULAR O TIENDAS RURALES DEL DEPARTAMENTO.
BENEFICIARIO	Noemy Gaitan Carrillo
TIENDA	Restaurante Mi progreso
FECHA	5/01/2026



ASOSUPRO	**ACTA DE COMPROMISO Y SOSTENIBILIDAD** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

En el desarrollo del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, suscrito entre la **FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA** y **ASOSUPRO**, y como parte del proceso de fortalecimiento de capacidades logísticas y de emprendimiento de pequeños tenderos rurales, se firma la presente acta de compromiso de sostenibilidad.

Yo, Noemy Gaitan Carrillo identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 41.251.620 manifiesto mi compromiso de:

- Garantizar la sostenibilidad del negocio o unidad productiva apoyada por el proyecto.
- Dar continuidad a las prácticas administrativas, comerciales y contables adquiridas durante el proceso de formación.
- Realizar mantenimiento preventivo y correctivo a los equipos entregados.
- Implementar estrategias de comercialización y fortalecimiento de marca que permitan la permanencia del negocio.
- Reportar oportunamente cualquier situación que afecte el desarrollo o permanencia del proyecto.

Declaro, además, que he sido informado(a) sobre la importancia de la sostenibilidad del emprendimiento como eje fundamental para el éxito del proyecto.

RECIBE:

Firma: Noemy Gaitan G.
Nombres: Noemy Gaitan Carrillo
CC: 41.251.620.

OBSERVACIONES:

ASOSUPRO	**ACTA DE CORRESPONSABILIDAD Y COMPROMISO DE PARTICIPACIÓN** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

En el marco del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, suscrito entre la **FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA** y la Asociación de Municipios ASOSUPRO, cuyo objeto es la "implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada", se suscribe la presente acta de corresponsabilidad y compromiso de participación.

Yo, Noemy Gaitan Carrillo identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 41.251.620, manifiesto voluntariamente mi interés y compromiso de participación activa en las actividades y procesos contemplados en el proyecto. Me comprometo a:

- Participar en los talleres, capacitaciones, asistencias técnicas y demás actividades programadas.
- Hacer uso adecuado de los activos, equipos y materiales entregados en el marco del proyecto.
- Brindar acceso a la información y colaboración necesaria al equipo técnico.
- Aportar al cumplimiento de los objetivos del proyecto en mi territorio.

En constancia se firma en Puerto Carreño a los 5 días del mes de enero del año 2026.

RECIBE:

Firma: Noemy Gaitan C.

Nombres: Noemy Gaitan Carrillo.

CC: 41.251.620

OBSERVACIONES:

FORMATO DE REGISTRO DE VISITA DE ASISTENCIA TÉCNICA
(FORMULACIÓN PLANES DE NEGOCIO)

Convenio de Asociación No. 005 de 2025: "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."

ASOSUPRO | fundacion servicios integrales y sociales

INFORMACIÓN GENERAL DE LA VISITA

Fecha de visita:		DIA 05	MES 01	AÑO 2026.	
Beneficiario	Noemy Gaitan Carrillo				
Cédula	41.251.620			Sexo: ☑Mujer ☐Hombre	
Departamento:	Vichada		Municipio:	Vichada	
Vereda / Inspección:	Murillo				
Dirección:	Entrada		Teléfono de Contacto:	313246.6285.	

VALIDACIÓN DE CONDICIONES GENERALES DEL NEGOCIO

Ítem Verificado	Cumple	Observaciones / Comentarios
El beneficiario cuenta con local físico adecuado	☑ Sí ☐ No	
Se observa funcionamiento del negocio	☑ Sí ☐ No	
Hay presencia de productos o servicios en oferta	☑ Sí ☐ No	
El beneficiario reconoce los componentes de su plan de negocio	☑ Sí ☐ No	
Se encuentra ubicado en zona rural conforme al proyecto	☑ Sí ☐ No	

COMPONENTES ESTRATÉGICOS ANALIZADOS

Tema	¿Se abordó?	Observaciones / Comentarios
Revisión de condiciones actuales del negocio	☑ Sí / ☐ No	
Propuesta de valor y tipo de clientes	☑ Sí / ☐ No	
Productos ofrecidos y rotación	☑ Sí / ☐ No	
Registro de ingresos, egresos e inventario	☑ Sí / ☐ No	
Necesidades para el plan de negocio	☑ Sí / ☐ No	
Condiciones de infraestructura y equipos	☑ Sí / ☐ No	
Estrategias de comercialización	☑ Sí / ☐ No	
Otros: _____	☐ Sí / ☐ No	

DIAGNOSTICO DEL NEGOCIO

Fortalezas actuales del negocio: Gestión comercial Ubicación	Documentos que posee: ☐ RUT ☐ Cámara de Comercio ☐ Certificado de uso de suelos	¿Desea apoyo para formalizar su tienda? ☑ Sí ☐ No
Retos que enfrenta: Logistica Mercadeo		

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE VERIFICACIÓN

El beneficiario conoce la destinación del apoyo recibido	☑ Sí ☐ No
El beneficiario manifiesta interés en mejorar su unidad productiva	☑ Sí ☐ No
Se encuentra al día con compromisos anteriores	☑ Sí ☐ No

COMPROMISOS DE LA VISITA

Acciones acordadas en la visita	Plan de accion logistica
Compromisos del beneficiario:	Organizacio de planes de accion
Observaciones:	Aplicar lo aprendido.

Firma: Noemy Gaitan C.
Beneficiario: Noemy Gaitan C.
Cédula: 41251620 LBU.

Firma:
Profesional: Yishlen. Morales
Cédula: 1.121.898.670.

Este formato hace parte del proceso de estructuración técnica de los planes de negocio y constituye evidencia del acompañamiento brindado en el marco del Convenio No. 005 de 2025.

ASOSUPRO	**DECLARACIÓN JURAMENTADA** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

Yo, Noemy Gaitan Carrillo, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 41.251.620 residente del municipio de Puerto Carreño, en calidad de beneficiario(a) del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, declaro bajo la gravedad del juramento que:

1. He recibido el apoyo establecido en el marco del proyecto, en cumplimiento del objeto del convenio.
2. Los elementos entregados se encuentran en buen estado y completos.
3. Me comprometo a darles el uso adecuado, exclusivamente en el marco de las actividades productivas asociadas a mi unidad de negocio como pequeño tendero.
4. Conozco que los bienes entregados no podrán ser vendidos, alquilados ni cedidos a terceros, y que su uso indebido puede acarrear sanciones legales.
5. Me comprometo a permitir las visitas de seguimiento, monitoreo y control por parte de las entidades responsables.

Para constancia, se firma la presente declaración en Puerto Carreño a los 5 días del mes de enero del año 2026.

RECIBE:

Huella



Firma: Noemy Gaitan C.
Nombres: Noemy Gaitan Carrillo
CC: 41.251.620

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

RESTAURANTE MI PROGRESO

Proyecto: "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en las zonas rurales del departamento de Vichada".

Emprendedora: Noemy Gaitan Carrillo

EMPRENDEDOR

Nombre del negocio: Restaurante Mi Progreso
Ubicación: Entrada de la inspección de Murillo, sobre la vía Villavicencio – Puerto Carreño, municipio de Puerto Carreño, departamento del Vichada, Colombia.

FEBRERO DE 2026

GOBERNACION DE
SGR
ASOSUPRO
fundacion
servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

El Restaurante Mi Progreso nace para atender una necesidad concreta en la entrada de la inspección de Murillo: la falta de un punto cercano y completo donde las personas puedan encontrar alimentación, bebidas frías, hielo y productos básicos sin tener que desplazarse varios kilómetros. En zonas rurales y de tránsito, esta necesidad se vuelve más evidente porque los tiempos de recorrido, las condiciones de la vía y la distancia entre un establecimiento y otro afectan directamente el bienestar de la población y de los viajeros.

La necesidad no es únicamente comercial. También es una necesidad práctica del territorio. Los vecinos del sector requieren un sitio próximo donde puedan comprar alimentos, bebidas o artículos básicos de manera rápida. A su vez, los transportadores y demás personas que recorren la vía necesitan un lugar donde desayunar, almorzar, cenar, adquirir hielo, comprar una bebida fría o abastecerse en caso de algún imprevisto. En contextos cálidos como el de Puerto Carreño, contar con refrigeración y disponibilidad de productos fríos no es un lujo, sino una solución muy útil.

Además, el negocio responde a una necesidad de apoyo al tránsito. En una vía como esta pueden presentarse retrasos, cansancio, fallas mecánicas o requerimientos de descanso y alimentación. Por eso, un restaurante-tienda ubicado en un punto estratégico puede convertirse en un soporte real para la movilidad, el abastecimiento y la atención oportuna.

En consecuencia, el problema que busca resolver el negocio es la insuficiencia de servicios cercanos, integrales y continuos en el sector, especialmente para alimentación, bebidas frías, hielo y productos básicos de consumo.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes del Restaurante Mi Progreso son diversos, lo cual representa una ventaja porque permite distribuir el riesgo comercial y no depender de un solo grupo de compradores. El primer grupo corresponde a la comunidad de la vereda y sectores cercanos, que constituye la clientela más estable. Estas personas pueden comprar mercado básico, bebidas, hielo y alimentos preparados durante toda la semana, según sus necesidades cotidianas.

El segundo grupo está compuesto por los transportadores, quienes son fundamentales para el negocio por tratarse de un establecimiento ubicado sobre una vía de tránsito. Este tipo de cliente suele requerir desayunos, almuerzos, cenas, café, bebidas frías, hielo y atención rápida. También valora la posibilidad de encontrar servicio en horarios amplios, lo que hace más atractiva la propuesta del restaurante.

El tercer grupo son las instituciones, que pueden convertirse en clientes puntuales cuando desarrollen actividades en el sector o necesiten apoyo logístico, compras menores o alimentación para personal desplazado. Aunque su frecuencia puede ser menor, representan una oportunidad importante de venta en momentos específicos.

El cuarto grupo corresponde a los turistas, viajeros y visitantes, quienes demandan principalmente comida preparada, bebidas y productos de consumo rápido. Este cliente no siempre es permanente, pero sí puede generar ingresos valiosos, especialmente cuando el negocio se posicione como un punto reconocido sobre la vía.

Tabla 1. Tipos de clientes

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia esperada
Comunidad de la vereda	Mercado, bebidas, hielo y alimentación	Alta
Transportadores	Desayuno, almuerzo, cena, bebidas y descanso	Media-alta
Instituciones	Compras puntuales y apoyo logístico	Media
Turistas y viajeros	Alimentación, bebidas y productos rápidos	Media

La presencia de estos distintos tipos de clientes permite pensar en un flujo de ventas más equilibrado y en varias líneas de ingreso dentro del mismo establecimiento.

3. COMPETENCIA

La competencia del Restaurante Mi Progreso está conformada por comercios que se encuentran aproximadamente a 20 kilómetros del lugar proyectado. Entre ellos se mencionan Rut Álvarez, quien ofrece bebidas y productos agropecuarios de la zona, y Perla Brito, quien comercializa mercado y bebidas en general. Esto indica que sí existe oferta comercial en el entorno, pero no necesariamente una propuesta tan completa ni ubicada exactamente en el punto donde se encuentra la necesidad.

La principal diferencia del Restaurante Mi Progreso no está solo en lo que vende, sino en cómo y dónde lo ofrece. Su ubicación estratégica en la entrada de la inspección de Murillo le permite captar la demanda inmediata de quienes transitan o viven cerca. Además, su propuesta integra tres elementos que lo hacen más competitivo: servicio de restaurante, despacho de hielo y atención continua.

En corredores rurales, estas características tienen mucho peso. Un negocio puede vender bebidas o mercado, pero no todos ofrecen comida preparada, hielo y disponibilidad amplia en un mismo lugar. Quien necesita una bebida fría, una comida caliente o hielo para una necesidad inmediata valora la cercanía, la rapidez y la continuidad del servicio por encima de otros factores.

Tabla 2. Comparación básica con la competencia

Competidor o tipo de oferta	Lo que ofrece	Diferencia frente a Mi Progreso
Rut Álvarez	Bebidas y productos agropecuarios	No integra restaurante ni hielo como eje principal
Perla Brito	Mercado y bebidas	No integra restaurante con atención continua

Otros comercios cercanos	Oferta parcial	Mayor distancia y menor integralidad
Restaurante Mi Progreso	Restaurante, hielo, bebidas, mercado y atención amplia	Propuesta más completa y estratégica

Por tanto, la competencia existe, pero el negocio tiene buenas posibilidades de diferenciarse y posicionarse si mantiene calidad, surtido y constancia en el servicio.

4. IDEA DE NEGOCIO

El Restaurante Mi Progreso es un emprendimiento rural que combina restaurante, tienda básica y punto de apoyo al tránsito. Su propósito es ofrecer alimentación preparada, bebidas frías, hielo y algunos artículos esenciales de mercado a las personas que viven en el sector y a quienes transitan por la vía Villavicencio – Puerto Carreño.

La idea del negocio va más allá de ser un restaurante tradicional. Se busca crear un lugar útil, donde una persona pueda desayunar, almorzar o cenar, pero también comprar una bebida fría, adquirir hielo, llevar productos de mercado o resolver una necesidad puntual durante su recorrido. Esta mezcla de servicios le da al negocio mayor versatilidad y le permite responder a distintas demandas durante el día y la noche.

El eje principal del proyecto es la atención alimentaria. Sin embargo, la combinación con hielo, bebidas y mercado fortalece la rentabilidad y mejora la capacidad de atraer diferentes tipos de clientes. A esto se suma la ubicación, que hace del establecimiento un punto de referencia para la zona.

En síntesis, la idea de negocio consiste en montar un establecimiento práctico, bien ubicado y funcional, capaz de prestar un servicio integral al territorio, con una propuesta sencilla pero muy útil.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

El Restaurante Mi Progreso ofrecerá una mezcla de productos y servicios pensada para cubrir necesidades básicas y frecuentes del sector. En la parte comercial venderá bebidas alcohólicas, bebidas no alcohólicas, productos de mercado e hielo. En la parte gastronómica brindará desayuno, almuerzo y cena, con una oferta sencilla, de buena aceptación y adaptada a las costumbres alimenticias del territorio y al tránsito de la vía.

Como supuesto razonable, el restaurante puede manejar desayunos típicos, platos corrientes, sopas, arroz, proteína del día, bebidas acompañantes, comidas rápidas sencillas y raciones que sean rendidoras y fáciles de preparar. Esto permite tener una operación más eficiente y atender mejor las horas de mayor demanda.

El hielo es un producto muy importante dentro del portafolio, no solo por las altas temperaturas del territorio, sino porque puede tener buena salida tanto para comunidad como para viajeros y transportadores. De igual manera, el servicio de conectividad puede actuar como un complemento que aumenta la utilidad del negocio y atrae clientes.

Tabla 3. Portafolio del negocio

Línea	Productos o servicios
Bebidas alcohólicas	Cervezas y otros licores permitidos
Bebidas no alcohólicas	Agua, jugos, gaseosas, hidratantes, café
Mercado	Productos básicos de consumo diario
Restaurante	Desayuno, almuerzo y cena
Complementarios	Hielo
Servicio adicional	Conectividad a internet

La combinación entre restaurante y tienda básica es una de las mayores fortalezas del proyecto, porque permite vender tanto productos de alta rotación como servicios de mayor valor por cliente.

6. PROCESOS TÉCNICOS

El primer proceso técnico del negocio es el abastecimiento. Para operar de forma adecuada, el restaurante deberá comprar insumos para cocina, mercado, bebidas, hielo o materiales relacionados con su conservación, así como elementos de aseo y apoyo operativo. Estas compras deben programarse con frecuencia para evitar faltantes, especialmente en productos refrigerados y materias primas perecederas.

El segundo proceso es el de almacenamiento y conservación. Este punto es fundamental, ya que una parte importante del negocio depende del frío y del buen manejo de alimentos. Los congeladores, las estanterías y el respaldo energético mediante parque solar serán herramientas clave para proteger la mercancía y reducir pérdidas por daño o descomposición.

El tercer proceso es la preparación de alimentos. Aquí se requiere una cocina organizada, con espacio para lavado, almacenamiento, preparación, cocción, servido y limpieza. El orden en este proceso es indispensable para garantizar calidad, presentación y condiciones higiénicas adecuadas. La buena manipulación de alimentos no solo protege al cliente, sino que fortalece la imagen del negocio.

El cuarto proceso es la atención al cliente, que será directa en sitio. Este proceso incluye recibir al cliente, tomar el pedido, servir, cobrar, entregar el producto y mantener un trato amable. Si el negocio plantea atención amplia o continua, será necesario organizar turnos o estrategias de trabajo que permitan sostener el servicio sin afectar la calidad.

Tabla 4. Procesos técnicos del negocio

Proceso	Actividad principal
Abastecimiento	Compra de mercado, bebidas e insumos
Conservación	Refrigeración y almacenamiento adecuado
Cocina	Preparación, cocción y servido de alimentos
Atención	Servicio directo al cliente y cobro
Control	Registro de ventas, compras e inventario
Apoyo	Limpieza, mantenimiento y organización general

La buena ejecución de estos procesos permitirá que el negocio funcione con orden y tenga mejores posibilidades de rentabilidad.

7. REQUISITOS LEGALES

En el componente legal, el Restaurante Mi Progreso debe considerar aspectos de formalización comercial, tributaria y sanitaria. Aunque se trate de un emprendimiento pequeño, es importante que avance de manera organizada, pues esto facilita su crecimiento, genera mayor confianza y reduce riesgos a futuro.

Uno de los aspectos básicos es contar con el Registro Único Tributario (RUT), que permite identificar la actividad económica del negocio y definir sus obligaciones tributarias. También es recomendable revisar la formalización del establecimiento mediante el registro correspondiente, según aplique a su funcionamiento y desarrollo comercial.

Por tratarse de un restaurante con expendio de bebidas y alimentos, el negocio debe prestar especial atención a las condiciones sanitarias del lugar, la manipulación de alimentos, la limpieza de la cocina, el almacenamiento y la adecuada conservación de productos fríos y perecederos. Estos elementos son esenciales para proteger la salud de los clientes y para sostener la buena imagen del establecimiento.

Tal como se solicitó, en este plan se deja expresa constancia de que se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica. Esta orientación es valiosa porque permite al emprendedor comprender mejor los pasos necesarios para avanzar en la organización legal del negocio.

TABLA 5. REQUISITOS LEGALES BÁSICOS

REQUISITO O ACCIÓN	FINALIDAD
RUT	Identificación tributaria del negocio
Matrícula o registro comercial	Formalización del establecimiento
Facturación electrónica, si aplica	Cumplimiento de obligaciones tributarias
Condiciones sanitarias	Manejo adecuado de alimentos y bebidas
Asistencia técnica brindada	Orientación sobre formalización, RUT y facturación electrónica

El cumplimiento de estos requisitos puede desarrollarse por etapas, pero debe asumirse desde el inicio como parte del fortalecimiento del negocio.

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El canal principal del Restaurante Mi Progreso será la venta directa en sitio, debido a que la ubicación es una de sus mayores fortalezas. La comunidad, los transportadores y los viajeros podrán llegar directamente al establecimiento para consumir alimentos, comprar bebidas, adquirir hielo o llevar productos de mercado.

El segundo canal será el voz a voz, que en zonas rurales tiene un valor muy alto. Si el restaurante logra reconocimiento por la calidad de su comida, la atención amable, la disponibilidad de hielo y la constancia del servicio, puede consolidarse rápidamente entre vecinos, conductores frecuentes y personas que recorren la vía.

Como tercer canal, se puede trabajar el contacto directo con instituciones y transportadores frecuentes, quienes podrían hacer encargos, pedidos previos o compras programadas. Más adelante, y como supuesto razonable, también se puede usar WhatsApp como canal de consulta o coordinación de pedidos básicos, sin necesidad de una estructura tecnológica compleja.

Tabla 6. Canales de comercialización

Canal	Descripción
Venta directa en sitio	Canal principal de atención y venta
Voz a voz	Recomendación entre comunidad y viajeros
Pedidos directos	Encargos a transportadores o instituciones
WhatsApp, a futuro	Consulta y coordinación básica de pedidos

Estos canales son suficientes y apropiados para la etapa inicial del negocio, y pueden fortalecerse con el tiempo según crezca la operación.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

La proyección base suministrada es de $1.400.000 por semana, lo que equivale aproximadamente a $5.600.000 mensuales. Esta cifra puede entenderse como un escenario conservador para la etapa inicial. El valor promedio de venta de $120.000 parece más coherente con consumos grupales, compras combinadas o pedidos de varias unidades, por lo que no se debe interpretar como una compra individual fija.

Para que el análisis sea más útil, se plantean tres escenarios: conservador, medio y fortalecido. El primero corresponde al arranque del negocio; el segundo supone mayor fidelización de clientes; y el tercero se asocia a una operación más consolidada y continua.

Tabla 7. Escenarios de ventas

Escenario	Venta semanal	Venta mensual estimada
Conservador	$1.400.000	$5.600.000
Medio	$1.800.000	$7.200.000
Fortalecido	$2.300.000	$9.200.000

Además, es útil estimar de dónde provendrían los ingresos del negocio.

Tabla 8. Distribución estimada de ingresos

Línea	Participación estimada
Restaurante	40%
Bebidas	25%
Mercado	15%
Hielo	15%
Conectividad y otros	5%

Esta distribución muestra que el corazón del negocio será el restaurante, pero el hielo y las bebidas también tendrán un papel importante en la rentabilidad general. Para lograr sostenibilidad, el establecimiento debe buscar al menos ubicarse de manera constante en el escenario medio.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos del negocio se dividen entre inversión inicial y gastos operativos mensuales. Para efectos del funcionamiento diario, el restaurante tendrá como principales gastos la reposición de bebidas y mercado, la compra de insumos de cocina, la conservación de hielo o refrigeración, la conectividad, el pago del personal y los gastos menores de operación.

Tabla 9. Costos y gastos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado
Reposición de bebidas y mercado	$1.500.000
Insumos de cocina	$1.300.000
Hielo / insumos de refrigeración	$400.000
Internet satelital	$250.000
Pago cocinera	$1.000.000
Pago ayudante	$1.000.000
Gas, aseo, mantenimiento e imprevistos	$450.000
Total mensual estimado	**$5.900.000**

Con esta estructura, se puede comparar el comportamiento financiero según el nivel de ventas.

Tabla 10. Resultado operativo estimado

Escenario	Venta mensual	Gastos mensuales	Resultado aproximado
Conservador	$5.600.000	$5.900.000	-$300.000
Medio	$7.200.000	$5.900.000	$1.300.000
Fortalecido	$9.200.000	$5.900.000	$3.300.000

Este análisis muestra que el negocio es viable, pero no con cualquier nivel de ventas. Para que la operación sea sana y sostenible, debe alcanzar como mínimo el escenario medio, controlar pérdidas y mantener un buen movimiento en restaurante, bebidas e hielo.

11. TALENTO HUMANO

El talento humano necesario para el Restaurante Mi Progreso está conformado por dueño, cocinera y ayudante. Esta estructura es adecuada para un negocio pequeño que combina restaurante y tienda básica, ya que permite cubrir las funciones esenciales sin sobredimensionar la operación.

El dueño será responsable de la administración, las compras, el manejo de caja, la supervisión de la operación y la toma de decisiones. La cocinera tendrá a cargo la preparación de desayunos, almuerzos y cenas, así como la organización básica de cocina. El ayudante apoyará en atención al cliente, limpieza, surtido, organización del espacio y servicio a mesa o entrega.

Tabla 11. Talento humano requerido

Cargo	Función principal	Cantidad
Dueño/a	Administración, compras, caja y supervisión	1
Cocinera	Preparación de alimentos	1
Ayudante	Atención, surtido, limpieza y apoyo general	1

Aunque la estructura es sencilla, puede ser suficiente para iniciar si existe buena distribución del trabajo, compromiso y organización en los horarios.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Para operar de manera adecuada, el restaurante necesita una base física y operativa sólida. Entre los requerimientos más visibles se encuentran el parque solar, el internet satelital, los congeladores, el computador, las estanterías, las mesas, las sillas, el surtido, la estufa, la vajilla y los utensilios de cocina. Estos recursos hacen posible tanto la venta de productos fríos como la preparación y atención de alimentos.

Sin embargo, también existen necesidades menos visibles, pero igual de importantes. El negocio requiere control de inventario, orden de cocina, limpieza permanente, manejo responsable de la caja, definición de horarios, disciplina en las compras y seguimiento al comportamiento de las ventas. En emprendimientos de este tipo, muchas veces el éxito depende más del orden diario que del tamaño de la inversión.

Tabla 12. Necesidades del proyecto

Tipo	Requerimiento
Energía	Parque solar
Conectividad	Internet satelital
Refrigeración	Congeladores
Cocina	Estufa, vajilla y utensilios
Atención	Mesas, sillas y mobiliario
Tecnología	Computador
Operación	Surtido y capital de trabajo

Cubrir estos requerimientos permitirá que el negocio no funcione de forma improvisada, sino con una base mínima para sostenerse y crecer.

13. VALOR DEL PROYECTO

Aunque el presupuesto disponible informado es de $4.000.000, el análisis muestra que esa cifra no es suficiente para montar el proyecto completo en una sola etapa. Por eso, es necesario presentar un valor más realista del negocio, diferenciando entre el capital disponible y la inversión ideal para arrancar con una operación más completa.

Tabla 13. Valor estimado del proyecto

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$2.500.000
Internet satelital e instalación	$1.500.000
Congeladores	$2.000.000
Computador y caja básica	$800.000
Mesas, sillas y estanterías	$1.500.000
Estufa, vajilla y utensilios	$1.200.000
Surtido inicial	$2.500.000
Capital de trabajo	$1.000.000
Valor total estimado	**$13.000.000**

Tabla 14. Relación entre presupuesto y necesidad real

Concepto	Valor
Presupuesto disponible	$4.000.000
Valor estimado del proyecto	$13.000.000
Brecha aproximada	$9.000.000

La conclusión es clara: con cuatro millones de pesos solo sería posible iniciar una fase reducida del negocio, probablemente enfocada en una oferta básica de comidas, bebidas y algunos elementos esenciales. La recomendación más realista es implementar el proyecto por etapas, priorizando lo indispensable y ampliándolo a medida que se consoliden las ventas.

14. PLAN OPERATIVO

El Restaurante Mi Progreso funcionará con atención directa en sitio y una rutina diaria organizada. Durante la mañana se realizará apertura, limpieza, alistamiento de cocina y organización de bebidas, hielo y productos de salida rápida. En el horario de desayuno se priorizarán preparaciones sencillas y rendidoras, mientras que en el almuerzo y la cena se concentrará la mayor carga de cocina y servicio.

La propuesta de atención continua no significa que toda la operación de cocina deba mantenerse al mismo nivel las 24 horas. Como supuesto razonable, se puede trabajar con cocina completa en los

horarios de mayor movimiento y con una oferta más básica en los periodos de menor flujo, por ejemplo bebidas, hielo, café y algunos alimentos rápidos.

Tabla 15. Plan operativo diario

Momento	Actividad principal
Apertura	Limpieza, organización y alistamiento
Mañana	Desayunos, bebidas y atención temprana
Mediodía	Almuerzos y mayor movimiento
Tarde	Reposición, bebidas, hielo y mercado
Noche	Cenas y atención a transportadores
Madrugada	Oferta básica, bebidas, hielo y apoyo de paso

Semanalmente se deben revisar las compras, la salida de hielo, el consumo de insumos de cocina y el comportamiento de las ventas. Mensualmente se debe evaluar si el negocio está cubriendo sus gastos y si es necesario ajustar el menú, los horarios o el surtido.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado del restaurante es importante en lo social, lo económico y lo territorial. En lo social, mejorará el acceso de la comunidad y de los viajeros a alimentación, bebidas frías, hielo y productos básicos en una zona donde estos servicios no siempre están cerca. En lo territorial, fortalecerá la atención del corredor vial y convertirá la entrada de la inspección de Murillo en un punto mejor equipado para responder a las necesidades de paso.

En lo económico, el negocio puede generar ingresos para el propietario, empleo local para al menos dos personas adicionales y movimiento comercial en el sector. En lo comunitario, puede convertirse en un punto de apoyo importante, especialmente en días de mayor tránsito o cuando se presenten necesidades urgentes de abastecimiento o alimentación.

Tabla 16. Impacto esperado

Tipo de impacto	Resultado esperado
Social	Mayor acceso a bienes y alimentación
Territorial	Mejor atención al tránsito y al corredor vial
Económico	Generación de ingresos y empleo
Comunitario	Mayor apoyo a la comunidad de la zona

El alcance inicial será principalmente local y de corredor vial, pero con posibilidad de consolidarse como un punto de referencia importante para el sector si se mantiene calidad y continuidad en el servicio.

16. MAPA DE ACTORES

El negocio se relaciona con actores internos, comunitarios e institucionales. En el núcleo se encuentran el dueño, la cocinera y el ayudante, quienes sostienen la operación diaria. Alrededor de ellos se ubican la comunidad, los transportadores, los turistas y las instituciones que pueden hacer uso del servicio o recomendarlo.

También hacen parte del mapa actores institucionales relacionados con la formalización y el cumplimiento de requisitos, como el entorno tributario y las referencias sanitarias aplicables al manejo de alimentos y bebidas. Aunque no participan en la operación diaria, sí influyen en la manera en que el negocio debe organizarse y proyectarse.

Tabla 17. Mapa de actores

Actor	Tipo	Papel en el proyecto
Dueño/a	Interno	Lidera inversión y operación
Cocinera	Interno	Sostiene el servicio de restaurante
Ayudante	Interno	Apoyo operativo y atención
Comunidad	Externo	Cliente frecuente
Transportadores	Externo	Cliente clave del corredor vial
Turistas	Externo	Cliente ocasional
Instituciones	Externo	Aliadas o clientes puntuales
Entorno tributario	Institucional	Formalización y obligaciones
Referencia sanitaria	Institucional	Orientación para alimentos y bebidas

Este mapa demuestra que el restaurante no solo desarrolla una actividad comercial, sino que se integra a la vida económica, social y funcional del sector.

CONCLUSIÓN FINAL

El Restaurante Mi Progreso es una propuesta de negocio pertinente y bien orientada para la entrada de la inspección de Murillo, porque responde a una necesidad real del territorio: contar con un punto cercano donde se pueda acceder a alimentación, bebidas, hielo y productos básicos en una ubicación estratégica sobre la vía Villavicencio – Puerto Carreño.

Su principal fortaleza está en combinar restaurante, tienda básica, despacho de hielo y atención amplia, lo que le permite ofrecer una propuesta más completa que la de otros comercios cercanos. Además, la variedad de clientes potenciales y la necesidad permanente del servicio favorecen su proyección comercial.

El análisis también muestra que el proyecto debe iniciarse con realismo financiero. El presupuesto disponible no alcanza para montar el modelo completo en una sola fase, por lo que la mejor decisión es avanzar por etapas, comenzando con una base organizada y fortaleciendo el negocio conforme crezcan las ventas. Si se administra con disciplina, buena atención y control de costos, Mi Progreso

puede convertirse en un punto de referencia útil y sostenible para la comunidad, los transportadores y los viajeros del sector.

Para efectos del proceso desarrollado por medio de la asistencia técnica, se considera el plan de negocios aprobado y viabilizado, para lo cual el emprendedor y la orientadora de asistencia técnica podrán suscribir el documento.

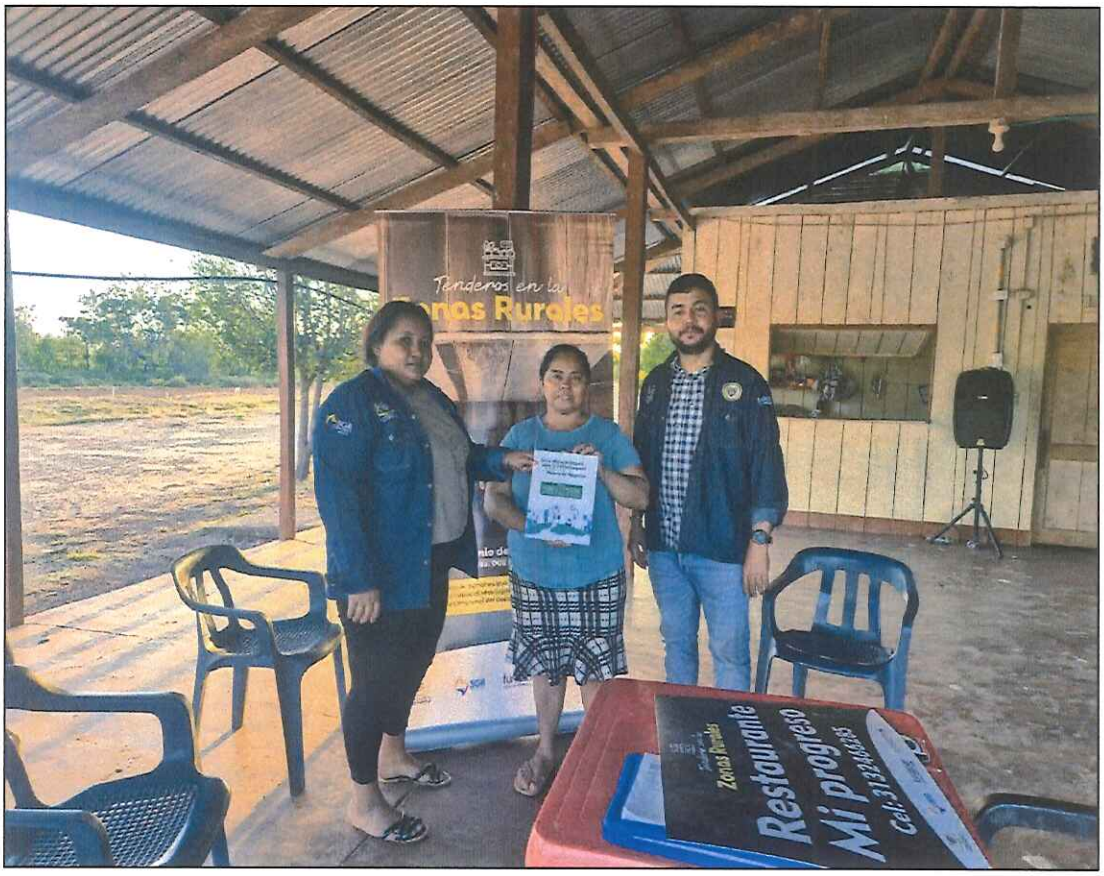
Noemy Gaitan C.

Noemy Gaitan Carrillo
Emprendedora

Yishleni Johana Morales Beltran
Orientadora de emprendimiento

ASOSUPRO	**REGISTRO FOTOGRÁFICO** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

NOMBRE DEL PROYECTO	**IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES QUE CONTRIBUYAN AL EMPRENDIMIENTO Y AUMENTO DE CAPACIDADES LOGÍSTICAS DE LOS PEQUEÑOS TENDEROS EN LA ZONA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE VICHADA**
ACTIVIDAD	REALIZAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LAS UNIDADES PRODUCTIVAS POPULARES EN LAS ZONAS RURALES.
DESCRIPCIÓN	ENTREGA DE LA GUIA METODOLÓGICA PARA LA ESTRUCTURACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO Y SU DESARROLLO.
BENEFICIARIO	Noemy Gaitan Carrillo
TIENDA	Restaurante Mi progreso
FECHA	5/01/2026



ASOSUPRO	ACTA DE ENTREGA MANUAL METODOLÓGICO Convenio de Asociación No. 005 de 2025: "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

Fecha: 05-01-2026

Por medio de la presente acta se deja constancia que la señora **JEISA YAROSLAY CISNEROS CEBALLOS**, identificada con cédula de ciudadanía No. 1.127.389.427, expedida en Puerto Carreño (Vichada), en calidad de representante legal de la Fundación de Servicios Integrales y Sociales de Colombia, en el marco de la ejecución del Convenio No. 005 de 2025 suscrito con la Asociación de Productores Agropecuarios y de Servicios Comunitarios del Vichada – ASOSUPRO, hace entrega del siguiente material pedagógico, el cual corresponde específicamente al componente de fortalecimiento de las capacidades técnicas y empresariales:

MATERIAL PEDAGÓGICO ENTREGADO			
Item	**Concepto**	**Unidad**	**Cantidad**
1	Manual metodológico para la estructuración de planes de negocio. Diseño, diagramación e impresión en formato físico.	Unidad	1

ENTREGA:

JEISA YAROSLAY CISNEROS CEBALLOS
R/L FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA
CONTRATISTA

RECIBE:

Huella

Firma: Noemy Gaitán C.
Nombres: Noemy Gaitan
CC: 41251620 Cpv.

OBSERVACIONES:

Carmen Cecilia Mantilla Guerrero

ASOSUPRO	**REGISTRO FOTOGRÁFICO** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

NOMBRE DEL PROYECTO	**IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES QUE CONTRIBUYAN AL EMPRENDIMIENTO Y AUMENTO DE CAPACIDADES LOGÍSTICAS DE LOS PEQUEÑOS TENDEROS EN LA ZONA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE VICHADA**
ACTIVIDAD	REALIZAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LAS UNIDADES PRODUCTIVAS POPULARES EN LAS ZONAS RURALES.
DESCRIPCIÓN	DESARROLLAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LA ESTRUCTURACIÓN Y VIABILIDAD DE PLANES DE NEGOCIO ENFOCADOS A LA ECONOMÍA POPULAR O TIENDAS RURALES DEL DEPARTAMENTO.
BENEFICIARIO	Carmen Cecilia Mantilla Guerrero
TIENDA	Tienda La Cristalina
FECHA	15/12/2025



ASOSUPRO	**ACTA DE COMPROMISO Y SOSTENIBILIDAD** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

En el desarrollo del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, suscrito entre la **FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA** y **ASOSUPRO**, y como parte del proceso de fortalecimiento de capacidades logísticas y de emprendimiento de pequeños tenderos rurales, se firma la presente acta de compromiso de sostenibilidad.

Yo, Carmen Cecilia Mantilla identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 41.250.779 manifiesto mi compromiso de:

- Garantizar la sostenibilidad del negocio o unidad productiva apoyada por el proyecto.
- Dar continuidad a las prácticas administrativas, comerciales y contables adquiridas durante el proceso de formación.
- Realizar mantenimiento preventivo y correctivo a los equipos entregados.
- Implementar estrategias de comercialización y fortalecimiento de marca que permitan la permanencia del negocio.
- Reportar oportunamente cualquier situación que afecte el desarrollo o permanencia del proyecto.

Declaro, además, que he sido informado(a) sobre la importancia de la sostenibilidad del emprendimiento como eje fundamental para el éxito del proyecto.

RECIBE:

Firma: Carmen C. Mantilla
Nombres: Carmen Cecilia Mantilla
CC: 41250779

OBSERVACIONES:

ASOSUPRO	**ACTA DE CORRESPONSABILIDAD Y COMPROMISO DE PARTICIPACIÓN** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 , "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

En el marco del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, suscrito entre la **FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA** y la Asociación de Municipios ASOSUPRO, cuyo objeto es la "implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada", se suscribe la presente acta de corresponsabilidad y compromiso de participación.

Yo, Carmen Cecilia Mantilla identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 41.250.779, manifiesto voluntariamente mi interés y compromiso de participación activa en las actividades y procesos contemplados en el proyecto. Me comprometo a:

- Participar en los talleres, capacitaciones, asistencias técnicas y demás actividades programadas.
- Hacer uso adecuado de los activos, equipos y materiales entregados en el marco del proyecto.
- Brindar acceso a la información y colaboración necesaria al equipo técnico.
- Aportar al cumplimiento de los objetivos del proyecto en mi territorio.

En constancia se firma en Puerto Carreño a los 15 días del mes de diciembre del año 2025.

RECIBE:

Firma: Carmen C Mantilla

Nombres: Carmen Cecilia Mantilla

CC: 41 950 779

OBSERVACIONES:

ASOSUPRO

FORMATO DE REGISTRO DE VISITA DE ASISTENCIA TÉCNICA
(FORMULACIÓN PLANES DE NEGOCIO)

Convenio de Asociación No. 005 de 2025: "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."

fundacion servicios integrales y sociales

INFORMACIÓN GENERAL DE LA VISITA

Fecha de visita:		DIA	15	MES 12	AÑO 2025
Beneficiario	Carmen Cecilia Mantilla				
Cédula	41.250.779.			Sexo: ☑Mujer ☐Hombre	
Departamento:	Vichada			Municipio: Puerto Carreno	
Vereda / Inspección:	Manati				
Dirección:	Vereda manati			Teléfono de Contacto:	

VALIDACIÓN DE CONDICIONES GENERALES DEL NEGOCIO

Ítem Verificado	Cumple	Observaciones / Comentarios
El beneficiario cuenta con local físico adecuado	☑ Sí ☐ No	
Se observa funcionamiento del negocio	☑ Sí ☐ No	
Hay presencia de productos o servicios en oferta	☑ Sí ☐ No	
El beneficiario reconoce los componentes de su plan de negocio	☑ Sí ☐ No	
Se encuentra ubicado en zona rural conforme al proyecto	☑ Sí ☐ No	

COMPONENTES ESTRATÉGICOS ANALIZADOS

Tema	¿Se abordó?	Observaciones / Comentarios
Revisión de condiciones actuales del negocio	☑ Sí / ☐ No	
Propuesta de valor y tipo de clientes	☑ Sí / ☐ No	
Productos ofrecidos y rotación	☑ Sí / ☐ No	
Registro de ingresos, egresos e inventario	☑ Sí / ☐ No	
Necesidades para el plan de negocio	☑ Sí / ☐ No	
Condiciones de infraestructura y equipos	☑ Sí / ☐ No	
Estrategias de comercialización	☑ Sí / ☐ No	
Otros: Mercadeo.	☐ Sí / ☐ No	

DIAGNÓSTICO DEL NEGOCIO

Fortalezas actuales del negocio: Unicos secta Productos propios

Retos que enfrenta: Logistica Planeación

Documentos que posee:
- ☐ RUT
- ☐ Cámara de Comercio
- ☐ Certificado de uso de suelos

¿Desea apoyo para formalizar su tienda?
- ☑ Sí
- ☐ No

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE VERIFICACIÓN

El beneficiario conoce la destinación del apoyo recibido	☑ Sí ☐ No
El beneficiario manifiesta interés en mejorar su unidad productiva	☑ Sí ☐ No
Se encuentra al día con compromisos anteriores	☑ Sí ☐ No

COMPROMISOS DE LA VISITA

Acciones acordadas en la visita: Realizar Analisis DOFA

Compromisos del beneficiario: Organiza plan logistico

Observaciones:

Firma: Carmen C Mantilla

Carmen Cecilia Mantilla
Beneficiario:
Cédula: 41250779

Firma:

Profesional: Yishleni Morales
Cédula: 1.121-898.670

ASOSUPRO	**DECLARACIÓN JURAMENTADA** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

Yo, Carmen Cecilia Mantilla, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 41.250.779 residente del municipio de Puerto Carreño, en calidad de beneficiario(a) del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, declaro bajo la gravedad del juramento que:

1. He recibido el apoyo establecido en el marco del proyecto, en cumplimiento del objeto del convenio.
2. Los elementos entregados se encuentran en buen estado y completos.
3. Me comprometo a darles el uso adecuado, exclusivamente en el marco de las actividades productivas asociadas a mi unidad de negocio como pequeño tendero.
4. Conozco que los bienes entregados no podrán ser vendidos, alquilados ni cedidos a terceros, y que su uso indebido puede acarrear sanciones legales.
5. Me comprometo a permitir las visitas de seguimiento, monitoreo y control por parte de las entidades responsables.

Para constancia, se firma la presente declaración en Puerto Carreño a los 15 días del mes de diciembre del año 2025.

RECIBE:

Firma: Carmen C Mantilla

Nombres: Carmen Cecilia Mantilla

CC: 41250779

Huella

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

TIENDA LA CRISTALINA

Proyecto: "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en las zonas rurales del departamento de Vichada".

Emprendedora: Carmen Cecilia Mantilla Guerrero

EMPRENDEDOR

Ubicación: Vereda Manatí, cerca de la vía Casuarito – Puerto Carreño, municipio de Puerto Carreño

FEBRERO DE 2026

GOBERNACIÓN DE VICHADA SGR ASOSUPRO fundacion servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

La Tienda La Cristalina surge como una respuesta práctica a una necesidad real del territorio: la falta de un punto cercano y confiable para adquirir productos frescos, bebidas frías, alimentos de consumo frecuente y artículos elaborados en finca, sin tener que recorrer largas distancias. En sectores rurales como la vereda Manatí y en el corredor vial Casuarito – Puerto Carreño, el acceso a bienes básicos no depende solamente de la existencia de compradores y vendedores, sino también de factores como la distancia, el transporte, el clima, la disponibilidad de energía y la conservación adecuada de los alimentos.

En este caso, la necesidad del negocio no consiste únicamente en abrir una tienda común. La necesidad de fondo está en aprovechar la producción de la finca y convertirla en una oferta organizada, constante y visible para la comunidad y para quienes transitan por la vía. Productos como huevos, leche, queso, hielo, helados, miel, hidromiel y otros derivados tienen valor en el mercado local, especialmente cuando se ofrecen frescos, bien conservados y disponibles en un punto cercano. De esta manera, el negocio no solo cubre una necesidad comercial, sino también una necesidad de cercanía, oportunidad y mejor aprovechamiento de la producción rural.

A ello se suma el contexto territorial. Se trata de una zona cálida, con dinámica rural amplia y con condiciones sociales exigentes, donde un establecimiento bien ubicado puede convertirse en un apoyo importante para la vida diaria. La existencia de altas temperaturas favorece la demanda de productos fríos y refrescantes, mientras que la ruralidad del territorio hace que los productos de finca tengan una aceptación natural. Por tanto, la tienda busca solucionar dos problemas al mismo tiempo: la dificultad de acceso a ciertos bienes y la necesidad de generar valor económico a partir de la producción propia.

2. TIPOS DE CLIENTES

La clientela de la Tienda La Cristalina puede clasificarse en varios grupos, lo cual fortalece la viabilidad del negocio porque evita depender de un solo tipo de comprador. El primer grupo es la comunidad de la vereda Manatí y sectores cercanos, conformada por familias y habitantes rurales que requieren productos de consumo frecuente como huevos, leche, queso, hielo y otros artículos básicos. Este tipo de cliente representa la base más estable del negocio, porque su necesidad existe durante todo el año y no depende únicamente del paso por la vía.

El segundo grupo está conformado por los transportadores y viajeros de paso, quienes valoran mucho la posibilidad de comprar sin desviarse del recorrido. Para ellos, resulta especialmente atractivo conseguir hielo, bebidas frías, helados, queso, agua, productos rápidos de consumo y otros artículos que les permitan continuar su trayecto con facilidad. Este segmento es importante porque aporta ventas frecuentes, aunque muchas veces sean compras pequeñas o medianas.

El tercer grupo corresponde a las instituciones, que pueden requerir compras por encargo, abastecimiento puntual o apoyo en determinadas actividades. Si bien no son compradores diarios, sí pueden representar oportunidades de ventas por mayor volumen, especialmente cuando se trata de hielo, queso, huevos u otros productos alimenticios.

El cuarto grupo son los turistas, visitantes y personas externas al sector, quienes pueden sentirse atraídos por la autenticidad de los productos de finca, el origen local y la posibilidad de comprar miel, hidromiel, helados o productos típicos en un punto cercano y visible. Este segmento puede ser menor en cantidad, pero es valioso porque reconoce el carácter diferencial del negocio.

Tabla 1. Tipos de clientes

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia esperada
Comunidad de la vereda	Huevos, leche, queso, hielo y productos frescos	Alta
Transportadores	Hielo, bebidas frías, compras rápidas	Media-alta
Instituciones	Compras puntuales y abastecimiento	Media
Turistas y viajeros	Productos regionales, miel, helados e hidromiel	Media

La diversidad de clientes es una de las fortalezas de La Cristalina, porque combina una base local constante con una clientela de paso que puede incrementar las ventas en distintos momentos.

3. COMPETENCIA

La competencia identificada se encuentra aproximadamente a 20 kilómetros y está representada, principalmente, por otros comercios del entorno y por dos referentes puntuales: Juan Muñoz, quien ofrece bebidas y productos agropecuarios de la zona, y Luis Franco, quien comercializa mercado y bebidas en general. Esto muestra que sí existe una dinámica comercial en el territorio y que ya hay consumidores dispuestos a comprar este tipo de productos.

Sin embargo, la Tienda La Cristalina tiene un enfoque diferente. Mientras algunos negocios venden productos generales o abastecimiento básico, La Cristalina reúne en un mismo punto una combinación de productos de finca, productos frescos, artículos fríos y algunos transformados con identidad propia. Esa mezcla le da un valor especial, porque no compite únicamente con una tienda tradicional, sino que se presenta como una propuesta más cercana a una tienda campesina-productiva, con alimentos frescos y oferta diferenciada.

La competencia, entonces, no debe analizarse solo desde la amenaza, sino también desde la oportunidad. El hecho de que existan otros establecimientos confirma que hay mercado. La diferencia estará en la calidad, la frescura, el origen de los productos, la buena conservación en frío y la atención al cliente. La Cristalina no necesita entrar en una guerra de precios; necesita consolidarse por confianza, cercanía y variedad útil.

Tabla 2. Competencia comparada

Competidor	Oferta principal	Diferencia frente a La Cristalina
Juan Muñoz	Bebidas y productos agropecuarios	Menor enfoque en transformación y presentación propia
Luis Franco	Mercado y bebidas en general	Oferta más amplia en básicos, pero menos identidad de finca

Otros comercios cercanos	Venta básica y abastecimiento común	Mayor distancia y menor especialización
La Cristalina	Productos de finca, frescos, fríos y derivados	Calidad, cercanía, frescura y origen propio

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio de La Cristalina consiste en crear una tienda rural organizada, ubicada estratégicamente en la vereda Manatí, que permita comercializar productos producidos o transformados en la finca, complementados con artículos de consumo atractivo para la comunidad y las personas que transitan por la vía Casuarito – Puerto Carreño. Su esencia está en convertir la producción local en una fuente permanente de ingresos y en un servicio útil para el territorio.

La propuesta parte de una visión sencilla pero sólida: no vender productos aislados, sino construir una oferta comercial con identidad propia. Es decir, no se trata solo de vender huevos, leche o queso cuando haya disponibles, sino de organizar un pequeño negocio que tenga presentación, continuidad, conservación adecuada y una lógica de atención al cliente. El objetivo es que el consumidor reconozca el punto como un lugar donde siempre puede encontrar productos frescos, fríos y útiles.

La Cristalina tiene además una ventaja importante: puede combinar productos de rotación frecuente, como huevos, leche, queso, hielo y helados, con otros de mayor valor agregado o mayor atractivo comercial, como miel, hidromiel y vino. Esto permite un equilibrio entre ventas rápidas y productos diferenciales. A mediano plazo, esta mezcla puede convertir el negocio en una referencia local no solo por necesidad, sino también por preferencia.

En síntesis, la idea de negocio es darle forma comercial a la producción de finca, aprovechando la ubicación del predio, el clima del sector, la necesidad del entorno y la posibilidad de ofrecer productos frescos con una identidad clara.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

La oferta de La Cristalina se compone principalmente de productos alimenticios y derivados de finca. En la línea de granja se encuentran el pollo crudo y los huevos, que son productos de consumo frecuente y con alta aceptación en entornos rurales. Su ventaja está en que pueden tener buena salida tanto en la comunidad como en encargos puntuales.

En la línea de lácteos se ubican la leche de vaca y el queso. Estos productos tienen una demanda constante y representan una oportunidad importante, especialmente si se garantiza buen manejo sanitario, conservación adecuada y regularidad en la oferta. El queso, por ejemplo, puede tener muy buena salida tanto a nivel local como con clientes de paso que valoran lo fresco y lo artesanal.

En la línea de productos fríos y refrescantes aparecen el hielo y los helados, que son especialmente estratégicos por el clima cálido del sector. En un territorio con altas temperaturas, el hielo deja de ser

un producto complementario y se convierte en un bien de necesidad frecuente. Los helados, por su parte, pueden representar una línea muy atractiva para la comunidad, visitantes y transportadores.

Finalmente, están los productos transformados o con valor agregado, como la miel, la hidromiel y el vino. Estos productos le dan identidad al negocio y pueden posicionarlo de manera distinta frente a la competencia. Aunque algunos de ellos exigen más cuidado en el manejo normativo y sanitario, también pueden ofrecer mejores márgenes cuando se organizan adecuadamente.

Tabla 3. Portafolio de productos

Línea	Productos
Granja	Pollo crudo, huevos
Lácteos	Leche de vaca, queso
Refrescantes	Helados, hielo
Derivados y transformados	Miel, hidromiel, vino

La combinación del portafolio es acertada porque mezcla productos de consumo diario con otros de mayor valor comercial y de mayor identidad territorial.

6. PROCESOS TÉCNICOS

Los procesos técnicos de La Cristalina deben organizarse en varias etapas para asegurar calidad, orden y sostenibilidad. La primera etapa es la producción primaria en finca, donde se ubican las actividades relacionadas con el manejo de aves, vacas, obtención de leche, recolección de huevos y producción de miel. Esta fase es la base del negocio, porque de ella depende la calidad de los productos ofrecidos.

La segunda etapa es la transformación o preparación, que aplica en el caso del queso, los helados, la hidromiel y el vino, según el nivel de elaboración real que se desarrolle dentro del predio. Aquí es importante mantener procedimientos limpios, organizados y repetibles, de manera que el producto conserve una calidad similar cada vez que se elabore.

La tercera etapa es la conservación y almacenamiento, que resulta decisiva en este proyecto. Debido al tipo de productos que maneja la tienda, el control del frío no es un lujo, sino una necesidad. Leche, queso, pollo crudo, helados e hielo requieren equipos adecuados y una fuente estable de energía. Por eso, el parque solar y los congeladores hacen parte del núcleo técnico del negocio.

La cuarta etapa es la comercialización directa, que incluye atención al cliente, cobro, empaque, entrega y control de inventario. Un negocio de estas características debe saber muy bien qué producto sale más rápido, cuál debe venderse primero y qué cantidad se debe producir o mantener disponible. La rotación y el orden son tan importantes como la producción misma.

Tabla 4. Procesos técnicos principales

Etapa	Actividad
Producción	Huevos, leche, miel y otros productos de finca
Transformación	Queso, helados, hidromiel y vino
Conservación	Refrigeración, congelación y almacenamiento
Venta	Atención directa, cobro y entrega
Control	Inventario, limpieza, rotación y seguimiento

Un proceso técnico bien organizado permitirá reducir pérdidas, mejorar la presentación del producto y darle mayor estabilidad al negocio.

7. REQUISITOS LEGALES

La Cristalina, por el tipo de productos que proyecta comercializar, debe prestar especial atención a la formalización y al cumplimiento de requisitos básicos. No se trata únicamente de una tienda de mercado general, sino de un negocio que también involucra productos de origen animal, lácteos y bebidas transformadas, por lo cual conviene avanzar con seriedad desde el inicio.

En primer lugar, es importante contar con el Registro Único Tributario (RUT) y revisar la necesidad de formalización comercial de acuerdo con el crecimiento del negocio. Este paso es clave para organizar la actividad económica, facilitar trámites futuros y proyectar una operación más sólida. De igual manera, debe evaluarse si el negocio llega a estar obligado a facturar electrónicamente, lo cual requerirá la organización correspondiente.

Tal como se solicitó expresamente, en este plan se deja constancia de que se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica. Esta orientación es importante porque ayuda a que el emprendimiento inicie con mayor claridad sobre sus deberes y sobre la conveniencia de organizarse desde la fase temprana.

En materia sanitaria, el negocio debe tener especial cuidado con la manipulación, almacenamiento y conservación de productos como leche, queso, pollo y otros alimentos sensibles. También debe revisarse con atención el tratamiento de bebidas transformadas como la hidromiel o el vino, pues estos productos exigen mayor cuidado en su manejo normativo y sanitario si se busca una comercialización seria y sostenible.

La recomendación práctica es avanzar por etapas. En una primera fase, puede priorizarse la organización del negocio, el RUT, la limpieza, el control básico y la comercialización de los productos más fáciles de manejar. En una segunda fase, a medida que el negocio crezca, se deben fortalecer los aspectos sanitarios y de formalización de aquellos productos que así lo requieran.

Tabla 5. Requisitos legales y sanitarios básicos

Requisito o acción	Finalidad
RUT	Identificación tributaria del negocio
Organización para facturación electrónica, si aplica	Cumplimiento tributario
Buenas prácticas de limpieza y conservación	Protección del consumidor
Manejo adecuado de lácteos y productos cárnicos	Seguridad sanitaria
Revisión de requisitos para bebidas transformadas	Formalización del producto
Asistencia técnica brindada	Orientación en formalización, RUT y facturación

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El canal principal de comercialización será la venta directa en sitio, lo cual es coherente con la naturaleza del negocio y con la ubicación estratégica del predio. La cercanía a la vía permite captar clientes locales y de paso, mientras que la frescura de los productos hace conveniente que el consumidor los compre directamente en el punto de venta.

El segundo canal será el voz a voz, que en territorios rurales tiene una fuerza muy importante. Cuando una tienda ofrece buenos huevos, buen queso, hielo disponible, helados agradables y una atención respetuosa, la recomendación de un cliente a otro suele ser el medio más efectivo de posicionamiento. En este tipo de entorno, la reputación vale mucho y puede ser más poderosa que cualquier publicidad formal.

Como tercer canal, el negocio puede implementar pedidos por encargo para vecinos, clientes frecuentes e instituciones. Este mecanismo es útil para productos como queso, hielo, huevos o pollo, que muchas veces se solicitan con algo de previsión. Además, permite organizar mejor la producción o el abastecimiento y disminuir riesgos de pérdida.

A futuro, si las condiciones de conectividad y organización lo permiten, también puede utilizarse un canal sencillo de atención mediante llamadas o mensajería para separar pedidos, coordinar entregas cercanas o confirmar disponibilidad de ciertos productos.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

Con base en la información suministrada, la proyección inicial del negocio parte de una venta estimada de $1.400.000 semanales, equivalente a aproximadamente $5.600.000 mensuales. Este escenario se asume como la base conservadora del proyecto y resulta razonable para una tienda rural con mezcla de productos frescos, fríos y derivados.

El valor de $120.000 como precio promedio debe entenderse como una compra grande o especial, posiblemente asociada a una familia, una compra por encargo o una adquisición institucional. No debe tomarse como referencia única para todas las transacciones, ya que en la práctica habrá ventas

pequeñas, medianas y ocasionalmente ventas mayores. Por esta razón, resulta útil presentar tres escenarios de ventas: uno conservador, uno medio y uno fortalecido.

Tabla 6. Escenarios de ventas

Escenario	Venta semanal	Venta mensual estimada
Conservador	$1.400.000	$5.600.000
Medio	$1.800.000	$7.200.000
Fortalecido	$2.300.000	$9.200.000

El escenario conservador corresponde al inicio del negocio, cuando aún se está consolidando la clientela. El escenario medio sería posible si se logra buena rotación de hielo, huevos, leche, queso y helados. El escenario fortalecido implicaría una clientela más estable, mejor reconocimiento del negocio y mayor salida de productos con valor agregado como miel, hidromiel y vino.

Tabla 7. Distribución estimada de ingresos

Línea	Participación estimada
Huevos y pollo	20%
Leche y queso	25%
Hielo y helados	25%
Miel	10%
Hidromiel y vino	15%
Otros	5%

Esta distribución no es exacta, pero sí sirve como guía razonable para entender cómo puede comportarse el ingreso del negocio y cuáles líneas pueden sostenerlo en su fase inicial.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos y gastos del proyecto están asociados tanto a la operación comercial como a la base productiva del negocio. En este caso, no se trata solamente de reponer surtido, sino también de sostener una producción básica, conservar alimentos en buen estado, atender el punto de venta y cubrir los gastos de funcionamiento.

Dentro de los gastos mensuales más importantes están la reposición de insumos y surtido, el manejo de producción básica, el pago del internet satelital, el apoyo del ayudante, el mantenimiento, la limpieza, los empaques y otros imprevistos. Estos rubros deben considerarse desde el inicio para tener una visión más realista del resultado operativo.

Tabla 8. Costos y gastos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado
Reposición de insumos y surtido	$1.200.000
Alimentación y manejo de producción básica	$900.000
Internet satelital	$250.000
Apoyo del ayudante	$1.000.000
Mantenimiento, aseo e imprevistos	$300.000
Empaque, refrigeración y otros	$250.000
Total mensual estimado	$3.900.000

Bajo este panorama, el negocio muestra un margen interesante, siempre y cuando exista control del inventario, disciplina en la producción y buena salida comercial.

Tabla 9. Resultado operativo estimado

Escenario	Venta mensual	Gastos mensuales	Resultado aproximado
Conservador	$5.600.000	$3.900.000	$1.700.000
Medio	$7.200.000	$3.900.000	$3.300.000
Fortalecido	$9.200.000	$3.900.000	$5.300.000

Estas cifras son estimadas y deben interpretarse como una base de planeación. No sustituyen el control real que se debe hacer cuando el negocio esté funcionando, pero sí muestran que existe potencial económico si se opera con orden.

11. TALENTO HUMANO

La estructura humana propuesta para La Cristalina es sencilla y acorde con el tamaño inicial del proyecto: una persona propietaria o dueña y un ayudante. Esta composición es suficiente para una primera etapa, siempre que exista una distribución clara de funciones y compromiso con el trabajo diario.

La persona propietaria será la responsable principal de la administración general del negocio. Entre sus funciones estarán la supervisión de la producción, la compra de insumos, la organización del surtido, el manejo de caja, la toma de decisiones y la atención al cliente. Su papel es fundamental, porque en negocios pequeños la confianza del cliente está muy ligada al trato y al liderazgo de quien los dirige.

El ayudante brindará apoyo operativo en la atención, la limpieza, el orden del punto, el empaque, la revisión de productos y el acompañamiento en jornadas de mayor movimiento. Este cargo es importante porque permite que el negocio mantenga continuidad y mejor servicio, especialmente cuando coinciden actividades productivas y comerciales.

Tabla 10. Talento humano requerido

Cargo	Función principal	Cantidad
Dueño/a	Administración, producción y ventas	1
Ayudante	Atención, apoyo operativo y orden	1

Aunque la estructura es pequeña, su éxito dependerá de la disciplina, la responsabilidad y la constancia con que se asuma cada función.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

La Tienda La Cristalina necesita una base física y operativa bien pensada para poder funcionar de forma adecuada. Uno de los requerimientos más importantes es el parque solar, ya que el negocio depende del frío y en este tipo de contexto resulta estratégico contar con una alternativa que respalde la operación. De igual forma, el internet satelital fortalece la conectividad y puede apoyar la gestión, la organización de pedidos y la relación con clientes e instituciones.

Los congeladores son indispensables, porque varios de los productos principales exigen refrigeración o congelación. Sin ellos, sería imposible sostener líneas como hielo, helados, leche, queso o pollo crudo con condiciones mínimas de calidad. A esto se suman las estanterías, mesas, sillas y mobiliario, que son necesarios para presentar el negocio de manera ordenada y práctica.

El computador puede parecer secundario, pero en realidad ayuda mucho para llevar control básico de ventas, encargos, gastos y organización de la información. También se requiere surtido inicial, empaques y elementos de limpieza, además de insumos asociados a la producción en finca.

Tabla 11. Necesidades del proyecto

Tipo	Requerimiento
Energía	Parque solar
Conectividad	Internet satelital
Refrigeración	Congeladores
Organización	Estanterías, mesas y sillas
Tecnología	Computador
Operación	Surtido inicial y empaques
Producción	Insumos para lácteos, miel, helados e hielo

Además de lo físico, el negocio necesita organización, limpieza, horario definido, control de inventario y seguimiento a la rotación de productos.

13. VALOR DEL PROYECTO

El presupuesto inicial disponible reportado para el negocio es de $7.000.000, lo cual representa una base importante para comenzar. Sin embargo, al revisar el alcance real del proyecto y la necesidad de equipos como parque solar, congeladores, internet y mobiliario, se observa que esa suma es suficiente para una fase inicial, pero no necesariamente cubre la totalidad del proyecto en su versión fortalecida.

Por esta razón, el valor del proyecto debe verse en dos niveles: un valor de arranque, que permite iniciar con lo esencial, y un valor total estimado, que representa una operación más completa y mejor equipada. Esta lectura es útil porque evita frustraciones y permite planear por etapas.

Tabla 12. Valor estimado del proyecto

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$2.500.000
Internet satelital e instalación	$1.500.000
Congeladores	$2.000.000
Computador y control básico	$800.000
Estanterías, mesas y sillas	$900.000
Surtido inicial e insumos	$1.800.000
Capital de trabajo	$700.000
Valor total estimado	$10.200.000

Tabla 13. Relación entre presupuesto y necesidad real

Concepto	Valor
Presupuesto disponible	$7.000.000
Valor estimado del proyecto	$10.200.000
Brecha aproximada	$3.200.000

La recomendación es iniciar por fases, priorizando el frío, la producción básica, el surtido principal y la organización del punto de venta, para luego fortalecer progresivamente los demás componentes.

14. PLAN OPERATIVO

La operación de La Cristalina debe ser sencilla, constante y bien organizada. Durante la jornada de apertura se debe realizar limpieza del lugar, revisión de congeladores, organización de los productos y verificación del estado de la mercancía. Esta rutina inicial es esencial, porque la presentación del negocio y la conservación adecuada inciden directamente en la confianza del cliente.

Durante la mañana se espera una mayor salida de productos frescos como leche, huevos, queso y algunos encargos programados. En las horas de mayor calor, especialmente al mediodía y en la tarde, puede incrementarse la venta de hielo, helados y productos fríos, por lo que estos deben estar bien

disponibles y visibles. Al final de la tarde debe hacerse reposición, revisión de inventario, confirmación de encargos y registro de ventas del día.

También se recomienda una revisión semanal de la rotación de productos para identificar cuáles líneas se deben reforzar y cuáles deben producirse o comprarse en menor cantidad. Este seguimiento permitirá disminuir pérdidas, mejorar la rentabilidad y adaptar la oferta a la demanda real.

Tabla 14. Plan operativo diario

Momento	Actividad principal
Apertura	Limpieza, orden y revisión de equipos
Mañana	Venta de leche, huevos, queso y otros frescos
Mediodía y tarde	Mayor salida de hielo, helados y productos fríos
Final de tarde	Reposición, revisión de inventario y encargos
Cierre	Caja, aseo y control de conservación

El plan operativo debe mantenerse simple, pero disciplinado. En negocios pequeños, el orden diario suele ser la diferencia entre crecer o estancarse.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de La Cristalina es positivo en varios niveles. En el plano social, el negocio acercará bienes frescos y útiles a una comunidad que muchas veces enfrenta dificultades de acceso por distancia, transporte o disponibilidad. En el plano económico, permitirá transformar la producción de finca en ingresos más organizados y constantes, fortaleciendo la economía familiar y generando una oportunidad de trabajo local.

En el plano productivo, el negocio puede incentivar el mejor aprovechamiento de lo que ya se produce en el predio, promoviendo mayor orden, transformación y comercialización. Esto es valioso porque ayuda a que la finca deje de verse solo como espacio de producción primaria y empiece a consolidarse como una unidad económica con valor agregado.

En el plano territorial, la tienda se proyecta como un punto de servicio para la vereda y para las personas que transitan por la vía. Por su ubicación, puede convertirse en una referencia local para compras rápidas, productos fríos, encargos y oferta de productos con identidad regional.

Tabla 15. Impacto esperado

Tipo de impacto	Resultado esperado
Social	Mayor acceso a bienes frescos y de calidad
Económico	Generación de ingresos para la finca
Productivo	Mejor aprovechamiento de la producción propia
Territorial	Mejor atención a la comunidad y a usuarios de la vía

El alcance inicial del negocio será local y zonal, pero con posibilidad de crecer en reconocimiento si logra mantener calidad, frescura y buena atención.

16. MAPA DE ACTORES

La Tienda La Cristalina se relaciona con varios actores que influyen en su desarrollo y sostenibilidad. En el centro del proyecto están la persona propietaria y el ayudante, quienes lideran la producción, la organización y la atención al cliente. Son los actores internos principales, ya que de su compromiso depende el buen funcionamiento del negocio.

Alrededor del negocio se encuentran la comunidad, los transportadores, los turistas y las instituciones, que representan la clientela actual o potencial. Cada uno de estos grupos tiene necesidades distintas, pero todos aportan al movimiento comercial y al posicionamiento del establecimiento.

También existen actores institucionales que, aunque no compran directamente, sí pueden influir en la formalización y la operación del negocio, como la DIAN y las referencias sanitarias correspondientes para productos alimenticios sensibles. Estos actores son importantes porque marcan el camino para que el emprendimiento pueda crecer de manera más organizada y segura.

Tabla 16. Mapa de actores

Actor	Tipo	Papel en el proyecto
Dueño/a	Interno	Lidera producción, venta y administración
Ayudante	Interno	Apoyo operativo
Comunidad	Externo	Cliente frecuente
Transportadores	Externo	Cliente de paso
Turistas	Externo	Cliente ocasional
Instituciones	Externo	Clientes o aliados puntuales
DIAN	Institucional	Referencia para RUT y facturación
Autoridad sanitaria	Institucional	Referencia para alimentos y bebidas
Entorno sanitario competente	Institucional	Orientación para productos sensibles

CONCLUSIÓN FINAL

La Tienda La Cristalina es una propuesta de negocio con fundamento real, porque responde a una necesidad concreta del territorio: acercar productos frescos, fríos y producidos en finca a la comunidad de la vereda Manatí, a las personas que transitan por la vía Casuarito – Puerto Carreño y a clientes potenciales como instituciones y visitantes. Su mayor fortaleza está en la combinación de cercanía, producción propia, frescura y capacidad de ofrecer bienes que sí tienen demanda en el entorno.

El análisis también muestra que el negocio no debe manejarse de manera improvisada. Por trabajar con lácteos, pollo, miel, hielo, helados y algunas bebidas transformadas, es importante avanzar con organización, control del frío, limpieza y pasos básicos de formalización. La asistencia técnica sobre formalización empresarial, RUT y facturación electrónica representa un apoyo importante para que el proyecto inicie con mayor claridad.

Desde el punto de vista financiero, la tienda muestra potencial. Aunque el presupuesto disponible es menor que el valor total estimado del proyecto, esto no impide su viabilidad. Al contrario, permite pensar en una puesta en marcha por fases, priorizando los equipos y líneas más necesarias. Si se mantiene disciplina operativa, buena atención y control de inventario, La Cristalina puede consolidarse como un emprendimiento rural valioso, con identidad propia y capacidad de crecimiento.

Para efectos del proceso desarrollado por medio de la asistencia técnica, se considera el plan de negocios aprobado y viabilizado, para lo cual el emprendedor y la orientadora de asistencia técnica podrán suscribir el documento.

Carmen Cecilia Mantilla Guerrero
Emprendedora

Yishleni Johana Morales Beltran
Orientadora de emprendimiento

ASOSUPRO	**REGISTRO FOTOGRÁFICO** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

NOMBRE DEL PROYECTO	**IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES QUE CONTRIBUYAN AL EMPRENDIMIENTO Y AUMENTO DE CAPACIDADES LOGÍSTICAS DE LOS PEQUEÑOS TENDEROS EN LA ZONA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE VICHADA**
ACTIVIDAD	REALIZAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LAS UNIDADES PRODUCTIVAS POPULARES EN LAS ZONAS RURALES.
DESCRIPCIÓN	ENTREGA DE LA GUIA METODOLÓGICA PARA LA ESTRUCTURACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO Y SU DESARROLLO.
BENEFICIARIO	Carmen Cecilia Mantilla Guerrero
TIENDA	Tienda La Cristalina
FECHA	15/12/2025



ASOSUPRO	**ACTA DE ENTREGA MANUAL METODOLÓGICO** Convenio de Asociación No. 005 de 2025: "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

Fecha: 15-12-2025

Por medio de la presente acta se deja constancia que la señora **JEISA YAROSLAY CISNEROS CEBALLOS**, identificada con cédula de ciudadanía No. 1.127.389.427, expedida en Puerto Carreño (Vichada), en calidad de representante legal de la Fundación de Servicios Integrales y Sociales de Colombia, en el marco de la ejecución del Convenio No. 005 de 2025 suscrito con la Asociación de Productores Agropecuarios y de Servicios Comunitarios del Vichada – ASOSUPRO, hace entrega del siguiente material pedagógico, el cual corresponde específicamente al componente de fortalecimiento de las capacidades técnicas y empresariales:

MATERIAL PEDAGÓGICO ENTREGADO			
Item	**Concepto**	**Unidad**	**Cantidad**
1	Manual metodológico para la estructuración de planes de negocio. Diseño, diagramación e impresión en formato físico.	Unidad	1

ENTREGA:

JEISA YAROSLAY CISNEROS CEBALLOS
R/L FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA
CONTRATISTA

RECIBE:

Huella

Firma: Carmen C Montilla

Nombres: Carmen Cecilia Montilla

CC: 41950749

OBSERVACIONES:

Martha Zarima Guerrero Buitrago

ASOSUPRO	**REGISTRO FOTOGRÁFICO** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

NOMBRE DEL PROYECTO	**IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES QUE CONTRIBUYAN AL EMPRENDIMIENTO Y AUMENTO DE CAPACIDADES LOGÍSTICAS DE LOS PEQUEÑOS TENDEROS EN LA ZONA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE VICHADA**
ACTIVIDAD	REALIZAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LAS UNIDADES PRODUCTIVAS POPULARES EN LAS ZONAS RURALES.
DESCRIPCIÓN	DESARROLLAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LA ESTRUCTURACIÓN Y VIABILIDAD DE PLANES DE NEGOCIO ENFOCADOS A LA ECONOMÍA POPULAR O TIENDAS RURALES DEL DEPARTAMENTO.
BENEFICIARIO	Martha Zarima Guerrero Buitrago
TIENDA	Tienda Azul
FECHA	20/12/2025



ASOSUPRO	**ACTA DE COMPROMISO Y SOSTENIBILIDAD** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

En el desarrollo del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, suscrito entre la **FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA** y **ASOSUPRO**, y como parte del proceso de fortalecimiento de capacidades logísticas y de emprendimiento de pequeños tenderos rurales, se firma la presente acta de compromiso de sostenibilidad.

Yo, Martha Zarima Guerrero identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 60-349.240 manifiesto mi compromiso de:

- Garantizar la sostenibilidad del negocio o unidad productiva apoyada por el proyecto.
- Dar continuidad a las prácticas administrativas, comerciales y contables adquiridas durante el proceso de formación.
- Realizar mantenimiento preventivo y correctivo a los equipos entregados.
- Implementar estrategias de comercialización y fortalecimiento de marca que permitan la permanencia del negocio.
- Reportar oportunamente cualquier situación que afecte el desarrollo o permanencia del proyecto.

Declaro, además, que he sido informado(a) sobre la importancia de la sostenibilidad del emprendimiento como eje fundamental para el éxito del proyecto.

RECIBE:

Firma: Martha Guerrero
Nombres: Martha Zarima Guerrero
CC: 60.349.240

OBSERVACIONES:

ASOSUPRO	**ACTA DE CORRESPONSABILIDAD Y COMPROMISO DE PARTICIPACIÓN** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

En el marco del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, suscrito entre la **FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA** y la Asociación de Municipios ASOSUPRO, cuyo objeto es la "implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada", se suscribe la presente acta de corresponsabilidad y compromiso de participación.

Yo, Martha Zarima Guerrero identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 60.349.240, manifiesto voluntariamente mi interés y compromiso de participación activa en las actividades y procesos contemplados en el proyecto. Me comprometo a:

- Participar en los talleres, capacitaciones, asistencias técnicas y demás actividades programadas.
- Hacer uso adecuado de los activos, equipos y materiales entregados en el marco del proyecto.
- Brindar acceso a la información y colaboración necesaria al equipo técnico.
- Aportar al cumplimiento de los objetivos del proyecto en mi territorio.

En constancia se firma en Puerto Carreño a los 20 días del mes de diciembre del año 2025.

RECIBE:

Firma: Martha Zarima Guerrero

Nombres: Martha Zarima Guerrero

CC: 60.349.240

OBSERVACIONES:

ASOSUPRO

FORMATO DE REGISTRO DE VISITA DE ASISTENCIA TÉCNICA
(FORMULACIÓN PLANES DE NEGOCIO)

Convenio de Asociación No. 005 de 2025: "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."

fundacion servicios integrales y sociales

INFORMACIÓN GENERAL DE LA VISITA

Fecha de visita:		DIA 20	MES 12	AÑO 2025	
Beneficiario	Martha Zarima Guerrero Buitrago				
Cédula	60-349.240			Sexo: ☑ Mujer ☐ Hombre	
Departamento:	Vichada		Municipio:	Puerto Carreño	
Vereda / Inspección:	El progreso				
Dirección:	Ladd Nimaray		Teléfono de Contacto:	3147790782	

VALIDACIÓN DE CONDICIONES GENERALES DEL NEGOCIO

Ítem Verificado	Cumple	Observaciones / Comentarios
El beneficiario cuenta con local físico adecuado	☑ Sí ☐ No	
Se observa funcionamiento del negocio	☑ Sí ☐ No	
Hay presencia de productos o servicios en oferta	☑ Sí ☐ No	
El beneficiario reconoce los componentes de su plan de negocio	☑ Sí ☐ No	
Se encuentra ubicado en zona rural conforme al proyecto	☑ Sí ☐ No	

COMPONENTES ESTRATÉGICOS ANALIZADOS

Tema	¿Se abordó?	Observaciones / Comentarios
Revisión de condiciones actuales del negocio	☑ Sí / ☐ No	
Propuesta de valor y tipo de clientes	☑ Sí / ☐ No	
Productos ofrecidos y rotación	☑ Sí / ☐ No	
Registro de ingresos, egresos e inventario	☑ Sí / ☐ No	
Necesidades para el plan de negocio	☑ Sí / ☐ No	
Condiciones de infraestructura y equipos	☑ Sí / ☐ No	
Estrategias de comercialización	☑ Sí / ☐ No	
Otros: _____	☐ Sí / ☑ No	

DIAGNÓSTICO DEL NEGOCIO

Fortalezas actuales del negocio: Ubicacion, Innovacion

Retos que enfrenta: Financiamiento, Costos

Documentos que posee:
- ☐ RUT
- ☐ Cámara de Comercio
- ☐ Certificado de uso de suelos

¿Desea apoyo para formalizar su tienda?
- ☑ Sí
- ☐ No

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE VERIFICACIÓN

El beneficiario conoce la destinación del apoyo recibido	☑ Sí ☐ No
El beneficiario manifiesta interés en mejorar su unidad productiva	☑ Sí ☐ No
Se encuentra al día con compromisos anteriores	☑ Sí ☐ No

COMPROMISOS DE LA VISITA

Acciones acordadas en la visita: Estructura costos

Compromisos del beneficiario: Plan financiero

Observaciones: Estructura de costos

Firma:
Martha Guerrero
Beneficiario: Martha Guerrero
Cédula: 60349.240

Firma:
Profesional: Yishleni Morales
Cédula: 1121898670

ASOSUPRO	**DECLARACIÓN JURAMENTADA** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

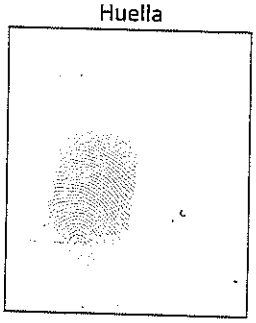
Yo, Martha Zarima Guerrero, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 60.349.240 residente del municipio de Puerto Carreño, en calidad de beneficiario(a) del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, declaro bajo la gravedad del juramento que:

1. He recibido el apoyo establecido en el marco del proyecto, en cumplimiento del objeto del convenio.
2. Los elementos entregados se encuentran en buen estado y completos.
3. Me comprometo a darles el uso adecuado, exclusivamente en el marco de las actividades productivas asociadas a mi unidad de negocio como pequeño tendero.
4. Conozco que los bienes entregados no podrán ser vendidos, alquilados ni cedidos a terceros, y que su uso indebido puede acarrear sanciones legales.
5. Me comprometo a permitir las visitas de seguimiento, monitoreo y control por parte de las entidades responsables.

Para constancia, se firma la presente declaración en Puerto Carreño a los 20 días del mes de diciembre del año 2025.

RECIBE:

Huella



Firma: Martha Guerrero

Nombres: Martha Zarima Guerrero

CC: 60.349.240

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

TIENDA AZUL

Proyecto: "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en las zonas rurales del departamento de Vichada".

Emprendedora: Martha Zarima Guerrero Buitrago

EMPRENDEDOR

Ubicación: Vía Casuarito – Puerto Carreño, vereda El Progreso, departamento del Vichada, Colombia.

GOBERNACIÓN DE VICHADA SGR ASOSUPRO fundacion servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

Tienda Azul surge para responder a una necesidad concreta del sector: contar con un punto cercano donde la comunidad y las personas que transitan por la vía puedan conseguir bebidas frías, mercado, hielo, pescado, animales vivos y conectividad, sin tener que recorrer largas distancias. En zonas rurales apartadas, resolver una compra pequeña o una necesidad urgente puede tomar mucho tiempo, aumentar el costo del transporte y retrasar actividades del hogar o del trabajo.

La necesidad no es solo comercial. También es práctica y cotidiana. La comunidad requiere productos de consumo inmediato y alimentos que no siempre están disponibles cerca. Los transportadores y turistas necesitan una parada útil para abastecerse, refrescarse y continuar el recorrido. Además, la conectividad puede servir para resolver tareas rápidas, comunicación o apoyo básico a estudiantes, como aparece en la información base del negocio.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales serían la comunidad de la vereda, los transportadores, las instituciones y los turistas. La comunidad local sería el grupo más constante, porque puede comprar mercado, hielo, bebidas, pescado y algunos animales vivos para consumo o manejo doméstico. Los transportadores serían un cliente importante por la necesidad de bebidas frías, compras rápidas y conectividad. Las instituciones podrían requerir compras puntuales o apoyo logístico. Los turistas tendrían una participación complementaria, especialmente en bebidas, hielo y productos de paso.

Tabla 1. Tipos de clientes de Tienda Azul

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia esperada
Comunidad de la vereda	Mercado, hielo, pescado, bebidas, internet	Alta
Transportadores	Bebidas frías, compras rápidas, conectividad	Media-alta
Instituciones	Compras puntuales y apoyo logístico	Media
Turistas	Bebidas, hielo, pescado, internet	Media

Esta mezcla favorece al negocio porque combina una base local estable con una clientela de paso que puede aumentar el movimiento semanal.

3. COMPETENCIA

Según la información suministrada, los competidores más cercanos están aproximadamente a 20 kilómetros. Se identifican Baudilio Ruiz, con mercado y bebidas, y Luis Requiniva, con pollo crudo, cerdo y huevos. Esto indica que sí existe oferta parcial en el entorno, pero no necesariamente un establecimiento que reúna en un mismo punto bebidas, mercado, hielo, pescado, animales vivos, conectividad y acompañamiento académico.

La principal diferencia de Tienda Azul estaría en la ubicación estratégica, la calidad del servicio y la línea de pescado, que aparece como uno de los elementos distintivos del negocio. Esa combinación puede darle una identidad propia dentro del sector, porque no sería solo una tienda básica, sino un punto con oferta más amplia y útil para diferentes tipos de cliente.

Tabla 2. Competencia comparada de Tienda Azul

Competidor	Oferta principal	Diferencia frente a Tienda Azul
Baudilio Ruiz	Mercado y bebidas	Menor variedad de productos alimentarios y servicios
Luis Requiniva	Pollo crudo, cerdo y huevos	Menor integración con hielo, pescado y conectividad
Tienda Azul	Mercado, bebidas, hielo, pescado, animales vivos e internet	Oferta más integral

4. IDEA DE NEGOCIO

Tienda Azul es un emprendimiento rural orientado a vender productos de consumo básico como mercado, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, hielo, pescado y animales vivos, complementado con servicios de conectividad y un posible apoyo académico básico, de acuerdo con la información entregada. Su propósito es atender a la comunidad de la vereda El Progreso y a quienes transitan por la vía Casuarito – Puerto Carreño, ofreciendo un punto de abastecimiento cercano y funcional.

La idea del negocio tiene sentido porque responde a varias necesidades al mismo tiempo. Por un lado, ofrece productos para el hogar y para el consumo inmediato. Por otro, incorpora líneas diferenciales como pescado y animales vivos, que pueden tener buena salida en un contexto rural. Además, el componente de conectividad agrega utilidad al negocio y lo vuelve más completo.

5. Productos o servicios

El negocio ofrecerá las siguientes líneas principales:

- bebidas alcohólicas
- bebidas no alcohólicas
- mercado
- hielo
- pescado
- animales vivos

- servicios de acompañamiento académico
- conectividad a internet

Aunque en la idea general no se desarrolla mucho el acompañamiento académico, sí aparece en la base suministrada, por lo que se puede entender como un servicio complementario, posiblemente apoyado en internet, computador e impresión o consulta básica, si más adelante se fortalece esa línea.

Tabla 3. Portafolio de productos y servicios de Tienda Azul

Línea	Productos o servicios
Bebidas	Alcohólicas y no alcohólicas
Hogar	Mercado básico
Refrescantes	Hielo
Alimentación	Pescado
Pecuaria	Animales vivos
Servicio complementario	Conectividad y acompañamiento académico

6. PROCESOS TÉCNICOS

El primer proceso técnico es el abastecimiento, que incluye la compra de bebidas, hielo, mercado, pescado y animales vivos. Aquí será importante trabajar con proveedores confiables y mantener una frecuencia de compra que permita buena rotación, especialmente en pescado y bebidas frías.

El segundo proceso es el almacenamiento y conservación. Los congeladores y el parque solar serán claves para mantener bebidas frías y conservar el pescado bajo condiciones adecuadas. El exhibidor de carne puede servir para la presentación y conservación del pescado o de otros productos perecederos.

El tercer proceso es la atención al cliente, que será directa en sitio. El cuarto proceso es el servicio de conectividad y apoyo académico, que dependerá del internet satelital, el computador y la continuidad energética. El quinto proceso es el control operativo, que incluye caja, limpieza, inventario y reposición.

En la parte legal y sanitaria, este negocio tiene un componente más sensible que una tienda común. Para la movilización de animales, el ICA informa que la Guía Sanitaria de Movilización Interna de Animales es el único documento legal para movilizar especies como bovinos, porcinos, aves de corral y otras especies reguladas en el territorio nacional. Además, el ICA informó en 2024 que el predio de origen debe contar con registro y habilitación para movilizar cuando corresponda.

En el caso del pescado para consumo humano, la Resolución 122 de 2012 aplica a pescados, moluscos y crustáceos frescos, congelados, cocidos o en conserva destinados al consumo humano

que se preparen, almacenen, transporten, expendan o comercialicen en Colombia. Eso significa que la línea de pescado exige especial cuidado en cadena de frío, higiene y manejo del producto.

7. REQUISITOS LEGALES

En materia tributaria, la DIAN informa que para usar el sistema de facturación electrónica se requiere estar inscrito en el RUT, contar con software de facturación electrónica y disponer de certificado de firma digital. También ofrece un sistema de facturación gratuita para quienes deban o quieran usarlo.

En coherencia con la instrucción dada, en este plan se deja constancia de que se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica.

En el componente sanitario, como el negocio venderá bebidas, mercado y pescado, debe cumplir con la Resolución 2674 de 2013, que establece requisitos sanitarios para fabricación, preparación, almacenamiento, transporte, distribución y expendio de alimentos. Además, las guías de inocuidad del Ministerio de Salud para expendios de alimentos recuerdan que las condiciones del personal manipulador, la higiene, el almacenamiento y la conservación son claves para evitar riesgos al consumidor.

En la línea de animales vivos, si se trata de especies pecuarias reguladas, se deben revisar las condiciones del ICA para movilización, registro del predio y documentación sanitaria. Por eso, esta línea del negocio debe manejarse con mucho orden y sin improvisación.

Tabla 4. Requisitos legales y sanitarios básicos

Requisito o acción	Finalidad
RUT	Identificación tributaria del negocio
Facturación electrónica, si aplica	Cumplimiento tributario
Buenas prácticas sanitarias	Manejo adecuado de bebidas, pescado y mercado
Revisión de requisitos ICA para animales vivos	Legalidad en movilización y comercialización
Asistencia técnica brindada	Orientación sobre formalización, RUT y facturación

Observación importante: la línea de bebidas, mercado, hielo y conectividad puede arrancar con más facilidad. La venta de pescado y, sobre todo, de animales vivos, exige más cuidado sanitario y documental.

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal será la venta directa en sitio, porque el valor del negocio está en que el cliente llegue y encuentre una solución inmediata: comprar bebidas, hielo, pescado, mercado o usar el servicio de internet.

El segundo canal será el voz a voz, muy importante en zonas rurales. Un negocio con buena atención, productos bien conservados y servicio constante gana reputación rápidamente. El tercer canal puede ser el encargo previo, especialmente para pedidos de hielo, pescado o compras frecuentes de clientes del sector.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

La proyección base entregada es de $700.000 por semana, es decir, aproximadamente $2.800.000 mensuales. El precio promedio de $90.000 parece corresponder más a compras combinadas o familiares que a una compra individual mínima. Por eso, conviene plantear tres escenarios de trabajo.

Tabla 5. Escenarios de proyección de ventas

Escenario	Venta semanal	Venta mensual estimada
Conservador	$700.000	$2.800.000
Medio	$1.050.000	$4.200.000
Fortalecido	$1.500.000	$6.000.000

Como supuesto razonable, el escenario conservador corresponde al arranque. El escenario medio sería viable si se consolidan bien las ventas de bebidas, mercado, hielo y pescado. El escenario fortalecido dependería de mejor rotación, reputación y una línea complementaria de servicios bien organizada.

Tabla 6. Participación estimada de ventas por línea

Línea	Participación estimada
Bebidas	25%
Mercado	20%
Hielo	10%
Pescado	20%
Animales vivos	15%
Conectividad y otros	10%

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales se relacionan con parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas, exhibidor de carne y surtido. Sin embargo, el costo real del negocio dependerá más del inventario, especialmente del pescado y de los animales vivos.

Tabla 7. Costos y gastos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado
Compra de bebidas y mercado	$700.000
Compra de hielo y pescado	$500.000
Compra o reposición de animales vivos	$500.000
Internet satelital	$250.000
Apoyo del ayudante	$1.000.000
Limpieza, transporte e imprevistos	$250.000
Total mensual estimado	$3.200.000

Tabla 8. Resultado operativo estimado por escenario

Escenario	Venta mensual	Gastos mensuales	Resultado aproximado
Conservador	$2.800.000	$3.200.000	-$400.000
Medio	$4.200.000	$3.200.000	$1.000.000
Fortalecido	$6.000.000	$3.200.000	$2.800.000

Esto muestra que el negocio necesita crecer hacia el escenario medio para sostenerse mejor. La clave estará en no inmovilizar demasiado dinero en inventario difícil de mover.

11. Talento humano

La estructura humana propuesta es sencilla: dueño y ayudante. El dueño se encargaría de la administración, las compras, la caja y la supervisión general del negocio. El ayudante apoyaría en atención al cliente, organización, limpieza, empaque, control del punto y apoyo en conectividad.

Tabla 9. Talento humano requerido

Cargo	Función principal	Cantidad

Dueño/a	Administración y control general	1
Ayudante	Atención, orden y apoyo operativo	1

Como supuesto razonable, si la línea de pescado y animales vivos crece, podría requerirse apoyo ocasional adicional por la carga de manejo y limpieza.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Tienda Azul necesita una base técnica y física suficiente para operar con orden. El parque solar es importante para sostener la refrigeración y la conectividad. El internet satelital es esencial para el servicio ofrecido. Los congeladores ayudan a conservar bebidas y pescado. El computador apoya el servicio de internet y el control básico del negocio. Las estanterías, mesas y sillas permiten organizar el punto de venta, y el exhibidor de carne sirve para una mejor presentación y conservación del pescado.

El requerimiento más importante no es solo físico, sino operativo: mantener limpieza, cadena de frío y rotación adecuada del pescado, además de controlar con orden cualquier línea de animales vivos.

TABLA 10. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS DEL NEGOCIO

TIPO	REQUERIMIENTO	USO PRINCIPAL
Energía	Parque solar	Mantener operación y frío
Conectividad	Internet satelital	Servicio de internet
Refrigeración	Congeladores y exhibidor	Conservación de bebidas y pescado
Tecnología	Computador	Control básico y conectividad
Atención	Estanterías, mesas y sillas	Organización del punto
Operación	Surtido inicial	Arranque comercial

13. VALOR DEL PROYECTO

El presupuesto disponible informado es de $3.000.000, pero al revisar el alcance real del negocio, esa cifra parece insuficiente para montar de una vez todas las líneas propuestas. El proyecto, tal como está planteado, necesitaría una inversión mayor o una estrategia por fases.

Tabla 11. Valor estimado del proyecto

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$2.500.000
Internet satelital e instalación	$1.500.000
Congeladores	$1.500.000
Computador	$800.000
Estanterías, mesas y sillas	$1.000.000
Exhibidor de carne	$1.200.000
Surtido inicial	$1.800.000
Capital de trabajo	$700.000
Valor total estimado	$11.000.000

Tabla 12. Relación entre presupuesto disponible y valor estimado del proyecto

Concepto	Valor
Presupuesto disponible	$3.000.000
Valor estimado del proyecto	$11.000.000
Brecha aproximada	$8.000.000

La recomendación más realista es iniciar por fases, comenzando por bebidas, hielo, mercado y conectividad. Después, cuando el negocio gane movimiento, incorporar pescado y, por último, si es viable, la línea de animales vivos.

14. PLAN OPERATIVO

El negocio funcionará con atención directa en sitio. En la mañana se hará limpieza, revisión de equipos, organización de estanterías y verificación del producto del día. Durante la jornada se atenderá a la comunidad y a las personas de paso. En la tarde se realizará reposición, control de inventario, limpieza y revisión de caja.

Tabla 13. Plan operativo diario

Momento	Actividad principal
Apertura	Limpieza, orden y revisión de equipos
Mañana	Organización del surtido y atención temprana
Mediodía y tarde	Mayor flujo de ventas y conectividad
Final de tarde	Reposición, inventario y limpieza
Cierre	Caja y verificación general

Semanalmente se debe revisar qué productos tienen mejor salida, cuáles dejan mejor margen y cuáles generan más dificultad operativa o sanitaria.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de Tienda Azul es positivo porque acercaría bienes y servicios que hoy son de difícil acceso en el sector. En lo social, mejora el acceso a bebidas, hielo, pescado, mercado y conectividad. En lo territorial, fortalece la oferta comercial de la vereda El Progreso y el corredor vial hacia Puerto Carreño. En lo económico, puede generar ingresos y dinamizar un pequeño punto de abastecimiento útil para la comunidad y los viajeros.

En una zona rural del Vichada, donde la distancia influye mucho en la vida diaria, un negocio de este tipo puede convertirse en un apoyo valioso para familias, instituciones, turistas y transportadores.

16. MAPA DE ACTORES

El negocio se relaciona con varios actores. En el centro están el dueño y el ayudante. En el entorno aparecen la comunidad, los transportadores, las instituciones y los turistas. También aparecen la DIAN, la autoridad sanitaria y el ICA como referentes institucionales importantes para formalización, alimentos y manejo de animales vivos.

Tabla 14. Mapa de actores de Tienda Azul

Actor	Tipo	Papel en el proyecto
Dueño/a	Interno	Lidera la operación y la administración
Ayudante	Interno	Apoyo operativo
Comunidad	Externo	Cliente frecuente
Transportadores	Externo	Cliente de paso

Instituciones	Externo	Posibles aliadas o usuarias
Turistas	Externo	Cliente ocasional
DIAN	Institucional	Referencia para RUT y facturación
Autoridad sanitaria	Institucional	Referencia para alimentos y bebidas
ICA	Institucional	Referencia para animales vivos

CONCLUSIÓN FINAL

Tienda Azul es una idea de negocio pertinente para la vereda El Progreso porque responde a una necesidad real del territorio: acercar bebidas, hielo, mercado, pescado, conectividad y otros productos útiles a una zona donde la oferta es limitada y el acceso puede ser difícil. Su principal fortaleza está en la variedad y en la posibilidad de servir tanto a la comunidad como a quienes transitan por la vía.

El análisis también muestra que el proyecto, tal como está planteado, no debe arrancar con una expectativa equivocada sobre su costo real. El presupuesto actual es muy bajo para montar todas las líneas de negocio al mismo tiempo. La mejor estrategia es empezar por lo más sencillo y de mayor rotación, consolidar ingresos y luego ampliar poco a poco la oferta.

Si eso se hace con orden, Tienda Azul puede convertirse en un punto de abastecimiento muy útil y bien valorado en el sector.

Martha Guerrero

Martha Zarima Guerrero Buitrago
Emprendedora

Yishleni Johana Morales Beltran
Orientadora de emprendimiento

ASOSUPRO	**REGISTRO FOTOGRÁFICO** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

NOMBRE DEL PROYECTO	**IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES QUE CONTRIBUYAN AL EMPRENDIMIENTO Y AUMENTO DE CAPACIDADES LOGÍSTICAS DE LOS PEQUEÑOS TENDEROS EN LA ZONA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE VICHADA**
ACTIVIDAD	REALIZAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LAS UNIDADES PRODUCTIVAS POPULARES EN LAS ZONAS RURALES.
DESCRIPCIÓN	ENTREGA DE LA GUIA METODOLÓGICA PARA LA ESTRUCTURACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO Y SU DESARROLLO.
BENEFICIARIO	Martha Zarima Guerrero Buitrago
TIENDA	Tienda Azul
FECHA	20/12/2025



ASOSUPRO	ACTA DE ENTREGA MANUAL METODOLÓGICO Convenio de Asociación No. 005 de 2025: "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

Fecha: 3 - 1 - 2026

Por medio de la presente acta se deja constancia que la señora **JEISA YAROSLAY CISNEROS CEBALLOS**, identificada con cédula de ciudadanía No. 1.127.389.427, expedida en Puerto Carreño (Vichada), en calidad de representante legal de la Fundación de Servicios Integrales y Sociales de Colombia, en el marco de la ejecución del Convenio No. 005 de 2025 suscrito con la Asociación de Productores Agropecuarios y de Servicios Comunitarios del Vichada – ASOSUPRO, hace entrega del siguiente material pedagógico, el cual corresponde específicamente al componente de fortalecimiento de las capacidades técnicas y empresariales:

MATERIAL PEDAGÓGICO ENTREGADO			
Item	**Concepto**	**Unidad**	**Cantidad**
1	Manual metodológico para la estructuración de planes de negocio. Diseño, diagramación e impresión en formato físico.	Unidad	1

ENTREGA:

JEISA YAROSLAY CISNEROS CEBALLOS
R/L FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA
CONTRATISTA

RECIBE:

Huella

Firma: Martha Zarima Guerrero
Nombres: Martha Zarima Guerrero
CC: 60-349.240

OBSERVACIONES:

Eloisa Camacho Rodriguez

ASOSUPRO	**REGISTRO FOTOGRÁFICO** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

NOMBRE DEL PROYECTO	**IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES QUE CONTRIBUYAN AL EMPRENDIMIENTO Y AUMENTO DE CAPACIDADES LOGÍSTICAS DE LOS PEQUEÑOS TENDEROS EN LA ZONA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE VICHADA**
ACTIVIDAD	REALIZAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LAS UNIDADES PRODUCTIVAS POPULARES EN LAS ZONAS RURALES.
DESCRIPCIÓN	DESARROLLAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LA ESTRUCTURACIÓN Y VIABILIDAD DE PLANES DE NEGOCIO ENFOCADOS A LA ECONOMÍA POPULAR O TIENDAS RURALES DEL DEPARTAMENTO.
BENEFICIARIO	Eloisa Camacho Rodriguez
TIENDA	Tienda Camacho
FECHA	7/01/2026



ASOSUPRO	**ACTA DE COMPROMISO Y SOSTENIBILIDAD** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

En el desarrollo del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, suscrito entre la **FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA** y **ASOSUPRO**, y como parte del proceso de fortalecimiento de capacidades logísticas y de emprendimiento de pequeños tenderos rurales, se firma la presente acta de compromiso de sostenibilidad.

Yo, Eloisa Camacho Rodriguez identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 40.418.283 manifiesto mi compromiso de:

- Garantizar la sostenibilidad del negocio o unidad productiva apoyada por el proyecto.
- Dar continuidad a las prácticas administrativas, comerciales y contables adquiridas durante el proceso de formación.
- Realizar mantenimiento preventivo y correctivo a los equipos entregados.
- Implementar estrategias de comercialización y fortalecimiento de marca que permitan la permanencia del negocio.
- Reportar oportunamente cualquier situación que afecte el desarrollo o permanencia del proyecto.

Declaro, además, que he sido informado(a) sobre la importancia de la sostenibilidad del emprendimiento como eje fundamental para el éxito del proyecto.

RECIBE:

Firma: Eloisa Camacho
Nombres: Eloisa Camacho
CC: 40.418.283

OBSERVACIONES:

ASOSUPRO	**ACTA DE CORRESPONSABILIDAD Y COMPROMISO DE PARTICIPACIÓN** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

En el marco del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, suscrito entre la **FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA** y la Asociación de Municipios ASOSUPRO, cuyo objeto es la "implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada", se suscribe la presente acta de corresponsabilidad y compromiso de participación.

Yo, Eloisa Camacho Rodriguez identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 40418283., manifiesto voluntariamente mi interés y compromiso de participación activa en las actividades y procesos contemplados en el proyecto. Me comprometo a:

- Participar en los talleres, capacitaciones, asistencias técnicas y demás actividades programadas.
- Hacer uso adecuado de los activos, equipos y materiales entregados en el marco del proyecto.
- Brindar acceso a la información y colaboración necesaria al equipo técnico.
- Aportar al cumplimiento de los objetivos del proyecto en mi territorio.

En constancia se firma en Puerto Carreño a los 7 días del mes de enero del año 2026.

RECIBE:

Firma: Eloisa Camacho

Nombres: Eloisa Camacho

CC: 40.418.283

OBSERVACIONES:

FORMATO DE REGISTRO DE VISITA DE ASISTENCIA TÉCNICA
(FORMULACIÓN PLANES DE NEGOCIO)

Convenio de Asociación No. 005 de 2025: "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."

INFORMACIÓN GENERAL DE LA VISITA

Fecha de visita:		DIA 7	MES 1	AÑO 2026	
Beneficiario	40418283				
Cédula	Eloisa Camacho Rodríguez			Sexo: ☑Mujer ☐Hombre	
Departamento:	Vichada		Municipio:	Puerto Carreño	
Vereda / Inspección:	Venturosa				
Dirección:	Km 3 venturosa		Teléfono de Contacto:	3244931918.	

VALIDACIÓN DE CONDICIONES GENERALES DEL NEGOCIO

Ítem Verificado	Cumple	Observaciones / Comentarios
El beneficiario cuenta con local físico adecuado	☑ Sí ☐ No	
Se observa funcionamiento del negocio	☑ Sí ☐ No	
Hay presencia de productos o servicios en oferta	☑ Sí ☐ No	
El beneficiario reconoce los componentes de su plan de negocio	☑ Sí ☐ No	
Se encuentra ubicado en zona rural conforme al proyecto	☑ Sí ☐ No	

COMPONENTES ESTRATÉGICOS ANALIZADOS

Tema	¿Se abordó?	Observaciones / Comentarios
Revisión de condiciones actuales del negocio	☑ Sí / ☐ No	
Propuesta de valor y tipo de clientes	☑ Sí / ☐ No	
Productos ofrecidos y rotación	☑ Sí / ☐ No	
Registro de ingresos, egresos e inventario	☑ Sí / ☐ No	
Necesidades para el plan de negocio	☑ Sí / ☐ No	
Condiciones de infraestructura y equipos	☑ Sí / ☐ No	
Estrategias de comercialización	☑ Sí / ☐ No	
Otros: _____	☐ Sí / ☐ No	

DIAGNOSTICO DEL NEGOCIO

Fortalezas actuales del negocio: Unico en sector Comunidad.

Retos que enfrenta: Logistica

Documentos que posee:
- ☐ RUT
- ☐ Cámara de Comercio
- ☐ Certificado de uso de suelos

¿Desea apoyo para formalizar su tienda?
- ☑ Sí
- ☐ No

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE VERIFICACIÓN

El beneficiario conoce la destinación del apoyo recibido	☑ Sí ☐ No
El beneficiario manifiesta interés en mejorar su unidad productiva	☑ Sí ☑ No
Se encuentra al día con compromisos anteriores	☑ Sí ☐ No

COMPROMISOS DE LA VISITA

Acciones acordadas en la visita	Ordenar cadena Logistica
Compromisos del beneficiario:	Hacer planeación
Observaciones:	

Firma: Eloisa camacho R.

Beneficiario: 40418283

Cédula: Eloisa camacho R.

Firma:

Profesional: Yishlenty Morales.

Cédula: 1.121898.670.

Este formato hace parte del proceso de estructuración técnica de los planes de negocio y constituye evidencia del acompañamiento brindado en el marco del Convenio No. 005 de 2025.

ASOSUPRO	**DECLARACIÓN JURAMENTADA** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

Yo, Eloisa Camacho Rodriguez, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 40.418.283 residente del municipio de Puerto Carreño, en calidad de beneficiario(a) del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, declaro bajo la gravedad del juramento que:

1. He recibido el apoyo establecido en el marco del proyecto, en cumplimiento del objeto del convenio.
2. Los elementos entregados se encuentran en buen estado y completos.
3. Me comprometo a darles el uso adecuado, exclusivamente en el marco de las actividades productivas asociadas a mi unidad de negocio como pequeño tendero.
4. Conozco que los bienes entregados no podrán ser vendidos, alquilados ni cedidos a terceros, y que su uso indebido puede acarrear sanciones legales.
5. Me comprometo a permitir las visitas de seguimiento, monitoreo y control por parte de las entidades responsables.

Para constancia, se firma la presente declaración en Puerto Carreño a los 7 días del mes de enero del año 2026.

RECIBE:

Huella



Firma: Eloisa Camacho

Nombres: Eloisa Camacho

CC: 40.418.283

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

TIENDA CAMACHO

Proyecto: "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en las zonas rurales del departamento de Vichada".

Emprendedora: Eloisa Camacho Rodriguez

EMPRENDEDOR

Ubicación: Vía Villavicencio – Puerto Carreño, Inspección Venturosa, sobre la vía principal, municipio de Puerto Carreño, departamento del Vichada, Colombia.

FEBRERO DE 2026

1. PROBLEMA O NECESIDAD

La necesidad principal que busca atender Tienda Camacho es la falta de acceso inmediato a bienes y servicios de primera necesidad para la comunidad del sector y para los transeúntes que recorren la vía principal. En zonas rurales o apartadas, un desplazamiento incluso de algunos kilómetros puede representar tiempo, costo y dificultad, especialmente cuando se requieren bebidas frías, hielo, alimentos, huevos, pescado, productos básicos de mercado o acceso a conectividad. Por ello, un negocio cercano y visible puede convertirse en una solución concreta para la vida diaria de las personas.

También existe una necesidad asociada al tránsito por carretera. Los viajeros, transportadores y visitantes suelen demandar puntos de apoyo donde puedan conseguir productos refrigerados, resolver compras rápidas y, en algunos casos, encontrar orientación o apoyo básico frente a dificultades que se presenten en la vía. Desde esa perspectiva, la tienda no solo funcionará como un punto de venta, sino también como un lugar útil para quienes se movilizan por el corredor vial.

Adicionalmente, el proyecto busca aprovechar productos generados en la finca, como los derivados del marañón, los huevos y la venta de algunos animales vivos, lo que responde a una necesidad doble: por un lado, acercar esos productos al consumidor y, por otro, generar valor económico a partir de la producción local. Esta combinación fortalece el negocio, porque no depende únicamente de mercancía comprada a terceros, sino también de bienes que pueden nacer del mismo entorno productivo del emprendimiento.

En consecuencia, el problema o necesidad se resume en la falta de una oferta cercana, práctica y variada que permita a vecinos y viajeros acceder a productos refrigerados, bienes básicos, conectividad y algunos productos del campo sin recorrer largas distancias.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes de Tienda Camacho son variados, lo cual favorece la sostenibilidad del negocio. El primer grupo está conformado por la comunidad de la vereda y habitantes cercanos, quienes representan la base más estable del proyecto. Este segmento demandará principalmente productos de mercado, bebidas, huevos, hielo y otros artículos de uso frecuente. Su importancia es alta, porque pueden convertirse en compradores repetitivos si encuentran calidad, buen trato y disponibilidad permanente.

El segundo grupo corresponde a los transportadores. Por estar ubicada sobre una vía principal, la tienda tiene la posibilidad de captar a personas que se movilizan constantemente y que necesitan bebidas frías, hielo, conectividad, alimentos o una compra rápida para continuar su trayecto. Este tipo de cliente valora la inmediatez, la buena atención y la facilidad de acceso al establecimiento.

El tercer grupo está conformado por las instituciones, que aunque no necesariamente compren todos los días, sí pueden demandar productos en ciertos momentos, ya sea para comisiones, actividades en el sector o requerimientos puntuales. Este segmento exige seriedad, cumplimiento y organización.

El cuarto grupo está compuesto por los turistas y visitantes. Aunque su presencia puede ser ocasional, representan una oportunidad de venta interesante, especialmente por el tipo de ubicación del negocio y por la oferta de productos típicos o diferenciados, como las nueces y el extracto de marañón.

Tabla 1. Tipos de clientes de Tienda Camacho

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia estimada
Comunidad de la vereda	Mercado, bebidas, huevos, hielo, conectividad	Alta
Transportadores	Compra rápida, bebidas, hielo, apoyo en ruta	Media
Instituciones	Compras ocasionales y abastecimiento puntual	Media a baja
Turistas y visitantes	Productos refrigerados, conectividad, productos del sector	Media

Esta diversidad de clientes hace que el negocio tenga varias posibilidades de ingreso y no dependa exclusivamente de una sola clase de comprador.

3. COMPETENCIA

La competencia identificada para Tienda Camacho está conformada por otros comercios cercanos ubicados aproximadamente a 20 kilómetros, así como por negocios específicos como Flaminio Vargas, dedicado a mercado y bebidas, y Carlos Lucas, quien vende pollo crudo, cerdo y huevos. Esto indica que sí existe actividad comercial en el entorno, pero también muestra que el sector todavía tiene oportunidades para una tienda que combine cercanía, variedad y atención directa.

Uno de los aspectos más favorables para Tienda Camacho es que la competencia no está inmediata, sino relativamente retirada. En un contexto rural, 20 kilómetros pueden representar una distancia significativa para quienes necesitan resolver una compra rápida o una necesidad del momento. Por eso, la ubicación sobre la vía principal se convierte en una ventaja comercial importante.

Además, Tienda Camacho se diferencia porque no se limitará a vender solo mercado o solo productos cárnicos. Su propuesta incluye bebidas alcohólicas y no alcohólicas, hielo, conectividad, pescado, animales vivos, huevos y productos derivados del marañón. Esa mezcla amplía la cobertura de necesidades y le permite posicionarse como un punto más completo que un comercio especializado en una sola línea.

Tabla 2. Competencia comparada de Tienda Camacho

Competidor	Oferta principal	Fortalezas visibles	Oportunidad para Tienda Camacho
Flaminio Vargas	Mercado y bebidas	Oferta básica de consumo	Diferenciarse con hielo, conectividad y productos de finca
Carlos Lucas	Pollo crudo, cerdo y huevos	Especialización en proteína animal	Diferenciarse con mercado, bebidas y marañón
Otros comercios a 20 km	Variada, según el caso	Ya tienen clientela en su zona	Aprovechar la cercanía sobre la vía principal
Tienda Camacho	Mercado, bebidas, hielo, pescado, animales vivos, huevos, marañón y conectividad	Servicio integral y ubicación estratégica	Posicionarse como punto de solución inmediata

La estrategia frente a la competencia debe centrarse en la cercanía, el buen servicio, la disponibilidad de productos fríos y el aprovechamiento de los productos producidos en la finca.

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en consolidar una tienda rural llamada Tienda Camacho, ubicada en la Inspección Venturosa, sobre la vía principal Villavicencio – Puerto Carreño, orientada a atender las necesidades de consumo básico y apoyo inmediato de la comunidad y de los viajeros. La propuesta combina una tienda de mercado con venta de bebidas, hielo, productos de origen animal, derivados del marañón y servicio de conectividad.

El valor de esta idea está en su funcionalidad. El negocio no pretende ser solamente una tienda tradicional, sino un punto de apoyo para el sector. Eso significa que su utilidad no se mide solo por la venta de productos, sino por la capacidad de resolver necesidades de forma rápida: una bebida fría en medio del trayecto, un poco de hielo, huevos, un producto de mercado o un servicio de conectividad cuando se requiere.

Otra fortaleza importante es que el negocio incorpora bienes producidos en la finca, como el marañón y algunos productos pecuarios. Esto le da identidad, permite ofrecer artículos con un sello propio y abre la posibilidad de mejores márgenes, porque parte de la oferta no dependerá totalmente de intermediarios.

En síntesis, la idea de negocio se basa en crear una tienda útil, cercana, práctica y bien ubicada, que combine comercio rural con servicios complementarios y con una pequeña apuesta por productos locales.

5. Productos o servicios

Tienda Camacho ofrecerá varias líneas de productos y servicios. La primera línea está compuesta por bebidas alcohólicas, orientadas al público adulto, y bebidas no alcohólicas, como aguas, gaseosas, jugos, maltas o energizantes. Estas tendrán alta rotación, especialmente por el tránsito en la vía y por la necesidad de productos fríos en una zona cálida.

La segunda línea será la de mercado, con productos básicos para el consumo diario, como granos, azúcar, café, aceite, sal, enlatados, harina, productos de aseo y otros artículos de primera necesidad. Esta línea busca atender principalmente a la comunidad vecina.

La tercera línea corresponde al hielo, producto que representa una necesidad concreta en el sector tanto para el consumo de bebidas como para conservación temporal de alimentos o apoyo a viajeros y residentes. Su disponibilidad será uno de los puntos fuertes del negocio.

La cuarta línea estará conformada por pescado, animales vivos y huevos, productos que pueden tener buena salida en el contexto rural, especialmente si se garantizan condiciones mínimas de conservación, higiene y manejo responsable. Estos productos fortalecen el carácter del negocio como tienda ligada a la finca y al entorno productivo.

La quinta línea será la de nueces de marañón y extracto de marañón, que le dan al negocio un rasgo diferenciador. Estos productos pueden venderse tanto a la comunidad como a visitantes y viajeros, e incluso a futuro podrían proyectarse como una línea propia más organizada.

La sexta línea será la conectividad, entendida como un servicio complementario que aumenta la utilidad del establecimiento. En una zona de paso y con características rurales, este servicio puede marcar una diferencia clara frente a otros negocios cercanos.

En conjunto, la oferta de Tienda Camacho es amplia pero coherente: mezcla productos de consumo inmediato, bienes básicos, artículos de origen local y un servicio que aporta valor práctico.

Tabla 3. Portafolio de productos y servicios de Tienda Camacho

Línea	Descripción
Bebidas alcohólicas y no alcohólicas	Aguas, gaseosas, jugos, maltas, energizantes y bebidas para público adulto
Mercado	Productos básicos de consumo diario
Hielo	Producto para bebidas y conservación temporal

Pescado, animales vivos y huevos	Productos de origen animal con valor rural
Nueces y extracto de marañón	Línea diferenciadora con identidad local
Conectividad	Servicio complementario de apoyo práctico

6. PROCESOS TÉCNICOS

Los procesos técnicos del negocio deben ser sencillos, pero ordenados. El primero es el abastecimiento, que consiste en comprar o reponer productos de mercado, bebidas e insumos necesarios para la operación. En este punto será fundamental identificar qué referencias se venden más y cuáles tienen mayor salida para no inmovilizar el poco capital disponible en mercancía de baja rotación.

El segundo proceso es el de producción y aprovechamiento de bienes de la finca, en especial huevos, animales vivos y derivados del marañón. Aquí será importante organizar recolección, selección, empaque básico y presentación de los productos, cuidando que lleguen al cliente en condiciones adecuadas. En el caso del marañón, será conveniente manejar una presentación sencilla, limpia y reconocible.

El tercer proceso técnico será el almacenamiento y conservación. Las bebidas frías, el hielo y algunos productos perecederos dependen del buen funcionamiento de los congeladores y del soporte energético. Los productos secos de mercado deben mantenerse en estanterías organizadas, protegidos del calor, la humedad y el polvo.

El cuarto proceso será la atención directa en sitio, que incluye recibir al cliente, orientarlo, ofrecer alternativas, cobrar y entregar el producto o servicio de manera ágil. En un negocio ubicado sobre carretera, la atención rápida y amable es determinante, porque muchos clientes estarán de paso y valoran resolver su compra sin demora.

El quinto proceso será el de prestación del servicio de conectividad, apoyado en internet satelital y computador. Este servicio puede usarse para consultas básicas, comunicación y apoyo a viajeros o vecinos. Deberá manejarse con reglas sencillas de uso y cuidado.

El sexto proceso es el control de inventario y caja, que aunque sea básico, debe ser permanente. Llevar cuenta de las ventas, los gastos, la reposición del surtido y los productos que salen de la finca permitirá tomar decisiones más acertadas y evitar pérdidas.

7. REQUISITOS LEGALES

Para el funcionamiento de Tienda Camacho se recomienda avanzar en una formalización básica y progresiva. En Colombia, la matrícula mercantil del comerciante y del establecimiento de comercio debe realizarse ante la cámara de comercio con jurisdicción en el lugar donde opera el negocio. Esta

matrícula hace pública la condición de comerciante y permite ejercer la actividad comercial dentro de un marco de mayor organización.

En materia tributaria, será necesario contar con el Registro Único Tributario, RUT, ante la DIAN. Si el negocio llega a estar obligado a facturar electrónicamente, la DIAN informa que para hacerlo se requiere RUT actualizado, acceso al correo registrado, un software de facturación electrónica y habilitación del instrumento de firma electrónica correspondiente. La entidad además dispone del sistema de Facturación Gratuita DIAN, pensado precisamente para facilitar este proceso a pequeños negocios.

En relación con el funcionamiento del establecimiento, la Ley 232 de 1995 regula las normas para los establecimientos de comercio y señala que no pueden exigirse licencias o permisos no previstos por la ley, aunque sí deben cumplirse los requisitos legales aplicables para la operación del establecimiento abierto al público.

Como el negocio maneja hielo, pescado, huevos y otros productos de consumo, resulta importante observar las orientaciones sanitarias generales para establecimientos que expenden o manipulan alimentos, adoptando buenas prácticas de limpieza, almacenamiento, conservación y presentación del producto. Estas condiciones buscan proteger al consumidor y reducir riesgos asociados a la comercialización de alimentos.

Debe dejarse expresamente indicado que se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica, con el propósito de que el emprendedor tenga elementos básicos para iniciar su proceso de organización legal y comercial.

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización de Tienda Camacho será la atención directa en sitio, debido a que el negocio se ubica sobre una vía principal y su fortaleza está en la venta inmediata al cliente que llega al establecimiento. Este canal es el más apropiado porque permite atender tanto a compradores locales como a viajeros que necesitan soluciones rápidas.

Otro canal importante será el voz a voz, especialmente entre la comunidad de la vereda y entre transportadores que transitan frecuentemente por la ruta. En zonas rurales, la recomendación directa tiene mucho peso, por lo que una buena atención y la disponibilidad constante de productos pueden convertirse en la mejor forma de promoción.

También se puede desarrollar una promoción visible en carretera, mediante avisos sencillos, letreros claros y buena presentación del negocio. Al estar sobre la vía, la visibilidad física del establecimiento será un factor comercial decisivo.

Como complemento, se puede trabajar un canal de encargos o reservas previas, especialmente para huevos, hielo, pescado o algunos productos del marañón, lo que ayudaría a ordenar la demanda y reducir pérdidas por manejo de perecederos.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

La base suministrada indica una venta estimada de $650.000 por semana y un valor promedio de $50.000 por compra o rango de venta. A partir de ello, se plantea una proyección conservadora para el inicio del negocio.

Tabla 4. Proyección básica de ventas de Tienda Camacho

Concepto	Valor estimado
Venta semanal estimada	$650.000
Venta mensual estimada (4 semanas)	$2.600.000
Venta anual estimada (12 meses)	$31.200.000

Como supuesto razonable, la composición mensual de las ventas podría distribuirse así:

Tabla 5. Participación estimada de ventas por línea de ingreso

Línea de ingreso	Participación estimada	Valor mensual estimado
Bebidas alcohólicas y no alcohólicas	30%	$780.000
Mercado	20%	$520.000
Hielo	10%	$260.000
Huevos, pescado y animales vivos	25%	$650.000
Derivados de marañón y conectividad	15%	$390.000
Total mensual estimado	**100%**	**$2.600.000**

Esta proyección es prudente y corresponde a una etapa inicial. Sin embargo, el negocio podría mejorar sus ventas si aprovecha bien el tránsito sobre la carretera, fortalece la presentación de los productos de finca y mantiene disponibilidad de bebidas frías e hielo, que suelen atraer clientela de paso.

10. COSTOS Y GASTOS

En este punto es importante diferenciar claramente entre inversión inicial y costos mensuales de operación. Dado que el presupuesto disponible o estimado para empezar es de $3.500.000, se hace necesario un arranque muy básico, priorizando lo esencial. Esto obliga a formular un supuesto razonable: se entiende que el negocio contará con un espacio propio o familiar ya disponible y que parte del mobiliario menor puede existir previamente, porque con ese capital no sería posible adquirir desde cero toda la infraestructura señalada y además surtir la tienda.

Tabla 6. Inversión inicial estimada de Tienda Camacho

Elemento	Valor estimado
Congelador básico o seminuevo	$1.100.000
Internet satelital e instalación inicial	$500.000
Estanterías básicas	$250.000
Mesas y sillas sencillas	$200.000
Computador usado o básico	$600.000
Surtido inicial	$700.000
Adecuaciones menores	$150.000
Total estimado	**$3.500.000**

En esta etapa, el parque solar puede quedar planteado como una necesidad de fortalecimiento posterior, salvo que el emprendedor ya cuente con parte de ese recurso. Esto se formula como un supuesto técnico razonable, porque de otro modo el presupuesto resultaría insuficiente.

Tabla 7. Costos y gastos mensuales estimados de Tienda Camacho

Concepto	Valor mensual estimado
Reposición de bebidas y surtido	$1.000.000
Compra o producción complementaria de huevos, pescado y otros	$250.000
Internet mensual	$250.000
Apoyo del ayudante	$500.000
Transporte y abastecimiento	$180.000
Aseo, bolsas y pequeños insumos	$80.000
Imprevistos	$70.000
Total costos y gastos mensuales	**$2.330.000**

Con una venta mensual estimada de $2.600.000, la utilidad operacional aproximada sería de $270.000 mensuales en la fase inicial. Esto muestra que el negocio puede funcionar, pero de manera ajustada.

Por ello, será importante aumentar poco a poco la rotación, especialmente en bebidas, hielo y productos de finca, que podrían mejorar el margen.

11. TALENTO HUMANO

El personal necesario para el funcionamiento de Tienda Camacho será el dueño y un ayudante. Esta estructura es adecuada para una etapa de inicio, dado que el negocio manejará una escala pequeña y un presupuesto limitado.

El dueño será responsable de la administración general del establecimiento. Entre sus funciones estarán la compra del surtido, la organización de productos, la supervisión de caja, la atención al cliente, la relación con proveedores y el manejo de los productos que se obtengan de la finca. Su papel será central, ya que en pequeños negocios rurales el compromiso del propietario suele definir gran parte de los resultados.

El ayudante apoyará en la atención, organización del local, limpieza, acomodo del surtido, apoyo a clientes y control básico del establecimiento. También podrá colaborar en tareas sencillas relacionadas con el hielo, los huevos y otros productos de rápida salida.

A futuro, si las ventas crecen, podría evaluarse la necesidad de una tercera persona en días de alta demanda, pero para el inicio la estructura de dos personas es suficiente.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Tienda Camacho requiere varias condiciones mínimas para empezar adecuadamente. La primera es contar con un espacio físico visible y funcional, donde puedan organizarse el surtido, el congelador, las estanterías y el punto de atención. Dado que el capital es limitado, el uso de un espacio propio o familiar será clave para la viabilidad del proyecto.

La segunda necesidad es asegurar equipos básicos de conservación y atención, especialmente un congelador, estanterías, una mesa de trabajo y conectividad. Sin estos elementos, la propuesta perdería parte importante de su valor comercial.

La tercera necesidad es disponer de un surtido inicial bien seleccionado, priorizando productos de rápida salida: bebidas frías, hielo, huevos, algunos artículos básicos de mercado y productos del marañón. En esta etapa no conviene dispersar el capital en demasiadas referencias.

La cuarta necesidad es contar con organización administrativa básica, incluso si se maneja en un cuaderno o registro sencillo. Saber cuánto se compra, cuánto se vende y qué deja utilidad será fundamental para hacer crecer el negocio.

La quinta necesidad es avanzar en el proceso de formalización y fortalecimiento, especialmente si el establecimiento comienza a crecer y a mover mayor volumen de productos.

13. VALOR DEL PROYECTO

El valor inicial del proyecto se estima en $3.500.000, monto que corresponde al presupuesto disponible o considerado necesario para empezar. Aunque es un valor bajo para la idea completa del negocio, sí puede servir como punto de arranque si el establecimiento aprovecha recursos ya existentes, como espacio propio, apoyo familiar y parte de la producción de la finca.

Más que un gran capital, este proyecto requiere administración cuidadosa, compras inteligentes y crecimiento por etapas. Su verdadera fortaleza está en la ubicación, en la utilidad para el sector y en el valor agregado que ofrecen los productos propios del entorno, como el marañón, los huevos y otros bienes de finca.

En ese sentido, el valor del proyecto es coherente con un inicio modesto, pero con posibilidad de fortalecerse a medida que mejoren las ventas y la rotación del negocio.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo de Tienda Camacho se basa en una dinámica sencilla y constante. El negocio abrirá diariamente en horarios ajustados al movimiento de la vía y de la comunidad, procurando que haya disponibilidad en las horas de mayor tránsito.

Antes de iniciar cada jornada, se realizará limpieza del punto de venta, organización del surtido, revisión del congelador, verificación del hielo y disposición visible de los productos más atractivos para los viajeros, como bebidas frías, huevos y artículos de compra rápida. Esta preparación es importante porque muchos clientes decidirán entrar al establecimiento por lo que observen desde la vía.

Durante la jornada, el funcionamiento se centrará en atención directa, cobro, reposición de productos visibles y acompañamiento al cliente. En el caso de productos de finca, se deberá revisar constantemente su estado y presentación para asegurar buena calidad.

Al final del día, se hará conteo de caja, limpieza, revisión de productos faltantes y programación de la reposición. Además, se recomienda llevar un control semanal de ventas y gastos para identificar qué líneas están dando mejores resultados.

La rutina operativa puede resumirse así:

Tabla 8. Rutina operativa de Tienda Camacho

Actividad	Frecuencia
Limpieza y organización del local	Diaria
Verificación de congelador e internet	Diaria
Revisión de surtido	Diaria
Control de caja	Diaria
Compra o reposición	Semanal

Revisión de ventas	Semanal
Ajuste de surtido y prioridades	Mensual

Este plan operativo permite mantener el negocio ordenado, aun con una estructura sencilla.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de Tienda Camacho es positivo tanto para la comunidad como para quienes transitan por el sector. En primer lugar, el negocio acercará bienes y servicios que son de difícil acceso, lo que mejora la capacidad de respuesta cotidiana de los vecinos y reduce desplazamientos innecesarios.

En segundo lugar, aportará a la economía local, aunque sea de manera pequeña, porque generará movimiento comercial, promoverá el aprovechamiento de productos de la finca y brindará una opción de ingreso para la familia emprendedora y su ayudante.

En tercer lugar, el establecimiento puede convertirse en un punto de apoyo sobre la vía, lo cual le da un alcance mayor que el de una tienda barrial común. Su utilidad no será solo para la vereda, sino también para transportadores, turistas, viajeros e instituciones que pasen por el corredor vial.

Finalmente, el negocio puede contribuir a dar visibilidad a productos del entorno, como las nueces y el extracto de marañón, fortaleciendo una pequeña identidad productiva local dentro de la oferta comercial del sector.

16. MAPA DE ACTORES

El negocio se relacionará con varios actores del entorno, cada uno con un papel importante en su funcionamiento y sostenibilidad.

Tabla 9. Mapa de actores de Tienda Camacho

Actor	Relación con el negocio	Interés o beneficio
Comunidad de la vereda	Cliente principal	Acceso cercano a bienes y servicios
Transportadores	Cliente frecuente	Bebidas, hielo, apoyo en ruta
Instituciones	Cliente ocasional	Compras y soluciones puntuales
Turistas y visitantes	Cliente eventual	Productos refrigerados y conectividad
Proveedores	Suministro de surtido e insumos	Relación comercial constante
Producción de la finca	Fuente de productos propios	Valor agregado y mejor margen
Dueño	Responsable del negocio	Sostenibilidad e ingresos

Ayudante	Apoyo operativo	Empleo e ingreso económico

Este mapa muestra que Tienda Camacho no es un negocio aislado, sino una unidad comercial conectada con la comunidad, la carretera, la producción local y la dinámica económica del sector.

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Tienda Camacho es una propuesta de negocio pertinente y útil para la Inspección Venturosa y para quienes transitan por la vía Villavicencio – Puerto Carreño. Su mayor fortaleza está en combinar cercanía, productos fríos, bienes básicos, conectividad y oferta de productos generados en la finca, lo que le da una identidad práctica y diferenciada.

Desde el punto de vista comercial, el proyecto tiene una oportunidad clara por su ubicación estratégica y por la distancia frente a otros comercios cercanos. Desde el punto de vista social, resuelve necesidades reales de la comunidad y de los viajeros. Y desde lo financiero, aunque inicia con un presupuesto reducido, puede ser viable si se administra con cuidado, se priorizan los productos de mayor salida y se fortalece el negocio por etapas.

En conclusión, Tienda Camacho puede consolidarse como un punto de servicio importante en el sector, siempre que mantenga buena atención, orden administrativo, control del surtido y un crecimiento gradual acorde con su capacidad real.

Para efectos del proceso desarrollado por medio de la asistencia técnica, se considera el plan de negocios aprobado y viabilizado, para lo cual el emprendedor y la orientadora de asistencia técnica podrán suscribir el documento.

Eloisa Camacho R.

Eloisa Camacho Rodriguez
Emprendedora

Yishleni Johana Morales Beltran
Orientadora de emprendimiento

ASOSUPRO	**REGISTRO FOTOGRÁFICO** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

NOMBRE DEL PROYECTO	**IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES QUE CONTRIBUYAN AL EMPRENDIMIENTO Y AUMENTO DE CAPACIDADES LOGÍSTICAS DE LOS PEQUEÑOS TENDEROS EN LA ZONA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE VICHADA**
ACTIVIDAD	REALIZAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LAS UNIDADES PRODUCTIVAS POPULARES EN LAS ZONAS RURALES.
DESCRIPCIÓN	ENTREGA DE LA GUIA METODOLÓGICA PARA LA ESTRUCTURACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO Y SU DESARROLLO.
BENEFICIARIO	Eloisa Camacho Rodriguez
TIENDA	Tienda Camacho
FECHA	7/01/2026



ASOSUPRO	ACTA DE ENTREGA MANUAL METODOLÓGICO Convenio de Asociación No. 005 de 2025: "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

Fecha: 19-1-2026

Por medio de la presente acta se deja constancia que la señora **JEISA YAROSLAY CISNEROS CEBALLOS**, identificada con cédula de ciudadanía No. 1.127.389.427, expedida en Puerto Carreño (Vichada), en calidad de representante legal de la Fundación de Servicios Integrales y Sociales de Colombia, en el marco de la ejecución del Convenio No. 005 de 2025 suscrito con la Asociación de Productores Agropecuarios y de Servicios Comunitarios del Vichada – ASOSUPRO, hace entrega del siguiente material pedagógico, el cual corresponde específicamente al componente de fortalecimiento de las capacidades técnicas y empresariales:

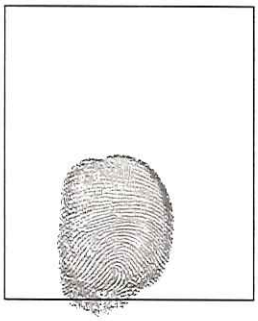
MATERIAL PEDAGÓGICO ENTREGADO			
Item	**Concepto**	**Unidad**	**Cantidad**
1	Manual metodológico para la estructuración de planes de negocio. Diseño, diagramación e impresión en formato físico.	Unidad	1

ENTREGA:

JEISA YAROSLAY CISNEROS CEBALLOS
R/L FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA
CONTRATISTA

RECIBE:

Huella



Firma: Gloisa camacho R.
Nombres: Gloisa camacho R.
CC: 40418283

OBSERVACIONES:

Dayana Yarisa Duran Agudelo

ASOSUPRO	**REGISTRO FOTOGRÁFICO** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

NOMBRE DEL PROYECTO	**IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES QUE CONTRIBUYAN AL EMPRENDIMIENTO Y AUMENTO DE CAPACIDADES LOGÍSTICAS DE LOS PEQUEÑOS TENDEROS EN LA ZONA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE VICHADA**
ACTIVIDAD	REALIZAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LAS UNIDADES PRODUCTIVAS POPULARES EN LAS ZONAS RURALES.
DESCRIPCIÓN	DESARROLLAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LA ESTRUCTURACIÓN Y VIABILIDAD DE PLANES DE NEGOCIO ENFOCADOS A LA ECONOMÍA POPULAR O TIENDAS RURALES DEL DEPARTAMENTO.
BENEFICIARIO	Dayana Yarisa Duran Agudelo
TIENDA	Tienda El reten.
FECHA	3/01/2026



ASOSUPRO	**ACTA DE COMPROMISO Y SOSTENIBILIDAD** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

En el desarrollo del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, suscrito entre la **FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA** y **ASOSUPRO**, y como parte del proceso de fortalecimiento de capacidades logísticas y de emprendimiento de pequeños tenderos rurales, se firma la presente acta de compromiso de sostenibilidad.

Yo, Dayana Yarisa Duran identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1-127-390.658 manifiesto mi compromiso de:

- Garantizar la sostenibilidad del negocio o unidad productiva apoyada por el proyecto.
- Dar continuidad a las prácticas administrativas, comerciales y contables adquiridas durante el proceso de formación.
- Realizar mantenimiento preventivo y correctivo a los equipos entregados.
- Implementar estrategias de comercialización y fortalecimiento de marca que permitan la permanencia del negocio.
- Reportar oportunamente cualquier situación que afecte el desarrollo o permanencia del proyecto.

Declaro, además, que he sido informado(a) sobre la importancia de la sostenibilidad del emprendimiento como eje fundamental para el éxito del proyecto.

RECIBE:

Firma: Dayana Duran
Nombres: Dayana Duran
CC: 1127390658

OBSERVACIONES:

ASOSUPRO	**ACTA DE CORRESPONSABILIDAD Y COMPROMISO DE PARTICIPACIÓN** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 , "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

En el marco del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, suscrito entre la **FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA** y la Asociación de Municipios ASOSUPRO, cuyo objeto es la "implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada", se suscribe la presente acta de corresponsabilidad y compromiso de participación.

Yo, Dayana Yarisa Duran identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.121.390.658, manifiesto voluntariamente mi interés y compromiso de participación activa en las actividades y procesos contemplados en el proyecto. Me comprometo a:

- Participar en los talleres, capacitaciones, asistencias técnicas y demás actividades programadas.
- Hacer uso adecuado de los activos, equipos y materiales entregados en el marco del proyecto.
- Brindar acceso a la información y colaboración necesaria al equipo técnico.
- Aportar al cumplimiento de los objetivos del proyecto en mi territorio.

En constancia se firma en Puerto Carreño a los 3 días del mes de enero del año 2026.

RECIBE:

Firma: Dayana Duran

Nombres: Dayana Duran

CC: 1127390658

OBSERVACIONES:

ASOSUPRO

FORMATO DE REGISTRO DE VISITA DE ASISTENCIA TÉCNICA
(FORMULACIÓN PLANES DE NEGOCIO)

Convenio de Asociación No. 005 de 2025: "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."

fundacion servicios integrales y sociales

INFORMACIÓN GENERAL DE LA VISITA

Fecha de visita:		DIA 3	MES 1	AÑO 2026	
Beneficiario	Dayana Yarisa Duran Agudelo.				
Cédula	1.127.390.658			Sexo: ☑ Mujer ☐ Hombre	
Departamento:	Vichada		Municipio: Puerto Carreño.		
Vereda / Inspección:	Via casuarito.				
Dirección:	Vereda Paso Ganado	Teléfono de Contacto:			

VALIDACIÓN DE CONDICIONES GENERALES DEL NEGOCIO

Ítem Verificado	Cumple	Observaciones / Comentarios
El beneficiario cuenta con local físico adecuado	☑ Sí ☐ No	
Se observa funcionamiento del negocio	☑ Sí ☐ No	
Hay presencia de productos o servicios en oferta	☑ Sí ☐ No	
El beneficiario reconoce los componentes de su plan de negocio	☑ Sí ☐ No	
Se encuentra ubicado en zona rural conforme al proyecto	☑ Sí ☐ No	

COMPONENTES ESTRATÉGICOS ANALIZADOS

Tema	¿Se abordó?	Observaciones / Comentarios
Revisión de condiciones actuales del negocio	☑ Sí / ☐ No	
Propuesta de valor y tipo de clientes	☑ Sí / ☐ No	
Productos ofrecidos y rotación	☑ Sí / ☐ No	
Registro de ingresos, egresos e inventario	☑ Sí / ☐ No	
Necesidades para el plan de negocio	☑ Sí / ☐ No	
Condiciones de infraestructura y equipos	☑ Sí / ☐ No	
Estrategias de comercialización	☑ Sí / ☐ No	
Otros: Costos.	☑ Sí / ☐ No	

DIAGNÓSTICO DEL NEGOCIO

Fortalezas actuales del negocio: 24 horas Ubicacion

Retos que enfrenta: Invierno Falta de estructura costos.

Documentos que posee:
- ☐ RUT
- ☐ Cámara de Comercio
- ☐ Certificado de uso de suelos

¿Desea apoyo para formalizar su tienda?
- ☑ Sí
- ☐ No

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE VERIFICACIÓN

El beneficiario conoce la destinación del apoyo recibido	☑ Sí ☐ No
El beneficiario manifiesta interés en mejorar su unidad productiva	☑ Sí ☐ No
Se encuentra al día con compromisos anteriores	☑ Sí ☐ No

COMPROMISOS DE LA VISITA

Acciones acordadas en la visita: Revisar estructura costos

Compromisos del beneficiario: Organizar clientes

Observaciones:

Firma:

Dayana Duran

Beneficiario: Dayana Duran

Cédula: 1127390658

Firma:

Profesional: Yisheni Morales

Cédula: 1.121.898.670

Este formato hace parte del proceso de estructuración técnica de los planes de negocio y constituye evidencia del acompañamiento brindado en el marco del Convenio No. 005 de 2025.

ASOSUPRO	**DECLARACIÓN JURAMENTADA** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

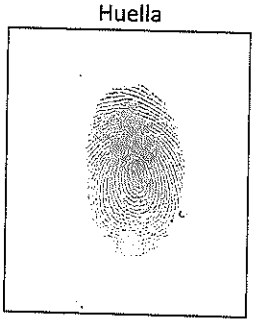
Yo, Dayana Yarisa Duran, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.127390658 residente del municipio de Puerto Carreño, en calidad de beneficiario(a) del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, declaro bajo la gravedad del juramento que:

1. He recibido el apoyo establecido en el marco del proyecto, en cumplimiento del objeto del convenio.
2. Los elementos entregados se encuentran en buen estado y completos.
3. Me comprometo a darles el uso adecuado, exclusivamente en el marco de las actividades productivas asociadas a mi unidad de negocio como pequeño tendero.
4. Conozco que los bienes entregados no podrán ser vendidos, alquilados ni cedidos a terceros, y que su uso indebido puede acarrear sanciones legales.
5. Me comprometo a permitir las visitas de seguimiento, monitoreo y control por parte de las entidades responsables.

Para constancia, se firma la presente declaración en Puerto Carreño a los 3 días del mes de enéro del año 2026.

RECIBE:

Huella



Firma: Dayana Duran

Nombres: Dayana Duran

CC: 1127390658

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

TIENDA EL RETÉN

Proyecto: "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en las zonas rurales del departamento de Vichada".

Emprendedora: Dayana Yarisa Duran Agudelo

EMPRENDEDOR

Nombre del negocio: Tienda El Retén
Ubicación: Vía Casuarito – Puerto Carreño, vereda Paso Ganado, municipio de Puerto Carreño, departamento de Vichada, Colombia.

GOBERNACIÓN DE VICHADA SGR ASOSUPRO fundacion servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

La creación de Tienda El Retén responde a una necesidad real de la comunidad de la vereda Paso Ganado y de las personas que transitan por la vía Casuarito – Puerto Carreño. En este tipo de corredores viales rurales, las distancias entre un punto comercial y otro suelen ser amplias, lo que dificulta el acceso rápido a productos básicos, bebidas frías y servicios complementarios. Cuando un establecimiento se encuentra lejos, los vecinos y transeúntes deben invertir más tiempo, dinero y esfuerzo para conseguir bienes de primera necesidad o resolver una necesidad inmediata.

El problema identificado no se limita únicamente a la falta de un sitio cercano para comprar mercado o bebidas. También existe la necesidad de contar con un punto de apoyo en la vía que pueda servir como lugar de referencia para quienes se desplazan por el sector, especialmente transportadores, turistas, instituciones y habitantes de la vereda. En zonas como esta, una tienda bien ubicada puede cumplir una función importante en la vida diaria, al facilitar el acceso a productos refrigerados, hielo, conectividad y algunos bienes de consumo frecuente.

Además, el negocio busca atender una necesidad concreta: ofrecer productos de calidad y en buenas condiciones, especialmente bebidas frías y otros artículos de consumo inmediato. En territorios cálidos como Vichada, la disponibilidad de bebidas refrigeradas y hielo adquiere un valor adicional para quienes recorren largas distancias o desarrollan actividades en exteriores. Por ello, Tienda El Retén se plantea como una respuesta práctica para acortar distancias, facilitar el abastecimiento local y brindar soluciones rápidas ante situaciones que se presenten en la vía o en el sector.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales del negocio serán diversos, lo que representa una fortaleza importante porque amplía el mercado potencial y reduce la dependencia de un solo grupo comprador. En primer lugar, está la comunidad de la vereda, conformada por familias, residentes permanentes y vecinos cercanos que requieren mercado, bebidas, hielo y algunos productos básicos para su vida diaria. Este grupo puede convertirse en la base más estable del negocio, ya que su necesidad de compra es continua y cercana.

En segundo lugar, se encuentran los transportadores, quienes constituyen un segmento estratégico debido a que recorren la vía Casuarito – Puerto Carreño y demandan con frecuencia bebidas frías, hielo, alimentos ligeros, productos de consumo rápido y, en ocasiones, acceso a conectividad. Este tipo de cliente suele valorar mucho la rapidez en la atención, la disponibilidad de productos y la ubicación del punto de venta.

Otro grupo importante son las instituciones, que pueden requerir compras puntuales, abastecimiento eventual o apoyo logístico en actividades desarrolladas en el territorio. Aunque no necesariamente generen ventas diarias, sí pueden convertirse en clientes relevantes en determinados momentos por el volumen o la formalidad de sus compras.

También se identifican como clientes los turistas y visitantes, quienes pueden requerir bebidas frías, hielo, mercado básico o conexión a internet durante su paso por la zona. Para este segmento, el atractivo principal está en la facilidad de acceso, la buena atención y la utilidad del establecimiento en medio del recorrido.

Tabla 1. Segmentos de clientes de Tienda El Retén

Tipo de cliente	Características	Necesidades principales
Comunidad de la vereda	Habitantes y familias del sector	Mercado, bebidas, hielo, productos básicos
Transportadores	Personas de paso frecuente por la vía	Bebidas frías, hielo, conectividad, compras rápidas
Instituciones	Entidades con presencia o actividades en la zona	Abastecimiento puntual, apoyo logístico
Turistas y visitantes	Personas de tránsito ocasional	Refrescos, hielo, conectividad, mercado básico

3. COMPETENCIA

La competencia identificada para Tienda El Retén está representada por otros comercios cercanos ubicados aproximadamente a 20 kilómetros, entre ellos el negocio de Omaira Camacho, enfocado en mercado y bebidas, y el de Lady Córdoba, que ofrece mercado, bebidas y servicios turísticos. Esta información permite concluir que en el sector ya existe actividad comercial, lo cual confirma que hay demanda real por estos productos y servicios.

Sin embargo, también se observa que la distancia entre esos negocios y la ubicación propuesta para Tienda El Retén es un factor favorable. En un territorio rural, recorrer 20 kilómetros para conseguir productos básicos o bebidas frías puede representar una dificultad importante. Por tanto, la proximidad del nuevo negocio frente a la comunidad y a quienes transitan por la vía se convierte en una ventaja competitiva clara.

Además, Tienda El Retén no solo competirá por precio, sino por ubicación estratégica, calidad del servicio y conectividad. Estos elementos son fundamentales en mercados pequeños, donde la confianza, la cercanía y la rapidez en la atención pueden tener tanto peso como el costo de los productos. El hecho de contar con servicio de conectividad le da además un valor agregado que no siempre está presente en negocios similares.

La competencia existente debe asumirse como un referente para mejorar y no como una barrera insuperable. Un buen surtido, atención amable, productos bien conservados y capacidad de responder

a necesidades inmediatas pueden permitir que Tienda El Retén se posicione como un punto útil y preferido en el sector.

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en crear y poner en funcionamiento Tienda El Retén, un establecimiento ubicado en la vía Casuarito – Puerto Carreño, en la vereda Paso Ganado, dedicado a la comercialización de productos de consumo como mercado, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, hielo, derivados de marañón y servicios de conectividad. La propuesta nace con el propósito de acercar bienes y servicios a una zona donde el acceso comercial puede ser limitado por la distancia y por la dispersión de la oferta.

El negocio se proyecta como una tienda de atención directa en sitio, con una estructura sencilla pero funcional, que permita responder a las necesidades más frecuentes de la comunidad y de los viajeros. Su valor principal está en reunir en un solo punto varios productos útiles para la vida diaria y para el tránsito por carretera, lo que facilita la compra y mejora la comodidad del cliente.

Dentro de la idea general se mencionan también los derivados de marañón, que pueden representar una línea complementaria interesante por su relación con productos regionales o de valor agregado. Aunque no se presentan como la línea principal del negocio, su inclusión puede fortalecer la identidad local del emprendimiento y abrir posibilidades de diferenciación frente a otros comercios.

En términos generales, la idea de negocio es viable porque parte de una necesidad concreta, se ubica en un punto estratégico y combina bienes de alta demanda con un servicio adicional de conectividad, lo cual mejora sus posibilidades de permanencia y crecimiento.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

Tienda El Retén ofrecerá productos y servicios enfocados en satisfacer necesidades inmediatas y frecuentes. En primer lugar, comercializará bebidas alcohólicas, dirigidas exclusivamente a clientes adultos y manejadas bajo criterios de responsabilidad y cumplimiento de la normatividad correspondiente. Estas bebidas pueden representar una línea de venta importante, especialmente para consumidores ocasionales o personas que realizan compras de paso.

En segundo lugar, se venderán bebidas no alcohólicas, como agua, gaseosas, jugos, refrescos y otras opciones de alta rotación. Este grupo de productos será especialmente relevante por las condiciones climáticas del territorio, donde los consumidores suelen buscar hidratación y bebidas frías durante gran parte del día.

En tercer lugar, el negocio ofrecerá mercado, entendido como productos básicos para el hogar y artículos de consumo frecuente. Esta línea será una de las más estables, porque atiende necesidades permanentes de la comunidad de la vereda y de los habitantes cercanos.

También se ofrecerá hielo, producto de especial utilidad para la comunidad, los viajeros, los transportadores y quienes requieren conservación temporal de bebidas o alimentos. En este tipo de

entornos, el hielo no es un producto menor, sino una necesidad importante que puede generar ventas constantes.

Como complemento, se prestará servicio de conectividad, apoyado en internet satelital y computador, para brindar acceso básico a comunicación, consultas y otras necesidades digitales. Adicionalmente, a partir de la idea general suministrada, se contempla la posibilidad de incorporar derivados de marañón como una línea de valor agregado o producto regional.

Tabla 2. Portafolio del negocio

Producto o servicio	Descripción	Utilidad principal
Bebidas alcohólicas	Cervezas y licores para adultos	Consumo ocasional
Bebidas no alcohólicas	Agua, gaseosas, jugos, refrescos	Hidratación y consumo frecuente
Mercado	Productos básicos para el hogar	Abastecimiento diario
Hielo	Bolsas o porciones para conservación	Apoyo al consumo y la movilidad
Conectividad	Servicio básico de internet	Comunicación y consultas
Derivados de marañón	Línea complementaria de valor agregado	Diferenciación e identidad local

6. PROCESOS TÉCNICOS

Para garantizar el buen funcionamiento de Tienda El Retén, será necesario organizar varios procesos técnicos básicos. El primero es el abastecimiento, mediante el cual se compran los productos que se van a ofrecer al público. Este proceso debe hacerse con planeación, teniendo en cuenta cuáles son los artículos de mayor rotación, la frecuencia de reposición y la disponibilidad de recursos. En una zona rural, la compra eficiente de mercancía es muy importante porque los costos de transporte y el tiempo de desplazamiento pueden influir directamente en la rentabilidad.

El segundo proceso es el de almacenamiento y conservación. Los productos de mercado deben organizarse adecuadamente en estanterías, clasificados por tipo y rotación, procurando que se mantengan limpios y en buen estado. Las bebidas y el hielo requieren congeladores y una fuente de energía estable, por lo cual el parque solar será un recurso fundamental para sostener la cadena de refrigeración y garantizar calidad.

El tercer proceso es la atención al cliente, que se realizará de manera directa en sitio. Este incluye recibir al cliente, orientarlo, ofrecer los productos disponibles, prestar el servicio de conectividad

cuando se requiera, realizar el cobro y entregar el producto en condiciones adecuadas. En este tipo de negocio, la atención rápida, cordial y respetuosa influye mucho en la recompra.

También será necesario implementar un proceso de control administrativo básico, que incluya registro de ventas, inventario, gastos y compras. Aunque sea un negocio pequeño, llevar un control ordenado permitirá tomar decisiones más acertadas, evitar pérdidas y saber con claridad qué productos dejan mejores resultados.

7. REQUISITOS LEGALES

Para el adecuado funcionamiento de Tienda El Retén, será necesario avanzar en un proceso de formalización básica del negocio. Esto implica definir la actividad comercial, contar con la identificación tributaria correspondiente y cumplir con los soportes de venta que apliquen según la naturaleza y tamaño del emprendimiento. La formalización es importante no solo por el cumplimiento normativo, sino porque ayuda a que el negocio crezca con mayor orden y respaldo.

De manera expresa, se debe dejar constancia de que se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica. Este acompañamiento resulta valioso porque permite orientar al emprendedor sobre los pasos necesarios para iniciar su actividad económica de forma más organizada y segura.

Asimismo, será necesario revisar aspectos básicos relacionados con las condiciones de funcionamiento del establecimiento, especialmente en lo referente a la conservación de bebidas, almacenamiento de productos y cumplimiento de normas sobre la venta de bebidas alcohólicas. Aunque se trata de una tienda pequeña, estos aspectos son relevantes para dar confianza al cliente y sostener la operación de manera adecuada.

En síntesis, los requisitos legales no deben verse como una dificultad, sino como una base para darle legitimidad, estabilidad y proyección al negocio.

Tabla 3. Requisitos legales básicos

Requisito	Finalidad
Formalización empresarial	Organizar legalmente la actividad comercial
Registro Único Tributario (RUT)	Identificación tributaria
Facturación o soporte de venta	Respaldo comercial y control de ingresos
Revisión de normas sobre venta de alcohol	Operación responsable
Condiciones mínimas del establecimiento	Funcionamiento ordenado y adecuado

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización de Tienda El Retén será la atención directa en sitio, lo cual es coherente con la ubicación del negocio y con el perfil de sus clientes. La comunidad, los transportadores, las instituciones y los turistas podrán acercarse directamente al punto de venta para realizar sus compras o usar el servicio de conectividad.

Un segundo canal importante será el voz a voz, que en comunidades rurales y sectores de paso tiene un impacto muy alto. Cuando un negocio ofrece buena atención, productos frescos y soluciones útiles, los mismos clientes lo recomiendan a otros vecinos o viajeros. Esta forma de promoción puede convertirse en una herramienta comercial muy efectiva y de bajo costo.

De manera complementaria, el negocio puede utilizar la comunicación por celular o mensajería para informar sobre disponibilidad de productos, recibir pedidos sencillos o atender consultas de clientes frecuentes. Aunque la operación principal será presencial, este medio puede fortalecer la relación con la comunidad y facilitar algunas ventas.

También será importante el uso de un aviso visible y una presentación organizada del local, ya que muchos clientes pueden ser personas de paso que toman la decisión de detenerse según lo que observan desde la vía. Una buena imagen del establecimiento ayuda a atraer compradores y a proyectar confianza.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

Según la información suministrada, las ventas estimadas del negocio son de $650.000 por semana, lo que equivale aproximadamente a $2.600.000 mensuales y $31.200.000 anuales, si se mantiene un comportamiento estable. Esta proyección muestra un negocio pequeño, pero con potencial de sostenimiento si se administra con orden, se priorizan productos de alta rotación y se aprovecha la ubicación sobre la vía.

Para fortalecer el análisis financiero, se plantea una proyección anual moderada, suponiendo que el negocio irá mejorando su reconocimiento dentro del sector y que la clientela crecerá de manera gradual, especialmente entre los habitantes de la vereda y los transportadores.

Tabla 4. Proyección mensual de ventas – Año 1

Mes	Ventas estimadas
Enero	$2.500.000
Febrero	$2.500.000
Marzo	$2.550.000
Abril	$2.550.000
Mayo	$2.600.000

Junio	$2.600.000
Julio	$2.650.000
Agosto	$2.650.000
Septiembre	$2.700.000
Octubre	$2.700.000
Noviembre	$2.800.000
Diciembre	$2.900.000

Total estimado año 1: $31.700.000

El precio promedio de $90.000 puede interpretarse como una referencia para compras agrupadas o tickets medios de ciertos clientes, aunque en la práctica habrá ventas de menor y mayor valor según el tipo de producto adquirido. Lo importante es que el negocio tenga una mezcla adecuada de ventas pequeñas frecuentes y algunas ventas de mayor cuantía.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos del negocio se dividen entre la inversión inicial y los gastos de funcionamiento mensual. La inversión inicial comprende parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas y surtido. Estos son los elementos básicos para poder abrir el negocio y sostener una operación mínima adecuada.

Por su parte, los gastos mensuales estarán relacionados con la reposición de mercancía, pago o apoyo al ayudante, costo del internet, transporte de abastecimiento, mantenimiento básico de equipos y pequeños imprevistos. En un negocio de estas características, la clave está en administrar cuidadosamente el capital, evitando compras innecesarias y concentrándose en productos de mayor salida.

Tabla 5. Gastos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado mensual
Reposición de surtido	$1.100.000
Apoyo al ayudante	$450.000
Internet satelital	$180.000
Transporte y abastecimiento	$150.000
Mantenimiento y aseo	$90.000

Imprevistos	$80.000

Total gastos mensuales estimados: $2.050.000

Con esta estructura, el negocio puede ser sostenible si mantiene ventas iguales o superiores al promedio proyectado y si se controla adecuadamente la pérdida de inventario. El hielo y las bebidas frías pueden convertirse en líneas importantes para mejorar el flujo de caja, por su rotación frecuente.

11. TALENTO HUMANO

El negocio requerirá inicialmente de dos personas: el dueño y un ayudante. Esta estructura es adecuada para una fase de arranque, ya que permite atender el local, organizar el surtido y mantener el servicio sin elevar demasiado los costos fijos.

El dueño será el responsable principal de la administración del negocio, la compra de mercancía, el manejo del dinero, el control del inventario y la toma de decisiones. Su participación directa será determinante para el éxito del proyecto, pues en los negocios pequeños la presencia activa del propietario suele marcar la diferencia en el orden y en la rentabilidad.

El ayudante apoyará en la atención al cliente, la organización de estanterías, la limpieza, la revisión de bebidas y la reposición del surtido. También puede colaborar en el manejo del servicio de conectividad y en el orden general del establecimiento. Su rol es importante para que la atención sea más ágil, especialmente en momentos de mayor flujo.

Además de la cantidad de personas, será esencial que el equipo humano se caracterice por su responsabilidad, honestidad, puntualidad y buena actitud de servicio. La confianza del cliente será uno de los principales activos del negocio.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Para poner en marcha Tienda El Retén se necesitan recursos físicos, operativos y organizativos. Entre los recursos materiales principales se encuentran el parque solar, el internet satelital, los congeladores, el computador, las estanterías, las mesas, las sillas y el surtido inicial. Estos elementos constituyen la base del funcionamiento del negocio y son indispensables para prestar adecuadamente los servicios propuestos.

También será necesario contar con una organización básica del espacio, de manera que los productos estén visibles, ordenados y bien conservados. Las bebidas y el hielo deberán mantenerse en condiciones apropiadas, mientras que los productos de mercado deberán ubicarse de forma que faciliten el acceso del cliente y el control del inventario.

En el componente operativo, el negocio requiere horarios de atención definidos, control diario de ventas y gastos, reposición planificada del surtido y seguimiento constante a los productos de mayor demanda. Igualmente, será importante disponer de un pequeño fondo para imprevistos, ya que en

zonas rurales pueden presentarse contingencias relacionadas con transporte, energía o disponibilidad de mercancía.

Por último, el mayor requerimiento del negocio será una administración cuidadosa del presupuesto inicial, procurando que cada gasto responda a una necesidad real y contribuya al sostenimiento del proyecto.

13. VALOR DEL PROYECTO

La información base indica que el presupuesto inicial disponible o estimado para comenzar es de cinco millones quinientos mil pesos ($5.500.000). Esta cifra permite iniciar el negocio en una fase básica, siempre que la inversión se distribuya con criterio y se prioricen los elementos esenciales para abrir y operar.

Tabla 6. Valor estimado del proyecto

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$1.300.000
Internet satelital e instalación	$700.000
Congelador básico	$1.100.000
Computador básico o usado	$800.000
Estanterías	$450.000
Mesas y sillas	$350.000
Surtido inicial	$700.000
Adecuaciones e imprevistos	$100.000

Valor total estimado del proyecto: $5.500.000

Este valor corresponde a una fase inicial austera, pero funcional. A futuro, si el negocio crece, podría requerirse inversión adicional para ampliar el surtido, mejorar equipos o fortalecer el servicio de conectividad. Sin embargo, para comenzar, esta base presupuestal es coherente con el tamaño del proyecto planteado.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo de Tienda El Retén estará orientado a garantizar atención continua, productos disponibles y control básico del negocio. Cada jornada deberá iniciar con limpieza del establecimiento, organización del surtido, revisión de congeladores y verificación del servicio de internet. Este orden diario permitirá proyectar una buena imagen y ofrecer un servicio más eficiente.

Durante el día, la operación se centrará en la atención directa al cliente, venta de bebidas, mercado, hielo y apoyo en el servicio de conectividad. Será importante registrar lo vendido, identificar los productos más solicitados y observar qué necesidades adicionales manifiestan los clientes. Esa información permitirá ajustar el surtido de manera más inteligente.

De manera semanal, el dueño deberá revisar inventario, programar la reposición de mercancía y comparar los ingresos obtenidos frente a los gastos realizados. Este ejercicio es fundamental para mantener control del capital y corregir posibles errores de manejo desde etapas tempranas.

Tabla 7. Organización operativa básica

Actividad	Frecuencia	Responsable
Limpieza y apertura	Diario	Dueño / ayudante
Revisión de congeladores e internet	Diario	Dueño
Atención al cliente	Diario	Dueño / ayudante
Organización del surtido	Diario	Ayudante
Registro de ventas	Diario	Dueño
Revisión de inventario	Semanal	Dueño
Reposición de mercancía	Semanal	Dueño
Evaluación de ingresos y gastos	Semanal	Dueño

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de Tienda El Retén es positivo tanto en el plano social como en el económico. En el aspecto social, el negocio permitirá que la comunidad de la vereda Paso Ganado tenga acceso más cercano a bienes y servicios que actualmente resultan de difícil consecución. Esto mejora la calidad de vida, reduce desplazamientos y facilita la atención de necesidades cotidianas.

En el aspecto económico, el proyecto generará una fuente de ingresos para el propietario y una oportunidad de apoyo laboral para otra persona. Aunque se trata de un emprendimiento pequeño, puede dinamizar el comercio local y fortalecer una economía de cercanía que beneficia tanto a la comunidad como a quienes transitan por la vía.

El alcance del negocio será principalmente local, enfocado en la vereda, la vía y sus alrededores. Sin embargo, por su ubicación estratégica, también podrá atender a turistas, transportadores e instituciones, lo que amplía su cobertura real. A mediano plazo, si se consolida, el negocio podría incorporar más productos o servicios y aumentar su capacidad de atención.

En conclusión, el proyecto tiene un impacto valioso porque brinda bienes y servicios que son de difícil acceso para la comunidad y cumple una función práctica dentro del territorio.

16. MAPA DE ACTORES

El funcionamiento de Tienda El Retén se relaciona con varios actores del entorno. En primer lugar, la comunidad de la vereda es el actor principal, ya que será la beneficiaria directa y la base del mercado. Su aceptación y fidelidad serán determinantes para la sostenibilidad del negocio.

En segundo lugar, aparecen los transportadores, quienes por su tránsito frecuente pueden generar ventas constantes, especialmente en bebidas, hielo y servicios de conectividad. También son relevantes las instituciones, que pueden actuar como clientes ocasionales o aliados indirectos dentro del territorio.

Los turistas y visitantes son igualmente actores importantes, pues amplían el alcance del negocio y favorecen la rotación de productos de consumo rápido. Finalmente, están los proveedores, que serán esenciales para el abastecimiento del mercado, las bebidas y demás insumos, así como el propio dueño y ayudante, que son el motor operativo del negocio.

Tabla 8. Mapa de actores

Actor	Relación con el negocio	Nivel de importancia
Comunidad de la vereda	Clientes principales y beneficiarios directos	Muy alta
Transportadores	Clientes de paso frecuente	Alta
Instituciones	Compradores ocasionales o aliados	Media
Turistas y visitantes	Clientes ocasionales	Media
Proveedores	Abastecimiento de mercancía y equipos	Muy alta
Dueño y ayudante	Operación y sostenimiento del negocio	Muy alta

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

El plan de negocios de Tienda El Retén muestra que se trata de una iniciativa pertinente, útil y con posibilidades reales de sostenimiento en la vía Casuarito – Puerto Carreño, específicamente en la vereda Paso Ganado. Su principal fortaleza radica en acercar a la comunidad y a los viajeros productos de primera necesidad, bebidas frías, hielo y conectividad, todo desde un punto estratégicamente ubicado y con vocación de servicio.

Aunque el proyecto inicia con una inversión moderada, su viabilidad depende más de la buena administración, del control del inventario y de la capacidad para mantener productos de alta rotación

que de una infraestructura compleja. La cercanía con la comunidad, la atención respetuosa y la utilidad del negocio frente a problemas cotidianos del sector son elementos que le otorgan valor y sentido.

Desde el punto de vista social, el negocio mejora el acceso a bienes y servicios de difícil consecución. Desde el punto de vista económico, representa una alternativa de ingreso y un pequeño motor de comercio local. En conjunto, Tienda El Retén es un emprendimiento con sentido territorial, alcance práctico y potencial de crecimiento gradual.

Para efectos del proceso desarrollado por medio de la asistencia técnica, se considera el plan de negocios aprobado y viabilizado, para lo cual el emprendedor y la orientadora de asistencia técnica podrán suscribir el documento.

Dayana Duran

Dayana Yarisa Duran Agudelo
Emprendedora

Yishleni Johana Morales Beltran
Orientadora de emprendimiento

ASOSUPRO	**REGISTRO FOTOGRÁFICO** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

NOMBRE DEL PROYECTO	**IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES QUE CONTRIBUYAN AL EMPRENDIMIENTO Y AUMENTO DE CAPACIDADES LOGÍSTICAS DE LOS PEQUEÑOS TENDEROS EN LA ZONA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE VICHADA**
ACTIVIDAD	REALIZAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LAS UNIDADES PRODUCTIVAS POPULARES EN LAS ZONAS RURALES.
DESCRIPCIÓN	ENTREGA DE LA GUIA METODOLÓGICA PARA LA ESTRUCTURACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO Y SU DESARROLLO.
BENEFICIARIO	Dayana Yarisa Duran Agudelo
TIENDA	Tienda El reten.
FECHA	13/01/2026



ASOSUPRO	**ACTA DE ENTREGA MANUAL METODOLÓGICO** Convenio de Asociación No. 005 de 2025: "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

Fecha: 13-1-2026

Por medio de la presente acta se deja constancia que la señora **JEISA YAROSLAY CISNEROS CEBALLOS**, identificada con cédula de ciudadanía No. 1.127.389.427, expedida en Puerto Carreño (Vichada), en calidad de representante legal de la Fundación de Servicios Integrales y Sociales de Colombia, en el marco de la ejecución del Convenio No. 005 de 2025 suscrito con la Asociación de Productores Agropecuarios y de Servicios Comunitarios del Vichada – ASOSUPRO, hace entrega del siguiente material pedagógico, el cual corresponde específicamente al componente de fortalecimiento de las capacidades técnicas y empresariales:

MATERIAL PEDAGÓGICO ENTREGADO			
Item	**Concepto**	**Unidad**	**Cantidad**
1	Manual metodológico para la estructuración de planes de negocio. Diseño, diagramación e impresión en formato físico.	Unidad	1

ENTREGA:

JEISA YAROSLAY CISNEROS CEBALLOS
R/L FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA
CONTRATISTA

RECIBE:

Huella

Firma: Dayana Duran
Nombres: Dayana Duran
CC: 1127390688

OBSERVACIONES:

Bordelino Rodriguez Ospina

ASOSUPRO	**REGISTRO FOTOGRÁFICO** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

NOMBRE DEL PROYECTO	**IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES QUE CONTRIBUYAN AL EMPRENDIMIENTO Y AUMENTO DE CAPACIDADES LOGÍSTICAS DE LOS PEQUEÑOS TENDEROS EN LA ZONA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE VICHADA**
ACTIVIDAD	REALIZAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LAS UNIDADES PRODUCTIVAS POPULARES EN LAS ZONAS RURALES.
DESCRIPCIÓN	DESARROLLAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LA ESTRUCTURACIÓN Y VIABILIDAD DE PLANES DE NEGOCIO ENFOCADOS A LA ECONOMÍA POPULAR O TIENDAS RURALES DEL DEPARTAMENTO.
BENEFICIARIO	Bordelino Rodriguez Ospina
TIENDA	Tienda Ekonai
FECHA	12/12/2025



ASOSUPRO	**ACTA DE COMPROMISO Y SOSTENIBILIDAD** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

En el desarrollo del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, suscrito entre la **FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA** y **ASOSUPRO**, y como parte del proceso de fortalecimiento de capacidades logísticas y de emprendimiento de pequeños tenderos rurales, se firma la presente acta de compromiso de sostenibilidad.

Yo, Bordelino Rodriguez Ospina identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 6.847.780 manifiesto mi compromiso de:

- Garantizar la sostenibilidad del negocio o unidad productiva apoyada por el proyecto.
- Dar continuidad a las prácticas administrativas, comerciales y contables adquiridas durante el proceso de formación.
- Realizar mantenimiento preventivo y correctivo a los equipos entregados.
- Implementar estrategias de comercialización y fortalecimiento de marca que permitan la permanencia del negocio.
- Reportar oportunamente cualquier situación que afecte el desarrollo o permanencia del proyecto.

Declaro, además, que he sido informado(a) sobre la importancia de la sostenibilidad del emprendimiento como eje fundamental para el éxito del proyecto.

RECIBE:

Firma: Bordelino Rodrigue O.
Nombres: Bordelino Rodrigue O.
CC: 6847780.

OBSERVACIONES:

ASOSUPRO	**ACTA DE CORRESPONSABILIDAD Y COMPROMISO DE PARTICIPACIÓN** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

En el marco del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, suscrito entre la **FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA** y la Asociación de Municipios ASOSUPRO, cuyo objeto es la "implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada", se suscribe la presente acta de corresponsabilidad y compromiso de participación.

Yo, Bordelino Rodriguez Ospina identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 6.847780., manifiesto voluntariamente mi interés y compromiso de participación activa en las actividades y procesos contemplados en el proyecto. Me comprometo a:

- Participar en los talleres, capacitaciones, asistencias técnicas y demás actividades programadas.
- Hacer uso adecuado de los activos, equipos y materiales entregados en el marco del proyecto.
- Brindar acceso a la información y colaboración necesaria al equipo técnico.
- Aportar al cumplimiento de los objetivos del proyecto en mi territorio.

En constancia se firma en Puerto Carreño a los 12 días del mes de diciembre del año 2025.

RECIBE:

Firma: Bordelino Rodriguez Ospina

Nombres: Bordelino Rodriguez O.

CC: 6847780.

OBSERVACIONES:

ASOSUPRO

FORMATO DE REGISTRO DE VISITA DE ASISTENCIA TÉCNICA
(FORMULACIÓN PLANES DE NEGOCIO)

Convenio de Asociación No. 005 de 2025: "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."

fundacion servicios integrales y sociales

INFORMACIÓN GENERAL DE LA VISITA

Fecha de visita:	DIA 12	MES 12	AÑO 2025
Beneficiario	Bordelino Rodriguez Ospina		
Cédula	G.847.780	Sexo: ☐Mujer ☑Hombre	
Departamento:	Vichada	Municipio: Puerto Carreño	
Vereda / Inspección:	Resguardo Bachaco		
Dirección:	Comunidad Ekonay	Teléfono de Contacto:	

VALIDACIÓN DE CONDICIONES GENERALES DEL NEGOCIO

Ítem Verificado	Cumple	Observaciones / Comentarios
El beneficiario cuenta con local físico adecuado	☑ Sí ☐ No	
Se observa funcionamiento del negocio	☑ Sí ☐ No	
Hay presencia de productos o servicios en oferta	☑ Sí ☐ No	
El beneficiario reconoce los componentes de su plan de negocio	☑ Sí ☐ No	
Se encuentra ubicado en zona rural conforme al proyecto	☑ Sí ☐ No	

COMPONENTES ESTRATÉGICOS ANALIZADOS

Tema	¿Se abordó?	Observaciones / Comentarios
Revisión de condiciones actuales del negocio	☑ Sí / ☐ No	
Propuesta de valor y tipo de clientes	☑ Sí / ☐ No	
Productos ofrecidos y rotación	☑ Sí / ☐ No	
Registro de ingresos, egresos e inventario	☑ Sí / ☐ No	
Necesidades para el plan de negocio	☑ Sí / ☐ No	
Condiciones de infraestructura y equipos	☑ Sí / ☐ No	
Estrategias de comercialización	☑ Sí / ☐ No	
Otros: _____	☐ Sí / ☐ No	

DIAGNÓSTICO DEL NEGOCIO

Fortalezas actuales del negocio: Lenguaje. Ubicacion y Variedad.

Retos que enfrenta: Logistica Personal.

Documentos que posee:
- ☐ RUT
- ☐ Cámara de Comercio
- ☐ Certificado de uso de suelos

¿Desea apoyo para formalizar su tienda?
- ☑ Sí
- ☐ No

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE VERIFICACIÓN

El beneficiario conoce la destinación del apoyo recibido	☑ Sí ☐ No
El beneficiario manifiesta interés en mejorar su unidad productiva	☑ Sí ☐ No
Se encuentra al día con compromisos anteriores	☑ Sí ☐ No

COMPROMISOS DE LA VISITA

Acciones acordadas en la visita	Plan Logistico.
Compromisos del beneficiario:	Letreros en lengua
Observaciones:	Aplicar lo aprendido

Firma: Bordelino R O.

Beneficiario: Bordelino R O.

Cédula: G.847.780

Firma:

Profesional: Yishell Morales

Cédula: 1.121.898.672

Este formato hace parte del proceso de estructuración técnica de los planes de negocio y constituye evidencia del acompañamiento brindado en el marco del Convenio No. 005 de 2025.

ASOSUPRO	**DECLARACIÓN JURAMENTADA** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

Yo, Bordelino Rodriguez Ospina, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 6.847.780 residente del municipio de Puerto Carreño, en calidad de beneficiario(a) del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, declaro bajo la gravedad del juramento que:

1. He recibido el apoyo establecido en el marco del proyecto, en cumplimiento del objeto del convenio.
2. Los elementos entregados se encuentran en buen estado y completos.
3. Me comprometo a darles el uso adecuado, exclusivamente en el marco de las actividades productivas asociadas a mi unidad de negocio como pequeño tendero.
4. Conozco que los bienes entregados no podrán ser vendidos, alquilados ni cedidos a terceros, y que su uso indebido puede acarrear sanciones legales.
5. Me comprometo a permitir las visitas de seguimiento, monitoreo y control por parte de las entidades responsables.

Para constancia, se firma la presente declaración en Puerto Carreño a los 12 días del mes de diciembre del año 2025.

RECIBE:

Huella

Firma: Bordelino Rodriguez O.
Nombres: Bordelino R O.
CC: 6847780.

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

TIENDA EKONAI

Proyecto: "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en las zonas rurales del departamento de Vichada".

Emprendedora: Bordelino Rodríguez Ospina

EMPRENDEDOR

Ubicación: Vía Casuarito – Puerto Carreño, en el Resguardo Bachaco, municipio de Puerto Carreño, departamento de Vichada, Colombia.

FEBRERO DE 2026

GOBERNACIÓN DE VICHADA SGR ASOSUPRO fundacion servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

La creación de Tienda Ekonai responde a una necesidad concreta del territorio: contar con un punto cercano y confiable para adquirir productos de consumo, alimentos refrigerados, artículos básicos para el hogar, algunos insumos de ferretería y servicios de conectividad. En sectores apartados como la vía Casuarito – Puerto Carreño y el Resguardo Bachaco, muchas familias, viajeros, transportadores y residentes deben recorrer largas distancias para conseguir productos básicos, lo que representa mayores costos, pérdida de tiempo y dificultades para resolver necesidades urgentes.

Según la información suministrada, los comercios similares se encuentran aproximadamente a 20 kilómetros, lo que evidencia una brecha real de acceso para los habitantes del sector y para quienes transitan por esta vía. Esto se vuelve más importante cuando se trata de productos perecederos o refrigerados como pollo, cerdo, huevos, bebidas frías o hielo, ya que la distancia puede afectar tanto la oportunidad de compra como la conservación de los productos.

Adicionalmente, el negocio busca convertirse en un punto de apoyo para la comunidad y para los transeúntes, no solo mediante la venta de productos, sino también a través de servicios de conectividad y disponibilidad de insumos útiles para resolver situaciones cotidianas en la vía, como materiales básicos de ferretería. Esto hace que el emprendimiento tenga un doble valor: por un lado comercial, al ofrecer productos de alta necesidad, y por otro social, al acercar bienes y servicios a una zona donde no siempre se encuentran de manera inmediata.

En ese sentido, Tienda Ekonai nace para reducir distancias, facilitar el abastecimiento, mejorar la atención a la comunidad y servir como un punto práctico de solución en un corredor vial y comunitario con necesidades concretas de acceso.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales de Tienda Ekonai son diversos, lo que constituye una ventaja para la estabilidad del negocio. El primer grupo corresponde a la comunidad del resguardo, compuesta por familias, trabajadores, jóvenes y habitantes del sector que requieren productos de mercado, bebidas, hielo, huevos, carne, conectividad y elementos básicos para el hogar. Este será el grupo de clientes más constante, ya que sus compras responden a necesidades cotidianas.

Un segundo grupo importante está conformado por los transportadores, quienes por la naturaleza de su trabajo necesitan bebidas frías, alimentos, hielo, conectividad y, en algunos casos, artículos rápidos de ferretería o insumos útiles para continuar el recorrido. Este

cliente valora especialmente la atención rápida, la facilidad de acceso y la posibilidad de encontrar varios productos en un solo lugar.

También se identifican como clientes las instituciones, que eventualmente pueden requerir compras puntuales de mercado, bebidas, huevos, hielo o conectividad para actividades específicas en la zona. Aunque su frecuencia de compra puede ser menor, sí representan oportunidades valiosas para ventas de mayor volumen.

Otro segmento lo integran los turistas y transeúntes, quienes buscan un lugar donde abastecerse, refrescarse, adquirir alimentos o resolver alguna necesidad básica durante su paso por la vía. Para este grupo, la ubicación y la calidad del servicio son factores decisivos.

De manera complementaria, y tomando en cuenta la idea general del negocio, también puede considerarse como clientela potencial a personas que requieran soluciones básicas de telefonía, como recargas, accesorios sencillos o uso de conectividad, lo cual puede fortalecer la utilidad del establecimiento. Este punto se incorpora como un supuesto razonable de ampliación comercial, coherente con la idea planteada.

Tabla 2. Segmentos de clientes de Tienda Ekonai

Tipo de cliente	Características	Necesidades principales	Frecuencia estimada
Comunidad del resguardo	Familias, jóvenes y trabajadores del sector	Mercado, bebidas, hielo, huevos, carne, conectividad	Alta
Transportadores	Personas de paso frecuente por la vía	Bebidas frías, alimentos, hielo, ferretería, internet	Media-alta
Instituciones	Entidades con actividades en la zona	Compras puntuales, apoyo logístico, conectividad	Media
Turistas y transeúntes	Visitantes ocasionales	Refrescos, alimentos, hielo, internet	Media
Usuarios de telefonía básica	Clientes eventuales	Recargas, apoyo de comunicación, conectividad	Media

3. COMPETENCIA

De acuerdo con la información entregada, la competencia de Tienda Ekonai está representada por otros comercios ubicados aproximadamente a 20 kilómetros, así como por dos referentes puntuales: Omaira Camacho, quien ofrece mercado y bebidas, y Lady Córdoba, quien comercializa mercado, bebidas y servicios turísticos. Esto demuestra que sí existe actividad comercial en el entorno, pero también deja ver que la oferta cercana no cubre completamente todas las necesidades que el nuevo negocio pretende atender.

Frente a esa competencia, Tienda Ekonai tiene una oportunidad clara de diferenciarse. Su principal fortaleza es la ubicación estratégica sobre la vía Casuarito – Puerto Carreño, en una zona donde la distancia entre establecimientos se convierte en un factor determinante para la decisión de compra. A esto se suma la oferta de productos refrigerados, hielo, conectividad, huevos, pollo, cerdo y artículos básicos de ferretería, lo que permite resolver varias necesidades en un mismo punto.

Mientras algunos competidores ofrecen mercado y bebidas, Tienda Ekonai se perfila como un negocio más integral, útil tanto para la comunidad como para el tránsito vial. Esa amplitud de portafolio puede convertirse en una ventaja competitiva importante, siempre que se mantenga buena atención, orden, surtido y adecuada conservación de los productos.

Tabla 3. Análisis básico de competencia

Negocio	Oferta principal	Fortalezas visibles	Oportunidad para Tienda Ekonai
Omaira Camacho	Mercado y bebidas	Oferta básica de consumo frecuente	Diferenciarse con hielo, cárnicos, conectividad y ferretería
Lady Córdoba	Mercado, bebidas, servicios turísticos	Posible reconocimiento por atención a visitantes	Competir con mayor variedad y enfoque de solución en vía
Otros comercios a 20 km	Oferta dispersa y no inmediata	Experiencia en la zona	Aprovechar la cercanía y el servicio integral
Tienda Ekonai	Mercado, bebidas, hielo, conectividad, cárnicos, ferretería	Ubicación estratégica y mayor diversidad	Posicionarse como punto completo de abastecimiento

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en crear un establecimiento comercial llamado Tienda Ekonai, ubicado en el Resguardo Bachaco sobre la vía Casuarito – Puerto Carreño, orientado a la venta de productos de consumo como mercado, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, hielo, pollo crudo, huevos, cerdo crudo, productos de ferretería, conectividad a internet y soluciones complementarias de telefonía.

La propuesta busca ser más que una tienda tradicional. Su enfoque es convertirse en un punto de atención útil para vecinos y transeúntes, donde una persona pueda resolver varias necesidades en un solo lugar: desde comprar alimentos o bebidas hasta adquirir materiales básicos para solucionar una novedad en la vía o acceder a internet para comunicarse.

La idea es comercialmente atractiva porque reúne productos de alta rotación con otros de necesidad específica. Por ejemplo, las bebidas, el hielo y el mercado generan flujo diario; mientras que los productos refrigerados, los huevos, los artículos de ferretería y la conectividad aportan valor agregado y amplían el perfil del cliente. Esto reduce la dependencia de una sola línea de negocio y da más opciones para sostener ingresos durante todo el mes.

Además, el negocio tiene una lógica territorial clara: surge en un lugar donde la cercanía, la disponibilidad inmediata y la utilidad práctica del establecimiento pueden ser más importantes que la publicidad masiva. Por eso, Tienda Ekonai se concibe como un negocio de atención cercana, servicio oportuno y respuesta a necesidades reales del entorno.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

El portafolio de Tienda Ekonai se compone de varias líneas de productos y servicios, pensadas para atender necesidades frecuentes y urgentes del sector. En primer lugar, se ofrecerán bebidas alcohólicas y no alcohólicas, que tienen alta demanda en zonas cálidas y en corredores viales. Las bebidas frías son un producto de compra rápida y recurrente, tanto para habitantes del sector como para transportadores y viajeros.

En segundo lugar, se comercializarán productos de mercado, que incluyen artículos básicos para el hogar y para el consumo diario. Esta línea es esencial porque genera permanencia del cliente local y ayuda a que la tienda sea vista como un punto de abastecimiento confiable.

Otra línea importante será la venta de hielo, producto muy útil para conservar alimentos, refrescar bebidas y atender necesidades inmediatas en el camino. Su presencia puede marcar una diferencia importante frente a otros establecimientos de la zona.

Asimismo, se ofrecerán productos de origen animal y de conservación, como pollo crudo, huevos y cerdo crudo, que responden a necesidades alimentarias de la comunidad y representan una línea de ventas con buena salida si se maneja correctamente la cadena de frío y la rotación del inventario.

La tienda también incluirá productos básicos de ferretería, como tubería PVC, láminas de zinc y bloques, orientados a resolver necesidades puntuales de mejoramiento, reparación o mantenimiento en viviendas o en la vía. Aunque estos productos no siempre tendrán la misma rotación que el mercado o las bebidas, sí fortalecen el carácter de la tienda como punto de solución.

Finalmente, se prestará servicio de conectividad a internet, y de manera razonable puede contemplarse la oferta de soluciones básicas de telefonía, como recargas o apoyo de comunicación, dado que la idea general del negocio también lo menciona. Esta línea agrega valor y hace que el establecimiento sea más útil para distintos públicos.

Tabla 4. Portafolio inicial de Tienda Ekonai

Línea	Descripción	Tipo de demanda
Bebidas alcohólicas	Venta ocasional y recreativa	Media
Bebidas no alcohólicas	Refrescos, agua, gaseosas, jugos	Alta
Mercado	Productos básicos del hogar	Alta
Hielo	Conservación y consumo inmediato	Media-alta
Pollo crudo	Alimento de consumo frecuente	Media
Huevos	Producto básico de canasta	Alta
Cerdo crudo	Alimento de consumo frecuente	Media
Ferretería básica	PVC, zinc, bloques	Media
Conectividad	Servicio de internet	Media, con potencial
Telefonía básica	Supuesto razonable complementario	Media

6. PROCESOS TÉCNICOS

El funcionamiento de Tienda Ekonai se desarrollará mediante atención directa en sitio, pero para que la operación sea estable es necesario organizar varios procesos técnicos. El primero es el abastecimiento, que consiste en comprar y recibir mercancía de forma periódica,

verificando cantidades, calidad y condiciones de conservación. En este punto será importante planear bien las compras para evitar desabastecimiento o acumulación innecesaria de inventario.

El segundo proceso es el almacenamiento y conservación. Las bebidas, el hielo, el pollo y el cerdo requieren refrigeración adecuada, por lo que el negocio debe contar con congeladores en buen estado. Los huevos y algunos productos de mercado deben almacenarse en condiciones limpias y seguras. Los artículos de ferretería, por su parte, deben organizarse en un espacio seco y visible que permita fácil acceso al cliente.

El tercer proceso es la atención y venta al cliente. Este será el corazón del negocio. La atención debe ser amable, rápida y organizada, especialmente porque muchos clientes pueden estar de paso y necesitar soluciones inmediatas. En esta etapa también se incluye la prestación del servicio de conectividad, que debe estar disponible de forma estable.

El cuarto proceso corresponde al control de inventario y caja. Aunque el negocio sea pequeño o mediano, debe llevar un registro básico de entradas, salidas, ventas y productos de mayor movimiento. Esto permitirá conocer qué líneas dejan mejor utilidad, cuáles se venden más y cuándo es necesario reabastecer.

Otro proceso importante será el mantenimiento de equipos y soporte energético. Dado que se contempla parque solar e internet satelital, será necesario revisar periódicamente el funcionamiento de estos sistemas para garantizar continuidad en la operación.

Tabla 5. Resumen del proceso técnico

Etapa	Actividad principal	Recurso necesario
Abastecimiento	Compra y recepción de mercancía	Proveedores y transporte
Clasificación	Organización por tipo de producto	Espacio y orden
Conservación	Refrigeración de perecederos	Congeladores y energía
Exhibición	Presentación del surtido	Estanterías y mobiliario
Atención	Venta y servicio al cliente	Personal y caja
Conectividad	Prestación del servicio de internet	Internet satelital y computador
Control	Inventario, ventas y reposición	Registros básicos

7. REQUISITOS LEGALES

Para el adecuado funcionamiento de Tienda Ekonai, es importante avanzar en un proceso de formalización que permita operar con mayor seguridad y orden. Dentro de los aspectos básicos se encuentran el registro del negocio, la definición de la actividad económica, la actualización del Registro Único Tributario (RUT), el manejo contable básico y el cumplimiento de obligaciones tributarias que correspondan según el tipo y tamaño del establecimiento.

Tal como se solicita, se deja expresa constancia de que se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica, como orientación para fortalecer el negocio y facilitar su organización administrativa.

Además, por la naturaleza de los productos ofrecidos, deberán observarse condiciones mínimas de higiene, almacenamiento y conservación de alimentos, especialmente para pollo, cerdo, huevos y bebidas. En relación con la comercialización de bebidas alcohólicas, será necesario atender las disposiciones locales o las autorizaciones que correspondan. También conviene revisar las condiciones aplicables al uso del espacio, al funcionamiento del establecimiento y a la venta de ciertos artículos de ferretería o conectividad, según corresponda.

La formalización no debe entenderse únicamente como una exigencia legal. También representa una oportunidad para darle mayor credibilidad al negocio, facilitar relaciones con proveedores, generar confianza frente a la comunidad y abrir la puerta a futuros apoyos institucionales.

Tabla 6. Aspectos legales orientadores

Tema	Gestión sugerida
Formalización	Registro o matrícula del establecimiento
Tributario	Inscripción o actualización del RUT
Facturación	Revisión de facturación electrónica según obligación
Higiene	Buen manejo de alimentos y bebidas
Funcionamiento	Verificación de requisitos locales
Organización	Registros básicos de compras, ventas e inventario

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización de Tienda Ekonai será la venta directa en el punto físico, lo cual es lógico por la ubicación estratégica del negocio y por el tipo de productos ofrecidos. La tienda funcionará como un punto de abastecimiento cercano, donde el cliente llegue, encuentre lo que necesita y sea atendido de forma inmediata.

Otro canal relevante será la promoción voz a voz, especialmente entre la comunidad del resguardo, transportadores y personas que recorren la vía. En zonas rurales y apartadas, este canal suele ser uno de los más efectivos, porque la confianza y la recomendación personal tienen mucho peso.

También puede utilizarse la comunicación por celular o mensajería para informar sobre disponibilidad de productos, hielo, huevos, conectividad o algunos materiales de ferretería. Esto puede ser útil para clientes frecuentes o instituciones que deseen confirmar antes de desplazarse.

A mediano plazo, el negocio podría contemplar pedidos puntuales o reservas de ciertos productos, pero en la etapa inicial lo más importante será consolidar el establecimiento físico, generar buen servicio y construir clientela estable.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

Con base en la información suministrada, se estima una venta semanal de $1.650.000, lo que equivale aproximadamente a $6.600.000 mensuales, tomando como referencia cuatro semanas de operación. Esta proyección es razonable para un negocio con variedad de productos, ubicado en un punto estratégico y con una clientela compuesta por comunidad, transportadores, turistas e instituciones.

Para efectos de planeación, es conveniente estimar un crecimiento moderado durante el primer año, a medida que el negocio gane reconocimiento y fidelice clientes. En los primeros meses, el comportamiento puede ser más conservador; luego, si hay buen surtido, atención constante y estabilidad en la conectividad, las ventas pueden mejorar.

Tabla 7. Proyección estimada de ventas del primer año

Periodo	Venta semanal estimada	Venta mensual estimada	Observación
Meses 1 a 3	$1.650.000	$6.600.000	Etapa de inicio
Meses 4 a 6	$1.800.000	$7.200.000	Mayor reconocimiento

Meses 7 a 9	$1.950.000	$7.800.000	Fidelización
Meses 10 a 12	$2.100.000	$8.400.000	Mayor estabilidad

Bajo este escenario, el negocio podría alcanzar ventas anuales cercanas a $90.000.000 durante el primer año. Esta cifra es estimada y orientadora, no exacta, pero permite visualizar que el proyecto puede sostenerse si mantiene operación organizada y reposición adecuada de inventario.

El valor de $120.000 señalado como precio promedio puede entenderse como una compra representativa de ciertos clientes, ya que la tienda manejará productos de distintos precios y, por tanto, el ingreso total provendrá de múltiples ventas pequeñas, medianas y algunas de mayor valor.

Tabla 8. Participación estimada por línea de ingreso

Línea de ingreso	Participación estimada
Bebidas alcohólicas y no alcohólicas	28%
Mercado	22%
Hielo	10%
Pollo, cerdo y huevos	22%
Ferretería básica	8%
Conectividad y telefonía	10%

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales del negocio están asociados a los elementos mencionados en la información base: parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas y surtido. A esto se deben sumar gastos de adecuación del espacio, compra inicial de inventario, transporte de mercancía y reserva de capital de trabajo.

Teniendo en cuenta que el presupuesto estimado para iniciar es de $15.500.000, se puede plantear una distribución básica y razonable de inversión que permita comenzar con una operación funcional.

Tabla 9. Estimación básica de inversión inicial

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$3.500.000
Internet satelital e instalación inicial	$1.500.000
Congeladores	$2.000.000
Computador	$1.200.000
Estanterías	$700.000
Mesas y sillas	$500.000
Adecuación básica del espacio	$1.000.000
Surtido inicial de mercado	$2.000.000
Bebidas, hielo y productos refrigerados	$1.500.000
Ferretería básica inicial	$900.000
Capital de trabajo y transporte	$700.000
Total estimado	**$15.500.000**

En cuanto a los gastos mensuales, será necesario considerar reposición de inventario, conectividad, transporte, mantenimiento básico, apoyo al ayudante y eventuales costos de conservación de productos. Una buena administración de caja y surtido será fundamental para evitar pérdidas, especialmente en productos perecederos.

Tabla 10. Estimación de gastos mensuales

Concepto	Valor estimado mensual
Reposición de surtido general	$3.200.000
Reposición de cárnicos y huevos	$850.000
Reposición de hielo y bebidas frías	$700.000
Internet mensual	$250.000
Apoyo del ayudante	$1.000.000
Transporte y abastecimiento	$250.000

Mantenimiento, aseo e imprevistos	$250.000
Total mensual estimado	**$6.500.000**

11. TALENTO HUMANO

El negocio funcionará inicialmente con una estructura sencilla compuesta por el dueño y un ayudante, lo cual es coherente con el tamaño del proyecto y con la necesidad de controlar costos. El propietario será responsable de la administración general, compras, manejo de caja, relación con proveedores y toma de decisiones del establecimiento.

El ayudante apoyará en la organización del local, atención al cliente, limpieza, revisión del surtido, apoyo en la venta de productos y acompañamiento en las labores diarias. En un negocio con varias líneas de producto, esta persona también será importante para mantener orden y disponibilidad de la mercancía.

Aunque el equipo humano es pequeño, será determinante para el éxito del negocio. En este tipo de establecimiento, la confianza, la honestidad, el buen trato y la disposición para atender con respeto hacen una gran diferencia. Más adelante, si el negocio crece, podrá evaluarse la necesidad de fortalecer el personal, especialmente en temporadas de mayor movimiento.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Para que Tienda Ekonai funcione adecuadamente, requiere una combinación de condiciones físicas, técnicas, comerciales y organizativas. En lo físico, necesita un espacio seguro, visible y ordenado, donde puedan ubicarse estanterías, congeladores, área de atención y disposición adecuada del surtido. Ese lugar debe permitir una operación cómoda tanto para clientes como para quienes atienden.

En lo técnico, son fundamentales el parque solar y el internet satelital, ya que brindan soporte a la conectividad y al funcionamiento del establecimiento en un entorno donde la energía y las comunicaciones pueden ser limitadas. También se requiere mobiliario, equipos de frío y elementos básicos para exhibición y conservación.

En lo comercial, el negocio necesita proveedores confiables y una programación adecuada de abastecimiento. No basta con abrir la tienda; es necesario garantizar que los productos de mayor demanda siempre estén disponibles. En lo administrativo, será indispensable llevar control de inventario, ingresos y egresos para conocer el desempeño real del negocio.

Tabla 11. Principales necesidades del proyecto

Tipo de necesidad	Requerimiento	Utilidad en el negocio
Física	Espacio comercial organizado	Atención y exhibición adecuada
Técnica	Parque solar e internet satelital	Soporte energético y conectividad
Conservación	Congeladores y equipos de frío	Manejo de hielo y productos perecederos
Comercial	Surtido inicial y reposición constante	Disponibilidad para el cliente
Administrativa	Registros de caja e inventario	Control del negocio
Humana	Atención cercana y continua	Fidelización del cliente

13. VALOR DEL PROYECTO

El valor estimado del proyecto es de $15.500.000, cifra que corresponde al monto considerado necesario para iniciar el negocio con condiciones básicas de funcionamiento. Este valor es razonable para un establecimiento que no solo venderá mercado y bebidas, sino que también integrará productos refrigerados, artículos de ferretería y servicios de conectividad.

Desde el punto de vista económico, el proyecto tiene valor porque atiende una demanda existente y aprovecha una ubicación estratégica sobre una vía importante. Desde el punto de vista social, su valor es incluso mayor, pues acerca bienes y servicios de difícil acceso a una comunidad que necesita soluciones más cercanas y oportunas.

También tiene valor territorial, ya que puede convertirse en un punto de referencia para el sector, fortaleciendo el comercio local y mejorando la respuesta a necesidades cotidianas de la población y de quienes transitan por la zona.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo de Tienda Ekonai se basa en una atención diaria organizada. Cada jornada debe iniciar con la revisión del local, el encendido y verificación de equipos, el orden del surtido, la revisión del estado de productos refrigerados y la disponibilidad del servicio de conectividad. Posteriormente, se abre atención al público durante el horario definido.

Durante el día, el negocio debe mantener visibilidad y orden en las distintas líneas de producto: bebidas, mercado, hielo, huevos, cárnicos y ferretería básica. La atención debe ser rápida y cordial, especialmente con transportadores y transeúntes que suelen requerir soluciones inmediatas.

Al finalizar la jornada, se recomienda hacer conteo de caja, revisión de inventario, limpieza del espacio y programación de necesidades para reposición. Semanalmente, conviene revisar cuáles productos se movieron más, qué artículos quedaron con baja rotación y qué compras deben priorizarse para la semana siguiente.

Tabla 12. Plan operativo básico

Actividad	Frecuencia	Responsable
Apertura y revisión general	Diaria	Dueño
Organización del surtido	Diaria	Ayudante
Atención al cliente	Diaria	Dueño y ayudante
Control de caja	Diaria	Dueño
Revisión de productos refrigerados	Diaria	Dueño y ayudante
Limpieza y orden	Diaria	Ayudante
Reposición de mercancía	Semanal o según necesidad	Dueño

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de Tienda Ekonai en la comunidad y en el territorio es positivo. En primer lugar, permitirá mejorar el acceso a productos y servicios que actualmente se encuentran a mayor distancia, reduciendo desplazamientos y facilitando la atención de necesidades inmediatas para los habitantes del resguardo y del corredor vial.

En segundo lugar, el negocio fortalecerá la economía local al generar una fuente de ingreso para el propietario, una oportunidad de empleo para otra persona y movimiento comercial para proveedores y actores del entorno. Aunque se trate de un emprendimiento pequeño o mediano, su utilidad puede ser alta por la variedad de productos que ofrece.

En tercer lugar, la tienda tendrá un alcance que va más allá de la comunidad residente. También podrá atender a transportadores, instituciones, turistas y demás personas que circulan por la vía Casuarito – Puerto Carreño. Esto le da una proyección amplia y la posibilidad de consolidarse como un punto de apoyo y referencia para el sector.

En términos sociales, el proyecto aporta bienestar cotidiano, cercanía en el abastecimiento y respuesta rápida a situaciones básicas de consumo, conectividad o necesidad práctica en la vía.

16. MAPA DE ACTORES

El mapa de actores de Tienda Ekonai incluye a todas las personas y grupos que participan o se benefician del negocio. En el centro se encuentra el propietario, responsable de dirigir y sostener el emprendimiento, acompañado por un ayudante que facilita la operación diaria.

Entre los actores externos más relevantes están la comunidad del resguardo, los transportadores, las instituciones, los turistas y los transeúntes, quienes serán la principal clientela del negocio. También se encuentran los proveedores, necesarios para mantener surtido el establecimiento, y los actores de apoyo que puedan orientar procesos de formalización o fortalecimiento empresarial.

Tabla 13. Mapa de actores de Tienda Ekonai

Actor	Relación con el negocio	Interés principal
Propietario	Dirección y administración	Sostenibilidad e ingresos
Ayudante	Apoyo operativo	Empleo y estabilidad
Comunidad del resguardo	Cliente frecuente	Acceso cercano a bienes y servicios
Transportadores	Cliente de paso	Compra rápida y soluciones prácticas
Instituciones	Cliente ocasional	Compras puntuales y apoyo logístico
Turistas y transeúntes	Cliente ocasional	Bebidas, alimentos, conectividad
Proveedores	Abastecimiento	Relación comercial estable
Entidades de apoyo	Orientación y fortalecimiento	Formalización y crecimiento

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Tienda Ekonai es una propuesta de negocio pertinente, viable y con un claro valor para el territorio. Su principal fortaleza radica en que responde a una necesidad real de la vía Casuarito – Puerto Carreño y del Resguardo Bachaco: ofrecer productos de consumo, alimentos refrigerados, hielo, conectividad y algunos insumos útiles en un punto más cercano para la comunidad y para quienes transitan por el sector.

El proyecto combina una ubicación estratégica con una oferta variada y útil, lo que le permite diferenciarse de la competencia cercana. Además, cuenta con un presupuesto inicial razonable, una operación básica posible y una clientela potencial diversa. Si se mantiene buena atención, orden en el inventario, calidad en la conservación de los productos y un manejo responsable del negocio, puede consolidarse progresivamente como un establecimiento de referencia en la zona.

En conclusión, Tienda Ekonai tiene condiciones favorables para convertirse en un negocio sostenible y de impacto positivo, tanto por su rentabilidad como por el servicio que puede prestar a la comunidad y al territorio.

Para efectos del proceso desarrollado por medio de la asistencia técnica, se considera el plan de negocios aprobado y viabilizado, para lo cual el emprendedor y la orientadora de asistencia técnica podrán suscribir el documento.

Bordelino RO

Bordelino Rodríguez Ospina
Emprendedora

Yishleni Johana Morales Beltran
Orientadora de emprendimiento

ASOSUPRO	**REGISTRO FOTOGRÁFICO** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

NOMBRE DEL PROYECTO	**IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES QUE CONTRIBUYAN AL EMPRENDIMIENTO Y AUMENTO DE CAPACIDADES LOGÍSTICAS DE LOS PEQUEÑOS TENDEROS EN LA ZONA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE VICHADA**
ACTIVIDAD	REALIZAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LAS UNIDADES PRODUCTIVAS POPULARES EN LAS ZONAS RURALES.
DESCRIPCIÓN	ENTREGA DE LA GUIA METODOLÓGICA PARA LA ESTRUCTURACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO Y SU DESARROLLO.
BENEFICIARIO	Bordelino Rodriguez Ospina
TIENDA	Tienda Ekonai
FECHA	12/12/2025



ASOSUPRO	**ACTA DE ENTREGA MANUAL METODOLÓGICO** Convenio de Asociación No. 005 de 2025: "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

Fecha: 12-12-2025.

Por medio de la presente acta se deja constancia que la señora **JEISA YAROSLAY CISNEROS CEBALLOS**, identificada con cédula de ciudadanía No. 1.127.389.427, expedida en Puerto Carreño (Vichada), en calidad de representante legal de la Fundación de Servicios Integrales y Sociales de Colombia, en el marco de la ejecución del Convenio No. 005 de 2025 suscrito con la Asociación de Productores Agropecuarios y de Servicios Comunitarios del Vichada – ASOSUPRO, hace entrega del siguiente material pedagógico, el cual corresponde específicamente al componente de fortalecimiento de las capacidades técnicas y empresariales:

MATERIAL PEDAGÓGICO ENTREGADO			
Item	**Concepto**	**Unidad**	**Cantidad**
1	Manual metodológico para la estructuración de planes de negocio. Diseño, diagramación e impresión en formato físico.	Unidad	1

ENTREGA:

JEISA YAROSLAY CISNEROS CEBALLOS
R/L FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA
CONTRATISTA

RECIBE:

Huella



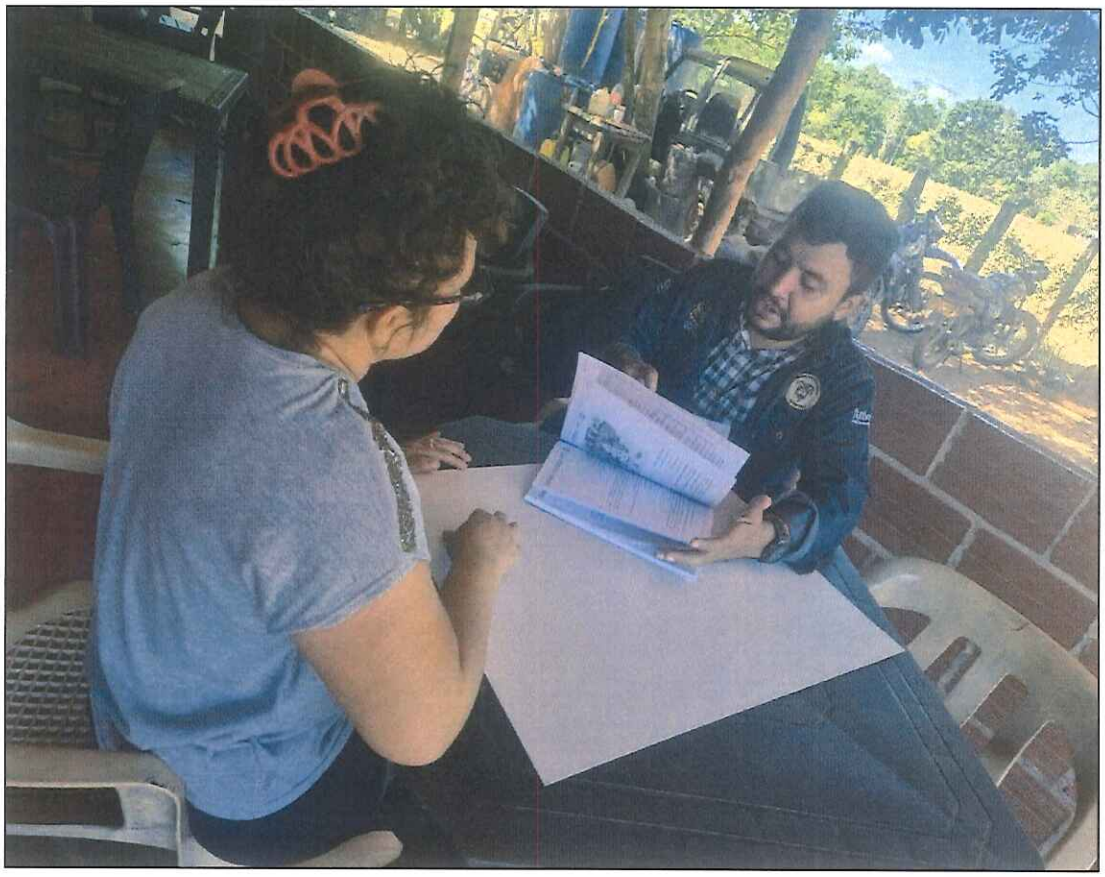
Firma: Baldino Rodriguez Ospina
Nombres: Baldino R O.
CC: 6827780.

OBSERVACIONES:

Marisol Calderon Porras

ASOSUPRO	**REGISTRO FOTOGRÁFICO** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

NOMBRE DEL PROYECTO	**IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES QUE CONTRIBUYAN AL EMPRENDIMIENTO Y AUMENTO DE CAPACIDADES LOGÍSTICAS DE LOS PEQUEÑOS TENDEROS EN LA ZONA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE VICHADA**
ACTIVIDAD	REALIZAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LAS UNIDADES PRODUCTIVAS POPULARES EN LAS ZONAS RURALES.
DESCRIPCIÓN	DESARROLLAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LA ESTRUCTURACIÓN Y VIABILIDAD DE PLANES DE NEGOCIO ENFOCADOS A LA ECONOMÍA POPULAR O TIENDAS RURALES DEL DEPARTAMENTO.
BENEFICIARIO	Marisol Calderon Porras
TIENDA	Tienda La Maloca
FECHA	2/01/2026



ASOSUPRO	**ACTA DE COMPROMISO Y SOSTENIBILIDAD** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

En el desarrollo del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, suscrito entre la **FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA** y **ASOSUPRO**, y como parte del proceso de fortalecimiento de capacidades logísticas y de emprendimiento de pequeños tenderos rurales, se firma la presente acta de compromiso de sostenibilidad.

Yo, Marisol Calderon Porras identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 41.250.998. manifiesto mi compromiso de:

- Garantizar la sostenibilidad del negocio o unidad productiva apoyada por el proyecto.
- Dar continuidad a las prácticas administrativas, comerciales y contables adquiridas durante el proceso de formación.
- Realizar mantenimiento preventivo y correctivo a los equipos entregados.
- Implementar estrategias de comercialización y fortalecimiento de marca que permitan la permanencia del negocio.
- Reportar oportunamente cualquier situación que afecte el desarrollo o permanencia del proyecto.

Declaro, además, que he sido informado(a) sobre la importancia de la sostenibilidad del emprendimiento como eje fundamental para el éxito del proyecto.

RECIBE:

Firma: Marisol Caldero P.
Nombres: Marisol Calderon Porras
CC: 41.250.998

OBSERVACIONES:

ASOSUPRO	**ACTA DE CORRESPONSABILIDAD Y COMPROMISO DE PARTICIPACIÓN** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

En el marco del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, suscrito entre la **FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA** y la Asociación de Municipios ASOSUPRO, cuyo objeto es la "implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada", se suscribe la presente acta de corresponsabilidad y compromiso de participación.

Yo, Marisol Calderon Porras identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 41.250.998, manifiesto voluntariamente mi interés y compromiso de participación activa en las actividades y procesos contemplados en el proyecto. Me comprometo a:

- Participar en los talleres, capacitaciones, asistencias técnicas y demás actividades programadas.
- Hacer uso adecuado de los activos, equipos y materiales entregados en el marco del proyecto.
- Brindar acceso a la información y colaboración necesaria al equipo técnico.
- Aportar al cumplimiento de los objetivos del proyecto en mi territorio.

En constancia se firma en Puerto Carreño a los 2 días del mes de enero del año 2025.

RECIBE:

Firma: Marisol Calderon P.

Nombres: Marisol Caloleron Porras

CC: 41.250.998.

OBSERVACIONES:

ASOSUPRO	**FORMATO DE REGISTRO DE VISITA DE ASISTENCIA TÉCNICA** (FORMULACIÓN PLANES DE NEGOCIO) **Convenio de Asociación No. 005 de 2025: "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."**	fundacion servicios integrales y sociales

INFORMACIÓN GENERAL DE LA VISITA

Fecha de visita:		DIA 2	MES . 01	AÑO	2026.
Beneficiario	Marisol Caldero Porras.				
Cédula	41.250.998			Sexo: ☑Mujer ☐Hombre	
Departamento:	Vichada		Municipio:	Puerto Carreño	
Vereda / Inspección:	Venturosa				
Dirección:	Centro		Teléfono de Contacto:	3004397095.	

VALIDACIÓN DE CONDICIONES GENERALES DEL NEGOCIO

Ítem Verificado	Cumple	Observaciones / Comentarios
El beneficiario cuenta con local físico adecuado	☑ Sí ☐ No	
Se observa funcionamiento del negocio	☑ Sí ☐ No	
Hay presencia de productos o servicios en oferta	☑ Sí ☐ No	
El beneficiario reconoce los componentes de su plan de negocio	☑ Sí ☐ No	
Se encuentra ubicado en zona rural conforme al proyecto	☑ Sí ☐ No	

COMPONENTES ESTRATÉGICOS ANALIZADOS

Tema	¿Se abordó?	Observaciones / Comentarios
Revisión de condiciones actuales del negocio	☑ Sí / ☐ No	
Propuesta de valor y tipo de clientes	☑ Sí / ☐ No	
Productos ofrecidos y rotación	☑ Sí / ☐ No	
Registro de ingresos, egresos e inventario	☑ Sí / ☐ No	
Necesidades para el plan de negocio	☑ Sí / ☐ No	
Condiciones de infraestructura y equipos	☑ Sí / ☐ No	
Estrategias de comercialización	☑ Sí / ☐ No	
Otros: _____	☑ Sí / ☐ No	

DIAGNOSTICO DEL NEGOCIO

Fortalezas actuales del negocio: Variedad Venta de servicios	Documentos que posee: ☐ RUT ☐ Cámara de Comercio ☐ Certificado de uso de suelos	¿Desea apoyo para formalizar su tienda? ☑ Sí ☐ No
Retos que enfrenta: tecnologia Mercadeo		

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE VERIFICACIÓN

El beneficiario conoce la destinación del apoyo recibido	☑ Sí ☐ No
El beneficiario manifiesta interés en mejorar su unidad productiva	☑ Sí ☐ No
Se encuentra al día con compromisos anteriores	☐ Sí ☐ No

COMPROMISOS DE LA VISITA

Acciones acordadas en la visita	Implementar planeacion financiera
Compromisos del beneficiario:	Evaluar necesidades de personal
Observaciones:	

Firma: Marisol Calderón P.

Beneficiario: Marisol. Calderón P.

Cédula: 41250998 LPV.

Firma:

Profesional: Yishleni Morales

Cédula: 1.121.898.670

ASOSUPRO	**DECLARACIÓN JURAMENTADA** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

Yo, Marisol Calderon Porras., identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 41.250.998 residente del municipio de Puerto Carreño, en calidad de beneficiario(a) del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, declaro bajo la gravedad del juramento que:

1. He recibido el apoyo establecido en el marco del proyecto, en cumplimiento del objeto del convenio.
2. Los elementos entregados se encuentran en buen estado y completos.
3. Me comprometo a darles el uso adecuado, exclusivamente en el marco de las actividades productivas asociadas a mi unidad de negocio como pequeño tendero.
4. Conozco que los bienes entregados no podrán ser vendidos, alquilados ni cedidos a terceros, y que su uso indebido puede acarrear sanciones legales.
5. Me comprometo a permitir las visitas de seguimiento, monitoreo y control por parte de las entidades responsables.

Para constancia, se firma la presente declaración en Puerto Carreño a los 2 días del mes de enero del año 2026.

RECIBE:

Huella



Firma: Marisol Calderon P.
Nombres: Marisol Caldero Porras
CC: 41.250.998

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

TIENDA LA MALOCA

Proyecto: "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en las zonas rurales del departamento de Vichada".

Emprendedora: Marisol Calderon Porras

EMPRENDEDOR

Ubicación: Inspección de La Venturosa, municipio de Puerto Carreño, departamento de Vichada, Colombia.

FEBRERO DE 2026

GOBERNACIÓN DE VICHADA
SGR
ASOSUPRO
fundacion servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

Tienda La Maloca nace para atender una necesidad concreta de la comunidad de La Venturosa y de quienes transitan por la vía y el sector: contar con un punto cercano donde puedan conseguir productos básicos de consumo, alimentos refrigerados, panadería, artículos para la mecánica de motos y carros, materiales de uso práctico y servicios de conectividad, sin tener que desplazarse largas distancias. Según la información suministrada, los otros comercios cercanos están aproximadamente a 20 kilómetros, lo que implica mayores costos, más tiempo de traslado y menos capacidad de respuesta frente a necesidades urgentes.

La necesidad no se limita al abastecimiento del hogar. También está relacionada con la movilidad y con la solución de problemas cotidianos del entorno rural. En una zona como La Venturosa, no encontrar aceite para moto, una llanta, hielo, pollo crudo o pan puede afectar el viaje, el trabajo y la vida diaria. Por eso, el negocio se plantea como una tienda de soluciones múltiples, donde la comunidad y los viajeros puedan resolver varias necesidades en un solo lugar.

Esta necesidad resulta coherente con el contexto territorial. En municipios de Vichada, el abastecimiento cercano mejora la calidad de vida y reduce barreras prácticas derivadas de la distancia y del acceso, mientras que la estabilidad energética sigue siendo un tema de fondo para la actividad económica local.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los principales clientes de Tienda La Maloca serán la comunidad de la inspección, los transportadores, las instituciones y los turistas. Esta diversidad de clientela es una fortaleza, porque permite que el negocio tenga ingresos por compras pequeñas de alta rotación y también por compras medianas asociadas a productos de mecánica, materiales o abastecimiento más amplio.

La comunidad de la inspección será el cliente más estable. Este grupo buscará mercado, bebidas, hielo, pollo crudo, panadería y otros bienes de consumo diario. En este segmento pesan mucho la cercanía, el trato amable, la confianza y la disponibilidad del producto cuando se necesita.

Los transportadores serán un segmento muy importante, porque suelen requerir bebidas frías, conectividad, repuestos o insumos rápidos para la movilidad, como aceites, llantas o neumáticos. Para este cliente, la atención ágil y la variedad práctica son fundamentales. Los turistas y visitantes pueden consumir bebidas, mercado básico, panadería o productos para continuar su recorrido. Las instituciones también representan una clientela potencial para compras puntuales o requerimientos operativos en el territorio.

En términos prácticos, el negocio no atiende una sola necesidad, sino varias al mismo tiempo. Eso hace que su perfil de cliente sea más amplio que el de una tienda tradicional y que pueda captar consumo tanto familiar como de paso.

Tabla 1. Segmentos de clientes de tienda la maloca

Tipo de cliente	Características principales	Necesidades frecuentes
Comunidad de la inspección	Cliente más estable y de compra cotidiana	Mercado, bebidas, hielo, pollo crudo, panadería
Transportadores	Cliente de paso y de solución inmediata	Bebidas frías, conectividad, aceites, llantas, neumáticos
Instituciones	Compras eventuales y de volumen puntual	Abastecimiento, materiales, apoyo logístico
Turistas y visitantes	Cliente ocasional en tránsito	Bebidas, panadería, mercado básico, conectividad

3. COMPETENCIA

La competencia identificada está conformada por otros comercios ubicados aproximadamente a 20 kilómetros, entre ellos Iraima Izquierdo, dedicada a mercado y bebidas, y Arcenio Traído, enfocado en mercado, bebidas y servicios de hospedaje. Esto muestra que sí existe actividad comercial en el entorno, pero no una oferta tan amplia y especializada como la que plantea Tienda La Maloca.

La ventaja del negocio no estará únicamente en vender productos de consumo diario, sino en reunir en un mismo punto una mezcla de mercado, panadería, bebidas, hielo, productos de mecánica, lubricantes, neumáticos y algunos materiales básicos como tubería PVC, láminas de zinc y bloques. Esa combinación es poco común en un comercio rural pequeño y le permite responder mejor a emergencias, compras rápidas y necesidades diversas del cliente.

La competencia existente confirma que hay movimiento comercial y demanda, pero también deja ver una oportunidad clara: posicionar una tienda más completa, más céntrica y más útil para quienes necesitan resolver varias cosas en una sola parada.

Tabla 2. Análisis básico de competencia

Negocio	Oferta principal	Fortalezas visibles	Oportunidad para Tienda La Maloca
Iraima Izquierdo	Mercado y bebidas	Oferta básica de consumo	Diferenciarse con panadería, refrigerados y mecánica
Arcenio Traído	Mercado, bebidas y hospedaje	Atención a viajeros	Competir con mayor variedad de productos de solución inmediata
Tienda La Maloca	Mercado, panadería, refrigerados, mecánica, materiales y conectividad	Oferta más integral	Posicionarse como punto multifuncional del sector

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en crear una tienda rural mixta en la inspección de La Venturosa, con una oferta que combine productos de consumo diario, alimentos refrigerados, panadería, materiales básicos, artículos de mecánica para motos y carros, lubricantes, neumáticos y conectividad. El propósito es que el establecimiento funcione como un punto de abastecimiento y solución inmediata para la comunidad y para las personas que transitan por la zona.

La propuesta es atractiva porque no se limita a una sola línea comercial. En lugar de operar únicamente como tienda de mercado, busca integrar varias necesidades frecuentes del entorno: alimentación, movilidad, pequeños arreglos, mantenimiento de vehículos y acceso a internet. En zonas rurales esto representa una ventaja práctica importante, porque reduce desplazamientos y concentra soluciones en un mismo lugar.

La idea también es coherente con la realidad de Puerto Carreño, donde la energía y la conectividad siguen siendo factores estratégicos para el funcionamiento de pequeños negocios. Por eso, incluir parque solar e internet satelital no es un lujo, sino una decisión operativa razonable.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

Tienda La Maloca ofrecerá bebidas alcohólicas, bebidas no alcohólicas, mercado, hielo, tubería PVC, láminas de zinc, bloques, pollo crudo, aceite 20W50 para motos, hidráulico 80, neumáticos, llantas rin 21 y llantas rin 19. A partir de la descripción general del negocio, también se entiende que la panadería y la conectividad forman parte de la propuesta comercial, aunque no aparezcan detalladas en la lista cerrada de productos.

Los productos de mercado, bebidas y panadería tendrán una alta rotación y ayudarán a sostener el flujo diario de ventas. El hielo y el pollo crudo aportan valor por tratarse de bienes de necesidad inmediata y sensibles a la conservación. La línea de productos de mecánica, como aceites, hidráulicos, llantas y neumáticos, le da una identidad diferenciadora al negocio, especialmente frente a transportadores, motociclistas y viajeros frecuentes. Los materiales básicos, como tubería PVC, láminas de zinc y bloques, amplían todavía más la utilidad del establecimiento para necesidades puntuales del hogar o del entorno rural.

Para efectos financieros, se asume que el valor de $190.000 corresponde a un rango de compra media o alta, no al precio unitario promedio de cada artículo, ya que el negocio venderá desde productos pequeños de consumo rápido hasta artículos de mayor valor como llantas o materiales. Ese supuesto permite hacer una proyección más coherente del negocio.

Tabla 3. Portafolio de productos y servicios

Línea	Productos o servicios incluidos	Comportamiento esperado
Consumo diario	Mercado, bebidas, panadería	Alta rotación
Refrigerados	Hielo, pollo crudo	Rotación constante y necesidad de frío

Mecánica	Aceite 20W50, hidráulico 80, neumáticos, llantas rin 21 y rin 19	Rotación media y venta por necesidad
Materiales básicos	Tubería PVC, láminas de zinc, bloques	Compra puntual
Servicios	Conectividad	Valor agregado para comunidad y viajeros

6. PROCESOS TÉCNICOS

El funcionamiento básico será de atención directa en sitio. Sin embargo, para que el negocio sea ordenado y rentable, se necesita una organización interna clara por categorías de producto, control básico de inventario y manejo adecuado de la conservación. El proceso inicia con la compra y recepción del surtido, sigue con el almacenamiento según el tipo de producto y termina con la venta, reposición y revisión de existencias.

Los productos de mercado, lubricantes y materiales deben organizarse en estanterías o espacios diferenciados. Las bebidas, el hielo y el pollo crudo requieren cadena de frío y control de almacenamiento. Los productos de mecánica conviene clasificarlos por referencia y uso, para facilitar la atención y evitar pérdidas o desorden. La panadería, por su parte, debe exhibirse en condiciones limpias y protegidas para conservar frescura y buena presentación.

Como el negocio venderá alimentos, debe aplicar condiciones básicas de higiene, limpieza y conservación. El INVIMA indica que el Decreto 3075 de 1997 regula actividades relacionadas con alimentos y fija bases para la vigilancia y el control sanitario en fabricación, procesamiento, almacenamiento, transporte y comercialización, lo que vuelve importante la limpieza del local, la manipulación adecuada y la prevención de contaminación.

Tabla 4. Resumen del proceso técnico

Etapa	Actividad principal	Recurso clave
Abastecimiento	Compra y recepción del surtido	Proveedores y transporte
Almacenamiento	Organización por líneas de producto	Estanterías y zonas diferenciadas
Conservación	Manejo de refrigerados y panadería	Congeladores e higiene
Venta	Atención directa en sitio	Personal y punto de pago
Reposición y control	Revisión de existencias e inventario	Registros básicos

7. REQUISITOS LEGALES

Para operar de manera formal, el negocio debe avanzar en varios frentes básicos. En primer lugar, debe revisar su matrícula mercantil y su inscripción o actualización en el Registro Único Tributario, según corresponda. En segundo lugar, debe definir si por su actividad y condiciones tributarias tiene obligación de facturar electrónicamente. La DIAN indica que para usar el sistema de Facturación

Gratuita se requiere estar registrado en el RUT, contar con software de facturación electrónica y tener certificado de firma digital; además, el portal oficial explica el proceso de registro y habilitación como facturador electrónico.

Como Tienda La Maloca comercializará alimentos y productos refrigerados, también debe observar las exigencias sanitarias aplicables a la manipulación, almacenamiento y comercialización de alimentos. El marco de referencia básico sigue siendo el Decreto 3075 de 1997, divulgado por INVIMA. Igualmente, por vender bebidas alcohólicas, conviene revisar ante la autoridad municipal las condiciones y requisitos que apliquen para su expendio.

En este proyecto debe dejarse expresamente indicado que se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica. Este acompañamiento es importante porque ayuda a que el negocio inicie con mayor claridad sobre sus obligaciones básicas y con mejor organización administrativa.

Tabla 5. Aspectos legales básicos

Tema	Gestión sugerida
Matrícula o registro del negocio	Verificar formalización comercial
RUT	Inscripción o actualización tributaria
Facturación electrónica	Revisar obligación y habilitación
Alimentos y refrigerados	Aplicar normas de higiene y conservación
Venta de alcohol	Consultar condiciones locales aplicables

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización será la atención directa en sitio, que es coherente con la información suministrada y con la dinámica de un comercio rural de soluciones múltiples. El cliente llegará al establecimiento, identificará lo que necesita y hará la compra de manera inmediata.

Como canales complementarios, el negocio puede apoyarse en el voz a voz, la recomendación de la comunidad, el contacto directo con transportadores frecuentes y la comunicación por WhatsApp o llamadas cuando la conectividad lo permita. En territorios rurales, la mejor estrategia comercial suele ser la confianza, el cumplimiento y la capacidad de responder cuando el cliente necesita algo con urgencia.

También es razonable pensar en una relación cercana con instituciones o personas del sector que requieran productos recurrentes. Esa relación ayudaría a consolidar clientela fija y a mejorar la rotación del inventario.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

La información base estima ventas de $1.785.000 semanales. Tomando ese valor como base, la venta mensual inicial estimada sería de $7.140.000, y la venta anual base rondaría los $85.680.000.

Teniendo en cuenta que se trata de un negocio mixto, con productos de alta rotación y otros de mayor valor, se plantea una proyección prudente para el primer año. Esta estimación supone un arranque estable, una mejora gradual del reconocimiento del negocio y una consolidación progresiva de clientes frecuentes.

Tabla 6. Proyección estimada de ventas – año 1

Periodo	Venta mensual estimada
Meses 1 a 3	$7.140.000
Meses 4 a 6	$7.400.000
Meses 7 a 9	$7.750.000
Meses 10 a 12	$8.100.000

Venta anual proyectada: $91.170.000

Esta proyección no parte de un escenario exagerado. Se basa en un crecimiento moderado, apoyado en la ubicación céntrica, la diversidad de productos y la posibilidad de atender tanto compras pequeñas como ventas puntuales de mayor valor.

TABLA 7. PARTICIPACIÓN ESTIMADA POR LÍNEA DE INGRESO

Línea de ingreso	Participación estimada
Mercado y panadería	30%
Bebidas e hielo	25%
Refrigerados	15%
Mecánica y lubricantes	18%
Materiales básicos	7%
Conectividad	5%

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales del negocio están asociados al parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas y surtido inicial. Sin embargo, en la práctica, el costo más importante será la reposición de inventario, ya que el almacén debe mantener variedad en productos de consumo, mecánica, materiales y alimentos refrigerados.

Tabla 8. Estimación mensual de costos operativos

Concepto	Valor estimado mensual
Reposición de mercado, bebidas y panadería	$2.200.000
Reposición de pollo, hielo y refrigerados	$900.000
Reposición de aceites, llantas y mecánica	$1.300.000
Reposición de materiales básicos	$700.000

Internet satelital	$180.000
Transporte y abastecimiento	$300.000
Mantenimiento y contingencias	$220.000
Apoyo del ayudante	$950.000
Total estimado	**$6.750.000**

Con esta estructura, el margen del negocio al inicio sería moderado, pero puede mejorar si se administra bien el inventario, se priorizan los productos de mayor salida y se evita inmovilizar demasiado dinero en referencias muy lentas. En negocios de este tipo, la rentabilidad depende mucho del surtido inteligente y del orden en la reposición.

11. TALENTO HUMANO

El negocio requerirá inicialmente dos personas: el dueño y un ayudante. Esta estructura es suficiente para la etapa de arranque, porque permite atender al público, organizar el local, llevar control básico del surtido y responder a las necesidades de los clientes sin elevar demasiado el costo laboral.

El dueño será responsable de la administración general, el manejo del dinero, la relación con proveedores, la compra de mercancía y la supervisión del establecimiento. El ayudante apoyará en atención, orden, aseo, reposición de productos y acompañamiento general a la operación.

En un negocio donde conviven alimentos, materiales y productos de mecánica, la organización del personal es fundamental. Más que contar con muchas personas, lo importante será que ambas tengan claridad sobre sus funciones y mantengan disciplina en el manejo del local.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Tienda La Maloca necesita una base operativa sencilla, pero funcional. Los elementos ya identificados son parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas y surtido. Además, será conveniente contar con recipientes de organización, exhibidores sencillos, material de empaque, elementos de limpieza y espacios diferenciados para alimentos, mecánica y materiales.

El parque solar y el internet satelital son especialmente importantes por el contexto energético y de conectividad de Puerto Carreño. Dado que el Ministerio de Minas y Energía informó en marzo de 2026 acciones para garantizar el servicio en el municipio, resulta coherente que pequeños negocios refuercen su operación con soluciones propias de respaldo.

También será necesario contar con proveedores o mecanismos de abastecimiento regulares, para que la tienda no se quede sin productos críticos, especialmente en alimentos frescos, bebidas, aceites y repuestos de mayor salida. Un buen negocio rural depende tanto del surtido como de la capacidad de reponerlo a tiempo.

Tabla 9. Principales necesidades del proyecto

Tipo de necesidad	Requerimiento	Utilidad en el negocio

Energía	Parque solar	Soporte para frío y operación
Conectividad	Internet satelital	Servicio al cliente y apoyo operativo
Conservación	Congeladores	Manejo de refrigerados y hielo
Organización	Estanterías, exhibidores, mobiliario	Orden y presentación
Higiene	Elementos de limpieza y empaque	Conservación y buena imagen
Abastecimiento	Proveedores regulares	Continuidad del surtido

13. VALOR DEL PROYECTO

La información base estima un presupuesto inicial de $12.500.000, cifra que puede ser suficiente para arrancar con una escala pequeña, siempre que se prioricen adecuadamente los equipos esenciales y el surtido inicial.

Tabla 10. Inversión inicial estimada

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$3.200.000
Internet satelital e instalación	$800.000
Congelador	$1.600.000
Computador o equipo básico	$1.000.000
Estanterías, mesas y sillas	$1.100.000
Surtido inicial de mercado y bebidas	$1.800.000
Surtido inicial de mecánica y lubricantes	$1.600.000
Surtido inicial de materiales y contingencias	$1.400.000
Total estimado	**$12.500.000**

Esta distribución muestra que el proyecto debe enfocarse en lo esencial. No necesita una infraestructura costosa, sino una operación bien montada, con productos útiles, buena exhibición y capacidad de conservar adecuadamente los alimentos y bebidas.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo del negocio puede organizarse en cuatro etapas. La primera será la adecuación del espacio y la instalación de equipos. La segunda será la compra del surtido inicial y su clasificación por líneas de producto. La tercera será la apertura con atención directa al público. La cuarta será el ajuste progresivo del inventario con base en lo que más solicite la clientela.

En la operación diaria, se recomienda abrir con revisión del estado de los congeladores, organización del local, disponibilidad de productos visibles y verificación del internet. Durante la jornada, conviene registrar ventas, productos consultados y necesidades de reposición. Al final del día, debe revisarse el estado de los alimentos, el orden general y el inventario crítico para el siguiente abastecimiento.

En el mediano plazo, el plan operativo debe orientarse a fortalecer las líneas con mejor rotación, mejorar la exhibición, consolidar clientes frecuentes y aprender qué productos conviene mantener siempre disponibles. En negocios rurales mixtos, crecer bien depende más del orden que del tamaño.

Tabla 11. Plan operativo básico

Etapa o actividad	Frecuencia o momento	Responsable principal
Adecuación e instalación inicial	Inicio del proyecto	Dueño
Clasificación y organización del surtido	Inicio y reposición	Dueño y ayudante
Revisión de congeladores e internet	Diaria	Dueño
Atención al público	Diaria	Dueño y ayudante
Registro de ventas y necesidades	Diaria	Dueño
Revisión de alimentos e inventario crítico	Final de jornada	Dueño y ayudante
Ajuste del surtido	Semanal y mensual	Dueño

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado del negocio es positivo para la comunidad y para el entorno de La Venturosa. Tienda La Maloca acercará bienes y servicios que hoy son de difícil acceso o que exigen desplazamientos más largos, especialmente mercado, panadería, productos refrigerados, conectividad y elementos básicos para la movilidad y el mantenimiento. Esto puede traducirse en ahorro de tiempo, mayor comodidad y mejor capacidad de respuesta frente a necesidades cotidianas.

En lo económico, el negocio generará ingresos para sus propietarios y un empleo de apoyo. En lo social, será un punto útil para vecinos, transportadores, turistas e instituciones. En lo territorial, fortalece la oferta local de abastecimiento y acompaña la lógica del desarrollo rural y del abastecimiento cercano que se busca impulsar en Vichada.

Su alcance inicial será principalmente local, con influencia sobre la inspección y su entorno cercano. Sin embargo, por la mezcla de productos que ofrecerá, puede llegar a convertirse en una referencia importante para quienes transitan por la vía y necesitan resolver varias cosas en un solo lugar.

16. MAPA DE ACTORES

Tabla 12. Mapa de actores

Actor	Relación con el negocio	Interés principal
Comunidad de la inspección	Cliente principal	Acceso cercano a mercado, panadería y bienes útiles
Transportadores	Cliente frecuente de paso	Bebidas, conectividad, lubricantes y soluciones rápidas
Instituciones	Cliente eventual	Compras puntuales y apoyo logístico local

Turistas y visitantes	Cliente ocasional	Abastecimiento básico y atención
Proveedores	Aliados comerciales	Venta y reposición de mercancía
Dueño del negocio	Responsable principal	Rentabilidad y sostenibilidad
Ayudante	Apoyo operativo	Atención y funcionamiento diario

Este mapa muestra que el negocio tiene una base de clientes variada y que no depende de una sola línea comercial. Su fortaleza está justamente en responder a necesidades diversas de varios actores del territorio.

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Tienda La Maloca es una propuesta de negocio viable, pertinente y bien orientada para la inspección de La Venturosa, porque responde a una necesidad real del territorio: disponer de un punto comercial cercano donde la comunidad y los transeúntes puedan resolver varias necesidades en un solo lugar. Su principal fortaleza está en la mezcla de mercado, panadería, refrigerados, conectividad, productos de mecánica y materiales básicos, lo que la diferencia claramente de comercios más limitados del entorno.

Además, el proyecto es coherente con la realidad de Puerto Carreño y de Vichada, donde la dispersión, el abastecimiento y la estabilidad energética siguen siendo factores importantes para la vida cotidiana y la actividad económica. Si se maneja con orden, control de inventario, formalización básica y buen servicio, tiene condiciones reales para sostenerse y crecer de manera progresiva.

Para efectos del proceso desarrollado por medio de la asistencia técnica, se considera el plan de negocios aprobado y viabilizado, para lo cual el emprendedor y la orientadora de asistencia técnica podrán suscribir el documento.

Marisol Calderon P.

Marisol Calderon Porras
Emprendedora

Yishleni Johana Morales Beltran
Orientadora de emprendimiento

ASOSUPRO	**REGISTRO FOTOGRÁFICO** Convenio de Asociación No. 005 de 2025 "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

NOMBRE DEL PROYECTO	**IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES QUE CONTRIBUYAN AL EMPRENDIMIENTO Y AUMENTO DE CAPACIDADES LOGÍSTICAS DE LOS PEQUEÑOS TENDEROS EN LA ZONA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE VICHADA**
ACTIVIDAD	REALIZAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LAS UNIDADES PRODUCTIVAS POPULARES EN LAS ZONAS RURALES.
DESCRIPCIÓN	ENTREGA DE LA GUIA METODOLÓGICA PARA LA ESTRUCTURACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO Y SU DESARROLLO.
BENEFICIARIO	Marisol Calderon Porras
TIENDA	Tienda La Maloca
FECHA	2/01/2026



ASOSUPRO	ACTA DE ENTREGA MANUAL METODOLÓGICO Convenio de Asociación No. 005 de 2025: "Implementación de acciones que contribuyan al emprendimiento y aumento de capacidades logísticas de los pequeños tenderos en la zona rural del departamento de Vichada."	fundacion servicios integrales y sociales

Fecha: 9-1-2026

Por medio de la presente acta se deja constancia que la señora **JEISA YAROSLAY CISNEROS CEBALLOS**, identificada con cédula de ciudadanía No. 1.127.389.427, expedida en Puerto Carreño (Vichada), en calidad de representante legal de la Fundación de Servicios Integrales y Sociales de Colombia, en el marco de la ejecución del Convenio No. 005 de 2025 suscrito con la Asociación de Productores Agropecuarios y de Servicios Comunitarios del Vichada – ASOSUPRO, hace entrega del siguiente material pedagógico, el cual corresponde específicamente al componente de fortalecimiento de las capacidades técnicas y empresariales:

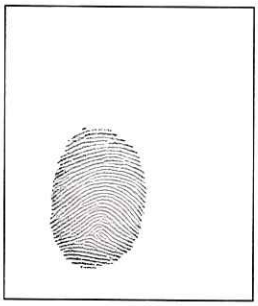
MATERIAL PEDAGÓGICO ENTREGADO			
Item	**Concepto**	**Unidad**	**Cantidad**
1	Manual metodológico para la estructuración de planes de negocio. Diseño, diagramación e impresión en formato físico.	Unidad	1

ENTREGA:

JEISA YAROSLAY CISNEROS CEBALLOS
R/L FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA
CONTRATISTA

RECIBE:

Huella



Firma: Marisol Calderon Porras.
Nombres: Marisol Calderon P.
CC: 41250998 LPU.

OBSERVACIONES: