Jose Bladimir Sosa

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	Jose Bladimir Sosa
TIENDA	Tienda Capanaparo
FECHA	22/12/2025



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, Jose Bladimir Sosa. identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.127.382.173 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: Jose Bladimir S

Nombres: Jose Bladimir Sosa

CC: 1.127.382.173

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, Jose Bladimir Sosa identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.123.382.173, 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 22 días del mes de diciembre del año 2025.

RECIBE:

Firma: Jose Bladimir S

Nombres: Jose Bladimir Sosa

CC: 1.127.382.173

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 22	MES 12	AÑO 2025		
Beneficiario	Jose Bladimir Sosa				
Cédula	1.127.382.173	Sexo: ☐Mujer ☑Hombre			
Departamento:	Vichada	Municipio:	Puerto Carreño		
Vereda / Inspección:	El progreso				
Dirección:	Japón	Teléfono de Contacto:	3234157086		

VERIFICACIÓN DE CONDICIONES PARA EL PLAN DE 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: Servicios turisticos	☑ Sí / ☐ No	

DIAGNÓSTICO DEL NEGOCIO

Fortalezas actuales del negocio: Ubicacion estrategica. Variedad.

Retos que enfrenta: Logistica. 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	Plan logistica
Compromisos del beneficiario:	Plan costos.
Observaciones:	Plan de accion

Firma: Jose Bladimir S.
Beneficiario: Jose Bladimir Sosa
Cédula: 1.127.382.173

Firma:
Profesional: Yishlehi 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, Jose Bladimir Sosa, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.127.382.173 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 22 días del mes de diciembre del año 2025.

RECIBE:

Firma: Jose Bladimir S

Nombres: Jose Bladimir Sosa

CC: 1.127.382.173

Huella



OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

TIENDA EL CAPANAPARO

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".

Emprendedor: Jose Bladimir Sosa

EMPRENDEDOR

Ubicación: Zona de Japón, vía Casuarito – Puerto Carreño, municipio de Puerto Carreño, departamento del Vichada, Colombia.

FEBRERO DE 2026

GOBERNACIÓN DE VICHADA SGR ASOSUPRO fundacion servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

La Tienda El Capanaparo nace como respuesta a una necesidad concreta del territorio: la dificultad que tienen los habitantes del sector, los transeúntes y los transportadores para acceder de manera rápida a productos básicos, alimentos, conectividad y soluciones inmediatas durante sus recorridos. En zonas apartadas, la distancia entre un punto comercial y otro representa tiempo, costo de transporte y, en muchos casos, la imposibilidad de conseguir un producto esencial en el momento oportuno. Esta situación se vuelve más delicada cuando se trata de alimentos perecederos, bebidas, carnes, huevos, conectividad para comunicación o incluso elementos prácticos para atender emergencias menores en la vía.

La ubicación propuesta tiene valor porque se encuentra en un corredor de tránsito entre Casuarito y Puerto Carreño, dentro de un municipio fronterizo cuya dinámica comercial y de movilidad está fuertemente influida por su condición de paso, su conexión fluvial y la presencia de rutas de transporte entre Casuarito y la cabecera municipal. Puerto Carreño, además, se reconoce oficialmente como municipio fronterizo ubicado en la confluencia de los ríos Meta y Orinoco, y Casuarito hace parte de su territorio administrativo. Esa condición favorece la circulación de personas, mercancías y servicios, lo que hace viable un negocio que combine tienda, alimentación y conectividad. (puertocarreno-vichada.gov.co)

En ese sentido, el problema que resuelve el negocio no es solamente comercial. También responde a una necesidad social: acercar bienes y servicios a una comunidad que no siempre cuenta con oferta cercana, reducir desplazamientos, facilitar la atención de viajeros y servir como punto de apoyo en una zona donde la respuesta rápida a un imprevisto puede marcar la diferencia. Por eso, más que una tienda tradicional, se plantea un establecimiento de servicio práctico para la vida diaria y para la movilidad rural.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales del negocio pueden agruparse en cuatro segmentos. El primero corresponde a la comunidad del sector y de las veredas cercanas. Este grupo demandará principalmente productos de mercado, huevos, pollo, cerdo, bebidas y algunos servicios de alimentación. Para ellos, la tienda representará cercanía, ahorro de tiempo y posibilidad de resolver compras pequeñas y medianas sin tener que desplazarse largas distancias.

El segundo grupo está conformado por transportadores, motociclistas, conductores y personas que transitan por la vía. Este segmento valora la rapidez en la atención, la posibilidad de conseguir bebidas, alimentos preparados, conectividad, recargas o productos básicos en momentos de urgencia. Es un cliente que no siempre compra grandes volúmenes, pero sí genera flujo constante y contribuye a que el negocio tenga movimiento diario.

El tercer segmento lo integran instituciones y actores que desarrollan actividades en la zona, tales como brigadas, proyectos, contratistas, personal en desplazamiento o entidades que eventualmente necesiten comprar alimentación, refrigerios o productos de apoyo. Aunque no son clientes

permanentes todos los días, pueden representar ventas más altas por pedido y dar estabilidad adicional al negocio. El cuarto grupo está conformado por turistas y visitantes, quienes suelen valorar la ubicación estratégica, la posibilidad de acceder a conectividad y el abastecimiento rápido en ruta.

Tabla 1. Segmentos de clientes

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia esperada
Comunidad del sector y veredas cercanas	Mercado, huevos, pollo, cerdo, bebidas y alimentación	Alta
Transportadores y transeúntes	Bebidas, alimentos preparados, conectividad, recargas y compras rápidas	Media-alta
Instituciones y actores en desplazamiento	Alimentación, refrigerios y productos de apoyo	Media
Turistas y visitantes	Conectividad, abastecimiento rápido y productos básicos en ruta	Media

3. COMPETENCIA

La competencia directa identificada está representada por otros comercios cercanos, ubicados aproximadamente a 20 kilómetros, entre ellos el negocio de Martha Guerrero, orientado a mercado, bebidas y carnes, y el de Lady Córdoba, enfocado en mercado, bebidas y servicios turísticos. Esto significa que sí existe oferta en el entorno, pero no necesariamente con la misma combinación de servicios ni con la misma cercanía para todos los usuarios de la vía.

La competencia indirecta también debe tenerse en cuenta. Allí se incluyen las compras que las personas realizan en Puerto Carreño antes de desplazarse, vendedores ocasionales y otros puntos de abastecimiento más alejados. Sin embargo, el negocio propuesto tiene una ventaja importante: no pretende competir solo por precio, sino por conveniencia, oportunidad, ubicación y solución inmediata. En zonas rurales y de tránsito, el cliente muchas veces no compra únicamente donde es más barato, sino donde encuentra lo que necesita en el momento preciso.

La estrategia competitiva, por tanto, debe centrarse en diferenciarse por atención amable, disponibilidad de productos básicos, buena conservación de alimentos, variedad razonable y servicios adicionales como conectividad. Esa mezcla le da a Tienda El Capanaparo una propuesta más completa frente a negocios que pueden vender artículos similares, pero no necesariamente brindar una atención integral al viajero y a la comunidad.

Tabla 2. Análisis de competencia

Negocio o referencia	Oferta principal	Ventaja observada	Oportunidad para Tienda El Capanaparo
Martha Guerrero	Mercado, bebidas y carnes	Ya atiende demanda básica	Diferenciarse por conectividad, alimentación y cercanía
Lady Córdoba	Mercado, bebidas y servicios turísticos	Atiende visitantes y consumo general	Diferenciarse por solución inmediata al viajero y a la comunidad
Compras en Puerto Carreño	Abastecimiento antes del viaje	Mayor variedad	Competir por conveniencia, oportunidad y respuesta en ruta
Vendedores ocasionales y puntos alejados	Oferta esporádica o distante	Presencia puntual	Consolidar una oferta estable y permanente

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en poner en funcionamiento una tienda rural de atención directa que ofrezca productos de consumo frecuente, alimentos frescos y servicios complementarios de conectividad, con capacidad para atender tanto a la comunidad del sector como a transportadores, instituciones, turistas y personas en tránsito. La propuesta combina la venta de mercado con productos perecederos y un pequeño componente de alimentación, lo que amplía las posibilidades de ingreso y reduce la dependencia de una sola línea comercial.

La esencia del negocio está en convertirse en un punto útil y confiable sobre la vía. No se trata solamente de vender, sino de resolver necesidades cotidianas: comprar huevos, abastecerse de carne, tomar una bebida, conectarse a internet, comer algo preparado o encontrar apoyo básico ante un inconveniente durante el trayecto. Esto le da al negocio una identidad práctica, cercana y funcional.

Desde el punto de vista comercial, la propuesta es atractiva porque aprovecha una ubicación estratégica en cruce de veredas y tránsito rural, incorpora variedad de productos y suma un servicio de conectividad que no siempre está disponible en establecimientos similares. Esto permite que el negocio tenga mayor permanencia en la mente del cliente y mejores posibilidades de fidelización.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

La oferta del negocio se compone de bienes de primera necesidad, productos de consumo frecuente y servicios complementarios. La combinación fue pensada para responder tanto a compras rápidas como a abastecimientos pequeños de hogares y viajeros.

Tabla 3. Portafolio de productos y servicios

Línea	Descripción
Mercado	Productos básicos de consumo diario como arroz, aceite, azúcar, sal, granos, enlatados, aseo y otros artículos de uso frecuente.
Bebidas no alcohólicas	Agua, gaseosas, jugos, bebidas hidratantes y refrescos.
Bebidas alcohólicas	Cervezas y otras bebidas permitidas, sujetas a las restricciones legales y de horario aplicables.
Pollo crudo	Venta por unidad o por porciones, conservado en refrigeración.
Huevos	Producto de alta rotación para hogares y alimentación.
Cerdo crudo	Venta en cantidades pequeñas y medianas según demanda.
Servicios de alimentación	Desayunos, almuerzos, comidas rápidas sencillas o platos del día, según disponibilidad y capacidad operativa.
Conectividad	Acceso a internet, apoyo para comunicación, consultas, recargas o trámites básicos en línea.

Esta mezcla permite atender necesidades distintas durante el mismo día. Por ejemplo, en la mañana puede haber mayor demanda de café, desayuno o huevos; al mediodía, de alimentación; y durante toda la jornada, de bebidas, mercado, carnes y conectividad. Así, el negocio no depende de un solo momento de venta, sino que mantiene varias oportunidades comerciales.

6. PROCESOS TÉCNICOS

El funcionamiento técnico del negocio será sencillo, pero debe ser ordenado para garantizar buen servicio y conservación de los productos. El proceso inicia con la compra o reposición del surtido, priorizando aquellos productos de mayor rotación. Para reducir pérdidas, conviene establecer un control básico de inventario, diferenciando entre productos secos, productos refrigerados y alimentos preparados. Los huevos, el pollo y el cerdo deben mantenerse en condiciones adecuadas de almacenamiento, respetando tiempos de rotación y limpieza de equipos.

El parque solar y el internet satelital son recursos estratégicos dentro del modelo. El primero ayuda a sostener operación de congeladores, iluminación básica y algunos equipos, especialmente en una zona donde la continuidad del servicio eléctrico puede ser un reto. El segundo fortalece el servicio al cliente, facilita comunicación y puede convertirse en una fuente complementaria de ingresos o de valor agregado.

En el componente de alimentación, el proceso técnico debe incluir compras frecuentes de insumos, preparación higiénica, manejo de utensilios, disposición adecuada de residuos y control de porciones. En el componente de atención al público, el negocio debe operar con rapidez, trato amable, precios visibles y un punto de pago sencillo. Un cuaderno de ventas o un archivo básico en computador será suficiente al inicio para registrar ingresos, gastos y productos con mayor demanda.

Tabla 4. Resumen del proceso técnico

Etapa	Actividad principal
Compra y reposición	Adquisición del surtido con prioridad en productos de mayor rotación
Clasificación	Separación entre productos secos, refrigerados y alimentos preparados
Conservación	Manejo adecuado de huevos, pollo y cerdo
Atención al cliente	Venta rápida, trato amable y precios visibles
Alimentación	Preparación higiénica, manejo de utensilios y control de porciones
Registro y control	Anotación de ventas, gastos y productos con mayor demanda

7. REQUISITOS LEGALES

Para operar de manera organizada y segura, el negocio debe avanzar en su proceso de formalización. En primer lugar, es recomendable definir si funcionará como persona natural comerciante o mediante otra figura simple de acuerdo con el crecimiento esperado. En Colombia, la formalización comercial se articula con el RUT y con el registro mercantil del establecimiento a través del sistema registral empresarial. Asimismo, la DIAN mantiene la ruta oficial de inscripción en el RUT y el sistema de facturación electrónica para quienes resulten obligados según su actividad y condiciones tributarias.

Dado que el negocio venderá pollo, cerdo y posiblemente alimentos preparados, también deberá prestar especial atención a las condiciones sanitarias. El INVIMA ha reiterado que los expendios de carne y productos cárnicos deben cumplir requisitos de infraestructura, higiene, conservación, manipulación y documentación para proteger la inocuidad de los alimentos. Esto implica limpieza permanente, adecuada refrigeración, utensilios en buen estado y buenas prácticas de manipulación.

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. Esa orientación inicial no reemplaza los trámites, pero sí fortalece la capacidad del emprendedor para tomar decisiones informadas y organizar su negocio desde una base más formal. Adicionalmente, será necesario verificar permisos o conceptos locales aplicables al uso del suelo, manipulación de alimentos, horarios de venta de bebidas alcohólicas y demás disposiciones municipales vigentes.

Tabla 5. Aspectos legales y sanitarios orientadores

Tema	Gestión sugerida
Formalización	Definir forma de operación y tramitar registro básico
Tributario	Inscripción o actualización del RUT
Facturación	Revisar obligación de facturación electrónica
Alimentos y cárnicos	Cumplir condiciones sanitarias e inocuidad
Funcionamiento local	Verificar permisos, horarios y disposiciones municipales

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El canal principal de comercialización será la venta directa en el establecimiento. Este canal es coherente con la naturaleza del negocio y con el perfil del cliente, pues la mayoría de las compras se harán por necesidad inmediata, proximidad o tránsito por la vía. La atención cara a cara permite además generar confianza, conocer mejor al cliente y ajustar el surtido según la demanda real.

Como canal complementario, el negocio puede implementar pedidos previos por llamada, mensajería o aplicaciones de comunicación cuando la conectividad lo permita. Esto sería útil especialmente para clientes institucionales, transportadores frecuentes o vecinos que requieran separar productos o encargar alimentación. A mediano plazo, también puede manejar listas de pedidos para días de mayor movimiento, evitando faltantes y mejorando la planeación de compras.

Otro canal de fortalecimiento comercial será la recomendación voz a voz. En territorios rurales, la reputación del negocio pesa mucho más que una pauta publicitaria formal. Si la tienda ofrece buen trato, productos frescos y respuesta rápida, los mismos usuarios se convierten en promotores naturales del establecimiento.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

Tomando como base la información suministrada, se parte de una venta estimada semanal de $1.185.000. Con ese dato, la venta mensual aproximada sería de $5.131.050 y la venta anual base rondaría los $61.620.000, sin considerar crecimiento. Si el negocio logra posicionarse mejor durante el segundo semestre y aumenta 10 % sus ventas semanales, el ingreso anual podría acercarse a

$64.701.000. Estos valores deben entenderse como estimaciones razonables para la planeación inicial.

Una aclaración importante es que el valor de $120.000 reportado como precio promedio de venta se interpreta mejor como un ticket promedio de compra para determinados clientes o abastecimientos, y no como el precio de un producto individual. Esto tiene sentido porque el negocio venderá desde bebidas y huevos hasta carnes y alimentación, por lo que el valor unitario de los artículos será muy variable.

Tabla 6. Proyección general de ventas

Concepto	Valor estimado
Venta semanal base	$1.185.000
Venta mensual base	$5.131.050
Venta anual base	$61.620.000
Venta anual con crecimiento del 10 % en segundo semestre	$64.701.000

En términos prácticos, la meta para el primer año debe enfocarse en consolidar el flujo constante de clientes, mejorar la rotación del surtido y aumentar progresivamente las ventas de líneas con mejor margen, como conectividad, bebidas frías y servicios de alimentación.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos del negocio se dividen en dos grupos. El primero corresponde a los costos de operación directa: compra de mercado, bebidas, huevos, pollo, cerdo, insumos para preparación de alimentos y reposición del surtido. El segundo corresponde a gastos de funcionamiento: conectividad, mantenimiento de equipos, transporte de abastecimiento, aseo, empaques, apoyo de ayudante y gastos menores del día a día.

Para una proyección razonable, se plantea que el costo de mercancía y materias primas represente aproximadamente el 62 % de las ventas mensuales, teniendo en cuenta que algunas líneas dejan márgenes más bajos y otras más altos. Sobre esa base, el flujo estimado sería el siguiente:

Tabla 7. Estimación mensual de costos y utilidad operativa

Concepto	Estimado mensual
Ventas	$5.131.050
Costo de mercancía y materias primas (62 %)	$3.181.251
Utilidad bruta estimada	$1.949.799

Internet y conectividad	$220.000
Aseo, empaques e insumos menores	$120.000
Transporte y reposición	$250.000
Mantenimiento y reserva de equipos	$120.000
Apoyo de ayudante	$400.000
Imprevistos	$90.000
Utilidad operativa estimada	**$749.799**

Estas cifras no son contables ni definitivas; son supuestos de planeación. Sirven para mostrar que el negocio puede ser viable si mantiene rotación de inventario, evita pérdidas en productos perecederos y conserva una buena relación entre ventas y surtido. En la práctica, la utilidad puede mejorar si parte del trabajo la asume la familia, si algunos equipos ya están disponibles o si se fortalecen líneas de mejor margen como alimentación y conectividad.

11. TALENTO HUMANO

El negocio requiere inicialmente una estructura humana sencilla: el dueño como responsable principal y un ayudante para apoyo en atención, organización, limpieza, reposición y manejo básico de alimentos. Esta configuración es adecuada para una fase de arranque, siempre que haya claridad en las tareas y horarios.

El propietario debe asumir funciones de administración, compras, control de inventario, relación con proveedores y seguimiento financiero. El ayudante puede concentrarse en atención al público, apoyo en cocina o preparación básica, limpieza de equipos, orden del local y recepción de productos. Si el negocio crece, podría requerirse más adelante un apoyo adicional por jornadas o en días de alta demanda.

Más allá del número de personas, el talento humano debe distinguirse por honestidad, buena atención, organización y manejo responsable de alimentos. En negocios de este tipo, la confianza del cliente es uno de los activos más importantes.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Para poner en marcha la Tienda El Capanaparo se requieren condiciones mínimas de infraestructura, equipamiento y surtido. Entre los elementos clave ya identificados se encuentran el parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas y surtido inicial. Estos recursos no solo permiten vender, sino conservar productos, atender clientes y llevar un control básico del negocio.

También se necesitan utensilios para manipulación y preparación de alimentos, recipientes, balanza si se considera útil, caja o gaveta para manejo de dinero, elementos de aseo, iluminación adecuada y señalización básica de precios. Desde el punto de vista operativo, se requiere además una red de proveedores confiables, una frecuencia de abastecimiento definida y un sistema simple de registro de ventas y compras.

En cuanto a requerimientos no materiales, el negocio necesita disciplina administrativa. Esto incluye separar las finanzas del hogar de las del negocio, controlar inventarios, revisar fechas de vencimiento, reinvertir parte de las utilidades y conservar una atención constante y respetuosa.

Tabla 8. Principales necesidades del proyecto

Tipo de necesidad	Requerimiento
Infraestructura	Espacio funcional, mesas, sillas, estanterías
Equipos	Congeladores, computador, parque solar
Conectividad	Internet satelital
Operación	Surtido inicial, utensilios, recipientes, señalización
Gestión	Registros de compras, ventas e inventario
Administración	Separación de finanzas del negocio y del hogar

13. VALOR DEL PROYECTO

Aunque se reporta un presupuesto inicial disponible o estimado de $2.600.000, ese valor parece suficiente únicamente para una fase muy básica de arranque o para surtido inicial, siempre que parte de la infraestructura ya exista. Si el negocio debe comenzar desde cero con todos los equipos esenciales, el valor real del proyecto es mayor. Por esa razón, se plantea una valoración referencial por etapas.

Tabla 9. Valor estimado del proyecto por componentes

Componente	Valor estimado
Surtido inicial de mercado y bebidas	$2.600.000
Parque solar básico	$3.500.000
Internet satelital e instalación	$1.200.000
Congelador o equipo de refrigeración	$2.300.000
Computador básico	$1.100.000

Estanterías, mesas y sillas	$1.200.000
Utensilios e implementos para alimentación	$800.000
Reserva de caja e imprevistos	$600.000
Valor estimado del proyecto completo	**$13.300.000**

Con base en lo anterior, el proyecto puede entenderse de dos maneras. La primera es como un negocio que inicia por fases, usando los $2.600.000 para surtido y apoyándose en recursos ya disponibles. La segunda es como un proyecto integral que requeriría alrededor de $13.300.000 para operar con mejores condiciones desde el comienzo. Esta segunda cifra es la más útil para efectos de planeación y búsqueda de apoyo o financiación.

14. PLAN OPERATIVO

Durante el arranque, el negocio puede organizarse en tres etapas. La primera corresponde a la adecuación del espacio, instalación de equipos, orden de estanterías y definición del surtido inicial. La segunda etapa consiste en iniciar ventas con las líneas de mayor rotación: mercado básico, bebidas, huevos, pollo y conectividad. La tercera etapa incorpora el fortalecimiento del servicio de alimentación y la ampliación de inventario según la respuesta del mercado.

En operación diaria, conviene manejar una rutina sencilla: apertura del establecimiento, revisión de inventario y cadena de frío, limpieza del punto, atención al cliente, registro de ventas, reposición de productos visibles y cierre con conteo básico. Semanalmente debe realizarse revisión de productos de mayor salida, compras y control de gastos. Mensualmente conviene comparar ventas, costos y utilidad para tomar decisiones.

Un plan operativo básico para el primer año podría resumirse así:

Tabla 10. Plan operativo básico para el primer año

Fase	Actividad principal	Resultado esperado
Mes 1	Adecuación, compra de surtido y organización del punto	Inicio de operación
Meses 2 a 3	Ajuste del surtido según demanda	Menos productos quietos y mayor rotación
Meses 4 a 6	Fortalecer alimentación y conectividad	Más clientes y mejor ticket promedio
Meses 7 a 12	Consolidación comercial y fidelización	Mayor estabilidad de ingresos

Este plan operativo busca crecer con orden, evitando una expansión descontrolada que afecte caja o genere pérdidas por inventario mal manejado.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El principal impacto esperado es social y económico. Social, porque el negocio acercará a la comunidad bienes y servicios que hoy son de difícil acceso o implican desplazamientos más largos. Económico, porque generará una actividad productiva local, moverá compras, podrá crear al menos un apoyo laboral y dinamizará la oferta de servicios en la zona.

Su alcance inmediato será local, atendiendo habitantes, viajeros y usuarios frecuentes de la vía. No obstante, por su ubicación estratégica, también puede convertirse en un punto de referencia para quienes se movilizan por el corredor y requieren abastecimiento rápido, alimentación o conectividad. En territorios como Puerto Carreño y su entorno, donde la movilidad y la distancia condicionan el acceso a servicios, un establecimiento de este tipo puede tener una utilidad práctica muy superior a la de una tienda convencional.

Además, el negocio aporta a la mejora de la calidad de vida de los vecinos al brindar cercanía, atención y respuesta ante necesidades diarias. Ese impacto, aunque parezca sencillo, es valioso en zonas donde el comercio de proximidad cumple una función comunitaria real.

16. MAPA DE ACTORES

El proyecto se relaciona con varios actores del territorio, cada uno con un papel diferente dentro de su desarrollo y sostenibilidad.

Tabla 11. Mapa de actores

Actor	Relación con el negocio	Interés principal
Comunidad del sector	Cliente y beneficiaria directa	Acceso cercano a bienes y servicios
Transportadores y transeúntes	Clientes frecuentes	Soluciones rápidas en ruta
Turistas y visitantes	Clientes ocasionales	Abastecimiento, alimentación y conectividad
Instituciones	Posibles compradores y aliados	Apoyo logístico y compras puntuales
Proveedores	Suministro del inventario	Venta continua y cumplimiento
Propietario y ayudante	Operadores del negocio	Sostenibilidad económica
Entidades de formalización y control	Orientación y vigilancia	Cumplimiento legal y sanitario

Este mapa demuestra que la tienda no funciona aislada. Su éxito dependerá de mantener buenas relaciones con clientes, proveedores y entidades que orientan la formalización. A medida que el

negocio se fortalezca, también podrá convertirse en un actor de apoyo para la dinámica social y económica del sector.

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

La Tienda El Capanaparo es una propuesta de negocio viable y pertinente para su ubicación. Su mayor fortaleza está en responder a necesidades reales del territorio: acceso cercano a productos básicos, alimentos, conectividad y apoyo a quienes transitan por la vía. La combinación de mercado, carnes, huevos, bebidas, alimentación y servicio de internet le da una base comercial amplia y adaptable.

Aunque el capital disponible inicialmente es reducido frente al valor total del proyecto, el negocio puede ponerse en marcha por etapas, comenzando con surtido básico y fortaleciendo gradualmente la infraestructura. Si se administra con orden, se cuida la calidad del servicio y se controla bien el inventario, Tienda El Capanaparo tiene condiciones para consolidarse como un punto útil, rentable y socialmente valioso en la zona de Japón sobre la vía Casuarito – Puerto Carreño.

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.

Jose Bladimir Sosa
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	Jose Bladimir Sosa
TIENDA	Tienda Capanaparo
FECHA	22/12/2025



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: 5-1-2026

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: Jose Bladimir S

Nombres: Jose Bladimir Sosa

CC: 1.127.382.173

OBSERVACIONES:

Nidia liliana Andueza Bussuy

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	Nidia liliana Andueza Bussuy
TIENDA	Variedades Lili
FECHA	17/12/2025



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, Nidia Liliana Andueza Bussuy. identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.136.299.012 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: Nidia

Nombres: Nidia Liliana Andueza

CC: 1136299012

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, Nidia Liliana Anduezq Bussuy identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.136.299.012., 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 Casuarito a los 17 días del mes de diciembre del año 2025.

RECIBE:

Firma: Liliana

Nombres: Nidia Liliana Anduezq

CC: 1136990012

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 17	MES 12	AÑO 2025.	
Beneficiario	Nidia Liliana Andueza Bussuy				
Cédula	1.136.299.012			Sexo: ☒ Mujer ☐ Hombre	
Departamento:	Vichada		Municipio:	Puerto Carreño	
Vereda / Inspección:	Casuarito				
Dirección:	Antigua Gallera		Teléfono de Contacto:	3132481346	

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 - Atencion

Retos que enfrenta:

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: Mejorar exposicion productos, implementar publicidad, aplicar conocimiento

Compromisos del beneficiario:

Observaciones:

Firma: Liliana

Beneficiario: Nidia Liliana Andueza

Cédula: 1136299012

Firma:

Profesional: Yisheki Morales.

Cédula: 1.121-898-690

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

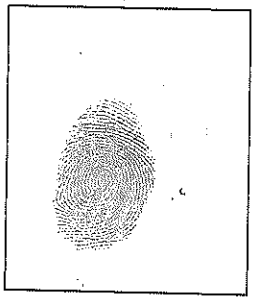
Yo, Nidia Liliana Andueza Bussuy, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.136.299.012 residente del municipio de Puerto Carreño, en calidad de beneficiario(a) del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, declaro bajo la gravedad del juramento que:

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 Casuarito a los 17 días del mes de diciembre del año 2025.

RECIBE:

Huella



Firma: Liliana

Nombres: Nidia Liliana Andueza

CC: 1136299012

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

VARIEDADES LILI

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: Nidia Liliana Andueza Bussuy

EMPRENDEDOR

Ubicación: Inspección de Casuarito, 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

Variedades Lili nace como respuesta a una necesidad real del sector de Casuarito y de su entorno cercano: la dificultad para acceder de manera rápida a productos básicos, bebidas frías, servicios de conectividad y soluciones inmediatas para quienes transitan por la vía o viven en la zona. En territorios con distancias amplias entre comercios, limitada oferta de servicios y movilidad condicionada por factores climáticos, económicos y de transporte, contar con un punto cercano de abastecimiento se convierte en una necesidad práctica para la comunidad.

La inspección de Casuarito, por su ubicación estratégica y por el paso frecuente de transportadores, viajeros, turistas y habitantes de veredas cercanas, requiere un establecimiento que reduzca tiempos y costos de desplazamiento. Muchas personas deben recorrer varios kilómetros para comprar productos de mercado, conseguir bebidas frías o resolver necesidades básicas de comunicación. Esta situación afecta la calidad de vida de la comunidad, especialmente cuando se trata de compras pequeñas, emergencias cotidianas o atención al transeúnte.

Además, en zonas rurales o apartadas, un negocio de este tipo no solo cumple una función comercial, sino también social. Puede convertirse en un punto de apoyo para orientar a visitantes, facilitar comunicaciones, brindar una atención oportuna y ofrecer soluciones inmediatas en momentos en que no existen muchas alternativas cercanas. Por esta razón, Variedades Lili busca cubrir una necesidad que combina abastecimiento, servicio y cercanía.

2. TIPOS DE CLIENTES

El negocio está orientado a varios tipos de clientes, lo que le permite diversificar su demanda y no depender de un solo grupo de compradores. En primer lugar, se encuentra la comunidad de la inspección de Casuarito, que representa la clientela más estable, ya que requiere de forma permanente productos de consumo básico, bebidas y apoyo en conectividad. Este grupo garantiza una demanda continua, aunque de montos pequeños o medianos por compra.

En segundo lugar, están los transportadores y transeúntes que circulan por el sector. Estos clientes suelen buscar bebidas frías, productos de consumo rápido, alimentos básicos, recargas, acceso a internet o un punto de apoyo durante sus desplazamientos. Su compra suele ser inmediata y motivada por la necesidad del momento, lo que favorece ventas rápidas y frecuentes.

También se identifican como clientes las instituciones presentes o relacionadas con la zona, que pueden requerir compras ocasionales de productos, apoyo logístico o servicios de conectividad. Aunque no necesariamente compran todos los días, sí representan una oportunidad importante para ventas por volumen o compras programadas.

Finalmente, están los turistas o visitantes eventuales, quienes valoran la ubicación, la atención amable, la disponibilidad de bebidas frías y la facilidad para resolver necesidades básicas durante su paso por el lugar. Este grupo puede aumentar en temporadas específicas o en días de mayor movilidad, lo cual ayuda a dinamizar las ventas.

En resumen, Variedades Lili atenderá clientes habituales y ocasionales, locales y visitantes, lo que fortalece su sostenibilidad y amplía sus oportunidades de crecimiento.

Tabla 2. Segmentos de clientes de Variedades Lili

Tipo de cliente	Características principales	Necesidades frecuentes	Frecuencia esperada
Comunidad de Casuarito	Habitantes permanentes del sector	Mercado, bebidas, conectividad	Alta
Transportadores y transeúntes	Personas de paso	Bebidas frías, consumo rápido, recargas	Media-alta
Instituciones	Entidades o actores con presencia en la zona	Compras ocasionales y apoyo logístico	Media
Turistas y visitantes	Usuarios eventuales del corredor	Bebidas, conectividad, compras rápidas	Media

3. COMPETENCIA

La competencia del negocio está representada por otros comercios ubicados aproximadamente a 20 kilómetros de distancia y por dos referencias cercanas ya identificadas: Dulbeiro Ruiz – Mercafruver y Juan Lozada – Mercado, bebidas y servicios turísticos. Aunque estos establecimientos atienden necesidades similares, la distancia y las características del servicio permiten que Variedades Lili tenga una oportunidad real de posicionarse en el sector.

Uno de los factores más importantes frente a la competencia es que los consumidores valoran mucho la cercanía, especialmente en zonas donde el desplazamiento implica tiempo, costo y, en algunos casos, dificultades por el estado de la vía o las condiciones climáticas. Un negocio que esté mejor ubicado y tenga disponibilidad inmediata de productos puede captar con facilidad una parte importante del mercado, incluso si existen otros oferentes en el área general.

La competencia también enseña que sí existe demanda. El hecho de que haya otros negocios vendiendo productos similares demuestra que el mercado está activo y que las personas consumen este tipo de bienes y servicios. No obstante, Variedades Lili puede diferenciarse al fortalecer aspectos como la atención al cliente, la variedad de productos, la disponibilidad de bebidas frías, el servicio de conectividad y la función de punto de apoyo para vecinos y transeúntes.

En ese sentido, la competencia no debe verse solo como una amenaza, sino como una señal de que el sector tiene movimiento comercial. La clave estará en ofrecer un mejor servicio, mantener surtido básico constante y aprovechar la ventaja de la ubicación.

Tabla 3. Referencia de competencia

Competidor	Actividad principal	Fortalezas	Oportunidad para Variedades Lili
Dulbeiro Ruiz – Mercafruver	Mercado y productos básicos	Conocimiento del sector	Mejorar cercanía, servicio y conectividad
Juan Lozada	Mercado, bebidas y servicios turísticos	Oferta combinada	Diferenciarse con atención, surtido y punto estratégico
Otros comercios a 20 km	Venta general	Experiencia comercial	Aprovechar menor distancia y acceso inmediato

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en crear y fortalecer un establecimiento comercial llamado Variedades Lili, enfocado en la venta de productos de consumo básico, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, productos de mercado y servicios de conectividad, dirigido a la comunidad de Casuarito, transportadores, instituciones, turistas y personas que transitan por el sector.

Más que una tienda tradicional, el negocio busca posicionarse como un punto útil para resolver necesidades cotidianas. La propuesta combina abastecimiento, atención rápida y servicios complementarios en un solo lugar. Esto le da valor porque no se limita a vender productos, sino que también presta un servicio cercano y práctico en una zona donde la oferta puede ser limitada.

Su principal atractivo es la ubicación estratégica en el cruce hacia vereda Manatí y Progreso, lo que le permite captar clientes que viven en el sector o que se movilizan por allí. A esto se suma la posibilidad de ofrecer bebidas frías, acceso a conectividad y una atención amable, elementos que aumentan la preferencia del cliente.

La idea es iniciar con una estructura básica, organizada y funcional, y crecer de manera progresiva conforme aumenten las ventas. En una primera etapa, el negocio se enfocará en surtido esencial y servicios clave; posteriormente, podrá ampliar líneas de producto, mejorar equipos y fortalecer su presencia comercial en el territorio.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

Variedades Lili ofrecerá una mezcla de productos y servicios pensados para responder a la demanda real del sector. Entre los principales productos se encuentran las bebidas alcohólicas, orientadas a clientes adultos que buscan consumo ocasional o compra para reuniones y momentos de recreación. También se venderán bebidas no alcohólicas, especialmente frías, como gaseosas, aguas, jugos y energizantes, que suelen tener alta rotación en zonas cálidas y de tránsito frecuente.

En cuanto al mercado básico, el negocio incluirá productos de primera necesidad y consumo recurrente, tales como arroz, aceite, azúcar, café, panela, enlatados, galletas, harinas, huevos,

artículos de aseo y otros bienes de uso diario. Esta línea de mercado permite atraer a familias y compradores recurrentes de la comunidad.

Otro componente importante son los servicios de conectividad, que pueden incluir acceso a internet, apoyo en comunicaciones, recargas o uso de herramientas digitales básicas según la capacidad instalada del negocio. Este servicio genera valor agregado, ya que en muchos sectores apartados la conectividad es una necesidad tan importante como el acceso a bienes físicos.

La combinación de estos productos y servicios hace que el negocio tenga varias fuentes de ingreso y atienda necesidades diferentes en un mismo punto. Esta diversificación reduce el riesgo comercial y mejora la capacidad de adaptación del establecimiento.

Tabla 4. Portafolio básico inicial

Línea	Contenido inicial
Bebidas alcohólicas	Cervezas, licores de consumo frecuente
Bebidas no alcohólicas	Agua, gaseosas, jugos, bebidas hidratantes
Mercado	Granos, abarrotes, enlatados, productos de aseo y consumo diario
Conectividad	Internet, recargas y apoyo básico de comunicación

6. PROCESOS TÉCNICOS

El funcionamiento del negocio será sencillo, pero debe organizarse con orden para garantizar eficiencia, buena atención y control del inventario. El proceso inicia con la compra y abastecimiento de los productos, priorizando aquellos de mayor rotación y necesidad frecuente. Para ello será importante programar compras de acuerdo con la demanda semanal o quincenal, evitando tanto el desabastecimiento como la sobrecompra.

Luego sigue el proceso de recepción, revisión y almacenamiento. Los productos deben ser verificados al momento de llegar, revisando cantidades, estado físico y fecha de vencimiento. Las bebidas frías y los productos que requieran refrigeración deben ubicarse de inmediato en congeladores o equipos adecuados, mientras que los productos secos deben organizarse en estanterías limpias y clasificadas.

El tercer proceso corresponde a la atención al cliente y venta directa en sitio. En esta etapa es clave brindar una atención amable, rápida y clara. Se debe informar precios, orientar al cliente y procurar mantener el área de venta ordenada y visible. En el caso del servicio de conectividad, se debe prestar apoyo básico para que el cliente acceda de manera sencilla al servicio disponible.

Un cuarto proceso es el control de inventario y caja, el cual resulta fundamental para la sostenibilidad del negocio. Se recomienda llevar un registro básico de entradas, salidas, ventas diarias y productos más vendidos. Esto ayudará a tomar decisiones de compra, controlar pérdidas y proyectar mejor el crecimiento del negocio.

Por último, debe existir una rutina de limpieza, mantenimiento y revisión de equipos, especialmente del parque solar, internet satelital, congeladores, computador y mobiliario. El buen estado de estos recursos garantiza continuidad en el servicio y evita gastos mayores por daños o interrupciones.

Tabla 5. Resumen del proceso técnico

Etapa	Actividad principal	Objetivo
Abastecimiento	Compra y reposición de mercancía	Mantener surtido útil
Recepción y almacenamiento	Revisión, clasificación y conservación	Evitar pérdidas y desorden
Atención y venta	Servicio al cliente y cobro	Generar buena experiencia
Control operativo	Inventario y caja	Facilitar decisiones y control
Mantenimiento	Limpieza y revisión de equipos	Garantizar continuidad del servicio

7. REQUISITOS LEGALES

Para que Variedades Lili opere de manera organizada y con proyección de crecimiento, es importante avanzar hacia la formalización del negocio. Esto implica revisar la necesidad de registro ante Cámara de Comercio, actualización o inscripción del Registro Único Tributario (RUT), definición de actividad económica y cumplimiento de obligaciones básicas según el tipo de actividad comercial desarrollada.

Debido a que el negocio contempla la comercialización de bebidas alcohólicas, es necesario verificar las condiciones de autorización local, el cumplimiento de horarios y las normas de funcionamiento establecidas por la autoridad competente. También debe revisarse el manejo de facturación, la identificación tributaria y los requisitos municipales o departamentales aplicables al establecimiento.

En materia sanitaria y comercial, el negocio debe mantener adecuadas condiciones de higiene, almacenamiento y conservación de productos, especialmente en lo relacionado con bebidas y mercancías de consumo. Asimismo, es recomendable llevar control de proveedores y de productos con fechas de vencimiento para disminuir riesgos y garantizar calidad al consumidor.

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, con el propósito de que la propietaria conozca la importancia de operar de manera organizada, legal y con mejores herramientas para el crecimiento del negocio.

En términos prácticos, la formalización puede desarrollarse por etapas. Si al inicio el negocio opera con recursos limitados, podrá avanzar primero en los aspectos esenciales de identificación y organización comercial, y posteriormente fortalecer los componentes tributarios y de facturación según aumente su volumen de ventas.

Tabla 6. Aspectos legales orientadores

Tema	Acción sugerida	Finalidad
Formalización	Registro básico del negocio	Dar orden legal y comercial
RUT	Inscripción o actualización	Identificación tributaria
Facturación	Revisión de obligación y soporte de venta	Control de ingresos
Venta de alcohol	Verificación de horarios y permisos locales	Operación responsable
Higiene y conservación	Buenas prácticas comerciales	Protección al consumidor

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización será la venta directa en el punto físico, ya que el negocio está pensado para atender de manera inmediata a quienes viven o transitan por el sector. Este canal es el más adecuado por la naturaleza del negocio y por la importancia de la cercanía, la atención personalizada y la compra de urgencia o necesidad cotidiana.

Como complemento, el negocio puede utilizar un canal de comercialización por recomendación o voz a voz, que suele ser muy efectivo en comunidades pequeñas y entornos rurales. Cuando un cliente recibe buena atención y encuentra productos disponibles, tiende a recomendar el establecimiento a familiares, vecinos, conductores y conocidos. Esto ayuda a consolidar la reputación del negocio sin necesidad de grandes inversiones en publicidad.

También se puede impulsar un canal básico de comunicación por celular o mensajería, útil para separar productos, consultar disponibilidad o coordinar entregas cercanas, en caso de que el negocio más adelante pueda ofrecer ese servicio de manera sencilla. Aunque al principio el enfoque será presencial, este tipo de apoyo mejora la relación con los clientes frecuentes.

Adicionalmente, la ubicación del negocio funciona por sí sola como un canal de atracción comercial. Al estar en un cruce estratégico, el flujo natural de personas se convierte en una fuente permanente de visibilidad. Por ello, será importante contar con buena presentación del punto, aviso visible, orden y ambiente confiable.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

Con base en la información suministrada, se parte de una venta estimada semanal de $500.000, lo que equivale a un ingreso mensual aproximado de $2.000.000, considerando cuatro semanas. Sin embargo, para darle mayor solidez al plan, se plantea una proyección gradual en la que el negocio inicia con ventas conservadoras y mejora a medida que aumenta el surtido, la clientela habitual y el reconocimiento del punto.

Dado que el negocio se ubica en una zona estratégica y atiende varios tipos de clientes, es razonable proyectar un crecimiento moderado. Se estima que durante los primeros meses las ventas pueden mantenerse en niveles básicos por el proceso de posicionamiento, pero una vez el cliente reconozca el negocio por su variedad y atención, las ventas pueden incrementarse.

A continuación, se presenta una proyección estimada de ventas mensuales para el primer año. Estos valores son supuestos razonables de trabajo y deben entenderse como referencia para la planeación:

Tabla 7. Proyección estimada de ventas mensuales del año 1

Mes	Ventas estimadas
1	$2.000.000
2	$2.100.000
3	$2.150.000
4	$2.250.000
5	$2.300.000
6	$2.400.000
7	$2.450.000
8	$2.500.000
9	$2.600.000
10	$2.650.000
11	$2.750.000
12	$2.900.000

Total anual estimado: $29.050.000

Esta proyección es prudente y se puede mejorar si el negocio incrementa su surtido, logra fidelizar a la comunidad y aprovecha temporadas de mayor tránsito. El ticket promedio de venta informado en la base de formulación debe entenderse como una referencia de compras acumuladas o ventas representativas, pues para una tienda de este tipo el valor por transacción puede variar bastante según el cliente y el producto adquirido.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales del negocio están asociados a la inversión en equipos, adecuación básica, surtido inicial y operación. Dentro de los costos más relevantes se encuentran el parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas y abastecimiento de productos. A estos se suman gastos periódicos como transporte de mercancía, mantenimiento, reposición de inventario, recargas del servicio de conectividad y apoyo del ayudante.

Es importante señalar que el presupuesto inicial disponible de $2.000.000 resulta limitado frente a la totalidad de equipos requeridos. Por eso, este plan plantea que el negocio puede iniciar con una estrategia gradual: primero se prioriza el surtido básico, parte del mobiliario esencial y algunos equipos ya disponibles o adquiridos progresivamente; luego, con el crecimiento de las ventas, se fortalecen los demás componentes.

Tabla 8. Estimación básica de inversión inicial

Concepto	Valor estimado
Surtido inicial básico	$800.000
Estanterías y mobiliario básico	$300.000

Mesa y sillas	$200.000
Apoyo inicial para conectividad	$250.000
Elementos de organización y empaque	$100.000
Capital de trabajo inicial	$350.000
Total base de arranque	$2.000.000

Tabla 9. Inversión ideal para fortalecimiento

Concepto	Valor estimado
Parque solar	$3.500.000
Internet satelital e instalación	$1.500.000
Congeladores	$2.000.000
Computador	$1.800.000
Estanterías y adecuación	$800.000
Mesas y sillas	$400.000
Surtido ampliado	$2.000.000
Total estimado ideal	**$12.000.000**

En cuanto a los gastos mensuales, se pueden estimar así:

Tabla 10. Gastos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado
Reposición de inventario	$1.000.000
Apoyo o ayudante	$400.000
Transporte y abastecimiento	$200.000
Conectividad / recargas / servicio	$150.000
Mantenimiento y otros	$100.000
Total mensual estimado	**$1.850.000**

Estos valores pueden variar según la temporada, la disponibilidad de proveedores y el comportamiento de la demanda.

11. TALENTO HUMANO

El negocio requiere inicialmente de un equipo humano pequeño, conformado por el dueño o propietaria y un ayudante. Esta estructura es adecuada para la etapa inicial, pues permite atender el punto de venta, organizar el surtido, prestar el servicio de conectividad y llevar un control básico de las ventas sin generar una carga salarial demasiado alta.

La propietaria tendrá un papel central en la administración del negocio. Entre sus funciones estarán la compra de productos, control de caja, atención a clientes, verificación del inventario y toma de decisiones comerciales. También será quien dé la imagen principal del negocio frente a la comunidad, por lo cual su trato amable, responsabilidad y constancia serán factores decisivos.

El ayudante apoyará en la atención al público, organización de productos, limpieza, revisión del área de venta y acompañamiento en jornadas de mayor movimiento. Si el negocio crece y amplía horarios o líneas de servicio, este cargo podrá fortalecerse o convertirse en una vinculación más estable.

Más allá del número de personas, lo importante es que el talento humano del negocio mantenga valores como honestidad, buen servicio, orden, respeto al cliente y compromiso con el cuidado de los productos y equipos.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Para que Variedades Lili funcione de manera adecuada, se requiere cubrir varias necesidades básicas de tipo físico, operativo y comercial. En primer lugar, es indispensable contar con un espacio organizado, limpio y visible, que permita exhibir productos, almacenar mercancía y atender clientes con comodidad. La infraestructura no tiene que ser compleja, pero sí práctica y segura.

En segundo lugar, se necesitan equipos que respalden la propuesta de valor del negocio, especialmente para conservar bebidas frías y prestar servicios de conectividad. El parque solar y el internet satelital son especialmente importantes si se considera la realidad del territorio, donde pueden existir limitaciones de energía o conectividad convencional. Estos recursos no solo apoyan la operación, sino que diferencian al negocio frente a otros comercios.

También se requiere una adecuada planificación del surtido. No basta con tener productos; es necesario seleccionar aquellos de mayor salida y utilidad para la comunidad. Un surtido bien pensado evita pérdidas, mejora la rotación y facilita la recuperación del capital invertido.

Adicionalmente, se necesita formación básica en manejo de inventario, atención al cliente, formalización, control de ventas y manejo de herramientas sencillas para la administración del negocio. Estas capacidades permiten que el emprendimiento no dependa únicamente de la buena intención, sino de una organización mínima que le dé estabilidad.

Tabla 11. Principales necesidades del proyecto

Tipo de necesidad	Requerimiento principal	Utilidad en el negocio
Física	Espacio visible y ordenado	Atención y exhibición
Técnica	Parque solar e internet satelital	Conservación y conectividad
Comercial	Surtido seleccionado	Mejor rotación y ventas
Administrativa	Formación básica y control	Sostenibilidad del negocio

13. VALOR DEL PROYECTO

El valor del proyecto puede analizarse desde dos enfoques: el valor de arranque real con recursos disponibles y el valor ideal para una operación más sólida. Con base en la información entregada, se cuenta con una capacidad inicial estimada de $2.000.000, lo cual permite una apertura básica y gradual del negocio. No obstante, si se consideran todos los equipos y requerimientos mencionados, el valor integral del proyecto se ubica aproximadamente en $12.000.000, como inversión ideal de fortalecimiento.

Esto significa que Variedades Lili es un proyecto viable en modalidad escalonada. Puede comenzar con una base pequeña, priorizando surtido, mobiliario mínimo y operación esencial, y luego crecer de forma progresiva. Este enfoque es coherente con muchos emprendimientos rurales o comunitarios, que no siempre nacen completamente dotados, sino que se consolidan paso a paso según la respuesta del mercado.

Desde una mirada económica, el valor del proyecto no solo se refleja en los equipos o en el dinero invertido, sino también en su capacidad de generar ingresos, dinamizar el comercio local y ofrecer un servicio útil al territorio. Por eso, su valor social y territorial también es alto, ya que responde a una necesidad concreta de la población y mejora condiciones de acceso a bienes y servicios.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo de Variedades Lili se basa en un funcionamiento sencillo, continuo y ordenado. El negocio abrirá en un horario ajustado a la dinámica del sector, priorizando momentos de mayor tránsito de personas y transportadores. La atención será directa en sitio, procurando rapidez, amabilidad y disponibilidad permanente de los productos más solicitados.

Diariamente se realizará apertura del punto, revisión de inventario visible, verificación de bebidas frías, organización de estanterías y limpieza general. Durante la jornada se hará venta, reposición de productos y control de caja. Al cierre, se recomienda registrar lo vendido, revisar saldos, identificar faltantes y dejar preparado el espacio para el día siguiente.

Semanalmente será necesario evaluar cuáles productos tuvieron mayor salida y cuáles deben reponerse con prioridad. Esto permitirá mantener un surtido útil y evitar gastos innecesarios en mercancía de baja rotación. También se deberá revisar el estado de los equipos, en especial congeladores, fuente de energía y sistema de conectividad.

A mediano plazo, el plan operativo debe contemplar mejoras como ampliación del surtido, fortalecimiento del servicio de conectividad, mejor presentación externa del negocio y estrategias sencillas para fidelizar clientes. Con organización y constancia, el negocio puede pasar de una operación básica a una más sólida y rentable.

Tabla 12. Actividades operativas principales

Frecuencia	Actividad

Diaria	Apertura, limpieza, atención, control de caja y revisión de inventario
Semanal	Reposición de productos, análisis de ventas y organización de compras
Mensual	Revisión de gastos, utilidad, mantenimiento de equipos y evaluación del servicio
Trimestral	Ajuste de surtido, mejora del punto y revisión del crecimiento del negocio

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto principal de Variedades Lili será mejorar el acceso de la comunidad a bienes y servicios que actualmente pueden resultar difíciles de conseguir por la distancia o por la escasa oferta cercana. Esto representa una mejora directa en la calidad de vida de los habitantes del sector, ya que tendrán un lugar más próximo para resolver necesidades cotidianas sin hacer largos desplazamientos.

También se espera un impacto positivo sobre los transportadores, turistas y transeúntes, quienes encontrarán un punto confiable para abastecerse, refrescarse, comunicarse o recibir apoyo básico durante su paso por la zona. En sectores estratégicos, un negocio bien atendido puede convertirse en referencia obligada para quienes se movilizan por la vía.

En el plano económico, el negocio generará ingresos para su propietaria y abrirá oportunidad de empleo o apoyo ocupacional para otra persona. Aunque inicialmente sea una unidad pequeña, tiene potencial para dinamizar el intercambio comercial del entorno y estimular el consumo local.

Su alcance, en una primera etapa, será local y de influencia cercana en Casuarito y corredores vecinos. Sin embargo, por la ubicación estratégica, puede llegar a ser reconocido por usuarios de paso y consolidarse como un punto importante en la dinámica comercial del sector.

16. MAPA DE ACTORES

El desarrollo del negocio involucra distintos actores que influyen de manera directa o indirecta en su funcionamiento. En primer lugar está la comunidad de Casuarito, que será el principal beneficiario y cliente habitual del establecimiento. Su respaldo será fundamental para la permanencia del negocio en el tiempo.

Los transportadores y transeúntes representan un actor clave porque aportan flujo comercial constante, especialmente en productos de consumo inmediato. Los turistas y visitantes también fortalecen la demanda eventual y pueden ayudar a posicionar el negocio como punto de referencia del sector.

Las instituciones relacionadas con la zona son actores importantes por su presencia territorial y por la posibilidad de generar compras ocasionales, articulación o reconocimiento del establecimiento como servicio útil para la comunidad. Por otro lado, los proveedores son fundamentales para garantizar surtido, calidad y continuidad del negocio.

Finalmente, está la propietaria del negocio, que es el actor central del proyecto, ya que lidera la operación, toma decisiones y representa la visión de crecimiento del emprendimiento.

Tabla 13. Mapa básico de actores

Actor	Relación con el negocio	Nivel de importancia
Comunidad de Casuarito	Clientes permanentes y beneficiarios directos	Alta
Transportadores y transeúntes	Clientes frecuentes de paso	Alta
Turistas	Clientes ocasionales	Media
Instituciones	Posibles compradores y aliados	Media
Proveedores	Abastecimiento del negocio	Alta
Propietaria y ayudante	Operación y sostenimiento	Alta

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Variedades Lili es una propuesta de negocio viable, útil y coherente con la realidad de la inspección de Casuarito. Su fortaleza principal está en responder a necesidades concretas del territorio: acceso cercano a productos básicos, bebidas frías, conectividad y atención directa para la comunidad y los transeúntes. No se trata únicamente de abrir una tienda, sino de crear un punto de servicio con valor práctico y social.

Aunque el capital inicial disponible es limitado, el proyecto puede desarrollarse de manera gradual, comenzando con lo esencial y fortaleciendo su operación a medida que aumenten las ventas y la clientela. La ubicación estratégica, la variedad de productos, la atención personalizada y el servicio de conectividad son elementos que le dan ventajas reales frente a otros comercios del entorno.

En términos generales, el plan muestra que el negocio tiene potencial para generar ingresos, mejorar el acceso a bienes y servicios en el sector y convertirse en un emprendimiento sostenible si se maneja con orden, compromiso y visión de crecimiento. Por ello, Variedades Lili se proyecta como una iniciativa comercial pertinente para el territorio, con capacidad de aportar al bienestar de la comunidad y al movimiento económico local.

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.

Liliana

Nidia Liliana Andueza Bussuy
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	Nidia liliana Andueza Bussuy
TIENDA	Variedades Lili
FECHA	17/12/2025



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: 17-12-2025.

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

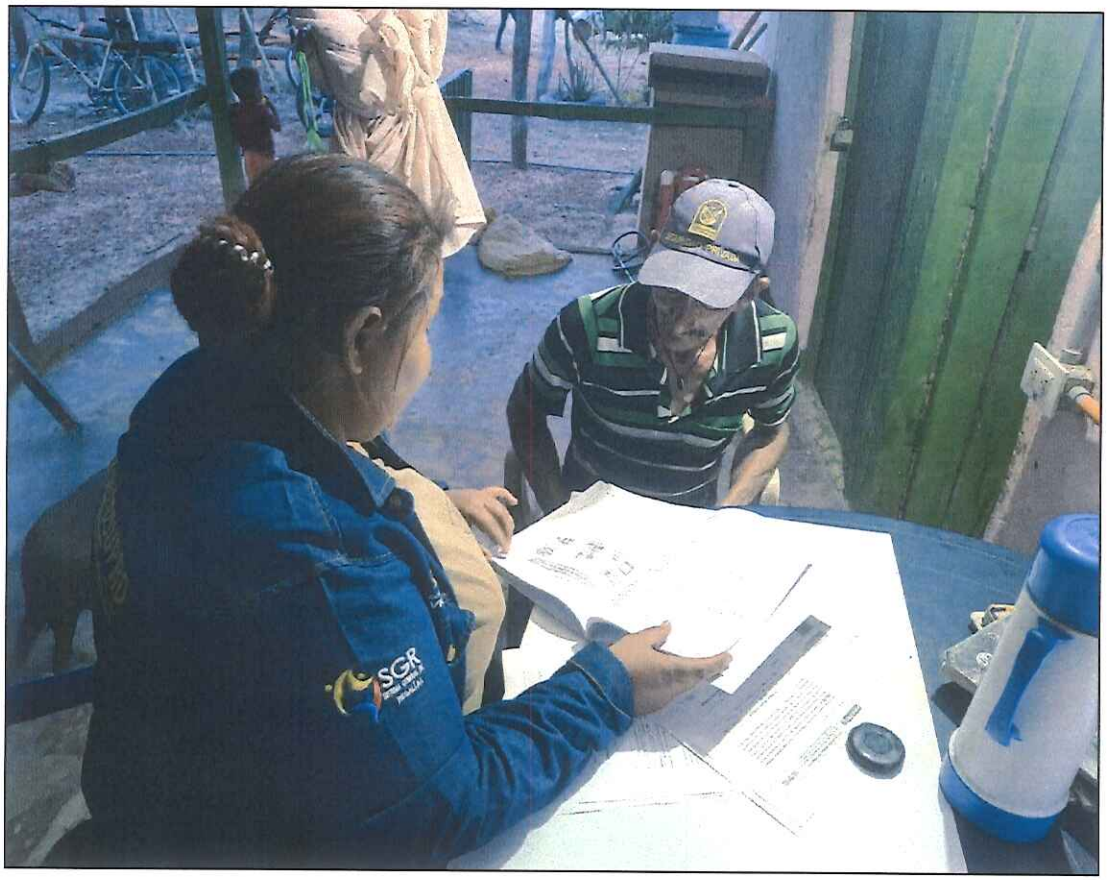
Firma: Liana Andueza
Nombres: Nidia Liana Andueza
CC: 1136299072

OBSERVACIONES:

Miller Inganicio Achagua Martinez

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	Miller Inganicio Achagua Martinez
TIENDA	Donde Miller
FECHA	23/12/2025



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, Miller Ignacio Achagua identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 17.388.589 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: Miller I. A. M
Nombres: miller Ignacio Achagua
CC: 17388589

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, Miller Ignacio Achagua identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 17.388.589, 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 23 días del mes de Diciembre del año 2025.

RECIBE:

Firma: Miller I. A. M

Nombres: Miller Ignacio Achagua

CC: 17388589

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."

fundación servicios integrales y sociales

INFORMACIÓN GENERAL DE LA VISITA

Fecha de visita:		DIA 23	MES 12	AÑO 2025.	
Beneficiario	Miller Ignacio Achagua Martinez				
Cédula	17.388.589.			Sexo: ☐Mujer ☒Hombre	
Departamento:	Vichada		Municipio:	Puerto Carreño	
Vereda / Inspección:	Resguardo Kanalitojo				
Dirección:	Frente Escuela.		Teléfono de Contacto:	3212228922	

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: Unico en Sector Variedad

Retos que enfrenta: Energia Edad

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: Implementar aprendido, producir agro

Compromisos del beneficiario: Llevar lista de precios. venta.

Observaciones: Desorden.

Firma: M.I.A.M

Beneficiario: Mille Achagua

Cédula: 17388589

Firma:

Profesional: Yishlen Morales

Cédula: 1.121.845.670

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

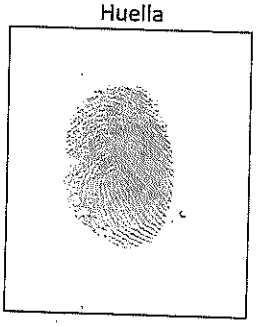
Yo, Miller Ignacio Achagua, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 17.388.589 residente del municipio de Puerto Carreño., en calidad de beneficiario(a) del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, declaro bajo la gravedad del juramento que:

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 23 días del mes de Diciembre del año 2025.

RECIBE:

Huella



Firma: Miller I.A.M

Nombres: miller Ignacio Achagua

CC: 17388589

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

DONDE MILLER

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".

Emprendedor: Miller Inganicio Achagua Martínez

EMPRENDEDOR

Ubicación: Resguardo Kanalitojo, vía Villavicencio – Puerto Carreño, Colombia

FEBRERO DE 2026

GOBERNACIÓN DE VICHADA SGR ASOSUPRO fundacion servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

En el sector donde se proyecta el negocio existe una necesidad real de contar con un punto cercano y confiable para la compra de bienes básicos y el acceso a servicios útiles para la vida diaria. En zonas rurales y de tránsito, las distancias hacia otros comercios suelen representar mayores costos de transporte, más tiempo de desplazamiento y dificultades para adquirir productos de primera necesidad, especialmente cuando se requieren artículos refrigerados, alimentos frescos o soluciones inmediatas para quienes se movilizan por la vía.

"Donde Miller" nace precisamente para responder a esa necesidad. No se trata solo de vender mercado o bebidas, sino de convertirse en un punto de apoyo para la comunidad y para quienes circulan por el sector. El negocio busca mejorar la calidad de vida de los vecinos del resguardo, facilitar la compra de productos sin necesidad de recorrer largas distancias y ofrecer un espacio de ayuda práctica ante imprevistos en la vía, como una necesidad urgente de comunicación, una compra rápida o un lugar cercano para abastecerse.

Además, por tratarse de una zona donde el clima y las jornadas de desplazamiento favorecen la demanda de bebidas frías, alimentos básicos y servicios rápidos, el negocio puede cumplir una función económica y social importante. En este sentido, la necesidad que atiende no es solamente comercial; también es territorial y comunitaria, porque fortalece la atención local en un punto donde la oferta cercana es limitada.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes del negocio son diversos, lo cual representa una ventaja importante porque no depende de un solo grupo comprador. La demanda se distribuye entre población residente, personas en tránsito y algunas entidades que eventualmente puedan requerir abastecimiento puntual. Esta variedad permite que el negocio tenga movimiento durante diferentes momentos del día y de la semana.

Tabla 2. Segmentación de clientes

Tipo de cliente	Características	Necesidades principales
Comunidad del resguardo	Habitantes permanentes del sector	Mercado, productos frescos, bebidas, conectividad
Transportadores	Conductores y acompañantes que circulan por la vía	Bebidas frías, alimentos rápidos, conectividad, compras urgentes
Instituciones	Escuela u otras entidades cercanas	Compras ocasionales, apoyo logístico, abastecimiento básico
Turistas y transeúntes	Visitantes o viajeros ocasionales	Hidratación, alimentos, orientación, comunicación

La comunidad del resguardo será el cliente más constante, porque requiere productos de consumo diario como mercado, leche, queso, yuca, plátano, cebolla y papa. Este grupo representa la base del negocio y es el que le da sostenibilidad en el tiempo.

Los transportadores conforman un segmento muy atractivo, ya que necesitan resolver compras rápidas durante sus desplazamientos: bebidas frías, alimentos, elementos básicos y acceso a conectividad. En una vía como la que conduce hacia Puerto Carreño, este tipo de cliente valora mucho la rapidez, la ubicación y la disponibilidad de productos.

Las instituciones, especialmente por la cercanía frente a la escuela, pueden generar compras ocasionales o demanda indirecta, por ejemplo, en jornadas, reuniones, visitas o actividades comunitarias. Por su parte, los turistas y transeúntes aportan ventas adicionales, sobre todo en temporadas de mayor movilidad o en momentos de paso frecuente por la zona.

3. COMPETENCIA

La competencia identificada corresponde a comercios cercanos ubicados aproximadamente a dos kilómetros del lugar proyectado. Entre ellos se encuentran negocios como el de Alezander Achagua, que ofrece mercado, paquetería, bebidas y cerdo, y el de Dayana Durán, enfocado en mercado y bebidas. Esto significa que sí existe oferta comercial en el entorno, pero también que el mercado ya ha demostrado que tiene demanda real y constante.

La existencia de competencia no debe verse como una debilidad, sino como una señal de que en la zona hay movimiento económico. Sin embargo, "Donde Miller" tiene varias condiciones para diferenciarse. La primera es su ubicación estratégica, frente a la escuela y en un punto visible sobre la vía, lo cual facilita el acceso inmediato. La segunda es la amplitud del portafolio, porque no se limitaría a bebidas o mercado, sino que integraría productos frescos del campo, lácteos y servicios de conectividad. La tercera es la calidad del servicio, entendida como atención amable, disponibilidad y respuesta rápida al cliente.

Desde el punto de vista competitivo, el negocio debe posicionarse no por precio bajo en todos los productos, sino por conveniencia, cercanía y solución inmediata. En zonas rurales, muchas veces el cliente prefiere pagar un poco más si encuentra buena atención, productos frescos y un punto confiable donde resolver varias necesidades en una sola visita. Esa será la principal ventaja competitiva del proyecto.

Tabla 3. Referencia básica de competencia

Competidor	Oferta principal	Diferenciación posible de Donde Miller
Alezander Achagua	Mercado, paquetería, bebidas y cerdo	Fortalecer productos frescos, lácteos y conectividad
Dayana Durán	Mercado y bebidas	Ampliar portafolio y servicio comunitario
Compras en otros puntos del trayecto	Oferta dispersa y más lejana	Competir por cercanía, rapidez y solución inmediata

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en crear un establecimiento de atención directa en sitio dedicado a la comercialización de productos de consumo frecuente y de primera necesidad, complementado con servicios de conectividad. El negocio combinará alimentos básicos, productos frescos, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, y algunos servicios útiles de comunicación, de manera que funcione como una tienda rural multifuncional.

Lo atractivo de esta idea es que responde al contexto del territorio. No se plantea como una tienda urbana tradicional, sino como un punto de abastecimiento adaptado a una zona de tránsito y comunidad rural. Su función será práctica: brindar acceso rápido a bienes que las personas usan o necesitan de forma constante, reduciendo tiempos de desplazamiento y generando comodidad para residentes y viajeros.

Adicionalmente, el negocio tiene una lógica de cercanía y confianza. En territorios como este, la relación con el cliente es clave. Un negocio bien atendido, surtido y organizado puede convertirse en referente del sector, no solo por vender, sino por apoyar la dinámica diaria de la comunidad. Por esa razón, la idea va más allá de un simple punto de venta: busca consolidarse como un pequeño centro de servicio local con identidad propia.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

El negocio ofrecerá una combinación equilibrada entre productos de alto movimiento, productos básicos del hogar, alimentos frescos y servicios complementarios. Esta mezcla es positiva porque permite atender distintos perfiles de clientes y distribuir el riesgo comercial. Mientras unos productos generan ventas rápidas, otros atraen compra frecuente de la comunidad.

Tabla 4. Portafolio principal

Línea	Productos o servicios
Bebidas alcohólicas	Cervezas y otras bebidas de consumo permitido
Bebidas no alcohólicas	Gaseosas, agua, jugos, hidratantes
Mercado	Abarrotes y productos de uso cotidiano
Productos frescos	Plátano, yuca, cebolla, papa
Lácteos	Leche y queso
Conectividad	Acceso a internet, recargas, apoyo básico de comunicación*

Este componente se formula como servicio complementario, de acuerdo con la información base del negocio y bajo un supuesto razonable de operación.

La fortaleza del portafolio es que combina productos de consumo inmediato con productos de abastecimiento familiar. Por ejemplo, un transportador puede comprar una bebida fría y usar conectividad, mientras que una familia del sector puede adquirir yuca, leche, queso, papa y otros artículos del mercado en una sola compra. Esa doble utilidad aumenta la rotación del negocio.

También resulta importante que varios de los productos propuestos, como plátano, yuca, leche o queso, conectan con hábitos de consumo habituales en contextos rurales. Esto le da al negocio un carácter cercano y pertinente, evitando depender exclusivamente de mercancía traída de otros lugares.

6. PROCESOS TÉCNICOS

El funcionamiento técnico del negocio será sencillo, pero debe estar bien organizado para evitar pérdidas, desabastecimiento y problemas de atención. Al tratarse de un establecimiento pequeño, el éxito dependerá más del orden y la constancia que de una estructura compleja.

El primer proceso será el abastecimiento. Se deberá definir una rutina de compra o reposición de mercancía, diferenciando entre productos perecederos y no perecederos. Los productos frescos y lácteos requerirán revisión frecuente de calidad, fechas y estado de conservación. Las bebidas frías y algunos alimentos necesitarán mantenerse en refrigeración constante, por lo que el uso de congeladores y el soporte del parque solar serán claves para garantizar continuidad.

El segundo proceso será el almacenamiento y organización. Los productos de mercado deben ir en estanterías limpias, visibles y clasificadas por tipo. Las verduras y tubérculos deben ubicarse en ganchos o superficies ventiladas, evitando daños por humedad o calor. Los lácteos y bebidas frías deben mantenerse bajo control de temperatura. Un negocio ordenado transmite confianza y mejora la rotación del surtido.

El tercer proceso será la atención al cliente, que según la información base será directa en sitio. Esta atención debe caracterizarse por rapidez, buen trato, claridad en los precios y disponibilidad. En negocios pequeños, la experiencia del cliente influye mucho en la recompra.

El cuarto proceso será el control básico del negocio. Aunque sea un emprendimiento pequeño, se recomienda llevar registros sencillos de ventas, compras, productos más vendidos, gastos semanales e inventario. Esto permitirá saber qué mercancía deja mejor ganancia, qué días tienen más movimiento y qué decisiones deben corregirse. Sin control, el negocio puede vender bastante y aun así no generar utilidad.

Tabla 5. Resumen del proceso técnico

Etapa	Actividad principal	Propósito
Abastecimiento	Compra y reposición por tipo de producto	Evitar faltantes y sobrecompra
Conservación	Manejo de refrigeración y revisión de frescos	Reducir pérdidas y proteger calidad
Organización	Clasificación y exhibición del surtido	Facilitar atención y mejorar rotación
Atención	Venta directa y apoyo al cliente	Favorecer recompra
Control	Registro de ventas, compras e inventario	Tomar decisiones con más orden

7. REQUISITOS LEGALES

Para la puesta en marcha de "Donde Miller" se recomienda avanzar en la formalización del negocio de manera gradual pero ordenada. Como parte del proceso, 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, de manera que el emprendedor cuente con orientación inicial para organizar su actividad comercial y prepararse para crecer de forma segura.

En términos generales, el negocio debe revisar su inscripción en el RUT ante la DIAN y, si corresponde por su actividad y obligaciones, avanzar en el proceso relacionado con la facturación electrónica, para lo cual la DIAN informa que se requiere estar registrado en el RUT, contar con software de facturación y cumplir el proceso de habilitación como facturador. Asimismo, para operar formalmente como establecimiento de comercio, resulta pertinente revisar la matrícula mercantil a través de la Cámara de Comercio, entidad que administra el registro mercantil dentro del sistema RUES.

Por el tipo de productos que manejará el negocio, también deben observarse condiciones sanitarias básicas para expendio y manipulación de alimentos y bebidas. El Ministerio de Salud establece requisitos sanitarios para personas naturales o jurídicas que desarrollen actividades relacionadas con alimentos, y la autoridad sanitaria verifica condiciones de instalaciones, equipos, almacenamiento y prácticas higiénicas. Además, los manipuladores de alimentos deben contar con formación en educación sanitaria y control de aptitud para la manipulación cuando corresponda.

Si el establecimiento comercializa bebidas alcohólicas, también deberá atender las disposiciones locales aplicables sobre horarios, control de venta y demás exigencias municipales o territoriales. En la práctica, lo más recomendable es que el negocio inicie con una carpeta básica de formalización que incluya identificación del propietario, RUT, soportes de matrícula si aplica, control de compras, precios visibles, condiciones sanitarias del local y organización mínima de registros.

Tabla 6. Requisitos orientadores

Requisito	Finalidad
RUT	Identificación tributaria del negocio o del propietario
Matrícula mercantil (si aplica)	Formalización del establecimiento de comercio
Facturación electrónica o documento equivalente, según corresponda	Soporte de ventas y cumplimiento tributario
Buenas prácticas sanitarias	Protección del consumidor y control de alimentos
Organización de permisos locales	Cumplimiento territorial para la operación

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización será la venta directa en el establecimiento. Este canal es coherente con la naturaleza del negocio y con el perfil del cliente, pues la mayoría de las compras se harán por necesidad inmediata, proximidad o tránsito por la vía. La atención cara a cara permite además generar confianza, conocer mejor al cliente y ajustar el surtido según la demanda real.

Como canal complementario, el negocio puede implementar pedidos previos por llamada, mensajería o aplicaciones de comunicación cuando la conectividad lo permita. Esto sería útil especialmente para clientes institucionales, transportadores frecuentes o vecinos que requieran separar productos o encargar alimentación. A mediano plazo, también puede manejar listas de pedidos para días de mayor movimiento, evitando faltantes y mejorando la planeación de compras.

Otro canal de fortalecimiento comercial será la recomendación voz a voz. En territorios rurales, la reputación del negocio pesa mucho más que una pauta publicitaria formal. Si la tienda ofrece buen trato, productos frescos y respuesta rápida, los mismos usuarios se convierten en promotores naturales del establecimiento.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

La información base reporta una venta estimada semanal de $700.000 y un precio promedio de venta de $80.000, lo cual permite proyectar inicialmente ingresos mensuales cercanos a $2.800.000 y ventas anuales del orden de $33.600.000, tomando como referencia 4 semanas por mes.

A partir de esa base, la proyección se plantea de manera conservadora. Se asume que durante los primeros meses el negocio estará en etapa de posicionamiento, pero que luego podría estabilizarse gracias a la compra repetida de la comunidad y al paso de transportadores y viajeros.

Tabla 7. Proyección mensual estimada de ventas

Línea de ingreso	Valor mensual estimado
Mercado y abarrotes	$840.000
Bebidas no alcohólicas	$420.000
Bebidas alcohólicas	$504.000
Plátano, yuca, cebolla y papa	$336.000
Leche y queso	$420.000
Servicios de conectividad	$280.000
Total mensual estimado	**$2.800.000**

Tabla 8. Proyección anual conservadora

Concepto	Valor
Venta semanal estimada	$700.000
Venta mensual estimada	$2.800.000
Venta anual estimada	$33.600.000

Supuesto comercial: esta proyección se formuló con base en la información entregada por el negocio. No incluye aún escenarios de crecimiento por temporadas, aumento de surtido o mejora del servicio. En un escenario favorable, el negocio podría crecer entre 10% y 20% durante el primer año si consolida clientela fija y mantiene buena disponibilidad de productos.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales del negocio se relacionan con los equipos mencionados en la información base, pero para efectos operativos también deben considerarse los gastos mensuales que permiten sostener la actividad. Un error frecuente en pequeños negocios es pensar solo en la compra inicial de equipos, dejando por fuera el costo real de reponer mercancía, mantener el servicio y cubrir pequeños imprevistos.

Tabla 9. Estimación mensual de costos y gastos de operación

Concepto	Valor mensual estimado
Reposición de inventario	$1.540.000
Internet satelital	$200.000
Transporte y abastecimiento	$180.000
Mantenimiento/soporte energético	$80.000
Apoyo económico al ayudante	$300.000
Aseo, empaques y manejo básico	$70.000
Imprevistos	$80.000
Total costos y gastos	**$2.450.000**

Tabla 10. Resultado estimado

Concepto	Valor
Ventas mensuales estimadas	$2.800.000
Costos y gastos mensuales	$2.450.000
Utilidad mensual aproximada	**$350.000**

Esta utilidad es conservadora y puede mejorar si parte de los productos agrícolas o lácteos provienen de producción cercana o propia, porque eso reduciría el costo de compra y mejoraría el margen. También puede aumentar si el negocio logra rotación alta en bebidas frías y conectividad, que suelen tener un comportamiento favorable cuando existe flujo de personas.

Debe tenerse presente que esta estimación no incluye arriendo del local, bajo el supuesto de que el punto de operación puede ser propio, familiar o ya disponible. Si hubiera que pagar arrendamiento, la utilidad bajaría y sería necesario revisar precios, surtido y volumen de ventas.

11. TALENTO HUMANO

El negocio requiere inicialmente una estructura humana sencilla: propietario y ayudante. Esta es una ventaja porque permite comenzar sin una carga administrativa alta y con mayor control directo de las operaciones.

El dueño será la persona encargada de dirigir el negocio, hacer compras, controlar inventario, manejar el dinero, supervisar la atención y tomar decisiones comerciales. Su papel es central, ya que en un emprendimiento pequeño la administración cercana marca la diferencia entre avanzar o estancarse.

El ayudante apoyará en la atención al público, el orden del local, el surtido, la limpieza, el control visual de productos y, en determinados momentos, el apoyo en el servicio de conectividad o en la preparación de pedidos sencillos. Si el negocio crece, este ayudante podría asumir funciones más permanentes o especializarse en horarios de mayor movimiento.

Más que una nómina grande, lo que el negocio necesita al inicio es compromiso, responsabilidad, honestidad en el manejo del dinero y una actitud amable hacia el cliente. En contextos rurales, la reputación personal del negocio es tan importante como la calidad del producto.

Tabla 11. Estructura básica de talento humano

Cargo	Función principal
Propietario	Dirección, compras, control de inventario y decisiones comerciales
Ayudante	Atención, orden, limpieza y apoyo operativo

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Para iniciar y sostener el funcionamiento de "Donde Miller" se requieren recursos físicos, técnicos y organizativos. En la información base se mencionan elementos esenciales como parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas, surtido y ganchos para verduras. Todos estos son coherentes con el tipo de negocio propuesto, porque permiten asegurar conservación de productos, atención adecuada y prestación del servicio de conectividad.

No obstante, además de esos elementos, el proyecto necesita otras condiciones básicas para operar bien. Entre ellas están una zona organizada para atención, un espacio limpio para almacenamiento, capital de trabajo para reponer mercancía, una pequeña caja para imprevistos y una rutina clara de compra de inventario. También será necesario definir horarios de atención, sistema básico de registro de ventas y control de productos de mayor salida.

Desde el punto de vista estratégico, una de las mayores necesidades del negocio no es solamente física sino administrativa: aprender a manejar bien la rotación del dinero. En negocios pequeños, muchas veces el problema no es que no se venda, sino que no se diferencian las ganancias del dinero destinado a surtido. Por eso, un requerimiento clave es mantener disciplina financiera desde el primer día.

Tabla 12. Necesidades principales del proyecto

Tipo de necesidad	Requerimiento
Técnica	Parque solar, internet satelital, computador
Conservación	Congeladores y manejo de productos frescos
Comercial	Surtido inicial y reposición constante
Mobiliario	Estanterías, mesas, sillas y ganchos
Operativa	Caja de imprevistos y rutina de compras
Administrativa	Registro de ventas y disciplina financiera

13. VALOR DEL PROYECTO

Aunque en la información base se menciona una disponibilidad inicial de $3.000.000, al analizar los equipos y requerimientos del negocio se concluye que ese monto puede servir como base de arranque, pero resulta limitado para montar el negocio de forma completa si se debe adquirir todo desde cero.

Por ello, el valor del proyecto se presenta en dos niveles: capital disponible y valor estimado real para una puesta en marcha más sólida.

Tabla 13. Valor estimado de inversión inicial

Concepto	Valor estimado
Adecuación básica del punto	$800.000
Parque solar	$4.200.000
Internet satelital e instalación inicial	$1.100.000
Congeladores/refrigeración	$2.600.000
Computador o equipo de apoyo	$1.300.000
Estanterías, mesas, sillas y ganchos	$1.100.000
Surtido inicial de mercancía	$3.600.000
Caja de trabajo e imprevistos	$600.000
Imagen, aviso y materiales básicos	$300.000

Valor estimado del proyecto	$15.600.000

Esta cifra debe entenderse como una referencia razonable para una operación más estable. No significa que el negocio no pueda empezar con menos dinero. Sí puede iniciar de manera gradual si ya se cuenta con local, algunos muebles o parte del equipo. En ese caso, los $3.000.000 podrían destinarse a surtido inicial y adecuaciones mínimas, mientras se gestiona inversión complementaria o crecimiento por etapas.

En otras palabras, el proyecto es viable, pero conviene reconocer que el capital disponible y el capital ideal no son iguales. Esa claridad ayuda a tomar mejores decisiones.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo de "Donde Miller" debe organizarse por etapas para reducir el riesgo y facilitar el control del negocio.

Etapa 1. Alistamiento
Consiste en adecuar el punto de venta, organizar el espacio físico, instalar los equipos prioritarios, definir el surtido inicial y poner en marcha los servicios básicos. En esta fase también se revisan precios, presentación del local y horarios de atención.

Etapa 2. Inicio de operación
En esta etapa se abre el negocio al público con atención directa. La prioridad será garantizar buen servicio, surtido visible, productos frescos y bebidas frías disponibles. Durante este periodo se recomienda observar cuáles son los productos que más se venden y cuáles tienen menor salida.

Etapa 3. Ajuste y consolidación
Después de las primeras semanas, el negocio debe revisar inventarios, márgenes de ganancia, frecuencia de compra y perfil real del cliente. Este momento es clave para ajustar cantidades, mejorar exhibición, reducir pérdidas y fortalecer el servicio de conectividad.

Etapa 4. Fortalecimiento
Si el comportamiento de ventas es favorable, se puede ampliar el surtido, mejorar la infraestructura y fortalecer la visibilidad del punto. En esta etapa también se recomienda avanzar más en formalización, control de registros y estrategias de fidelización.

Tabla 14. Resumen operativo semanal

Actividad	Frecuencia
Revisión de inventario	Semanal
Compra o reposición de surtido	Semanal o quincenal
Limpieza y organización del punto	Diaria
Control de ventas y caja	Diario
Revisión de productos perecederos	Diario

Evaluación de productos más vendidos	Semanal

Este plan operativo busca crecer con orden, evitando una expansión descontrolada que afecte caja o genere pérdidas por inventario mal manejado.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado del negocio es positivo tanto en lo económico como en lo social. En primer lugar, facilitará el acceso de la comunidad a bienes y servicios que hoy pueden ser difíciles de obtener de manera inmediata. Esto significa ahorro de tiempo, reducción de desplazamientos y mejora en la disponibilidad de productos básicos para los habitantes del resguardo.

En segundo lugar, el negocio aportará al bienestar de quienes transitan por la vía, ofreciendo una respuesta práctica y cercana para abastecimiento, hidratación y comunicación. Esa función es importante porque convierte el establecimiento en un punto útil dentro del corredor vial.

En tercer lugar, el proyecto fortalece la economía local, ya que genera autoempleo y puede dinamizar la compra o comercialización de productos del entorno. Si el negocio logra vincular de forma progresiva productos de origen local, su impacto sería aún mayor.

El alcance del proyecto, en una primera etapa, será principalmente local y de tránsito cercano. Sin embargo, su potencial de crecimiento es bueno, porque combina ubicación estratégica, necesidad real y un portafolio diverso. Si se maneja con disciplina, "Donde Miller" puede consolidarse como un negocio reconocido en el sector.

16. MAPA DE ACTORES

El negocio interactúa con varios actores que influyen en su funcionamiento y sostenibilidad. Identificarlos permite comprender mejor las relaciones que deben cuidarse desde el inicio.

Tabla 15. Mapa de actores del proyecto

Actor	Relación con el negocio	Nivel de importancia
Comunidad del resguardo	Cliente principal y base de sostenibilidad	Alta
Transportadores	Compradores frecuentes por tránsito	Alta
Turistas y transeúntes	Compras ocasionales y complementarias	Media
Instituciones cercanas	Demanda puntual y articulación comunitaria	Media
Proveedores	Abastecimiento de mercancía y equipos	Alta
Competidores cercanos	Referencia de mercado y presión comercial	Media
Propietario y ayudante	Operación diaria del negocio	Alta

Entidades de formalización y control	Orientación y cumplimiento legal/sanitario	Alta

Este mapa muestra que el negocio debe construirse sobre relaciones de confianza, cumplimiento y buena atención. La comunidad será el actor más decisivo, pero el vínculo con proveedores y entidades de apoyo también será fundamental para lograr estabilidad.

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

El plan de negocios de Donde Miller muestra que se trata de una iniciativa pertinente, viable y con valor para el territorio. Su principal fortaleza está en responder a una necesidad concreta: acercar bienes de uso frecuente y servicios básicos a una comunidad rural y a las personas que transitan por la vía Villavicencio – Puerto Carreño. La ubicación estratégica, la variedad de productos, el componente de conectividad y la atención directa en sitio le dan al negocio una identidad clara y una ventaja frente a otros puntos de venta cercanos.

Desde el punto de vista económico, el proyecto puede empezar en una escala básica con los recursos disponibles, pero tendrá mejores resultados si se desarrolla por etapas y si logra fortalecer su inversión inicial. En lo administrativo, el éxito dependerá del orden en el inventario, el control del dinero, la calidad del servicio y la constancia en el surtido. En lo legal, es importante continuar el proceso de formalización y las buenas prácticas sanitarias para darle mayor solidez al emprendimiento. (Dian)

En conclusión, Donde Miller tiene condiciones para convertirse en un negocio útil, reconocido y sostenible dentro del sector, siempre que se maneje con compromiso, organización y visión 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.

M.I.A.M.

Miller Inganicio Achagua Martínez
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	Miller Inganicio Achagua Martinez
TIENDA	Donde Miller
FECHA	23/12/2025



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: 6-1-2026

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: Miller I. A. M

Nombres: miller Ignacio Achagua

CC: 17388 589

OBSERVACIONES:

Maria Yuraima Izquierdo Eregua

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	Maria Yuraima Izquierdo Eregua
TIENDA	Tienda Sharia
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

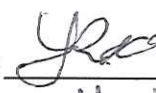
En el desarrollo del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, suscrito entre la **FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA** y **ASOSUPRO**, y como parte del proceso de fortalecimiento de capacidades logísticas y de emprendimiento de pequeños tenderos rurales, se firma la presente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

Yo, María Yuraima Izquierdo identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.127.387.512 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: 

Nombres: María Yuraima Izquierdo

CC: 1.127.387.512

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, María Yuraima Izquierdo identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.127.397.512, 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 2025.

RECIBE:

Firma: _____

Nombres: María Yuraima Izquierdo

CC: 1.127.898.670

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	María Yuraima Izquierda Eregua				
Cédula	1.127.387.512			Sexo: ☑Mujer ☐Hombre	
Departamento:	Vichada		Municipio:	Puerto Carreño	
Vereda / Inspección:	Venturosa				
Dirección:	Detras de la manga		Teléfono de Contacto:	3017158020	

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	

DIAGNOSTICO DEL NEGOCIO

Fortalezas actuales del negocio: Ubicacion para eventos.

Retos que enfrenta: Logistica 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: Plan de finanzas

Compromisos del beneficiario: Realizar DOFA

Observaciones:

Firma:

Beneficiario: maria yuraima izquierda eregua
Cédula: 1127387512

Firma:

Profesional: Yishlenn 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, María Yuraima Izquierdo Cregua identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.127.387.512 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 enero del año 2025.

RECIBE:

Huella



Firma: [signature]

Nombres: Maria Yuraima Izquierdo

CC: 1.127.387.512.

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

TIENDA SHAIRA

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: Maria Yuraima Izquierdo Eregua

EMPRENDEDOR

Ubicación: Inspección de 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

La Tienda Shaira busca responder a una necesidad concreta de la comunidad y de quienes transitan por la zona: la falta de acceso cercano y oportuno a productos básicos, alimentos frescos, bebidas frías y servicios de conectividad. En contextos rurales y semiapartados, una de las principales dificultades de las familias y de los viajeros es tener que desplazarse distancias considerables para conseguir artículos necesarios para el hogar, la alimentación o la comunicación. Esta situación genera más gastos, pérdida de tiempo y menor comodidad para las personas del sector.

A esto se suma que, en zonas de tránsito, muchas veces se presentan imprevistos: falta de bebidas frías, necesidad de comprar alimentos de forma urgente, requerimientos de comunicación, o incluso la necesidad de contar con un punto de referencia cercano cuando se presenta alguna dificultad en la vía. En ese sentido, el negocio no solo pretende vender productos, sino convertirse en un lugar útil y estratégico para atender necesidades inmediatas.

La propuesta cobra aún más importancia por el contexto territorial. En municipios como Puerto Carreño, y en sectores de inspección o tránsito como Venturosa, las condiciones geográficas y las distancias influyen en el abastecimiento diario. Por eso, la Tienda Shaira se concibe como una respuesta práctica a un problema de acceso, cercanía y disponibilidad de bienes y servicios esenciales.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales del negocio son variados, lo cual representa una fortaleza, porque evita depender de un solo grupo de compradores. En primer lugar, está la comunidad del resguardo y del sector, conformada por familias, vecinos y personas que requieren productos de uso diario como alimentos, bebidas y artículos de mercado. Este grupo constituye la clientela más constante, pues sus necesidades son permanentes y repetitivas.

En segundo lugar, están los transportadores, quienes transitan por la vía y suelen requerir productos listos para el consumo, bebidas frías, alimentos rápidos y, en algunos casos, acceso a conectividad o apoyo básico para resolver alguna novedad del recorrido. Este grupo puede generar compras frecuentes, especialmente si el negocio logra posicionarse como un sitio confiable y bien atendido.

También se identifican como clientes potenciales las instituciones del sector, que eventualmente pueden demandar productos básicos o utilizar el establecimiento como punto de apoyo logístico. Finalmente, se encuentran los turistas o visitantes, quienes suelen necesitar orientación, bebidas, alimentos y servicios rápidos, especialmente cuando están en tránsito o no conocen el territorio.

Tabla 2. Caracterización de clientes

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia esperada
Comunidad del sector	Mercado, alimentos frescos, bebidas, conectividad	Alta

Transportadores	Bebidas frías, productos rápidos, conectividad	Media a alta
Instituciones	Compras ocasionales y apoyo logístico	Media
Turistas y visitantes	Abastecimiento, bebidas, orientación, conectividad	Media

Esta diversidad de clientes permite proyectar un flujo de ventas más estable, con compras pequeñas pero frecuentes, y en algunos casos compras mayores por oportunidad o necesidad.

3. COMPETENCIA

La competencia identificada para Tienda Shaira corresponde a otros comercios ubicados aproximadamente a dos kilómetros del lugar proyectado para el negocio. Se destacan dos establecimientos: Alezander Achagua, que ofrece mercado, paquetería, bebidas y cerdo, y Dayana Duran, dedicada a la venta de mercado y bebidas. Estos negocios ya atienden parte de la demanda local, por lo que representan competencia directa en algunos productos.

Sin embargo, la existencia de competencia también confirma que sí hay movimiento comercial en el sector y que la población requiere este tipo de servicios. La clave para Tienda Shaira no será competir solamente por precio, sino por conveniencia, ubicación, surtido y calidad de atención. La cercanía frente a la escuela, la combinación de productos básicos con alimentos frescos y el servicio de conectividad permiten construir una propuesta más completa.

Además, en territorios rurales o de vía, la decisión de compra no depende únicamente del precio. Muchas veces el cliente valora más la atención rápida, la confianza, la disponibilidad inmediata del producto y la facilidad de acceso. En ese sentido, Tienda Shaira puede posicionarse como una alternativa sólida, especialmente si logra mantener surtido constante, organización del punto de venta y una atención amable.

Por lo tanto, aunque ya existen negocios parecidos en el entorno, hay espacio para una tienda que complemente la oferta, se diferencie por su servicio y aproveche su ubicación estratégica para captar clientes de la comunidad y de tránsito.

Tabla 3. Referencia de competencia

Competidor	Oferta principal	Ventaja observada	Oportunidad para Tienda Shaira
Alezander Achagua	Mercado, paquetería, bebidas y cerdo	Ya atiende demanda básica del sector	Diferenciarse con alimentos frescos, lácteos y conectividad
Dayana Duran	Mercado y bebidas	Oferta sencilla y conocida	Competir con mayor variedad y mejor servicio
Otros puntos cercanos	Comercio básico	Proximidad al sector	Destacarse por atención, surtido y utilidad práctica

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en poner en funcionamiento una tienda de abastecimiento local y de atención al transeúnte, denominada Tienda Shaira, dedicada a la comercialización de productos de consumo básico, alimentos frescos y bebidas frías, junto con la prestación de servicios de conectividad. El negocio se proyecta como un punto cercano y confiable donde las personas puedan resolver necesidades cotidianas sin tener que desplazarse a distancias mayores.

El concepto del negocio combina dos elementos importantes. Por una parte, ofrece productos esenciales de alta rotación como mercado, bebidas, leche, queso, plátano, yuca, cebolla y papa. Por otra, incorpora servicios de conectividad, lo cual le agrega valor y lo diferencia frente a otros establecimientos cercanos. Esta mezcla amplía la utilidad del negocio y le permite atender distintos tipos de necesidades en un solo lugar.

La tienda funcionará mediante atención directa en sitio, con un esquema operativo sencillo pero organizado. Su propósito no es solamente vender, sino prestar un servicio oportuno a la comunidad, a los viajeros y a las instituciones del área. En un contexto donde la cercanía y la disponibilidad tienen gran importancia, esta idea de negocio resulta pertinente, realista y con potencial de crecimiento.

En síntesis, Tienda Shaira es una propuesta comercial ajustada al territorio, con una vocación práctica y comunitaria, capaz de convertirse en un punto importante de abastecimiento y apoyo en la Inspección de Venturosa.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

La Tienda Shaira ofrecerá una mezcla de productos de primera necesidad, alimentos frescos, bebidas y servicios complementarios. Esta variedad es adecuada para un negocio de entorno rural y de tránsito, porque permite atender tanto compras programadas como necesidades inmediatas.

Entre los productos principales se encuentran las bebidas alcohólicas, bebidas no alcohólicas, mercado, plátano, yuca, cebolla, papa, leche y queso. Dentro de la categoría de mercado, de manera razonable, se pueden incluir productos como arroz, aceite, sal, azúcar, café, panela, harinas, enlatados, productos de aseo personal y artículos básicos para el hogar, según la disponibilidad de surtido y la demanda local.

En cuanto a los servicios, se contempla la conectividad, entendida como acceso a internet o apoyo en comunicación básica, lo que puede ser especialmente útil para estudiantes, transportadores, visitantes o miembros de la comunidad. Este componente es relevante porque en muchos territorios apartados un servicio de conectividad cercano representa una solución práctica para múltiples situaciones cotidianas.

Tabla 4. Oferta principal del negocio

Línea de oferta	Detalle
Bebidas alcohólicas	Cervezas, licores y otras bebidas según la demanda

Bebidas no alcohólicas	Gaseosas, agua, jugos, energizantes y refrescos
Mercado	Productos básicos de canasta y consumo diario
Alimentos frescos	Leche, queso, plátano, yuca, cebolla, papa
Servicios	Conectividad e internet

La amplitud de la oferta permite que el negocio atienda diferentes tipos de compra: desde una bebida fría o una consulta rápida de conectividad, hasta la venta de productos para el hogar o abastecimiento familiar.

6. PROCESOS TÉCNICOS

El funcionamiento del negocio será sencillo, pero debe apoyarse en procesos técnicos básicos que permitan orden, control y continuidad. El primer proceso corresponde al abastecimiento, es decir, la compra o reposición de productos según el nivel de ventas, la rotación y la capacidad de almacenamiento. En este punto será importante identificar proveedores confiables, mantener una frecuencia de compra adecuada y priorizar los productos más vendidos.

El segundo proceso es el de recepción y organización de mercancía. Una vez llegan los productos, estos deben clasificarse de acuerdo con su naturaleza: productos refrigerados, mercado seco, verduras y tubérculos, bebidas y artículos de uso general. Los productos perecederos como la leche y el queso deberán conservarse correctamente para evitar daños o pérdidas. Igualmente, las bebidas frías y los productos refrigerados requerirán control permanente de temperatura.

El tercer proceso corresponde a la atención al cliente, que será directa en sitio. Este paso incluye recibir al comprador, orientarlo, despachar el producto, cobrar y registrar la venta de forma manual o en un cuaderno de control, mientras el negocio fortalece su organización. En negocios pequeños, llevar cuentas claras desde el inicio es fundamental para conocer si realmente hay utilidad.

El cuarto proceso está relacionado con el servicio de conectividad, el cual dependerá del funcionamiento del internet satelital, el parque solar y el computador. Este servicio debe mantenerse disponible en horarios definidos y bajo condiciones de buen uso, de manera que complemente la actividad comercial y aporte valor al negocio.

Tabla 5. Resumen de procesos técnicos

Proceso	Actividad principal
Abastecimiento	Compra y reposición de mercancía
Recepción	Clasificación y revisión de productos
Almacenamiento	Conservación en estanterías, congeladores y ganchos
Venta	Atención directa, cobro y entrega
Control	Registro básico de ventas e inventario
Servicio adicional	Prestación de conectividad

Estos procesos son simples, pero bien ejecutados pueden hacer la diferencia entre una tienda improvisada y un negocio organizado y sostenible.

7. REQUISITOS LEGALES

Desde el punto de vista legal, la Tienda Shaira debe proyectarse como una unidad económica organizada que, en la medida de sus posibilidades, avance hacia la formalización. Esto no significa necesariamente asumir desde el inicio todos los costos de una empresa grande, sino empezar con bases claras que le permitan crecer de forma ordenada y con respaldo.

Entre los aspectos más importantes se encuentra la identificación tributaria mediante el Registro Único Tributario (RUT), la posible inscripción en Cámara de Comercio si el modelo del negocio así lo requiere, y la revisión de las obligaciones relacionadas con la comercialización de alimentos, bebidas y prestación de servicios. También es importante mantener soportes de compra, control de ventas y organización administrativa mínima.

En lo relacionado con alimentos y bebidas, el negocio debe procurar buenas prácticas de limpieza, manipulación y conservación. Si bien se trata de un establecimiento pequeño, la confianza del cliente depende también del orden, la higiene y el cuidado en el manejo de los productos. En el caso de bebidas alcohólicas, se deberá actuar de manera responsable conforme a las disposiciones aplicables al comercio local.

De acuerdo con la instrucción dada, se deja 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 permite al emprendedor comprender mejor cómo organizar su negocio, qué pasos debe seguir para formalizarse y qué ventajas trae hacerlo.

Tabla 6. Requisitos legales básicos orientadores

Aspecto	Finalidad
Registro Único Tributario (RUT)	Identificación tributaria
Formalización empresarial	Organización legal del negocio
Facturación electrónica	Preparación para ventas formales, según corresponda
Buenas prácticas sanitarias	Manejo adecuado de alimentos y bebidas
Soportes contables básicos	Control y respaldo administrativo

El cumplimiento de estos aspectos puede desarrollarse de forma gradual, pero es conveniente asumirlos desde el inicio como parte del crecimiento del negocio.

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El canal principal de comercialización será la venta directa en sitio, ya que el modelo del negocio se basa en la atención presencial de personas que viven, estudian, trabajan o transitan por la zona. Este canal es el más apropiado para el contexto del negocio, porque facilita la compra inmediata, genera cercanía con el cliente y no exige inversiones altas en distribución.

Como complemento, se puede considerar un canal básico de ventas por encargo o pedido previo, especialmente para clientes frecuentes de la comunidad o para instituciones. Esto podría hacerse mediante llamadas, mensajes o comunicación directa, permitiendo preparar algunos productos o reservar mercancía. Aunque no sea un canal formal de comercio electrónico, sí ayuda a fidelizar clientes y organizar mejor ciertas ventas.

Otro canal importante será el voz a voz, que en contextos rurales y comunitarios es una de las formas más efectivas de promoción. La recomendación de los vecinos, la buena atención, la organización del negocio y la disponibilidad de productos pueden hacer que el establecimiento gane reputación rápidamente. Asimismo, el servicio de conectividad puede atraer personas que, al llegar por una necesidad de comunicación, también terminen comprando otros productos.

Tabla 7. Canales previstos

Canal	Descripción
Venta directa en sitio	Canal principal de atención y comercialización
Pedidos por encargo	Para clientes frecuentes o instituciones
Voz a voz	Promoción natural dentro del sector
Atracción por conectividad	Servicio adicional que genera flujo de clientes

Estos canales son coherentes con la dimensión del negocio y permiten operar de forma práctica, sin requerir estructuras complejas.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

Tomando como base la información suministrada, se estima una venta semanal de $700.000, lo que representa una proyección mensual aproximada de $2.800.000 y una proyección anual cercana a $33.600.000, si el flujo de ventas se mantiene constante. Esta estimación parte de un escenario moderado y razonable para un negocio pequeño ubicado en un sector de tránsito y comunidad.

El dato de $80.000 como precio promedio de venta o rango de precios puede entenderse como un promedio de compra para algunos clientes, especialmente cuando adquieren varios productos a la vez. Sin embargo, en la práctica el negocio tendrá ventas de distintos montos: algunas muy pequeñas, como una bebida o un producto de mercado, y otras más altas cuando se trate de compras familiares o de abastecimiento.

Para hacer una proyección más realista, se plantea un comportamiento gradual durante el primer año. Es normal que los primeros meses sean de ajuste, mientras el negocio gana reconocimiento y afina su surtido según lo que más se vende.

Tabla 8. Proyección estimada de ventas

Periodo	Valor estimado
Venta diaria promedio	$100.000
Venta semanal	$700.000
Venta mensual	$2.800.000
Venta anual	**$33.600.000**

Tabla 9. Proyección de crecimiento del primer año

Mes	Venta estimada
1	$2.400.000
2	$2.500.000
3	$2.600.000
4	$2.700.000
5	$2.800.000
6	$2.800.000
7	$2.900.000
8	$2.900.000
9	$3.000.000
10	$3.000.000
11	$3.100.000
12	$3.200.000

Estas cifras son estimadas y no exactas. Se presentan como supuestos razonables para orientar la viabilidad del negocio y mostrar que, con buena administración, el proyecto puede mantener ingresos constantes y crecer poco a poco.

10. COSTOS Y GASTOS

En la Tienda Shaira, los costos y gastos se dividen en dos grandes grupos: los relacionados con la inversión inicial y los asociados a la operación mensual. Dentro de la inversión inicial se encuentran los equipos y elementos físicos necesarios para poner en marcha el negocio, tales como parque solar,

internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas, surtido y ganchos para verduras.

Debe señalarse que, aunque el presupuesto inicial disponible es de tres millones de pesos, si todos los equipos fueran nuevos, el costo real podría ser superior. Por ello, se asume como supuesto razonable que parte del montaje podría hacerse con recursos ya disponibles, compra de equipos usados, adquisición gradual o ajustes por etapas. Esto es frecuente en pequeños negocios rurales que empiezan de forma progresiva.

Tabla 10. Estimación de inversión inicial básica

Concepto	Valor estimado
Estanterías	$350.000
Mesas y sillas	$250.000
Ganchos para verduras	$100.000
Computador básico	$900.000
Congelador o enfriador	$1.200.000
Adecuación inicial del espacio	$200.000
Surtido inicial básico	$1.000.000
Total estimado ideal	**$4.000.000**

Bajo esta proyección, se observa que el valor ideal supera el capital disponible. Por ello, una alternativa práctica sería empezar con una parte del surtido y algunos equipos esenciales, e ir fortaleciendo el negocio con las utilidades generadas.

En cuanto a la operación mensual, los principales gastos serían la reposición de mercancía, conectividad, transporte de abastecimiento, mantenimiento básico y apoyo del ayudante.

Tabla 11. Gastos operativos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado
Reposición de surtido	$1.500.000
Internet satelital	$180.000
Transporte y abastecimiento	$150.000
Mantenimiento y servicios	$100.000
Apoyo del ayudante	$300.000
Imprevistos	$120.000

Total mensual estimado	**$2.350.000**

Con ventas mensuales aproximadas de $2.800.000, el margen sería ajustado al inicio, pero puede mejorar si el negocio aumenta la rotación, reduce pérdidas y organiza mejor sus compras.

Tabla 12. Resultado operativo estimado

Concepto	Valor
Ventas mensuales estimadas	$2.800.000
Gastos operativos mensuales	$2.350.000
Utilidad mensual aproximada	**$450.000**

11. TALENTO HUMANO

El personal necesario para el funcionamiento de la Tienda Shaira será inicialmente el dueño y un ayudante. Esta estructura es coherente con el tamaño del negocio y con el presupuesto disponible. El dueño tendrá a su cargo la dirección general, la compra de mercancía, el control del dinero, la toma de decisiones y parte de la atención al público.

El ayudante apoyará en la organización del local, el surtido de estanterías, el manejo de productos, la limpieza, la atención básica al cliente y el acompañamiento en el servicio de conectividad. En negocios pequeños, los roles suelen ser compartidos, por lo que ambos deberán estar preparados para asumir tareas diversas durante la jornada.

Más allá del número de personas, el éxito del negocio dependerá en gran parte de la actitud con la que se atienda al cliente. La amabilidad, la honestidad, la puntualidad, el respeto y la responsabilidad serán cualidades fundamentales. En este tipo de emprendimientos, una buena atención puede hacer que el comprador regrese y recomiende el establecimiento a otros.

A futuro, si el negocio crece y aumenta su movimiento, podría requerirse apoyo adicional, especialmente en días de alta demanda o en horarios más amplios. Sin embargo, para la etapa inicial, la estructura de dos personas es suficiente.

Tabla 13. Estructura básica de talento humano

Cargo	Función principal
Dueño	Dirección, compras, control del dinero y atención
Ayudante	Organización, limpieza, apoyo operativo y atención básica

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Para funcionar de manera adecuada, la Tienda Shaira necesita cubrir requerimientos físicos, técnicos, operativos y administrativos. En primer lugar, debe contar con un espacio organizado, visible, limpio y

seguro. La presentación del lugar es importante porque transmite confianza al cliente y facilita la conservación de la mercancía.

En segundo lugar, el negocio requiere la disponibilidad de equipos como parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas y ganchos de verduras. Estos elementos no son accesorios; son parte central del funcionamiento, especialmente para conservar productos, brindar conectividad y exhibir la mercancía de forma ordenada.

También se necesita garantizar un surtido mínimo constante. No basta con abrir el negocio; es necesario mantener los productos esenciales que más busca la comunidad. Un cliente que no encuentra lo que necesita varias veces seguidas puede dejar de volver. Por eso, será clave identificar cuáles productos tienen mayor salida y asegurar su reposición a tiempo.

En el aspecto administrativo, el negocio requiere control básico de inventario, registro diario de ventas, separación de gastos del hogar y del negocio, y seguimiento al comportamiento del dinero. Aunque el emprendimiento sea pequeño, debe manejarse con disciplina para evitar pérdidas y tomar mejores decisiones.

Tabla 14. Principales requerimientos

Tipo de requerimiento	Detalle
Infraestructura	Local organizado, limpio y visible
Equipos	Congelador, computador, parque solar, internet
Mobiliario	Estanterías, mesas, sillas, ganchos
Surtido	Productos básicos, bebidas y alimentos frescos
Organización	Control de inventario y ventas
Formación	Atención al cliente y nociones de formalización

Cubrir estas necesidades permitirá que el negocio opere con más solidez y tenga mejores posibilidades de permanencia.

13. VALOR DEL PROYECTO

El valor del proyecto puede entenderse desde lo económico, lo social y lo territorial. En lo económico, Tienda Shaira representa una oportunidad de generación de ingresos para su propietario y su núcleo familiar. Aunque se trata de un negocio pequeño, su flujo de ventas semanales muestra que puede convertirse en una fuente de sostenimiento si se administra con cuidado y constancia.

En lo social, el valor del proyecto es alto porque contribuye a mejorar el acceso a bienes y servicios en una zona donde no siempre es fácil adquirir productos básicos. La tienda reduce distancias, facilita el abastecimiento y ofrece un apoyo directo a la comunidad y a quienes transitan por el sector. En

contextos apartados, un establecimiento cercano puede marcar una diferencia importante en la vida cotidiana.

En lo territorial, el proyecto aprovecha una necesidad existente y se adapta al entorno. La ubicación en la Inspección de Venturosa, frente a la escuela y en una zona de movimiento, permite proyectar un negocio con utilidad real. Además, al incluir conectividad, la tienda amplía su función y fortalece su papel como punto de apoyo local.

Desde una perspectiva financiera, aunque el capital disponible inicial es limitado, el proyecto tiene valor porque puede empezar en pequeña escala e ir creciendo con reinversión. Su mayor fortaleza no es el tamaño, sino la pertinencia del servicio que ofrece.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo de Tienda Shaira debe ser sencillo, práctico y constante. En una primera etapa, se requiere adecuar el espacio, instalar estanterías, organizar el surtido inicial, disponer adecuadamente los productos frescos y poner en funcionamiento los equipos de frío y conectividad. Una vez en marcha, el negocio deberá operar con horarios estables y una rutina clara de abastecimiento, atención y control.

La compra de mercancía puede hacerse de forma semanal o quincenal, dependiendo del movimiento de ventas y la capacidad de inversión. Será importante revisar cuáles productos salen más rápido, cuáles dejan mejor margen y cuáles requieren más cuidado. La atención al cliente debe ser permanente durante la jornada, cuidando siempre la presentación del local y la disposición de los productos.

El control del negocio debe incluir revisión periódica de inventario, seguimiento diario a la caja y registro básico de ingresos y egresos. Esto ayudará a identificar si la tienda está creciendo, si hay pérdidas o si es necesario ajustar precios, surtido o gastos.

Tabla 15. Plan operativo básico

Actividad	Frecuencia	Responsable
Compra de mercancía	Semanal o quincenal	Dueño
Organización y limpieza del local	Diaria	Dueño y ayudante
Atención al cliente	Diaria	Dueño y ayudante
Registro de ventas	Diaria	Dueño
Revisión de inventario	Semanal	Dueño
Mantenimiento de equipos	Mensual	Dueño
Evaluación de resultados	Mensual	Dueño

Este plan operativo permite que el negocio funcione con orden sin necesidad de procesos complejos, lo que es adecuado para su etapa inicial.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de la Tienda Shaira en la comunidad es positivo y concreto. En primer lugar, el negocio facilitará el acceso a bienes y servicios que son de difícil consecución para muchos habitantes del sector. Esto significa ahorro en desplazamientos, mayor comodidad y mejor respuesta frente a necesidades cotidianas o urgentes.

En segundo lugar, el negocio aportará a la dinamización de la economía local, ya que permitirá mover recursos dentro del mismo territorio, generar autoempleo y fortalecer una actividad comercial cercana a la población. Aunque sea una unidad económica pequeña, su presencia puede influir de manera favorable en el entorno.

En tercer lugar, el alcance del negocio va más allá de la venta. Al prestar servicios de conectividad y servir como punto de apoyo para transeúntes, transportadores, instituciones y turistas, la tienda puede convertirse en un lugar de referencia para el sector. Esto aumenta su importancia y le da un papel social adicional.

Inicialmente, el alcance será local, beneficiando de forma directa a la comunidad cercana y a las personas que circulan por la zona. A mediano plazo, si el negocio se fortalece, podría ampliar su surtido, mejorar su infraestructura y consolidarse como uno de los puntos comerciales más útiles del sector.

16. MAPA DE ACTORES

La Tienda Shaira se relaciona con distintos actores que influyen en su funcionamiento y sostenibilidad. El actor principal es la comunidad, que constituye la base de clientes permanentes y el entorno social inmediato del negocio. Su aceptación será determinante para el éxito del proyecto.

Otro actor importante son los transportadores y transeúntes, quienes pueden convertirse en clientes frecuentes por la ubicación del negocio. También están los turistas y visitantes, que aunque no compren todos los días, sí representan oportunidades de venta y posicionamiento. Las instituciones del área son actores relevantes porque pueden demandar productos, requerir apoyo o fortalecer la dinámica del sector.

Adicionalmente, se deben considerar los proveedores, aunque no hayan sido mencionados de manera específica. Ellos son fundamentales para el abastecimiento del negocio y para mantener un surtido constante. Finalmente, el dueño y el ayudante son actores centrales porque sostienen la operación diaria y la administración del proyecto.

Tabla 16. Mapa básico de actores

Actor	Relación con el negocio	Importancia
Comunidad	Cliente principal y entorno directo	Alta
Transportadores	Clientes de paso	Alta
Turistas	Clientes ocasionales	Media
Instituciones	Clientes y aliados del territorio	Media
Proveedores	Abastecimiento de mercancía	Alta
Dueño y ayudante	Operación y administración	Alta

El proyecto, por tanto, se inserta en una red de relaciones comunitarias, económicas y de servicio que le dan sentido y posibilidades de permanencia.

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

La Tienda Shaira es una propuesta de negocio pertinente, útil y con buenas posibilidades de sostenimiento dentro del contexto de la Inspección de Venturosa, en Puerto Carreño. Su principal fortaleza está en que responde a necesidades reales de la comunidad y de los transeúntes: acceso cercano a productos de consumo básico, alimentos frescos, bebidas frías y conectividad.

Aunque el capital inicial es limitado, el negocio puede arrancar de forma gradual, priorizando los recursos esenciales y fortaleciendo su operación con reinversión y buena administración. La ubicación estratégica, la atención directa en sitio, la variedad de productos y el servicio de conectividad son factores que pueden marcar una diferencia frente a otros comercios cercanos.

Más allá de su dimensión económica, este proyecto tiene un importante valor social, porque aporta bienestar, reduce distancias para la compra de bienes y se convierte en un punto de apoyo para el sector. Por ello, Tienda Shaira no solo representa una oportunidad de emprendimiento familiar, sino también una iniciativa que puede generar impacto positivo en el 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.

Maria Yuraima Izquierdo Eregua
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	Maria Yuraima Izquierdo Eregua
TIENDA	Tienda Sharia
FECHA	3/01/2026



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: 10-1-2026

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:
Nombres: Yuraima Izquierdo Zregera
CC: 1122387512

OBSERVACIONES:

Sandy Karely Belisario Brito

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	Sandy Karely Belisario Brito
TIENDA	Tienda Ashlyn
FECHA	6/01/2026



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, Sandy Karely Belisario identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.007.023.398 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: _____

Nombres: Sandy Karely Belisario

CC: 1.007.023.398

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, Sandy Karely Belisario identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.007.023.398, 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 6 días del mes de enero del año 2026.

RECIBE:

Firma: _____

Nombres: Sandy Karely Belisario

CC: 1.007.023.398

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 6	MES 1	AÑO 2026.	
Beneficiario	Sandy Karely Belisario Brito				
Cédula	1.007.023.398			Sexo: ☑Mujer ☐Hombre	
Departamento:	Vichada		Municipio:	Puerto Carreño	
Vereda / Inspección:	Murillo				
Dirección:	Frente al parque		Teléfono de Contacto:	322946.6636.	

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	

DIAGNOSTICO DEL NEGOCIO

Fortalezas actuales del negocio: Realizacion eventos, servicios

Retos que enfrenta: Logistica Planeacion

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 DOFA
Compromisos del beneficiario:	Planeacion estrategica
Observaciones:	Planeacion financiera

Firma:

Beneficiario: Sandy Belisario
Cédula: 1.007.023.398

Firma:

Profesional: Yishleni 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, Sandy Karely Belisario Brito., identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.007.023.398 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 6 días del mes de enero del año 2026.

RECIBE:

Firma: _____

Nombres: Sandy Karely Belisario

CC: 1.007.023.398.

Huella



OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

TIENDA ASHLYN

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: Sandy Karely Belisario Brito

EMPRENDEDOR

Ubicación: Inspección de Murillo, 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 Tienda Shaira busca responder a una necesidad concreta de la comunidad y de quienes transitan por la zona: la falta de acceso cercano y oportuno a productos básicos, alimentos frescos, bebidas frías y servicios de conectividad. En contextos rurales y semiapartados, una de las principales dificultades de las familias y de los viajeros es tener que desplazarse distancias considerables para conseguir artículos necesarios para el hogar, la alimentación o la comunicación. Esta situación genera más gastos, pérdida de tiempo y menor comodidad para las personas del sector.

A esto se suma que, en zonas de tránsito, muchas veces se presentan imprevistos: falta de bebidas frías, necesidad de comprar alimentos de forma urgente, requerimientos de comunicación, o incluso la necesidad de contar con un punto de referencia cercano cuando se presenta alguna dificultad en la vía. En ese sentido, el negocio no solo pretende vender productos, sino convertirse en un lugar útil y estratégico para atender necesidades inmediatas.

La propuesta cobra aún más importancia por el contexto territorial. En municipios como Puerto Carreño, y en sectores de inspección o tránsito como Venturosa, las condiciones geográficas y las distancias influyen en el abastecimiento diario. Por eso, la Tienda Shaira se concibe como una respuesta práctica a un problema de acceso, cercanía y disponibilidad de bienes y servicios esenciales.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales del negocio son variados, lo cual representa una fortaleza, porque evita depender de un solo grupo de compradores. En primer lugar, está la comunidad del resguardo y del sector, conformada por familias, vecinos y personas que requieren productos de uso diario como alimentos, bebidas y artículos de mercado. Este grupo constituye la clientela más constante, pues sus necesidades son permanentes y repetitivas.

En segundo lugar, están los transportadores, quienes transitan por la vía y suelen requerir productos listos para el consumo, bebidas frías, alimentos rápidos y, en algunos casos, acceso a conectividad o apoyo básico para resolver alguna novedad del recorrido. Este grupo puede generar compras frecuentes, especialmente si el negocio logra posicionarse como un sitio confiable y bien atendido.

También se identifican como clientes potenciales las instituciones del sector, que eventualmente pueden demandar productos básicos o utilizar el establecimiento como punto de apoyo logístico. Finalmente, se encuentran los turistas o visitantes, quienes suelen necesitar orientación, bebidas, alimentos y servicios rápidos, especialmente cuando están en tránsito o no conocen el territorio.

Tabla 1. Clientes principales

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia esperada
Comunidad de la inspección	Mercado, bebidas, conectividad	Alta
Transportadores	Compra rápida y servicios básicos	Media - alta
Instituciones	Apoyo en eventos y compras puntuales	Media
Turistas	Bebidas, conectividad y compras ocasionales	Media

Esta diversidad de clientes es una fortaleza del proyecto, porque evita depender de un solo tipo de comprador. Mientras unas personas acudirán por mercado, otras por bebidas, otras por internet y otras por equipos o apoyo para eventos. Esto amplía las posibilidades de ingreso y mejora la estabilidad del negocio.

3. COMPETENCIA

La competencia identificada para Tienda Ashlyn corresponde a comercios cercanos ubicados aproximadamente a 2 kilómetros. Entre ellos se menciona a Rut Álvarez, quien ofrece mercado, paquetería, bebidas y repuestos para motos y carros, y a Yelitza Brito, dedicada a la venta de bebidas frías y comidas. Esto indica que ya existe oferta comercial en el entorno y que la comunidad tiene alternativas parciales para suplir algunas necesidades.

Sin embargo, la propuesta de Tienda Ashlyn tiene elementos que la diferencian claramente. Por un lado, combina variedad de productos, conectividad y atención directa; por otro, incorpora una línea poco común en este tipo de negocios: la organización de eventos mediante equipos como sonido y tarima. Esa mezcla hace que el negocio pueda atender necesidades que los competidores no cubren de manera integral.

Desde el punto de vista comercial, la competencia obliga a que el negocio se destaque por buen servicio, organización, surtido y confianza. En contextos locales, muchas veces el cliente no vuelve solo por el precio, sino por el trato recibido, la disponibilidad del producto y la capacidad del negocio para resolver varias necesidades en un solo lugar. En ese sentido, Tienda Ashlyn puede posicionarse si mantiene constancia, orden y cercanía con la comunidad.

Tabla 2. Referencia de competencia

Competidor	Oferta principal	Diferenciación de Tienda Ashlyn
Rut Álvarez	Mercado, paquetería, bebidas y repuestos para motos y carros	Mayor integración de conectividad y organización de eventos

Yelitza Brito	Bebidas frías y comidas	Mayor amplitud de portafolio y apoyo comunitario
Otros puntos cercanos	Oferta parcial del entorno	Servicio más integral en un solo establecimiento

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en poner en marcha una tienda de variedades con atención directa en sitio, orientada a la comercialización de productos de mercado, bebidas alcohólicas, bebidas no alcohólicas y servicio de conectividad, complementada con una línea de organización de eventos. Esta propuesta busca responder a necesidades de consumo diario y, al mismo tiempo, apoyar actividades sociales y comunitarias mediante equipos y servicios que faciliten reuniones, encuentros y celebraciones.

La esencia del negocio está en ofrecer una solución más completa que una tienda convencional. No se trata únicamente de vender artículos, sino de crear un punto de apoyo para la dinámica de la inspección. La conectividad aporta valor práctico para estudiantes, trabajadores, instituciones y visitantes, mientras que la organización de eventos le da al negocio una identidad diferenciadora y un potencial de ingreso adicional.

Tienda Ashlyn se proyecta como un negocio con buena capacidad de adaptación al territorio, con una operación básica en su etapa inicial y con posibilidad de fortalecerse a medida que aumente el reconocimiento local.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

La oferta principal del negocio se compone de cinco líneas. La primera corresponde a bebidas alcohólicas, orientadas al público adulto, con venta responsable y bajo cumplimiento de las normas aplicables. La segunda línea incluye bebidas no alcohólicas, como agua, gaseosas, jugos y otras bebidas frías de alta rotación. La tercera línea es el mercado, entendido como productos básicos de uso frecuente para el hogar. La cuarta corresponde al servicio de conectividad, que representa una ayuda importante en contextos donde el acceso a internet puede ser limitado o costoso. La quinta línea es el servicio de organización de eventos, apoyado en equipos como sonido y tarima.

Esta oferta tiene una ventaja clara: combina productos de compra rápida con servicios de mayor valor agregado. El mercado y las bebidas generan movimiento constante, mientras que la organización de eventos puede generar ingresos por jornadas específicas, alquiler o apoyo logístico. Esta mezcla permite que el negocio no dependa de una sola actividad económica y tenga más opciones para sostenerse en el tiempo.

Tabla 3. Productos y servicios

Línea	Descripción	Aporte al negocio

Bebidas alcohólicas	Venta para mayores de edad	Alta rotación eventual
Bebidas no alcohólicas	Consumo diario y de paso	Alta rotación
Mercado	Productos básicos del hogar	Compra frecuente
Conectividad	Acceso a internet	Servicio diferenciador
Organización de eventos	Sonido, tarima y apoyo logístico	Ingreso complementario

6. PROCESOS TÉCNICOS

El funcionamiento técnico del negocio debe organizarse en varios momentos. El primero es el abastecimiento, que consiste en seleccionar proveedores, comprar el surtido, revisar calidad, controlar precios y asegurar disponibilidad. En esta etapa conviene priorizar productos de buena salida y mantener un inventario equilibrado, sin exagerar en mercancía de baja rotación.

El segundo proceso es el almacenamiento y exhibición. Los productos secos de mercado deben organizarse en estanterías limpias y ordenadas; las bebidas frías deberán conservarse en congeladores o vitrinas; y el surtido general debe presentarse de manera visible y accesible. Los equipos como computador, internet satelital y parque solar deberán mantenerse en funcionamiento estable, ya que soportan parte importante de la operación diaria.

El tercer proceso es la atención al cliente, que será directa en sitio. Esta etapa incluye recibir al cliente, orientar la compra, cobrar, entregar el producto y mantener el área limpia y organizada. En el caso de la conectividad, será necesario administrar el servicio de forma sencilla, por tiempo o por uso. Para la línea de eventos, el proceso incluye programación, revisión del equipo, transporte o instalación interna, montaje, uso y verificación del estado de los elementos antes y después del servicio.

El cuarto proceso es el control de inventario y mantenimiento. Aunque el negocio sea pequeño, debe llevar un registro básico de entradas y salidas, productos más vendidos, fechas de compra y equipos disponibles. En la línea de eventos, este control es todavía más importante, porque el sonido, la tarima y demás elementos requieren cuidado, revisión y mantenimiento para evitar daños y gastos innecesarios.

Tabla 4. Resumen de procesos técnicos

Proceso	Actividad principal
Abastecimiento	Selección de proveedores, compra y control de calidad
Almacenamiento y exhibición	Organización de productos y conservación
Atención al cliente	Venta, cobro y orientación
Conectividad	Administración del servicio por uso o tiempo

Eventos	Programación, montaje, uso y revisión de equipos
Control y mantenimiento	Registro de inventario y cuidado de los equipos

7. REQUISITOS LEGALES

Para operar de manera formal, el negocio debe avanzar en su proceso de organización empresarial y tributaria. Uno de los pasos más importantes es la inscripción en el Registro Único Tributario (RUT), ya que la DIAN define este registro como el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas por dicha entidad. Además, la DIAN dispone del trámite de inscripción y actualización del RUT en sus servicios en línea.

También es recomendable contar con matrícula mercantil del comerciante y del establecimiento de comercio, pues el Registro Mercantil es administrado por las cámaras de comercio y hace parte de la formalidad empresarial del país. Esto ayuda a dar seguridad jurídica, respaldo comercial y mayor confianza a clientes y proveedores.

Como el negocio manejará productos alimenticios y bebidas, debe cumplir condiciones sanitarias básicas de higiene, almacenamiento y comercialización. El INVIMA señala que la Resolución 2674 de 2013 establece requisitos sanitarios para actividades relacionadas con alimentos en Colombia, lo cual implica orden, limpieza, conservación adecuada de productos y manejo responsable del punto de venta.

En cuanto a la venta de bebidas alcohólicas, en Colombia está prohibido el expendio a menores de edad y los establecimientos deben colocar en un lugar visible la advertencia correspondiente. Además, cuando exista duda sobre la edad, debe solicitarse documento de identificación.

Respecto de la facturación, la DIAN indica que quienes estén obligados a facturar electrónicamente deben cumplir el proceso de habilitación, actualización de información y asociación de rangos de numeración en el sistema correspondiente. En un negocio de este tipo, esa obligación debe verificarse de acuerdo con la condición tributaria concreta del propietario.

Como el proyecto también contempla organización de eventos, se debe tener presente que el Código Nacional de Seguridad y Convivencia regula las actividades económicas, el manejo del ruido y las aglomeraciones de público complejas. Cuando un evento genere una afectación importante por aforo, tipo de actividad o uso del espacio, puede requerir permiso de la autoridad municipal o de su delegado. Asimismo, deben respetarse las normas sobre tranquilidad, ruido, seguridad y protocolos cuando correspondan.

De igual manera, si en el desarrollo de eventos se utilizan obras musicales protegidas, debe revisarse el cumplimiento de las exigencias legales aplicables sobre derechos de autor, ya que el mismo Código de Policía contempla la obligación de presentar el comprobante de pago cuando haya lugar a ello.

Finalmente, 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, como parte del acompañamiento previo a la puesta en marcha del negocio.

Tabla 5. Requisitos legales orientadores

Aspecto	Finalidad
Registro Único Tributario (RUT)	Identificación tributaria
Matrícula mercantil	Formalización empresarial básica
Facturación electrónica	Cumplimiento de obligaciones tributarias cuando corresponda
Buenas prácticas sanitarias	Manejo adecuado de alimentos y bebidas
Control de venta de alcohol	Cumplimiento de reglas de expendio
Permisos para eventos, si aplica	Organización segura y ajustada a norma
Derechos de autor, si aplica	Uso legal de obras musicales en eventos

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El canal principal de comercialización será la venta directa en el punto físico, ya que el negocio está diseñado para atender a la comunidad y a los usuarios del sector de manera presencial. Este canal es el más adecuado para una tienda de estas características, porque permite mostrar el surtido, entregar atención personalizada y generar confianza.

Como canal complementario, será fundamental el voz a voz, especialmente porque en comunidades pequeñas o apartadas la recomendación personal suele tener mucho peso. Si el negocio ofrece buen trato, surtido y cumplimiento en la organización de eventos, la propia comunidad se convertirá en promotora natural del establecimiento.

También puede implementarse un canal de contacto por celular o mensajería, útil para consultar disponibilidad de productos, coordinar alquiler o uso de equipos y organizar pequeños pedidos o reservas de servicios. Para la línea de eventos, este canal puede ser muy importante, ya que facilita la programación y la comunicación con instituciones o líderes comunitarios.

Tabla 6. Canales de comercialización

Canal	Uso principal
Venta directa en sitio	Atención presencial y comercialización diaria
Voz a voz	Promoción comunitaria y confianza
Celular o mensajería	Reservas, consultas y coordinación de eventos

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

Con base en la información suministrada, se toma como referencia una venta semanal estimada de $1.400.000, lo que equivale a un ingreso mensual aproximado de $5.600.000 y a un ingreso anual cercano a $67.200.000, bajo un escenario de operación regular. Estas cifras deben entenderse como estimaciones razonables para planeación y no como resultados exactos garantizados.

La ventaja de Tienda Ashlyn es que sus ingresos no dependen solo del mercado y las bebidas. El servicio de conectividad y la organización de eventos pueden generar entradas adicionales, especialmente en fechas especiales, celebraciones comunitarias, actividades institucionales o encuentros culturales y religiosos. Por esa razón, es razonable esperar un crecimiento progresivo si el negocio logra posicionarse y mantener buena reputación.

Tabla 7. Proyección estimada de ventas

Periodo	Venta estimada
Semanal	$1.400.000
Mensual promedio	$5.600.000
Anual aproximado	$67.200.000

Tabla 8. Proyección simple a 3 años

Año	Ventas estimadas	Supuesto
Año 1	$67.200.000	Inicio y consolidación local
Año 2	$74.000.000	Mayor clientela y más eventos
Año 3	$81.500.000	Fortalecimiento del servicio integral

Estas proyecciones parten del supuesto de que el negocio mantendrá surtido, funcionamiento estable de los equipos y una agenda ocasional de eventos que complemente la venta diaria.

10. COSTOS Y GASTOS

El negocio tendrá dos tipos de costos principales: la inversión inicial y los gastos mensuales de operación. La inversión inicial debe cubrir tanto la puesta en marcha de la tienda como la adquisición de equipos para la organización de eventos. Dado que el presupuesto disponible es de $20.000.000, se considera una base suficiente para iniciar con una estructura comercial y de servicio relativamente completa.

Tabla 9. Inversión inicial estimada

Concepto	Valor estimado
Parque solar	$2.500.000
Internet satelital e instalación	$800.000
Congeladores	$2.000.000
Computador	$1.000.000
Estanterías	$900.000
Mesas y sillas	$1.200.000
Surtido inicial	$3.500.000
Vitrina de vidrio	$1.300.000
Sonido	$3.800.000
Tarima	$2.500.000
Adecuación e imprevistos	$500.000
Total estimado	**$20.000.000**

Tabla 10. Gastos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado mensual
Reposición de mercancía	$3.400.000
Internet	$180.000
Transporte y abastecimiento	$250.000
Mantenimiento de equipos	$180.000
Aseo, empaques y bolsas	$80.000
Reserva para reparación de sonido/tarima	$200.000
Imprevistos	$160.000
Total mensual estimado	**$4.450.000**

Bajo estas estimaciones, y con ventas mensuales cercanas a $5.600.000, el negocio podría dejar un margen operativo aproximado de $1.150.000 mensuales, sin contar posibles ingresos extra por eventos especiales o temporadas de mayor movimiento. Este margen puede mejorar si la línea de

organización de eventos alcanza buena demanda, porque allí suele haber mejores ingresos por servicio que en algunos productos de tienda.

Tabla 11. Resultado operativo estimado

Concepto	Valor
Ventas mensuales aproximadas	$5.600.000
Gastos mensuales estimados	$4.450.000
Margen operativo aproximado	$1.150.000

11. TALENTO HUMANO

Para la operación inicial del negocio se requiere el dueño y dos ayudantes. El propietario tendrá a su cargo la administración general, la compra de mercancía, la supervisión del inventario, el manejo del dinero, la programación de eventos y la toma de decisiones del negocio. Uno de los ayudantes podrá concentrarse más en la atención al público y en la organización del surtido, mientras que el otro podrá apoyar en logística, conectividad, montaje de equipos y actividades relacionadas con los eventos.

Esta distribución resulta adecuada porque el negocio combina dos actividades distintas: tienda y servicio para eventos. Por ello, no basta con atender el local; también se necesita capacidad para mover, instalar, cuidar y administrar los equipos utilizados en las actividades comunitarias. El personal debe caracterizarse por responsabilidad, amabilidad, orden, puntualidad y cuidado de los bienes del negocio.

Más adelante, si la demanda crece, especialmente en la línea de eventos, podría evaluarse la necesidad de apoyo temporal adicional en jornadas específicas.

Tabla 12. Estructura básica del talento humano

Cargo	Función principal
Propietario	Administración general, compras, inventario y programación de eventos
Ayudante 1	Atención al público y organización del surtido
Ayudante 2	Logística, conectividad y apoyo en montaje de eventos

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Tienda Ashlyn requiere cubrir necesidades físicas, operativas, comerciales y organizativas. En lo físico, necesita un local adecuado, limpio, visible y con espacio suficiente para el surtido, el área de atención y el resguardo de equipos. También requiere que el parque solar, el internet satelital, los

congeladores y el computador funcionen de forma estable, ya que esos elementos sostienen buena parte del servicio diario.

En lo comercial, necesita surtido adecuado, proveedores confiables, manejo básico de inventario y reposición oportuna. En lo logístico, requiere cuidado especial del sonido, la tarima y demás elementos de eventos, pues estos representan una parte importante de la inversión inicial. En lo administrativo, necesita llevar un control sencillo de ventas, gastos, reservas y programación de servicios.

En resumen, los requerimientos más importantes son: organización, equipos funcionales, disciplina en la atención, mantenimiento de los bienes y buena relación con la comunidad.

Tabla 13. Requerimientos principales

Tipo de requerimiento	Detalle
Físico	Local adecuado, limpio, visible y con espacio suficiente
Técnico	Parque solar, internet satelital, congeladores y computador
Comercial	Surtido, proveedores y reposición oportuna
Logístico	Cuidado y mantenimiento de sonido, tarima y equipos
Administrativo	Control de ventas, gastos, reservas y programación

13. VALOR DEL PROYECTO

El valor estimado del proyecto es de $20.000.000, cifra que resulta coherente con una propuesta que no solo incluye una tienda de productos de consumo, sino también equipos para conectividad y organización de eventos. Ese valor representa una inversión más amplia que la de un negocio comercial básico, pero también abre más posibilidades de ingreso y diferenciación.

Además del valor económico, el proyecto tiene un valor social importante, porque busca facilitar el acceso a bienes de difícil consecución y apoyar actividades religiosas, culturales y étnicas en la comunidad. Eso le da una dimensión práctica y comunitaria que fortalece su justificación.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo de Tienda Ashlyn debe manejar dos líneas de trabajo. La primera corresponde a la operación diaria de la tienda, que incluye apertura, limpieza, revisión de inventario, atención al público, control de caja, verificación de congeladores y servicio de conectividad. La segunda corresponde a la operación de eventos, que abarca reserva del servicio, revisión del equipo, montaje, acompañamiento básico, desmontaje y mantenimiento posterior.

Tabla 14. Rutina operativa sugerida

Frecuencia	Actividad
Diaria	Apertura, aseo, atención, conectividad y control de caja

Cada 2 o 3 días	Revisión de surtido y equipos fríos
Semanal	Compra y reposición de mercancía
Mensual	Balance de ventas, gastos y utilidad
Según demanda	Programación, montaje y desmontaje de eventos
Periódica	Revisión y mantenimiento de sonido y tarima

Este plan operativo permite que el negocio no funcione de forma improvisada. La clave será separar bien las tareas de tienda y las de eventos, para que una línea no afecte negativamente la otra.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado del proyecto es económico, social y comunitario. En lo económico, Tienda Ashlyn puede convertirse en una fuente de ingreso para sus propietarios y en un punto que dinamice el pequeño comercio local. En lo social, acerca bienes y servicios que son de difícil acceso para la comunidad, lo cual mejora la calidad de vida cotidiana. En lo comunitario, la organización de eventos fortalece la posibilidad de realizar encuentros religiosos, culturales y étnicos con mayor facilidad y mejor logística.

El alcance inicial del negocio será principalmente local, orientado a la comunidad de la inspección, pero también podrá atender a transportadores, instituciones y turistas. Si logra consolidar su reputación, puede convertirse en un referente no solo como tienda, sino también como punto de apoyo para actividades colectivas del sector.

Tabla 15. Impacto esperado del proyecto

Tipo de impacto	Resultado esperado
Económico	Generación de ingresos y dinamización del pequeño comercio
Social	Mayor acceso a bienes, bebidas y conectividad
Comunitario	Apoyo logístico para actividades religiosas, culturales y étnicas
Territorial	Fortalecimiento de un punto de servicio útil para la inspección

16. MAPA DE ACTORES

Los actores relacionados con el proyecto son varios. La comunidad es el actor principal, porque es beneficiaria directa del acceso a productos, conectividad y apoyo en eventos. Los transportadores y turistas representan una demanda complementaria importante. Las instituciones pueden ser aliadas y clientas en actividades organizadas. Los proveedores son fundamentales para garantizar surtido y calidad, mientras que el dueño y los ayudantes son responsables directos de la operación y sostenibilidad del negocio.

Tabla 16. Actores del proyecto

Actor	Relación con el negocio	Nivel de importancia
Comunidad	Clientes y beneficiarios principales	Muy alto
Transportadores	Clientes de paso	Alto
Instituciones	Clientes y aliados en eventos	Alto
Turistas	Demanda ocasional	Medio
Proveedores	Abastecimiento y soporte	Muy alto
Dueño y ayudantes	Operación del negocio	Muy alto

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Tienda Ashlyn es un proyecto con buena perspectiva de viabilidad porque responde a necesidades concretas del territorio y combina de manera acertada varias fuentes de ingreso. Su fortaleza principal está en integrar mercado, bebidas, conectividad y organización de eventos en un mismo establecimiento, lo cual le permite ofrecer más soluciones que una tienda común.

La propuesta es especialmente valiosa porque no solo busca vender productos, sino apoyar la vida social y comunitaria del sector. Si el negocio mantiene orden, buen servicio, cuidado de los equipos y un control básico de sus costos, puede consolidarse como un punto importante para la comunidad y para quienes transitan por la zona. Además, su línea de eventos puede convertirse en el factor más diferenciador y rentable, siempre que se maneje con responsabilidad, cumplimiento y atención a las reglas aplicables sobre actividad económica, ruido y permisos cuando corresponda.

En conclusión, este plan muestra que Tienda Ashlyn tiene bases suficientes para desarrollarse como un negocio serio, útil y con impacto positivo en la Inspección de Murillo.

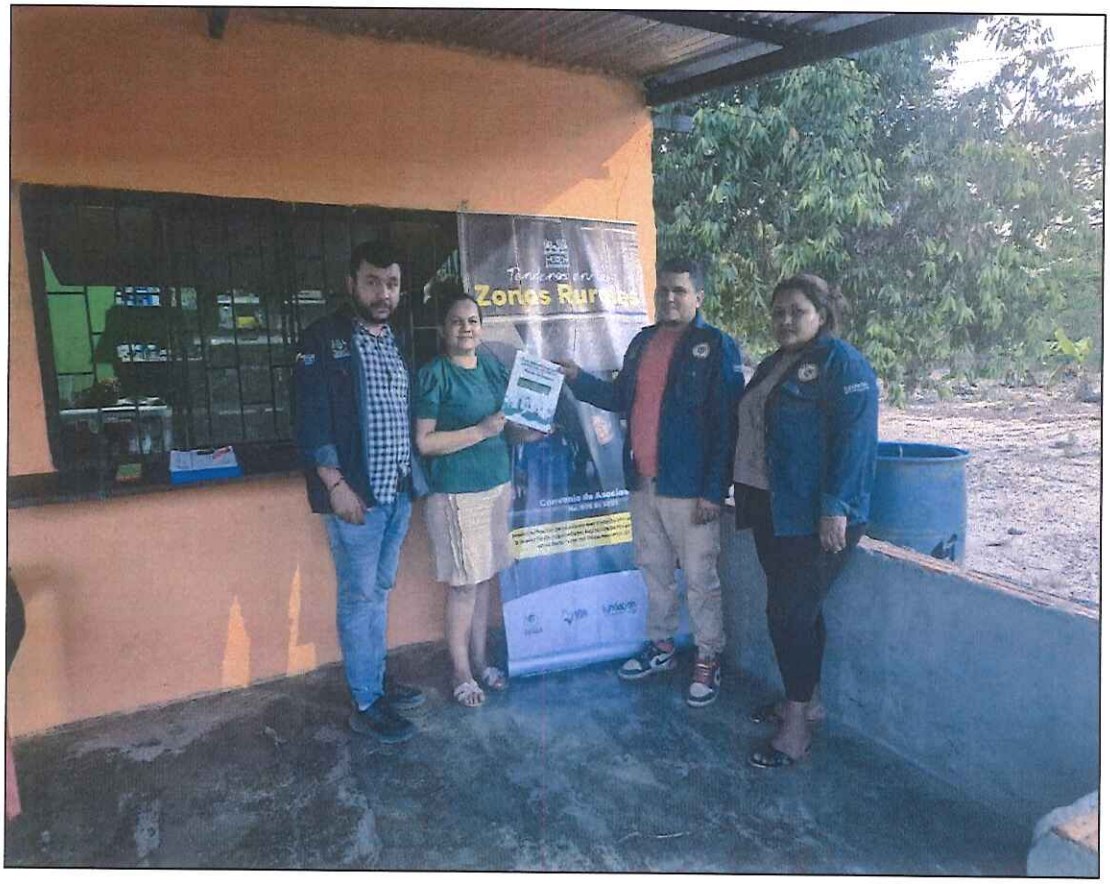
Para efectos del proceso desarrollado por medio de la asistencia técnica, se considera el plan de negocios aprobado y viabilizado, para lo cual el emprendedor y la orientadora de asistencia técnica podrán suscribir el documento.

Sandy Karely Belisario Brito
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	Sandy Karely Belisario Brito
TIENDA	Tienda Ashlyn
FECHA	6/01/2026



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: 16-1-2026

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

Huella

RECIBE:

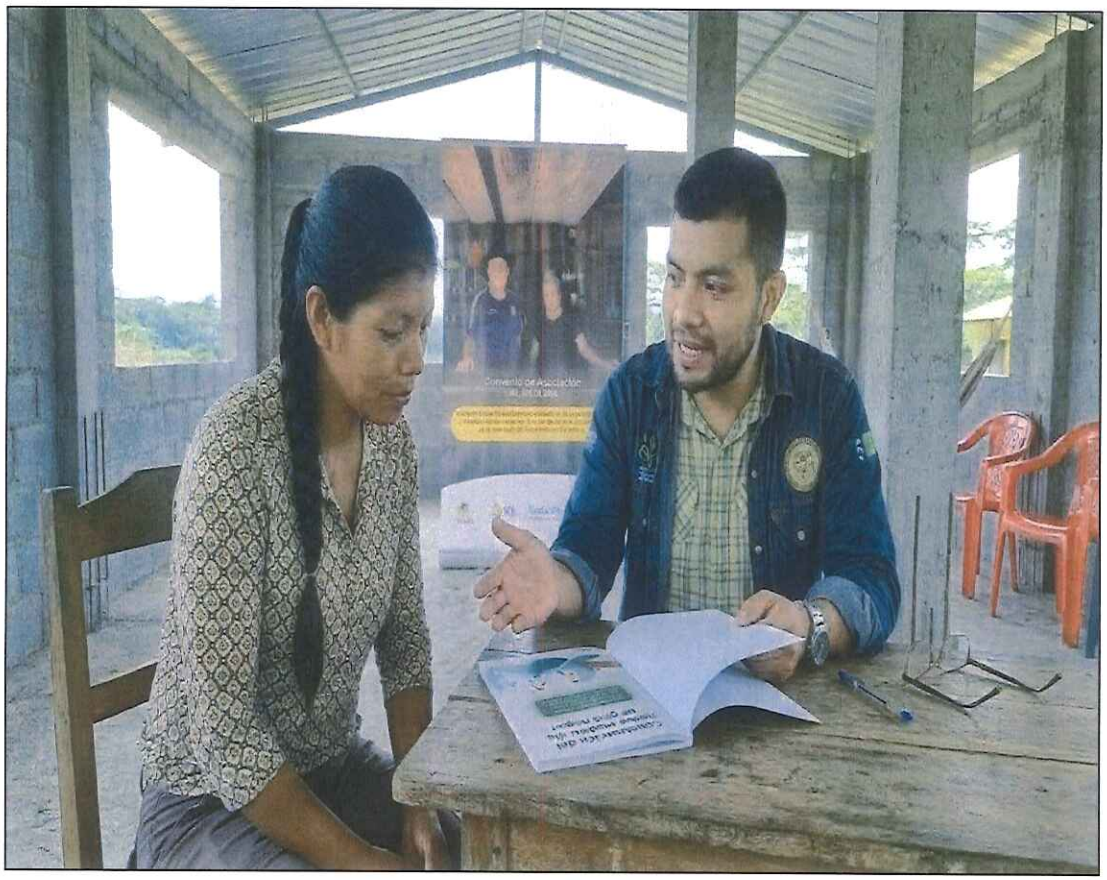
Firma:
Nombres: Sandi Belisario
CC: 1.007.023.398

OBSERVACIONES:

Danni Guio Castañeda

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	Danni Guio Castañeda
TIENDA	Hato Chevere
FECHA	6/01/2026



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, Danny Leticia Guio identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.127.389.803 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: Danny Guio
Nombres: Danny Leticia Guio
CC: 1.127.389.803

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, Danny Leticia Gio identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.127.389.803, 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 Hurillo a los 6 días del mes de enero del año 2026.

RECIBE:

Firma: Danny Gio

Nombres: Danny Leticia Gio

CC: 1.127.389.803

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 6	MES 1	AÑO 2026	
Beneficiario	Danny Leticia Guio Castaneda				
Cédula	1.127.389.603			Sexo: ☑ Mujer ☐ Hombre	
Departamento:	Vichada		Municipio:	Puerto Carreño	
Vereda / Inspección:	Murillo				
Dirección:	Puente		Teléfono de Contacto:	3154880702	

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: Ubicacion Produccion propia

Retos que enfrenta: Finanaiamiento 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

Compromisos del beneficiario:

Observaciones:

Firma:

Danny Guio.

Beneficiario: Danny Guio

Cédula: 1.127.389.603

Firma:

Profesional: Yisneni 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, Danny Leticia Guio, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.127.389.803 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 Murillo a los 6 días del mes de enéro del año 2026.

RECIBE:

Huella

Firma: Danny Guio

Nombres: Danny Leticia Guio

CC: 1.127.389.803

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

TIENDA HATO CHÉVERE

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: Danni Guio Castañeda

EMPRENDEDOR

Ubicación: Inspección de Murillo, municipio de Puerto Carreño, departamento de Vichada, Colombia, cerca al caño Juriepe.

FEBRERO DE 2026

GOBERNACION DE VICHADA SGR ASOSUPRO fundacion servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

Tienda Hato Chévere nace para atender una necesidad concreta de la inspección de Murillo y de su entorno cercano: contar con un punto de venta donde la comunidad pueda conseguir productos frescos, refrigerados y de consumo diario sin tener que desplazarse largas distancias o asumir gastos adicionales de transporte. Según la información base del proyecto, la necesidad principal está en el suministro de leche, queso, patos, pollo crudo, cerdo crudo, plátano y huevos, además de otros productos básicos que hacen parte de la vida diaria de la comunidad.

La necesidad no se limita a la compra de mercado. También está relacionada con la oportunidad de encontrar productos frescos en un mismo lugar, en buenas condiciones de conservación, con atención rápida y con un servicio complementario de conectividad. En zonas rurales, disponer de alimentos frescos, bebidas frías e internet en un solo establecimiento reduce tiempos, mejora la comodidad y ayuda a resolver situaciones cotidianas de manera más inmediata.

El proyecto resulta aún más pertinente porque Vichada ha priorizado, desde su planeación agropecuaria, el fortalecimiento del abastecimiento y la seguridad alimentaria, lo cual encaja con una tienda que combina comercialización de alimentos con producción propia y oferta de bienes de primera necesidad.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales de Tienda Hato Chévere serán la comunidad de la inspección, los transportadores, las instituciones y los turistas. Esta diversidad de clientes es una fortaleza, porque permite que el negocio no dependa de una sola fuente de ingresos y pueda sostener ventas diarias con diferentes tipos de consumo.

La comunidad de la inspección será el cliente más constante. Este grupo buscará mercado, bebidas, huevos, queso, plátano, carnes y otros productos de abastecimiento regular. En este segmento, lo más valioso será la cercanía, la frescura de los productos y la confianza en la atención.

Los transportadores serán un segmento importante porque suelen requerir bebidas frías, alimentos de fácil acceso y conectividad para llamadas, consultas o mensajes. Los turistas y visitantes pueden demandar bebidas, productos de consumo rápido y algunos artículos básicos durante su paso por la zona. Las instituciones, por su parte, representan una oportunidad para compras puntuales o abastecimientos específicos, especialmente cuando requieren productos del sector para jornadas, visitas o desplazamientos.

También puede identificarse un cliente secundario importante: familias o personas que valoren especialmente los productos frescos de origen local. El hecho de que el negocio contemple cría independiente de animales para el comercio le da un perfil más cercano a la economía rural del territorio y puede fortalecer la percepción de frescura y disponibilidad.

Tabla 1. Tipos de clientes de Tienda Hato Chévere

Tipo de cliente	Características	Necesidades principales
Comunidad de la inspección	Clientes permanentes del sector	Mercado, huevos, queso, plátano, carnes, bebidas y productos de primera necesidad
Transportadores	Clientes frecuentes de paso	Bebidas frías, alimentos rápidos y conectividad
Instituciones	Clientes ocasionales o por jornadas	Compras puntuales y abastecimiento específico
Turistas y visitantes	Clientes temporales	Bebidas, productos básicos y acceso a conectividad
Familias que valoran productos locales	Segmento complementario	Productos frescos y de origen local

3. COMPETENCIA

La competencia directa identificada corresponde a otros comercios cercanos, ubicados aproximadamente a 2 kilómetros. En particular, se mencionan Rut Álvarez, quien comercializa mercado, paquetería, bebidas y repuestos para motos y carros, y Yelitza Brito, quien se dedica a la venta de bebidas frías y comidas. Esto demuestra que sí existe oferta en el entorno, pero también evidencia que hay espacio para una propuesta mejor organizada y con mayor énfasis en productos frescos y refrigerados.

La ventaja competitiva de Tienda Hato Chévere no se basa únicamente en vender mercado o bebidas, sino en integrar en un mismo lugar productos de consumo diario, carnes crudas, queso, huevos, plátano y conectividad, con el respaldo adicional de la cría independiente de animales. Esa combinación le da identidad propia al negocio y le permite diferenciarse frente a tiendas que parecen estar más concentradas en bebidas, comidas rápidas o surtido general.

En otras palabras, la competencia existente no anula la viabilidad del proyecto; por el contrario, confirma que sí hay movimiento comercial en la zona. La diferencia estará en mantener frescura, calidad de servicio, buen surtido y una oferta que responda mejor a las necesidades reales de la comunidad.

Tabla 2. Competencia identificada en el entorno

Competidor	Oferta principal	Diferencia frente a Tienda Hato Chévere
Rut Álvarez	Mercado, paquetería, bebidas, repuestos para motos y carros	Tienda Hato Chévere tendrá mayor énfasis en productos frescos, refrigerados y conectividad
Yelitza Brito	Bebidas frías y comidas	Tienda Hato Chévere ofrecerá surtido más amplio, incluyendo carnes crudas, huevos, queso y plátano

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en poner en funcionamiento una tienda rural de abastecimiento mixto en la inspección de Murillo, orientada a la venta de mercado, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, conectividad, plátano, pollo crudo, queso, cerdo crudo, huevos y otros productos frescos de consumo cotidiano. El establecimiento se concibe como un punto cercano y útil para la comunidad, los transportadores, las instituciones y los visitantes.

La propuesta tiene un rasgo diferenciador importante: no se trata solo de revender mercancía comprada a terceros, sino también de aprovechar la cría independiente de animales para el comercio. Eso permite reforzar la oferta de productos frescos, mejorar la disponibilidad y, en algunos casos, dar mayor estabilidad al inventario.

La idea también es coherente con el contexto de Puerto Carreño, donde la energía y la conectividad siguen siendo factores relevantes para la actividad económica. Por eso, incluir parque solar e internet satelital no es un lujo, sino una decisión práctica para hacer más estable la operación del negocio.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

Tienda Hato Chévere ofrecerá bebidas alcohólicas, bebidas no alcohólicas, mercado, conectividad, plátano, pollo crudo, queso, cerdo crudo y huevos. A partir de la descripción general del proyecto, también se entiende que la tienda se apoya en la oferta de leche y otros productos frescos asociados a su dinámica rural.

Los productos de mercado y las bebidas serán una línea de alta rotación. Los productos frescos y refrigerados, como queso, huevos, pollo y cerdo crudos, se convierten en la línea diferenciadora, ya que responden directamente a la necesidad planteada por la comunidad. El plátano aporta una oferta de consumo cotidiano y muy coherente con la vida rural. El servicio de conectividad actúa como complemento comercial y como valor agregado para clientes de paso o habitantes que requieran acceso a internet.

Para efectos financieros, se asume que el dato de $150.000 corresponde a un valor de compra alta o compra familiar amplio, no al precio promedio de cada producto. En un negocio como este coexistirán productos de muy bajo valor unitario, como bebidas o huevos, con compras medianas de carnes, mercado y surtido para el hogar. Este supuesto permite hacer más coherente la proyección económica del negocio.

Tabla 3. Productos y servicios ofrecidos

Línea	Productos o servicios
Bebidas	Bebidas alcohólicas y no alcohólicas
Mercado	Productos básicos de consumo diario
Frescos y perecederos	Pollo crudo, cerdo crudo, queso, huevos, leche, plátano

Servicios complementarios	Conectividad e internet
Valor agregado	Oferta apoyada en cría independiente de animales

6. PROCESOS TÉCNICOS

El negocio funcionará mediante atención directa en sitio. No obstante, para garantizar orden y rentabilidad, es necesario establecer procesos internos sencillos pero constantes. El proceso inicia con la compra o producción de los productos, continúa con el almacenamiento y exhibición adecuada, y termina con la venta, reposición y control del inventario.

Los productos secos y de mercado deben organizarse en estanterías por tipo y frecuencia de uso. Las bebidas, carnes, quesos y otros productos que requieran cadena de frío deberán mantenerse en congeladores o espacios adecuados de conservación. Los productos frescos de origen propio, como los derivados de la cría independiente de animales, deben integrarse a la oferta con orden y rotación para evitar pérdidas y asegurar frescura.

Debido a que el negocio comercializará alimentos crudos y perecederos, debe aplicar buenas prácticas de higiene, limpieza y protección en la manipulación. El Decreto 3075 de 1997, publicado por el INVIMA, establece precisamente prácticas higiénicas y medidas de protección para quienes manipulan alimentos, por lo que la limpieza, el orden, la conservación y la prevención de contaminación son aspectos clave para la operación. (Invima)

7. REQUISITOS LEGALES

Desde el punto de vista legal y administrativo, el negocio debe avanzar en su formalización básica. Esto implica revisar los trámites mercantiles que correspondan, mantener actualizado el Registro Único Tributario y definir si, por el tipo de actividad y condiciones tributarias, debe cumplir con facturación electrónica. La DIAN señala que para facturar electrónicamente se requiere estar registrado en el RUT, contar con software de facturación electrónica y tener certificado de firma digital. También explica que la facturación electrónica aplica a determinados sujetos obligados, entre ellos personas jurídicas, responsables de IVA, responsables del impuesto nacional al consumo y personas naturales que superen ciertos topes o condiciones establecidas. (Dian)

Como el establecimiento manipulará y venderá alimentos, especialmente productos crudos y refrigerados, también debe observar las condiciones sanitarias aplicables a la higiene, almacenamiento, conservación y manipulación. El INVIMA, mediante el Decreto 3075 de 1997, establece lineamientos sobre prácticas higiénicas y medidas de protección en la manipulación de alimentos, lo cual es muy relevante para este tipo de tienda. (Invima)

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 orden administrativo.

Tabla 4. Requisitos legales básicos del negocio

Requisito	Descripción
Registro mercantil	Formalización comercial según corresponda
RUT actualizado	Registro tributario ante la DIAN
Facturación electrónica	Aplicable según topes y obligaciones tributarias
Condiciones sanitarias	Cumplimiento de normas de higiene, almacenamiento y manipulación de alimentos
Asistencia técnica	Orientación en formalización, RUT y facturación electrónica

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización será la venta directa en sitio, tal como está previsto en la información base del negocio. El cliente llegará al establecimiento, realizará su compra y recibirá atención inmediata. Este canal es el más adecuado para una tienda rural, ya que permite cercanía, confianza y solución rápida de necesidades.

Como apoyo, el negocio puede utilizar el voz a voz, las recomendaciones entre vecinos, el contacto directo con transportadores y el uso de WhatsApp o llamadas cuando la conectividad lo permita. En sectores rurales, muchas veces la mejor estrategia comercial no es la publicidad costosa, sino la constancia en el servicio, el cumplimiento y la buena reputación entre la comunidad.

También será útil fortalecer la relación con clientes frecuentes, especialmente familias del sector e instituciones que puedan requerir compras repetidas o abastecimiento puntual.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

La información base proyecta ventas de $1.150.000 semanales. Con ese dato, la venta mensual base se estima en $4.600.000 y la venta anual inicial en $55.200.000.

Teniendo en cuenta que el negocio combinará productos de alta rotación con otros de mayor valor y que parte de su diferenciación está en la oferta de productos frescos, se plantea una proyección prudente con crecimiento moderado durante el primer año.

Tabla 5. Proyección estimada de ventas del año 1

Periodo	Venta mensual estimada
Meses 1 a 3	$4.600.000
Meses 4 a 6	$4.800.000
Meses 7 a 9	$5.000.000
Meses 10 a 12	$5.300.000

Venta anual proyectada: $59.100.000

Esta proyección supone un crecimiento gradual por reconocimiento del negocio, mejora del surtido y mayor fidelización de clientes. No parte de un escenario exagerado, sino de una evolución razonable para una tienda pequeña, bien ubicada y con productos frescos diferenciales.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales del negocio están relacionados con el parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas y surtido inicial. Sin embargo, en la práctica, el costo más importante será el mantenimiento del inventario de alimentos y bebidas, así como la conservación adecuada de los productos frescos.

Tabla 6. Estimación mensual de costos operativos

Concepto	Valor estimado mensual
Reposición de mercado y bebidas	$1.500.000
Reposición de carnes, queso, huevos y frescos	$900.000
Internet satelital	$180.000
Transporte y abastecimiento	$250.000
Mantenimiento, hielo y conservación	$150.000
Empaques y gastos menores	$120.000
Apoyo del ayudante	$850.000
Total estimado	**$3.950.000**

En esta proyección se asume que parte de la oferta fresca puede apoyarse en producción propia o en abastecimiento cercano, lo que puede ayudar a reducir algunos costos de compra. Aun así, la

rentabilidad dependerá mucho del buen manejo de inventario, del control de pérdidas y de la rotación adecuada de productos perecederos.

11. TALENTO HUMANO

El negocio requerirá inicialmente dos personas: el dueño y un ayudante. Esta estructura es adecuada para la etapa de arranque, ya que permite atender al público, organizar el surtido, controlar los productos frescos y mantener el establecimiento sin elevar demasiado los costos laborales.

El dueño asumirá la administración general, la relación con proveedores, el manejo del dinero y la supervisión del negocio. El ayudante apoyará en atención, organización, limpieza, reposición de productos y apoyo logístico en las tareas diarias.

En un negocio con alimentos frescos, la disciplina en la organización y la higiene es tan importante como la venta misma. Por eso, aunque el personal sea reducido, debe haber claridad en funciones y responsabilidad en el cuidado de la mercancía.

Tabla 7. Talento humano requerido

Cargo	Funciones principales
Dueño del negocio	Administración, compras, manejo del dinero, relación con proveedores y supervisión
Ayudante	Atención al público, organización, limpieza, reposición y apoyo logístico

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Tienda Hato Chévere necesita una infraestructura básica, pero funcional. Los elementos principales ya definidos son parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas y surtido. A esto deben añadirse utensilios para manejo y organización de alimentos, recipientes, material de empaque y elementos de limpieza.

El parque solar y el internet satelital son especialmente importantes, porque ayudan a sostener la cadena de frío, el servicio de conectividad y la operación del negocio en un contexto donde la estabilidad energética sigue siendo un asunto sensible para Puerto Carreño. En 2024 el IPSE reportó nuevas soluciones híbridas para familias del municipio, y en marzo de 2026 el Ministerio de Minas y Energía informó acciones para garantizar el servicio eléctrico en Puerto Carreño, lo que confirma la pertinencia de que pequeños negocios busquen respaldo energético propio. (IPSE)

También será fundamental contar con proveedores o mecanismos de reposición frecuentes para evitar faltantes en productos esenciales y pérdidas por vencimiento o mala conservación.

Tabla 8. Necesidades y requerimientos del proyecto

Requerimiento	Finalidad
Parque solar	Respaldo energético para operación y cadena de frío
Internet satelital	Servicio de conectividad y apoyo a la operación
Congeladores	Conservación de carnes, queso, bebidas y otros frescos
Computador o equipo básico	Apoyo administrativo y control básico del negocio
Estanterías, mesas y sillas	Organización del local y atención
Surtido inicial	Inicio de ventas con oferta suficiente
Elementos de limpieza y empaque	Higiene, manejo y presentación de productos

13. VALOR DEL PROYECTO

La información base estima un presupuesto inicial de $10.000.000, cifra que resulta razonable para un negocio pequeño de abastecimiento rural si se priorizan correctamente los recursos y si parte de la oferta fresca se apoya en producción propia o en capacidades ya existentes del hogar o predio.

Tabla 9. Inversión inicial estimada

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$3.000.000
Internet satelital e instalación	$800.000
Congelador	$1.600.000
Computador o equipo básico	$1.000.000
Estanterías, mesas y sillas	$900.000
Surtido inicial de mercado y bebidas	$1.400.000
Surtido inicial de productos frescos	$800.000
Empaques, elementos de manejo y contingencias	$500.000
Total estimado	**$10.000.000**

Esta distribución muestra que el proyecto puede iniciar con una escala pequeña, pero funcional. La clave será no sobredimensionar la inversión al comienzo, sino concentrarse en lo esencial: cadena de frío, surtido útil, buena atención y control de inventario.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo de Tienda Hato Chévere 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 la organización por categorías. La tercera será el inicio de ventas con atención directa y control diario del movimiento de productos. La cuarta será el ajuste progresivo del inventario según lo que más soliciten los clientes.

En la rutina diaria se recomienda abrir con revisión de bebidas, productos frescos, congeladores y orden general del local. Durante la jornada debe llevarse un control simple de lo vendido, lo faltante y lo que requiere reposición. Al finalizar el día, conviene revisar el estado de los productos perecederos, asegurar limpieza y dejar preparado el negocio para la siguiente jornada.

En el mediano plazo, el plan operativo debe buscar estabilidad: fortalecer la línea de productos más demandados, mejorar la exhibición, consolidar clientes frecuentes y aprovechar la producción propia como una ventaja comercial. Un negocio pequeño puede crecer bien si aprende rápido qué productos rotan mejor y cuáles conviene mantener en menor cantidad.

Tabla 10. Etapas del plan operativo

Etapa	Actividades principales
Adecuación	Organización del espacio e instalación de equipos
Abastecimiento inicial	Compra y clasificación del surtido
Inicio de operación	Apertura, atención al cliente y control diario
Ajuste y mejora	Reposición estratégica y fortalecimiento de líneas más vendidas

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado del negocio es positivo para la comunidad y para el entorno de la inspección de Murillo. Tienda Hato Chévere acercará bienes y servicios que son de difícil acceso para la población, especialmente productos frescos, refrigerados y de consumo diario. Esto reduce desplazamientos, ahorra tiempo y facilita la vida cotidiana de las familias y de quienes transitan por el sector.

En lo económico, el negocio generará ingresos para sus propietarios y un empleo de apoyo. En lo social, se convertirá en un punto útil para abastecimiento, conectividad y acceso a alimentos frescos. En lo territorial, se alinea con la necesidad de fortalecer circuitos locales de abastecimiento y seguridad

alimentaria, una línea que el departamento de Vichada ha venido reconociendo en su planeación agropecuaria. (Agencia de Desarrollo Rural)

Su alcance inicial será local, principalmente sobre la inspección y su entorno cercano. No obstante, si mantiene buen servicio, puede convertirse en una referencia para visitantes, transportadores y población flotante de la zona.

16. MAPA DE ACTORES

Tabla 11. Actores relacionados con el negocio

Actor	Relación con el negocio	Interés principal
Comunidad de la inspección	Cliente principal	Acceso cercano a productos frescos y de consumo diario
Transportadores	Cliente frecuente de paso	Bebidas, conectividad y compras rápidas
Instituciones	Cliente eventual	Compras puntuales y abastecimiento local
Turistas y visitantes	Cliente ocasional	Productos básicos, bebidas y conectividad
Proveedores	Aliados comerciales	Surtido constante y relación de abastecimiento
Productores o cría propia	Soporte de oferta fresca	Disponibilidad de huevos, carnes y otros productos
Dueño del negocio	Responsable principal	Rentabilidad y sostenibilidad
Ayudante	Apoyo operativo	Atención, orden y funcionamiento diario

Este mapa muestra que el negocio no depende de un solo perfil de cliente. Su fortaleza está en combinar cercanía, abastecimiento, frescura y utilidad práctica para distintos actores del territorio.

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Tienda Hato Chévere es una propuesta de negocio viable, pertinente y coherente con las condiciones de la inspección de Murillo, en Puerto Carreño. Su principal fortaleza está en integrar mercado, bebidas, productos frescos y conectividad en un mismo punto, con el valor agregado de apoyarse en cría independiente de animales para el comercio. Esta característica le da diferenciación frente a los competidores cercanos y le permite responder mejor a las necesidades reales de la comunidad.

El proyecto también es razonable desde el punto de vista territorial, porque Vichada ha insistido en fortalecer el abastecimiento y la seguridad alimentaria, y Puerto Carreño continúa enfrentando retos energéticos que justifican soluciones como parque solar e internet satelital para pequeños negocios.

Si el emprendimiento se maneja con orden, limpieza, formalización básica y control de inventario, 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.

Danny Guio

Danny Guio Castañeda
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	Danni Guio Castañeda
TIENDA	Hato Chevere
FECHA	6/01/2026



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: 17-1-2026

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: Danny Gio

Nombres: Danny Leticia Gio

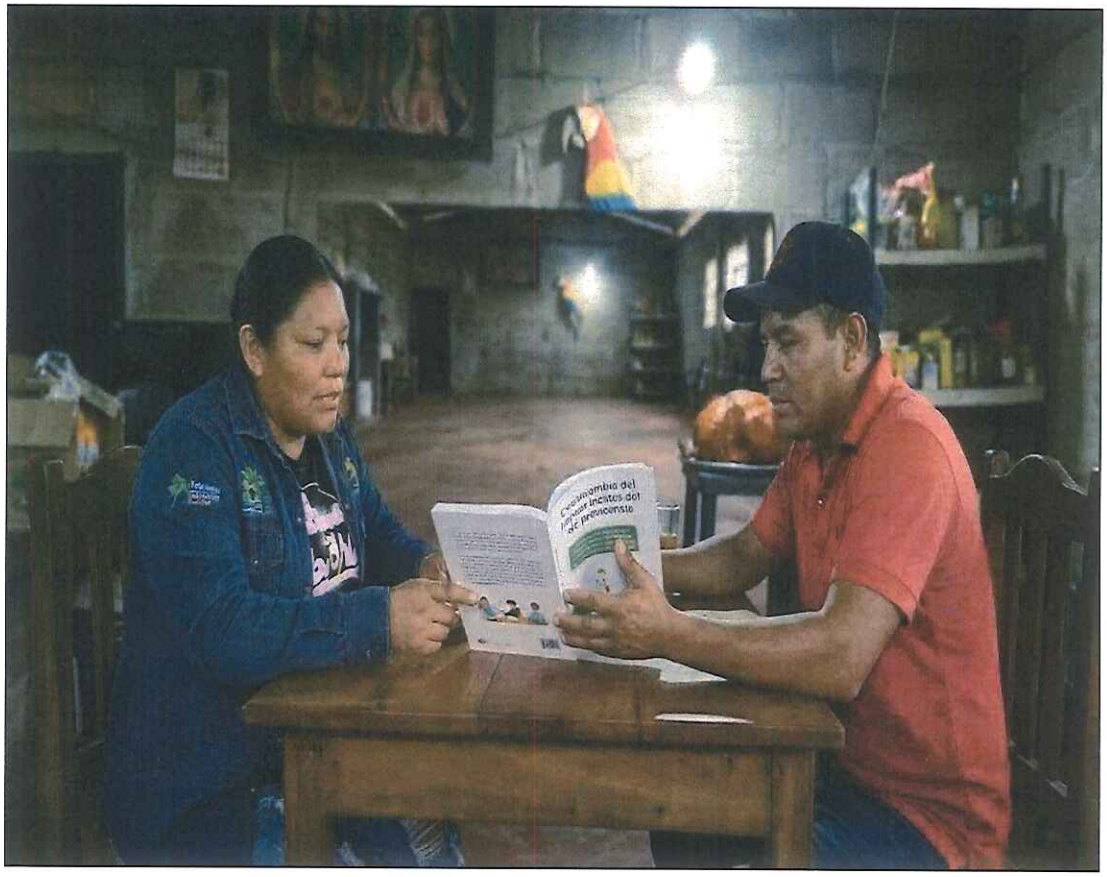
CC: 1.127.389.803

OBSERVACIONES:

Alexander Achaguas

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	ander Achaguas
TIENDA	Donde Alexander
FECHA	24/12/2025



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

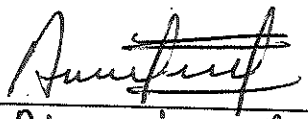
En el desarrollo del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, suscrito entre la **FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA** y **ASOSUPRO**, y como parte del proceso de fortalecimiento de capacidades logísticas y de emprendimiento de pequeños tenderos rurales, se firma la presente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

Yo, Alexander Achagua identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 18-256-910 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: 

Nombres: Alexander Achagua

CC: 18-256-910

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, Alexander Achagua identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 18.256.910, 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 Rob Konalitofa los 29 días del mes de diciembre del año 2025.

RECIBE:

Firma: _____

Nombres: Alexander Achagua

CC: 18.256.910

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 24	MES 12	AÑO 2025	
Beneficiario	Alexander Achagua Martinez				
Cédula	18.256.910			Sexo: ☐Mujer ☒Hombre	
Departamento:	Vichada		Municipio:	Puerto Carreño	
Vereda / Inspección:	Rdo Kanalitojo				
Dirección:	Entrada		Teléfono de Contacto:	314.2014597	

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: Producción propia, Ubicación estrategica

Retos que enfrenta: Logistica, Financiamiento

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 financiamiento
Compromisos del beneficiario:	Plan Logistico
Observaciones:	DOFA

Firma:

Beneficiario: Alexander Achagua
Cédula: 18.256.910

Firma:

Profesional: Yishleni 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, Alexander Achagua, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 18.256.910 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 Rdo Kamalitojo a los 29 días del mes de diciembre del año 2025.

RECIBE:

Huella

Firma:

Nombres: Alexander Achagua

CC: 18.256.910

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

DONDE ALEXANDER

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".

Emprendedor: Alexander Achaguas

EMPRENDEDOR

Ubicación: Resguardo Kanalitojo, municipio de Puerto Carreño, departamento de Vichada, Colombia.

FEBRERO DE 2026

GOBERNACION DE VICHADA SGR ASOSUPRO fundacion servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

El negocio Donde Alexander nace como respuesta a una necesidad real de la comunidad del Resguardo Kanalitojo y de las personas que se movilizan por este sector del municipio de Puerto Carreño. En territorios apartados, el acceso a productos básicos de consumo, alimentos refrigerados, conectividad y algunos bienes de uso frecuente suele ser limitado, intermitente o costoso. Esta situación obliga a muchas personas a desplazarse mayores distancias para conseguir lo que necesitan, lo cual implica gasto de tiempo, dinero y esfuerzo.

En este caso, la necesidad es aún más evidente si se tiene en cuenta que los comercios cercanos se encuentran aproximadamente a 12 kilómetros, lo que representa una barrera importante para familias, trabajadores, transportadores y demás habitantes del sector. No todas las personas cuentan con medios de transporte permanentes ni con facilidad para movilizarse cuando requieren productos de mercado, bebidas, carne de cerdo o acceso a internet. Por ello, la existencia de un establecimiento local puede mejorar notablemente la vida cotidiana de la comunidad.

Además, el negocio pretende responder a la necesidad de contar con productos refrigerados y con oferta alimentaria cercana, especialmente en un entorno donde no siempre se dispone de cadenas de abastecimiento permanentes. La conectividad también se convierte en una necesidad creciente, ya que hoy muchas personas requieren acceso a internet para comunicarse, consultar información o realizar gestiones básicas.

En consecuencia, Donde Alexander no solo busca vender productos, sino brindar una solución práctica para mejorar el acceso a bienes y servicios que son de difícil disponibilidad en la zona. Su aporte está en acercar el comercio al territorio, facilitar la compra local y aprovechar recursos propios, como la cría independiente de animales para el comercio.

Tabla 1. Barreras identificadas y necesidad del negocio

Aspecto identificado	Situación actual	Efecto en la comunidad	Respuesta del negocio
Distancia a otros comercios	Los comercios más cercanos están aproximadamente a 12 km	Mayor gasto de tiempo, dinero y esfuerzo	Acercar productos y servicios al territorio
Acceso a productos básicos	La oferta es limitada o intermitente	Dificulta las compras cotidianas del hogar	Ofrecer mercado y bebidas de forma cercana
Acceso a productos refrigerados	No siempre hay disponibilidad permanente	Menor facilidad para adquirir alimentos y bebidas frías	Mantener productos refrigerados y cerdo crudo
Conectividad	El acceso a internet es reducido	Limita la comunicación y algunas gestiones básicas	Brindar servicio de conectividad

2. TIPOS DE CLIENTES

El negocio está dirigido a varios grupos de clientes, lo cual representa una ventaja importante para su sostenibilidad. En primer lugar, se encuentra la comunidad del resguardo y del sector, que constituye el grupo más estable de consumidores. Estas personas demandan productos de mercado, bebidas, alimentos y conectividad para atender necesidades cotidianas del hogar y de la vida diaria.

En segundo lugar, están los transportadores, quienes pueden requerir bebidas frías, artículos de consumo rápido, productos básicos y, en algunos casos, conectividad. Este tipo de cliente valora mucho la rapidez de la atención, la cercanía del punto de venta y la posibilidad de resolver varias necesidades en un mismo lugar.

Otro grupo relevante es el de las instituciones, que eventualmente pueden realizar compras puntuales de mercado, bebidas o apoyo logístico para actividades específicas. Aunque no sean clientes diarios, sí pueden representar oportunidades interesantes de venta cuando el negocio gane reconocimiento y confianza.

También hacen parte del mercado objetivo los turistas y transeúntes, quienes requieren abastecimiento rápido durante su paso por el sector. Para estas personas, un punto de venta bien ubicado, con bebidas frías, algunos alimentos y acceso a conectividad, puede convertirse en un lugar útil y atractivo.

En general, el negocio atenderá clientes de compra frecuente, ocasional y de paso. Esa mezcla favorece el movimiento comercial, reduce la dependencia de un solo segmento y permite que el establecimiento tenga una base más amplia de ingresos.

3. COMPETENCIA

Según la información entregada, la competencia principal está representada por otros comercios cercanos ubicados aproximadamente a 12 kilómetros y por el establecimiento de Miller Achagua, que ofrece mercado, paquetería y bebidas. Esto indica que ya existe actividad comercial en el entorno, pero también demuestra que el acceso inmediato a estos productos no está completamente resuelto dentro del sector donde se ubicará el negocio.

La distancia de los otros comercios es un factor que juega a favor de Donde Alexander, porque reduce la inmediatez de la competencia y le permite posicionarse como una alternativa cercana para la comunidad. En territorios apartados, la proximidad es una ventaja comercial muy fuerte, ya que muchas veces el cliente prefiere comprar en un lugar cercano, aunque sea para una compra pequeña, antes que desplazarse varios kilómetros.

Además, el negocio no solo ofrecerá mercado y bebidas, sino también conectividad y cerdo crudo, junto con la ventaja adicional de la cría independiente de animales para el comercio. Esto le da una característica diferenciadora frente a otros negocios que dependen en mayor medida de proveedores externos o que no cuentan con esta línea de producto.

Por esta razón, la competencia no debe verse como un obstáculo, sino como una referencia para identificar qué productos ya tienen demanda y en qué aspectos es posible destacar. La clave estará en brindar buena atención, mantener surtido, conservar adecuadamente los productos refrigerados y aprovechar la ubicación estratégica del negocio.

Tabla 2. Comparación básica de la competencia

Negocio o referencia	Oferta principal	Fortalezas	Oportunidad para Donde Alexander
Miller Achagua	Mercado, paquetería y bebidas	Reconocimiento local	Diferenciarse con conectividad y cerdo crudo
Otros comercios a 12 km	Oferta general de productos básicos	Experiencia previa	Aprovechar la cercanía inmediata y el acceso local
Donde Alexander	Mercado, bebidas, conectividad y cerdo crudo	Ubicación estratégica, producto propio y variedad	Posicionarse como punto práctico y cercano

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en establecer un punto de venta llamado Donde Alexander en el Resguardo Kanalitojo, orientado a la comercialización de productos de consumo como mercado, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, conectividad y cerdo crudo. La propuesta busca atender una necesidad de abastecimiento local, especialmente en una zona donde la oferta comercial cercana es escasa o se encuentra a una distancia considerable.

Lo atractivo de esta idea es que combina varias líneas de producto en un mismo lugar. Por un lado, ofrece bienes de uso diario como artículos de mercado y bebidas; por otro, incorpora una línea alimentaria importante como el cerdo crudo, que puede tener buena aceptación si se maneja con calidad y buena conservación. A esto se suma el servicio de conectividad, que se convierte en un valor agregado para la comunidad y para quienes están de paso.

La idea también se fortalece por la posibilidad de integrar la cría independiente de animales con la comercialización. Esto puede representar una ventaja en abastecimiento, control de calidad y diferenciación, además de aportar identidad propia al negocio. En lugar de ser solamente una tienda, Donde Alexander puede proyectarse como un establecimiento útil, práctico y cercano a las necesidades del territorio.

En términos generales, se trata de un emprendimiento pequeño, pero con potencial, pensado para operar de forma sencilla en su etapa inicial y con posibilidad de crecer gradualmente a medida que aumente la demanda y se fortalezca su capacidad instalada.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

El portafolio de Donde Alexander estará compuesto por productos y servicios ajustados a las necesidades del sector. En primer lugar, se ofrecerán bebidas alcohólicas y no alcohólicas, las cuales suelen tener buena rotación, especialmente en zonas de clima cálido y de tránsito frecuente. Las bebidas frías son un producto de alta demanda y pueden generar ventas constantes.

En segundo lugar, se comercializarán productos de mercado, entendidos como bienes básicos para el hogar y para el consumo diario. Esta línea es importante porque responde a necesidades permanentes de la comunidad y permite que el negocio tenga un movimiento continuo.

Otro producto clave será el cerdo crudo, cuya comercialización puede convertirse en una fortaleza del negocio, especialmente si se relaciona con la cría independiente de animales. Esta línea permite ofrecer proteína de consumo frecuente y puede representar una ventaja frente a otros establecimientos que no cuenten con esta opción de forma cercana.

Adicionalmente, el negocio prestará servicio de conectividad a internet, lo que amplía su utilidad para la comunidad. Este servicio puede ser aprovechado por estudiantes, familias, transportadores, instituciones o turistas que necesiten conectarse, comunicarse o consultar información.

Tabla 3. Portafolio inicial del negocio

Producto o servicio	Descripción	Demanda esperada
Bebidas alcohólicas	Producto de consumo ocasional y comercial	Media
Bebidas no alcohólicas	Gaseosas, agua, jugos y refrescos	Alta
Productos de mercado	Bienes básicos para el hogar	Alta
Conectividad	Servicio de internet para usuarios	Media, con potencial
Cerdo crudo	Producto alimenticio de consumo frecuente	Media alta

La fortaleza del portafolio está en reunir bienes de necesidad diaria, productos de refrigeración y un servicio que mejora el valor del negocio dentro del territorio.

6. PROCESOS TÉCNICOS

El funcionamiento técnico del negocio será sencillo, pero requiere orden. El primer proceso será el abastecimiento, mediante el cual se adquirirán productos de mercado, bebidas y demás artículos necesarios para mantener el surtido. Este proceso debe hacerse de forma periódica, procurando comprar lo necesario según el movimiento real del negocio.

El segundo proceso será el almacenamiento y conservación. Las bebidas y otros productos que requieran frío deberán conservarse en congeladores en buen estado. Los artículos de mercado se organizarán en estanterías, procurando mantener limpieza, visibilidad y orden. En el caso del cerdo

crudo, será fundamental asegurar una adecuada conservación para proteger la calidad del producto y evitar pérdidas.

El tercer proceso corresponde a la atención directa al cliente, que será la forma básica de operación del negocio. Allí se venderán los productos, se orientará al cliente y se hará el cobro. En este tipo de negocio, la atención amable, rápida y respetuosa es clave para ganar clientela y mantenerla.

También será necesario llevar un control de inventario y caja, aunque sea básico. Esto ayudará a identificar productos de mayor salida, necesidades de reposición y comportamiento de las ventas. El computador servirá de apoyo para organizar información sencilla y mejorar el control del negocio.

Finalmente, el funcionamiento de los servicios de conectividad dependerá del internet satelital y del parque solar, por lo que habrá que revisar periódicamente estos equipos para asegurar que el servicio se mantenga activo.

De manera resumida, el proceso técnico contempla las siguientes etapas: compra o recepción de mercancía, organización y almacenamiento, conservación de productos refrigerados, atención al cliente en sitio, registro de ventas y control de caja, revisión de inventario, y reposición o mantenimiento básico.

7. REQUISITOS LEGALES

Para que Donde Alexander opere de forma adecuada y con mayor seguridad, es importante avanzar en un proceso de formalización empresarial. Esto implica revisar aspectos como la inscripción del negocio, la definición de la actividad económica, el manejo tributario, la actualización del Registro Único Tributario (RUT) y el cumplimiento de obligaciones básicas relacionadas con la comercialización.

Se deja 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, como parte del acompañamiento para fortalecer el emprendimiento.

Además, por tratarse de un negocio que comercializará productos alimenticios y bebidas, será necesario mantener condiciones adecuadas de higiene, almacenamiento y conservación. En el caso del cerdo crudo, deberá prestarse especial atención a la manipulación y refrigeración del producto. También conviene revisar las orientaciones locales que puedan existir sobre funcionamiento del establecimiento y comercialización de bebidas alcohólicas.

La formalización del negocio no solo es importante por razones de cumplimiento, sino porque transmite mayor confianza, facilita relaciones con proveedores y puede abrir puertas a apoyos institucionales o a procesos de fortalecimiento empresarial.

Tabla 4. Aspectos legales orientadores

Tema	Gestión sugerida
Formalización	Registro o matrícula del negocio

Tributario	Inscripción o actualización del RUT
Facturación	Revisión de facturación electrónica según corresponda
Higiene	Buen manejo de alimentos y bebidas
Funcionamiento	Revisión de condiciones locales para operar
Organización	Registros básicos de compras y ventas

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización de Donde Alexander será la venta directa en sitio, lo cual es coherente con el tipo de negocio y con la necesidad de atender a la comunidad de forma cercana. Este canal será el más importante, ya que el negocio pretende resolver compras inmediatas y necesidades cotidianas de las personas del sector.

También será muy importante el voz a voz, especialmente en una comunidad donde la confianza y la recomendación personal tienen gran valor. Si el negocio ofrece buena atención, productos de calidad y disponibilidad constante, los mismos clientes se encargarán de promoverlo entre vecinos, conocidos y personas en tránsito.

Como canal complementario, puede utilizarse la comunicación por celular o mensajería, especialmente para informar disponibilidad de ciertos productos, horarios o ventas puntuales de carne de cerdo. Este tipo de contacto resulta útil para clientes frecuentes o instituciones que quieran confirmar antes de acercarse.

A mediano plazo, si el negocio crece, puede evaluar ventas por encargo o reservas de ciertos productos, pero en la etapa inicial lo recomendable es concentrarse en consolidar el punto de venta físico y fortalecer el servicio local.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

Con base en la información entregada, se estima una venta semanal de $2.100.000, lo cual equivale aproximadamente a $8.400.000 mensuales, tomando como referencia cuatro semanas de operación. Esta proyección resulta razonable si el negocio logra combinar ventas de mercado, bebidas, carne de cerdo y servicio de conectividad.

Sin embargo, es importante advertir que existe una diferencia entre la magnitud del negocio proyectado y el presupuesto inicial disponible de $5.000.000. Por ello, una interpretación realista es que el emprendimiento podría iniciar de manera gradual, posiblemente con una oferta más básica y crecimiento progresivo, o apoyándose en recursos físicos ya disponibles por parte del propietario. Esta observación no debilita el proyecto; por el contrario, permite presentarlo de forma seria y coherente.

Tabla 5. Proyección estimada de ventas

Periodo	Venta semanal estimada	Venta mensual estimada	Observación
Meses 1 a 3	$2.100.000	$8.400.000	Inicio del negocio

Meses 4 a 6	$2.250.000	$9.000.000	Mayor reconocimiento
Meses 7 a 9	$2.400.000	$9.600.000	Fidelización
Meses 10 a 12	$2.550.000	$10.200.000	Mejor estabilidad

Con esta proyección, el negocio podría cerrar el primer año con ventas aproximadas de $111.600.000, siempre que mantenga operación continua, surtido y buena atención. Este valor es estimado y debe entenderse como una meta orientadora.

El valor de $300.000 indicado como precio promedio puede interpretarse como una compra representativa de algunos clientes, ya que el negocio tendrá productos de distintos precios y la venta total dependerá de múltiples transacciones pequeñas, medianas y ocasionalmente más altas.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales del negocio corresponden a los elementos mencionados en la información base: parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas y surtido. A esto se suman costos de adecuación, transporte y conservación del producto.

No obstante, dado que el presupuesto inicial disponible es de $5.000.000, resulta razonable plantear que el negocio inicie en una fase básica, utilizando algunos recursos propios o ya existentes, y priorizando los elementos esenciales para la puesta en marcha. Así, el proyecto puede comenzar con una inversión reducida y ampliarse posteriormente.

Tabla 6. Estimación básica de inversión inicial por fases

Concepto	Valor estimado fase inicial
Adecuación básica del espacio	$700.000
Estanterías sencillas	$500.000
Mesas y sillas	$300.000
Congelador básico o usado	$1.300.000
Surtido inicial de mercado y bebidas	$1.500.000
Implementos de conservación y recipientes	$300.000
Capital de trabajo inicial	$400.000
Total estimado fase inicial	**$5.000.000**

En esta lógica, el parque solar, el internet satelital y el computador podrían adquirirse en una segunda etapa o incorporarse si el propietario ya dispone de ellos. Esta forma de presentar el plan lo hace más creíble y mejor ajustado a la realidad presupuestal.

En cuanto a los gastos mensuales, se deberán contemplar reposición de surtido, transporte, mantenimiento, conectividad cuando se active el servicio completo y apoyo económico para el ayudante.

11. TALENTO HUMANO

El negocio funcionará inicialmente con una estructura sencilla compuesta por el dueño y un ayudante. Esta decisión es adecuada para una etapa de inicio, ya que permite mantener control sobre los costos y asegurar supervisión directa de la operación. El propietario será responsable de la administración general, la compra de productos, el manejo del dinero, la relación con proveedores y la toma de decisiones.

El ayudante apoyará en tareas como atención al cliente, organización del local, limpieza, manejo básico del surtido y acompañamiento en las actividades diarias. En un negocio de este tipo, no se requiere una planta grande de personal, pero sí personas responsables, honestas y con buena disposición de servicio.

A futuro, si el negocio crece y aumenta el volumen de ventas, podría evaluarse la necesidad de una persona adicional, especialmente para fortalecer la atención o el manejo de los productos alimenticios. Sin embargo, para la etapa inicial, la estructura propuesta es suficiente.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Para que Donde Alexander pueda operar de manera adecuada, requiere una combinación de elementos físicos, organizativos y comerciales. En lo físico, se necesita un espacio limpio, visible y seguro, con capacidad para almacenar mercado, conservar bebidas y mantener productos refrigerados. También se necesita mobiliario básico para atención al cliente.

En lo técnico, son importantes el congelador, los implementos de conservación y, progresivamente, el parque solar y el internet satelital. Estos últimos pueden fortalecer mucho el negocio, pero según el presupuesto disponible conviene incorporarlos por etapas o mediante apoyo adicional.

En lo comercial, el negocio necesita surtido constante, proveedores confiables y una planeación básica de compras. En lo administrativo, es necesario llevar controles sencillos de caja, inventario y ventas. Sin estos controles, el negocio puede perder recursos o no saber con claridad qué productos generan mejores resultados.

Tabla 7. Necesidades principales del proyecto

Tipo de necesidad	Requerimiento
Infraestructura	Espacio comercial básico, limpio, visible y seguro
Equipos	Congelador, mobiliario básico y elementos de conservación
Inventario	Surtido inicial de productos de mercado, bebidas y cerdo crudo
Organización	Control de caja, inventario y ventas
Servicios	Energía y conectividad como fase de fortalecimiento
Comercial	Proveedores confiables y buena atención a la comunidad

13. VALOR DEL PROYECTO

El valor inicial del proyecto, según la información suministrada, es de $5.000.000, cifra que debe entenderse como el capital disponible para comenzar y no necesariamente como el valor total ideal del negocio en su versión completa.

Desde una visión práctica, este valor permite iniciar con una operación básica, priorizando surtido y equipos esenciales. No obstante, si el negocio busca consolidarse con todos los elementos mencionados, como parque solar, internet satelital y computador, será conveniente proyectar una segunda fase de inversión. Esto muestra que el emprendimiento es posible, pero que su crecimiento puede darse de manera escalonada.

Más allá del monto económico, el proyecto tiene valor porque responde a una necesidad real del territorio, fortalece el acceso local a productos de consumo y aprovecha recursos propios, como la cría de animales. También tiene valor social, porque mejora la disponibilidad de bienes y servicios para una comunidad que enfrenta limitaciones de acceso.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo de Donde Alexander se basa en una atención directa y organizada. Cada jornada debe iniciar con la revisión del local, la limpieza del espacio, la organización del surtido y la verificación del estado de los productos refrigerados. Una vez dispuesto el punto de venta, se atenderá al público durante el horario establecido.

Durante el día, se deberán mantener visibles y ordenados los productos de mercado y las bebidas, así como controlar adecuadamente la conservación del cerdo crudo. La atención debe ser ágil y cordial, especialmente porque una parte de la clientela puede estar de paso y requerir una compra rápida.

Al finalizar la jornada, es importante realizar conteo de caja, revisión del inventario, verificación de productos faltantes y limpieza general del espacio. Periódicamente, se deben revisar las ventas para identificar qué productos se mueven más y planear la reposición de mercancía.

Tabla 8. Plan operativo básico

Actividad	Frecuencia	Responsable
Revisión y apertura del local	Diaria	Dueño
Organización del surtido	Diaria	Ayudante
Atención al cliente	Diaria	Dueño y ayudante
Control de caja	Diaria	Dueño
Limpieza del establecimiento	Diaria	Ayudante
Revisión de inventario	Diaria y semanal	Dueño
Compra y reposición	Semanal o según necesidad	Dueño

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de Donde Alexander en la comunidad es positivo y significativo. En primer lugar, permitirá que los habitantes del Resguardo Kanalitojo tengan un mayor acceso a productos de consumo básico, bebidas y alimentos refrigerados sin necesidad de desplazarse largas distancias. Esto reduce tiempos, costos y dificultades de abastecimiento.

En segundo lugar, el negocio aportará al fortalecimiento de la economía local, ya que generará ingresos para el propietario, una oportunidad de apoyo laboral para otra persona y un mayor movimiento comercial dentro del territorio. También puede impulsar el aprovechamiento productivo de la cría de animales, integrando producción y comercio.

En tercer lugar, el alcance del proyecto no se limita a la comunidad residente. También beneficiará a transportadores, turistas, instituciones y demás personas que transiten por el sector. Esto le da al negocio una proyección de servicio más amplia y lo convierte en un punto útil dentro del territorio.

En términos sociales, el proyecto puede mejorar la calidad de vida cotidiana al acercar bienes y servicios que no siempre están disponibles de manera inmediata en la zona.

16. MAPA DE ACTORES

El mapa de actores de Donde Alexander está conformado por las personas y grupos que se relacionan directa o indirectamente con el negocio. En el centro está el propietario, quien lidera el emprendimiento, acompañado por un ayudante que apoya la operación diaria.

Entre los actores externos principales se encuentra la comunidad del resguardo, los transportadores, las instituciones, los turistas y los transeúntes, quienes representan la clientela potencial del negocio. También están los proveedores, que serán fundamentales para mantener surtido el establecimiento, y las entidades o programas de apoyo que puedan orientar la formalización y el fortalecimiento del negocio.

Tabla 9. Mapa de actores del negocio

Actor	Relación con el negocio	Interés principal
Propietario	Dirección y administración	Ingresos y sostenibilidad
Ayudante	Apoyo operativo	Empleo y estabilidad
Comunidad	Cliente frecuente	Acceso cercano a productos
Transportadores	Cliente de paso	Compra rápida y abastecimiento
Instituciones	Cliente ocasional	Compras puntuales
Turistas y transeúntes	Cliente ocasional	Bebidas, mercado y conectividad
Proveedores	Abastecimiento	Relación comercial estable
Entidades de apoyo	Orientación y fortalecimiento	Formalización y crecimiento

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Donde Alexander es una propuesta de negocio pertinente y con buenas posibilidades de desarrollo en el Resguardo Kanalitojo, municipio de Puerto Carreño. Su principal fortaleza radica en que responde a una necesidad concreta del territorio: ofrecer mercado, bebidas, conectividad y cerdo crudo en un lugar más cercano para la comunidad y para quienes se movilizan por el sector.

El proyecto presenta una idea comercial clara, una demanda identificable y una ventaja importante en ubicación y cercanía. Además, el aprovechamiento de la cría independiente de animales le da un valor adicional y una identidad propia. Aunque el presupuesto inicial disponible es limitado frente a todos los elementos deseados, esto puede resolverse planteando una implementación por etapas, iniciando con una operación básica y fortaleciendo el negocio progresivamente.

En conclusión, Donde Alexander puede convertirse en un establecimiento útil, rentable y socialmente valioso para la comunidad, siempre que mantenga orden en su funcionamiento, buena atención al cliente, control del surtido y una estrategia de crecimiento realista.

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.

Alexander Achaguas
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	Alexander Achaguas
TIENDA	Donde Alexander
FECHA	24/12/2025



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: 7-1-2026

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:

Nombres: Alexander Achagua

CC: 18.256.910

OBSERVACIONES:

Xiomara Yamileth Diaz Flande

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	Xiomara Yamileth Diaz Flande
TIENDA	Tienda El tabaco
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, Xiomara Diaz Flandes identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.127.384.941 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: 

Nombres: Xiomara Diaz Flandes

CC: 1.127.384.941

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, Xiomara Diaz Flandes identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.127.384.941, 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 2026.

RECIBE:

Firma: Xm Dm F

Nombres: Xiomara Diaz Flandes

CC: 1.127.384.941

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 1	AÑO 2026
Beneficiario	Xiomara Diaz Flandes		
Cédula	1.127.384.941	Sexo: ☑ Mujer ☐ Hombre	
Departamento:	Vichada	Municipio: Puerto Carreño	
Vereda / Inspección:	Bendición		
Dirección:	Bendición	Teléfono de Contacto:	3207372355

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 DEL NEGOCIO ANALIZADOS

Ítem	Se evidencia	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 Posicionamiento

Retos que enfrenta: Financiamiento Analisis

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 financiamiento
Compromisos del beneficiario:	Plan publicitario
Observaciones:	DOFA

Firma:

Beneficiario: Xiomara Diaz
Cédula: 1.127.384.941

Firma:

Profesional: Yishleni Morales
Cédula: 1.121.898.270

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, Xiomara Diaz Flandes, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.127.384.941 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 _____ a los _____ días del mes de _____ del año 2025.

RECIBE:

Firma: _____

Nombres: Xiomara Diaz Flandes

CC: 1.127.384.941

Huella

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

Tienda El Tabaco

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: Xiomara Yamileth Diaz Flandes

EMPRENDEDOR

Ubicación: Asentamiento humano La Bendición, municipio de Puerto Carreño, departamento de Vichada, Colombia.

FEBRERO DE 2026

GOBERNACION DE VICHADA SGR ASOSUPRO fundacion servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

El negocio Tienda El Tabaco surge como respuesta a una necesidad concreta del asentamiento humano La Bendición, en el municipio de Puerto Carreño, donde la comunidad requiere acceso más cercano a productos de primera necesidad, bebidas frías, conectividad y otros artículos de uso frecuente. En sectores donde la oferta comercial es limitada o se encuentra a varios kilómetros de distancia, la posibilidad de contar con un punto de abastecimiento cercano representa una mejora importante en la vida cotidiana de las familias y de las personas que habitan o transitan por el lugar.

La necesidad principal consiste en acercar a la comunidad productos básicos como mercado, artículos de aseo, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, además de brindar acceso a conectividad. A esto se suma la oferta de productos esotéricos, planteados en el negocio como una línea complementaria vinculada a prácticas culturales y de preferencia de ciertos clientes. De esta manera, el establecimiento no solo busca vender, sino convertirse en un punto útil para resolver necesidades diarias y específicas dentro del asentamiento.

También debe considerarse que, cuando los comercios cercanos se encuentran aproximadamente a 12 kilómetros, como se indicó en la información base, esto implica mayores tiempos de desplazamiento, gastos de transporte y dificultad para acceder a productos que pueden requerirse de forma inmediata. Por ello, el problema que atiende el negocio está relacionado con la falta de cercanía, disponibilidad y variedad de bienes y servicios.

En consecuencia, Tienda El Tabaco se plantea como una respuesta práctica a una necesidad real del territorio: ofrecer bienes y servicios de difícil acceso para la comunidad, fortaleciendo la economía local y facilitando el abastecimiento básico del asentamiento.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales del negocio estarán conformados, en primer lugar, por la comunidad del asentamiento La Bendición, que representa la base natural del proyecto. Este grupo incluye familias, adultos, jóvenes y personas que requieren comprar mercado, bebidas, artículos de aseo, conectividad y algunos productos complementarios sin tener que desplazarse grandes distancias. Es el segmento más importante porque puede generar compras frecuentes y sostenidas.

En segundo lugar, aparecen las instituciones, que fueron identificadas dentro de la información base como clientes principales. Estas pueden requerir de manera ocasional algunos productos, conectividad o abastecimiento puntual, y aunque no representen una compra diaria, sí pueden aportar valor al negocio y fortalecer su reconocimiento dentro del entorno.

Como clientes complementarios, también pueden considerarse los transeúntes, turistas y transportadores, mencionados dentro de los actores relacionados con el negocio. Aunque no sean el público más constante, sí pueden hacer uso del establecimiento cuando estén en el sector y requieran bebidas, mercado básico o conectividad. Su participación amplía el alcance del negocio y favorece la rotación de algunos productos de consumo rápido.

Tabla 1. Segmentos de clientes

Tipo de cliente	Características	Necesidades principales
Comunidad del asentamiento	Habitantes permanentes del sector	Mercado, bebidas, aseo, conectividad
Instituciones	Entidades presentes o relacionadas con la zona	Compras puntuales, apoyo logístico, conectividad
Transeúntes y visitantes	Personas de paso por el sector	Bebidas, compras rápidas, internet
Transportadores	Personas que se movilizan por la zona	Refrescos, productos básicos, conectividad

Esta diversidad de clientes permite que el negocio no dependa exclusivamente de una sola fuente de ingresos y tenga mejores posibilidades de sostenimiento.

3. COMPETENCIA

La competencia identificada para Tienda El Tabaco corresponde, en términos generales, a otros comercios cercanos ubicados aproximadamente a 12 kilómetros, lo cual ya de por sí representa una ventaja para el negocio en materia de proximidad. Entre los competidores señalados se encuentran Elvis Flórez, quien comercializa mercado, paquetería y bebidas, y Juan Olarte, dedicado a la venta de gaseosas y cerveza.

Esto significa que ya existe cierta actividad comercial en el entorno, pero también deja ver que la oferta se encuentra dispersa y no necesariamente reúne en un solo lugar todos los bienes y servicios que Tienda El Tabaco busca ofrecer. Esa diferencia es importante, porque el nuevo negocio propone una combinación de mercado, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, conectividad y productos esotéricos, lo que amplía su propuesta frente a los competidores.

La competencia debe entenderse como una señal positiva de que en el sector hay demanda y movimiento económico. Sin embargo, para lograr posicionarse, el negocio deberá apoyarse en sus factores diferenciales: ubicación estratégica, calidad del servicio, conectividad y variedad de productos. En comunidades pequeñas o asentamientos, la cercanía, el buen trato y la disponibilidad permanente suelen pesar tanto como el precio.

Por ello, la estrategia frente a la competencia no debe centrarse solo en vender más barato, sino en brindar mejor atención, mantener surtido útil, conservar bien las bebidas frías y ofrecer una experiencia de compra organizada y confiable.

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en la creación y funcionamiento de Tienda El Tabaco, un establecimiento comercial ubicado en el asentamiento humano La Bendición, en Puerto Carreño, orientado a la venta de productos de consumo como mercado, bebidas frías, conectividad y productos esotéricos. La iniciativa nace con la intención de acercar a la comunidad bienes y servicios que actualmente resultan de difícil acceso, ofreciendo una solución práctica, cercana y útil para las necesidades cotidianas del sector.

El negocio se plantea como una tienda de atención directa en sitio, con un enfoque sencillo, pero con valor para la comunidad. Su fortaleza está en la cercanía con los clientes y en la posibilidad de reunir distintas líneas de producto en un solo espacio. Esto mejora la comodidad de compra y reduce la necesidad de desplazamiento hacia comercios lejanos.

Además, la inclusión de productos esotéricos le da al negocio una característica particular, que puede responder a preferencias culturales o personales de parte de algunos clientes. Esta línea, manejada de forma respetuosa y organizada, puede complementar la oferta general y aportar diferenciación.

En términos generales, la idea de negocio es viable porque responde a una necesidad evidente del territorio, se apoya en un punto de venta cercano a la comunidad y combina productos de consumo diario con servicios adicionales de utilidad.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

Tienda El Tabaco ofrecerá una línea de productos y servicios orientada a resolver necesidades básicas del asentamiento. En primer lugar, comercializará mercado, entendido como productos esenciales para el hogar, entre ellos abarrotes, artículos de uso diario y bienes de primera necesidad. Esta línea será una de las más importantes, pues responde directamente al objetivo de abastecer a la comunidad local.

En segundo lugar, se venderán bebidas alcohólicas y bebidas no alcohólicas, con énfasis en su adecuada conservación para que puedan ofrecerse frías y en buenas condiciones. En zonas cálidas o de tránsito, las bebidas frías suelen tener buena rotación y representan una fuente importante de ingresos para este tipo de negocios.

En tercer lugar, el negocio ofrecerá servicio de conectividad, mediante internet satelital y apoyo con computador, lo que permitirá brindar acceso a consultas, comunicación o necesidades digitales básicas. Este servicio puede ser muy útil para la comunidad, especialmente cuando el acceso a conectividad en el sector es limitado.

Finalmente, se incluirán productos esotéricos, entendidos como una línea complementaria del negocio. Estos productos pueden responder a preferencias culturales o personales de algunos consumidores y deben manejarse con orden, respeto y de acuerdo con la demanda real del mercado local.

Tabla 2. Portafolio del negocio

Producto o servicio	Descripción	Utilidad principal
Mercado	Productos básicos para el hogar	Abastecimiento diario
Bebidas alcohólicas	Cervezas, licores u otros productos para adultos	Consumo ocasional
Bebidas no alcohólicas	Agua, gaseosas, jugos y refrescos	Hidratación y consumo frecuente
Conectividad	Servicio de internet básico	Comunicación y apoyo digital

Productos esotéricos	Artículos de preferencia cultural o personal	Oferta complementaria y diferenciadora

6. PROCESOS TÉCNICOS

Para que Tienda El Tabaco funcione de manera organizada, será necesario establecer procesos técnicos básicos. El primero es el abastecimiento, que consiste en planear la compra de los productos de mercado, bebidas y demás artículos, procurando que exista reposición oportuna y que no se agoten los productos más demandados. Dado que el presupuesto inicial es limitado, será importante priorizar productos de alta rotación y evitar compras excesivas de mercancía que pueda quedarse sin salida.

El segundo proceso es el de almacenamiento y conservación. Los productos secos de mercado deberán organizarse en estanterías limpias y clasificadas. Las bebidas frías deberán conservarse en congeladores o equipos adecuados, cuidando su temperatura y calidad. Los productos esotéricos también deberán mantenerse ordenados y visibles, sin mezclarse con otros artículos que puedan afectar su presentación.

El tercer proceso será la atención al cliente, que se desarrollará de manera directa en sitio. Este proceso incluye recibir al comprador, orientarlo, ofrecerle productos, brindar acceso a conectividad cuando lo solicite y realizar el cobro. La rapidez, el respeto y la amabilidad serán determinantes para fidelizar a la clientela del asentamiento.

El cuarto proceso corresponde al control administrativo básico, que debe incluir el registro de ventas, control del dinero que entra y sale, inventario de productos y seguimiento a los artículos que más se venden. Este control, aunque sea sencillo, ayudará a mantener el negocio en orden y a evitar pérdidas.

7. REQUISITOS LEGALES

Para el adecuado funcionamiento de Tienda El Tabaco, será necesario avanzar en la formalización básica del negocio. Esto incluye la definición de la actividad comercial, el registro correspondiente si aplica, la obtención o actualización del Registro Único Tributario (RUT) y el cumplimiento de los soportes de venta o mecanismos de facturación que correspondan según la actividad y nivel de ingresos.

De manera expresa, debe indicarse 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 le permite al emprendedor tener una orientación inicial clara sobre cómo desarrollar el negocio con mayor orden y respaldo formal.

También será importante revisar condiciones mínimas del establecimiento, tales como organización del espacio, manejo higiénico de los productos, conservación de bebidas y cumplimiento de requisitos relacionados con la venta de bebidas alcohólicas. Aunque se trate de un negocio pequeño, operar con orden y dentro de parámetros básicos de legalidad mejora la confianza de los clientes y favorece su crecimiento.

La formalización no debe verse únicamente como un requisito, sino como una herramienta para darle mayor estabilidad al negocio, facilitar futuras oportunidades y fortalecer la sostenibilidad de la actividad comercial en el tiempo.

Tabla 3. Requisitos legales básicos

Requisito	Finalidad
Formalización empresarial	Organizar legalmente la actividad económica
Registro Único Tributario (RUT)	Identificación tributaria
Facturación o soporte de venta	Control de ingresos y respaldo comercial
Revisión de condiciones de funcionamiento	Operación ordenada del establecimiento
Cumplimiento en venta de bebidas alcohólicas	Operación responsable y ajustada a la norma

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización de Tienda El Tabaco será la atención directa en sitio, dado que el negocio está pensado para servir de manera presencial a la comunidad del asentamiento y a quienes lleguen al establecimiento. Este canal es coherente con la naturaleza de la tienda y permite una relación cercana con el cliente.

Otro canal importante será el voz a voz, que en comunidades pequeñas tiene un alto valor. Cuando un negocio ofrece buena atención, productos de calidad y respuesta a necesidades concretas, los mismos clientes lo recomiendan. Esta forma de promoción puede ser una de las más efectivas para el posicionamiento del negocio en el asentamiento y sus alrededores.

De manera complementaria, la tienda podría usar la comunicación por celular o mensajería para informar disponibilidad de algunos productos, recibir encargos sencillos o facilitar el contacto con clientes frecuentes. Aunque la operación será principalmente presencial, mantener un canal de contacto puede mejorar la relación con la comunidad.

Finalmente, la presentación visual del local y un aviso claro en el punto de venta también funcionarán como canal de atracción comercial, especialmente para personas que no conozcan el negocio o que transiten por el sector.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

Con base en la información suministrada, se parte de una venta estimada de $420.000 semanales, lo que equivale aproximadamente a $1.680.000 mensuales y $20.160.000 anuales, si se mantiene un comportamiento constante. Estas cifras muestran un negocio pequeño, pero con posibilidades de crecimiento si se administra bien y se ajusta la oferta a lo que realmente necesita la comunidad.

Para efectos del plan, se plantea una proyección moderada durante el primer año, suponiendo que el negocio irá ganando reconocimiento poco a poco dentro del asentamiento y que podrá mejorar su nivel de ventas a medida que se consolide.

Tabla 4. Proyección mensual de ventas – Año 1

Mes	Ventas estimadas
Enero	$1.600.000
Febrero	$1.600.000
Marzo	$1.650.000
Abril	$1.650.000
Mayo	$1.700.000
Junio	$1.700.000
Julio	$1.750.000
Agosto	$1.750.000
Septiembre	$1.800.000
Octubre	$1.800.000
Noviembre	$1.850.000
Diciembre	$1.950.000

Total estimado año 1: $20.800.000

El valor promedio de venta de $60.000 puede entenderse como una referencia para ciertas compras medias o agrupadas, aunque en la práctica habrá ventas pequeñas, medianas y algunas de mayor valor dependiendo del tipo de cliente y del producto adquirido.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos y gastos del negocio deben analizarse con cuidado, especialmente porque el presupuesto inicial es limitado. En primer lugar, están los costos de inversión básica, que incluyen parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas y surtido inicial. Estos elementos constituyen la infraestructura mínima para abrir y operar el establecimiento.

En segundo lugar, deben considerarse los gastos de funcionamiento mensual. Entre ellos se encuentran la reposición de mercancía, el pago o apoyo al ayudante, el costo del internet, el mantenimiento básico de los equipos y otros gastos menores. En un negocio de este tamaño, la clave está en no sobredimensionar los gastos y en mantener el control del inventario para que el capital rinda.

Tabla 5. Gastos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado mensual
Reposición de surtido	$700.000
Apoyo al ayudante	$350.000
Internet satelital	$180.000
Transporte y abastecimiento	$120.000
Mantenimiento y aseo	$80.000
Imprevistos	$70.000

Total gastos mensuales estimados: $1.500.000

Bajo este escenario, el negocio puede sostenerse si mantiene ventas cercanas o superiores al promedio previsto y si el propietario ejerce un buen control sobre compras, inventario y flujo de caja.

11. TALENTO HUMANO

De acuerdo con la información base, el personal necesario estará conformado por el **dueño** y **un ayudante**. Esta estructura es adecuada para una etapa inicial, ya que permite repartir las funciones sin elevar demasiado los costos de operación.

El dueño tendrá la responsabilidad principal sobre la compra de productos, el manejo del dinero, la supervisión del surtido, la atención general del negocio y la toma de decisiones. Su presencia será determinante, porque en negocios pequeños la administración directa influye de manera importante en el éxito o fracaso del emprendimiento.

El ayudante apoyará en la atención al público, organización de estanterías, limpieza, reposición de mercancía y otras tareas básicas del funcionamiento diario. Este apoyo permitirá que la atención sea más ágil y que el negocio mantenga mejor orden.

Además del número de personas, será importante que el equipo humano se destaque por su responsabilidad, honestidad, puntualidad y buen trato. En una tienda comunitaria, la confianza del cliente es uno de los activos más valiosos.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Para iniciar y sostener Tienda El Tabaco se requieren varias condiciones materiales y organizativas. Entre los recursos físicos se encuentran el parque solar, el internet satelital, los congeladores, el computador, las estanterías, las mesas, las sillas y el surtido inicial. Todos estos elementos son necesarios para prestar los servicios ofrecidos y garantizar una operación funcional.

También se requiere una adecuada organización del espacio, de manera que los productos estén visibles, clasificados y bien conservados. El negocio necesitará priorizar el surtido de artículos de mayor salida y mantener una reposición prudente, de acuerdo con el comportamiento real de la demanda.

En el componente operativo, será necesario llevar un control básico de ventas, gastos e inventario, así como definir horarios de atención y reglas simples para el funcionamiento de la tienda. En cuanto a conectividad, deberá garantizarse que el servicio de internet se ofrezca de manera funcional y útil para los clientes.

Por tratarse de un negocio pequeño, una de las principales necesidades será la buena administración del capital inicial, procurando que cada compra responda a una necesidad real del negocio y no afecte el flujo de caja.

13. VALOR DEL PROYECTO

La información entregada señala que el presupuesto inicial disponible o estimado para comenzar es de $5.000.000, lo cual indica que el proyecto debe arrancar de forma austera, priorizando lo esencial y posiblemente desarrollándose por etapas.

Tabla 6. Valor estimado del proyecto

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$1.200.000
Internet satelital e instalación	$700.000
Congelador básico	$1.000.000
Computador básico o usado	$700.000
Estanterías	$400.000
Mesas y sillas	$300.000
Surtido inicial	$600.000
Adecuaciones e imprevistos	$100.000

Valor total estimado del proyecto: $5.000.000

Este valor es una estimación razonable para una fase inicial del negocio. Sin embargo, será importante aclarar que, si se desea ampliar surtido, mejorar equipos o fortalecer la conectividad, en el futuro podría requerirse una inversión adicional. Por ahora, el capital disponible permite una apertura básica y funcional.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo de Tienda El Tabaco debe estar orientado a garantizar atención permanente, productos disponibles y control ordenado del negocio. La jornada diaria debe iniciar con limpieza del local, organización del surtido, revisión de congeladores y verificación del servicio de internet.

Durante el día, la operación se centrará en la atención directa al cliente, venta de productos, orientación para el uso de conectividad y control básico de caja. Será importante registrar qué productos se venden más, cuáles se agotan más rápido y cuáles no tienen suficiente salida, para ajustar el surtido.

De manera semanal, el dueño deberá revisar inventario, programar la reposición de mercancía y evaluar los ingresos frente a los gastos. Este seguimiento permitirá corregir errores a tiempo y mejorar el rendimiento del capital.

Tabla 7. Organización operativa básica

Actividad	Frecuencia	Responsable
Limpieza y apertura del local	Diario	Dueño / ayudante
Revisión de equipos e internet	Diario	Dueño
Atención al cliente	Diario	Dueño / ayudante
Organización de surtido	Diario	Ayudante
Registro de ventas	Diario	Dueño

Revisión de inventario	Semanal	Dueño
Reposición de mercancía	Semanal	Dueño
Evaluación de gastos e ingresos	Semanal	Dueño

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado del proyecto es principalmente social y económico. En el plano social, Tienda El Tabaco permitirá que la comunidad del asentamiento La Bendición tenga acceso más cercano a productos y servicios que actualmente son difíciles de conseguir o requieren desplazamientos largos. Esto mejora la comodidad, la oportunidad de compra y la calidad de vida de los habitantes.

En el plano económico, el negocio aporta al movimiento comercial local, genera una fuente de ingresos para el propietario y una oportunidad de apoyo ocupacional para otra persona. Aunque se trate de un emprendimiento pequeño, su existencia puede fortalecer la economía de cercanía dentro del asentamiento.

El alcance del proyecto es principalmente local, enfocado en la comunidad y en algunas instituciones o personas que transiten por el sector. Sin embargo, si el negocio se consolida, podrá crecer progresivamente, ampliar su surtido y mejorar sus equipos, incrementando así su utilidad para el territorio.

En resumen, el negocio tiene un impacto positivo porque responde a una necesidad concreta y brinda servicios y bienes de difícil acceso para la comunidad.

16. MAPA DE ACTORES

El proyecto se relaciona con varios actores relevantes. En primer lugar, la comunidad del asentamiento es el actor principal, ya que será la principal beneficiaria y clientela del negocio. Su aceptación, confianza y frecuencia de compra serán fundamentales para la sostenibilidad del establecimiento.

En segundo lugar, se encuentran las instituciones, que pueden actuar como clientes ocasionales o actores que reconozcan la utilidad social del negocio. También están los transeúntes, turistas y transportadores, quienes aunque no sean los clientes principales, sí pueden aportar compras adicionales y ampliar el flujo del establecimiento.

Finalmente, aparecen los proveedores, que serán necesarios para abastecer el mercado, las bebidas y otros artículos del negocio, así como el mismo dueño y el ayudante, quienes son los actores centrales en la operación diaria.

Tabla 8. Mapa de actores

Actor	Relación con el negocio	Nivel de importancia
Comunidad del asentamiento	Clientes principales y beneficiarios directos	Muy alta
Instituciones	Clientes ocasionales o aliados del entorno	Media
Transeúntes y visitantes	Clientes complementarios	Media
Transportadores	Compradores de paso	Media

Proveedores	Suministro 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 Tabaco evidencia que se trata de una iniciativa pequeña, pero pertinente y necesaria para el asentamiento humano La Bendición, en Puerto Carreño. Su principal fortaleza radica en acercar a la comunidad productos de primera necesidad, bebidas frías, conectividad y una oferta complementaria de productos esotéricos, todo ello desde un punto de atención cercano y útil.

Aunque el capital inicial es reducido, el proyecto muestra posibilidades reales de funcionamiento si se administra con disciplina, se prioriza el surtido de mayor rotación y se mantiene un control adecuado de los gastos. La cercanía con la comunidad, la calidad del servicio y la variedad de productos serán factores clave para posicionarse frente a la competencia ubicada a mayor distancia.

Desde el punto de vista social, el negocio tiene un valor importante porque facilita el acceso a bienes y servicios que son difíciles de conseguir en el entorno inmediato. Desde el punto de vista económico, puede convertirse en una fuente de ingreso sostenible y en un pequeño motor de abastecimiento local.

En conclusión, Tienda El Tabaco es un emprendimiento con sentido comunitario, alcance local y potencial de crecimiento gradual. Su éxito dependerá de una administración cuidadosa, una atención respetuosa y una lectura constante de las necesidades reales de la comunidad.

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.

Xiomara Yamileth Diaz Flandes
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	Xiomara Yamileth Diaz Flande
TIENDA	Tienda El tabaco
FECHA	2/01/2026



Enero

21

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: 8-1-2026

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: Xm D.F.

Nombres: Xiomara Diaz Flandes

CC: 1-127-384-941

OBSERVACIONES:

Carlos arturo Echeverry Hinestroza

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	Carlos arturo Echeverry Hinestroza
TIENDA	Tienda EL caporal
FECHA	5/02/2026



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, Carlos Arturo Echeverry Hurtado identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 5988996 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: Carlos Echeverry

Nombres: Carlos Arturo Echeverry

CC: 5.988.996

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, Carlos Arturo Echeverry Hinestroza identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 5988996., 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 Cumaribo a los 05 días del mes de febrero del año 2026.

RECIBE:

Firma: Carlos Echeverry

Nombres: carlos arturo Echeverry

CC: 5988996

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 02	AÑO 2026	
Beneficiario	Carlos Arturo Echeverry Anestroza				
Cédula	5988996		Sexo: ☐Mujer ☑Hombre		
Departamento:	Vichada		Municipio: Cumaribo		
Vereda / Inspección:	Palmarito				
Dirección:	Palmarito		Teléfono de Contacto:	3052092391	

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
Puntualidad

Retos que enfrenta: Baja publicidad
falta de organizacion

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: Promocionar el negocio con voz a voz.

Compromisos del beneficiario: Mantener orden en las actividades

Observaciones:

Firma:

Beneficiario: Carlos Arturo Echeverry
Cédula: 5-988.996

Firma:

Profesional: Yashleni Morales Beltran
Cédula: 1121898670

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, Carlos Arturo Echeverry Hinestroza, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 5988996 residente del municipio de Cumaribo, 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 Cumaribo a los 05 días del mes de febrero del año 2026.

RECIBE:

Huella



Firma: Carlos Arturo Echeverry

Nombres: Carlos Arturo Echeverry

CC: 5988.996 Carlos Arturo Echeverry

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

TIENDA EL CAPORAL

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".

Emprendedor: Carlos Arturo Echeverry Hinestroza

EMPRENDEDOR

Ubicación: Inspección de Palmarito, municipio de Cumaribo, departamento del Vichada, Colombia.

FEBRERO DE 2026

GOBERNACION DE VICHADA SGR ASOSUPRO fundacion servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

La necesidad que busca atender Tienda El Caporal es la falta de acceso inmediato a bienes y servicios básicos en la inspección de Palmarito y en zonas cercanas. En territorios rurales y dispersos, muchas familias, transportadores y trabajadores del campo necesitan resolver de forma rápida asuntos cotidianos como comprar bebidas frías, conseguir hielo, acceder a conectividad o adquirir productos e insumos para labores agropecuarias. Cuando estas opciones no están disponibles cerca, la comunidad debe asumir mayores costos de tiempo y desplazamiento.

El negocio también responde a una necesidad productiva. No se trata solamente de vender productos para el hogar, sino de ofrecer artículos útiles para la vida diaria del campo. En sectores rurales, los elementos agropecuarios y para faenas básicas tienen una importancia especial porque ayudan a sostener la economía familiar y las labores productivas. Por eso, un establecimiento que combine consumo básico con artículos para el trabajo rural tiene mayor sentido que una tienda convencional.

Además, el hecho de que los otros comercios cercanos estén aproximadamente a 12 kilómetros muestra que existe una oportunidad real de acercar la oferta al usuario final. En zonas urbanas esa distancia podría parecer corta, pero en contextos rurales, con limitaciones de transporte, clima o tiempo disponible, puede representar una barrera importante.

En conclusión, la necesidad principal que atiende el proyecto es brindar a la comunidad un establecimiento cercano, útil y confiable, donde pueda encontrar productos de primera necesidad, bebidas, hielo, conectividad y artículos relacionados con el campo, todo en un mismo lugar.

Tabla 1. Necesidades identificadas en el sector

Necesidad	Situación observada	Impacto en la comunidad
Acceso a productos básicos	Los comercios cercanos están a varios kilómetros	Aumenta el tiempo y costo de desplazamiento
Disponibilidad de bebidas frías y hielo	La oferta inmediata es limitada	Dificulta atender necesidades cotidianas y del clima
Conectividad cercana	No siempre existe acceso rápido a internet	Limita comunicación y trámites básicos
Artículos para el campo	No siempre están disponibles en el entorno inmediato	Afecta labores productivas y economía familiar

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales de Tienda El Caporal serán varios, y esa diversidad favorece la sostenibilidad del negocio. El primer grupo lo conforma la comunidad del sector, es decir, las familias y personas residentes en Palmarito y zonas cercanas. Este segmento será el más importante porque generará compras frecuentes de productos básicos, bebidas y artículos de uso inmediato.

El segundo grupo está compuesto por los transportadores y transeúntes, quienes pueden requerir bebidas frías, hielo, alimentos empacados, conectividad o elementos útiles durante su recorrido. Para este tipo de cliente, la rapidez en la atención, la ubicación y la variedad del surtido son factores decisivos.

El tercer grupo corresponde a las instituciones, que aunque no siempre compran de forma diaria, sí pueden representar una clientela importante en momentos específicos, por ejemplo cuando requieren abastecimiento menor, atención a comisiones o compra puntual de productos disponibles en la tienda.

El cuarto grupo está conformado por turistas y visitantes. La alcaldía de Cumaribo reconoce que el municipio tiene actividad turística asociada al entorno natural, especialmente alrededor del área de El Tuparro, por lo que un negocio bien ubicado puede captar parte de ese flujo, aunque sea ocasional.

Una clasificación sencilla de los clientes sería la siguiente:

Tabla 2. Tipos de clientes

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia esperada
Comunidad local	Productos básicos, bebidas, hielo, conectividad	Alta
Transportadores	Consumo rápido, bebidas, apoyo en ruta	Media
Instituciones	Compras ocasionales, abastecimiento puntual	Media a baja
Turistas y visitantes	Bebidas, conectividad, artículos útiles	Media

Esta diversidad de clientes le permite al negocio no depender de un solo flujo de ingresos y sostener movimiento en distintos momentos.

3. COMPETENCIA

La competencia identificada para Tienda El Caporal está compuesta por otros comercios cercanos, especialmente Wilson Barrera, quien ofrece mercado, paquetería, bebidas, repuestos para vehículos y miscelánea, y Camilo Romo, quien vende productos agropecuarios, bebidas y mercado. También se indicó que hay otros comercios aproximadamente a 12 kilómetros, lo cual confirma la existencia de un mercado activo, aunque disperso.

La competencia no representa una señal negativa. Por el contrario, muestra que sí hay demanda para este tipo de productos. Lo importante será que Tienda El Caporal no compita solo por precio, sino por cercanía, organización, atención y combinación de servicios. Su fortaleza está en reunir en un mismo punto bebidas alcohólicas y no alcohólicas, conectividad, productos agropecuarios y elementos para el campo.

La competencia puede analizarse así:

Tabla 3. Competencia identificada

Competidor	Oferta principal	Fortalezas probables	Oportunidad para Tienda El Caporal
Wilson Barrera	Mercado, paquetería, bebidas, repuestos y miscelánea	Surtido amplio	Diferenciarse con conectividad y enfoque rural
Camilo Romo	Productos agropecuarios, bebidas y mercado	Relación con clientela del campo	Diferenciarse por cercanía y servicio más integral
Otros comercios a 12 km	Oferta variable	Ya tienen clientela establecida	Aprovechar la menor distancia para el comprador
Tienda El Caporal	Bebidas, conectividad, agropecuarios y elementos para campo	Atención directa, ubicación estratégica, variedad útil	Posicionarse como tienda cercana y funcional

La mejor estrategia frente a la competencia será la constancia en el surtido, la calidad del servicio y la capacidad de resolver varias necesidades en una sola visita.

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en crear un establecimiento comercial rural llamado Tienda El Caporal, ubicado en Palmarito, que ofrezca productos de consumo, bebidas frías, hielo, conectividad, artículos agropecuarios y elementos para el campo. Se trata de una tienda de carácter práctico, pensada para responder a la vida cotidiana de la comunidad y a las necesidades propias de una zona con vocación rural.

El negocio no se limita a ser una tienda básica. Su valor está en combinar productos de uso frecuente con servicios útiles para quienes viven o transitan por el sector. Esa mezcla lo hace más atractivo, porque el cliente puede encontrar en un mismo lugar bienes para el hogar, apoyo para el trabajo rural y acceso a internet.

Además, la idea se apoya en atributos claros: ubicación estratégica, calidad del servicio, conectividad y variedad de productos. Esto le permite proyectarse como un punto de referencia en la inspección, especialmente si logra mantener una atención amable y una oferta estable.

En términos simples, Tienda El Caporal busca ser un negocio cercano, funcional y bien organizado, pensado para resolver necesidades reales del territorio.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

Tienda El Caporal ofrecerá cinco líneas principales de productos y servicios. La primera será la de bebidas alcohólicas, destinadas a consumidores adultos dentro del marco legal aplicable. Estas

pueden incluir cerveza y otras bebidas de alta rotación, siempre con control responsable de la venta. La segunda línea será la de bebidas no alcohólicas, como aguas, jugos, gaseosas, maltas, energizantes y otras referencias de consumo frecuente.

La tercera línea corresponde a la conectividad, que será uno de los elementos diferenciadores del negocio. En zonas donde el acceso a internet no siempre es fácil, este servicio puede convertirse en un apoyo muy valorado tanto por la comunidad como por personas en tránsito.

La cuarta línea es la de productos agropecuarios. Aquí se incluyen artículos que respondan a necesidades básicas del campo, según la demanda local y el alcance real del negocio. Esta línea es importante porque conecta el establecimiento con la actividad productiva de la zona y lo diferencia frente a una tienda común.

La quinta línea es la de elementos para el campo, que pueden abarcar herramientas menores, accesorios, insumos y artículos de uso cotidiano en labores rurales. Junto con el hielo y el surtido general, esta oferta permite que el negocio tenga una identidad propia enfocada en el entorno.

Por lo tanto, el establecimiento tendrá una oferta mixta: parte comercial, parte de apoyo logístico y parte de servicio. Esa combinación aumenta las posibilidades de venta y mejora la utilidad del negocio para la comunidad.

Tabla 4. Líneas de productos y servicios

Línea	Descripción	Función en el negocio
Bebidas alcohólicas	Cervezas y otras bebidas para adultos	Rotación comercial
Bebidas no alcohólicas	Aguas, jugos, gaseosas, maltas y energizantes	Consumo diario y de tránsito
Conectividad	Servicio de acceso a internet	Diferenciación y apoyo práctico
Productos agropecuarios	Artículos vinculados con la actividad rural	Atención al trabajo del campo
Elementos para el campo	Herramientas menores, accesorios e insumos	Utilidad cotidiana en labores rurales

6. PROCESOS TÉCNICOS

El funcionamiento técnico del negocio debe ser sencillo, pero ordenado. El primer proceso será el abastecimiento, que consiste en identificar qué productos se venden más, cuáles requieren reposición rápida y cuáles conviene mantener en cantidades moderadas. En un negocio pequeño y rural, comprar con criterio es fundamental para evitar pérdidas de dinero o vencimiento de productos.

El segundo proceso será el almacenamiento y conservación. Las bebidas frías y el hielo dependerán del buen funcionamiento de los congeladores y del soporte del parque solar. El surtido seco deberá organizarse en estanterías limpias, protegidas del polvo, la humedad y el calor excesivo. Los productos

agropecuarios y elementos para el campo también deberán mantenerse separados y ordenados según su naturaleza.

El tercer proceso es la atención al cliente, que según la base entregada será directa en sitio. Esto implica recibir al cliente, orientarlo, ofrecerle alternativas, entregar el producto y cobrar de manera clara y ágil. La atención directa es una fortaleza, pero exige orden, buena disposición y control del negocio.

El cuarto proceso corresponde al servicio de conectividad. El internet satelital y el computador permitirán ofrecer acceso a la red como un servicio complementario. Esto deberá manejarse con reglas sencillas de uso, cuidado del equipo y control básico del tiempo o del valor de acceso, si así se define.

El quinto proceso será el control de inventario y caja. Aunque el negocio inicie con una escala pequeña, es indispensable llevar registro de lo que entra, lo que sale, lo que se vende más y lo que realmente deja utilidad. Sin ese control, el negocio puede vender mucho y aun así no crecer.

En conclusión, los procesos técnicos de Tienda El Caporal no son complejos, pero sí requieren disciplina, organización y revisión permanente.

Tabla 5. Procesos técnicos básicos

Proceso	Actividad principal	Objetivo
Abastecimiento	Compra planificada según rotación	Evitar pérdidas y faltantes
Almacenamiento y conservación	Organización y cuidado del surtido	Mantener calidad y orden
Atención al cliente	Venta directa y ágil	Mejorar experiencia y recompra
Conectividad	Servicio controlado de internet	Aportar valor adicional
Control de inventario y caja	Registro de movimientos y ventas	Medir utilidad y crecimiento

7. REQUISITOS LEGALES

Para la puesta en marcha del negocio, lo más recomendable es avanzar en un proceso de formalización básica. En Colombia, la matrícula mercantil debe realizarse por parte de los comerciantes y de los establecimientos de comercio ante la cámara de comercio con jurisdicción en el lugar donde desarrollan su actividad. La Cámara de Comercio explica que esta matrícula hace pública la calidad de comerciante y permite acreditar la actividad empresarial.

También será necesario contar con el Registro Único Tributario, RUT, ante la DIAN. En caso de que por el tipo de operación u obligación tributaria corresponda facturar electrónicamente, la DIAN informa que el comerciante puede usar el sistema de facturación electrónica y el servicio de Facturación

Gratuita DIAN, el cual incluso puede utilizarse desde un dispositivo móvil con acceso a internet. La entidad también dispone de mecanismos relacionados con firma digital y habilitación del sistema.

En cuanto al funcionamiento del establecimiento, la Ley 232 de 1995 establece reglas para los establecimientos de comercio y señala que ninguna autoridad puede exigir licencias o permisos no previstos expresamente por la ley, aunque sí deben cumplirse los requisitos legales aplicables al negocio. Esta ley fue reglamentada, entre otras normas, por el Decreto 1879 de 2008.

Como el negocio manejará bebidas y posiblemente productos de consumo humano relacionados con hielo o alimentos empacados, es importante atender las orientaciones sanitarias vigentes. El Ministerio de Salud cuenta con guías para establecimientos de expendio, almacenamiento y manejo general de alimentos y bebidas, en las que se resaltan condiciones de instalación, inocuidad y control sanitario.

Además, por tratarse de un establecimiento abierto al público, conviene revisar con la autoridad local temas como horarios, convivencia y condiciones de funcionamiento. El propio municipio cuenta con instrumentos de seguridad y convivencia que muestran la importancia de estos temas en la gestión local.

En este contexto, 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 orientar al emprendedor para que el negocio nazca con mayor organización y claridad.

Tabla 6. Requisitos legales orientadores

Requisito	Finalidad
Matrícula mercantil	Formalización comercial del establecimiento
Registro Único Tributario	Identificación tributaria
Facturación electrónica, si aplica	Cumplimiento tributario y soporte de ventas
Condiciones sanitarias	Manejo adecuado de hielo, bebidas y alimentos
Revisión local de funcionamiento	Cumplimiento de convivencia y operación

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización será la atención directa en sitio, tal como se indicó en la base del proyecto. Este es el canal más adecuado, porque la naturaleza del negocio se apoya en la cercanía, el servicio inmediato y la posibilidad de que el cliente resuelva varias necesidades en un solo lugar.

A este canal principal se suma el voz a voz, que en comunidades pequeñas tiene un peso enorme. Un negocio que atiende bien, mantiene surtido y cumple lo que promete se vuelve rápidamente conocido y recomendado. En territorios rurales, esta forma de promoción suele ser más efectiva que estrategias costosas de publicidad.

También se puede trabajar la promoción local directa, por medio de avisos, carteles visibles, mensajes por WhatsApp y comunicación permanente con clientes frecuentes. Si el negocio maneja productos de alta demanda, puede incluso ofrecer aviso previo de disponibilidad de hielo, bebidas o artículos específicos para el campo.

De manera complementaria, puede existir un canal de venta por encargo sencillo, sobre todo para ciertos productos de surtido o para clientes que quieran reservar algún artículo antes de pasar por él. Esto ayudaría a fidelizar compradores y a ordenar mejor el abastecimiento.

Tabla 7. Canales previstos

Canal	Descripción
Atención directa en sitio	Canal principal de venta y servicio
Voz a voz	Recomendación comunitaria y posicionamiento
Promoción local directa	Avisos, carteles y comunicación con clientes
Venta por encargo	Reserva sencilla de productos específicos

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

Para la proyección financiera se toma como base la información entregada: ventas estimadas por semana de $840.000 y un valor promedio de venta de $120.000. Para efectos prácticos, este valor promedio puede entenderse como una referencia de compra por cliente, grupo de clientes o jornada comercial, y no como un precio fijo de un solo producto, ya que el negocio manejará varias líneas de venta.

Con base en ello, la proyección inicial puede plantearse así:

Tabla 8. Proyección general de ventas

Concepto	Valor estimado
Venta semanal estimada	$840.000
Venta mensual estimada (4 semanas)	$3.360.000
Venta anual estimada (12 meses)	**$40.320.000**

Para darle mayor claridad al análisis, puede asumirse esta distribución mensual de ingresos, basada en un supuesto razonable para el tipo de negocio:

Tabla 9. Distribución mensual estimada de ingresos

Línea de ingreso	Participación estimada	Valor mensual estimado
Bebidas alcohólicas y no alcohólicas	35%	$1.176.000
Productos agropecuarios	25%	$840.000
Elementos para el campo	20%	$672.000

Conectividad y otros	20%	$672.000
Total mensual estimado	**100%**	**$3.360.000**

Esta proyección debe entenderse como conservadora. En realidad, si el negocio se posiciona bien, mantiene surtido y aprovecha su ubicación estratégica, podría incrementar sus ventas. Sin embargo, para este plan se prefiere partir de una meta moderada, que permita evaluar la viabilidad sin exagerar los resultados esperados.

10. COSTOS Y GASTOS

En este punto conviene diferenciar entre la inversión inicial y los costos mensuales de operación. Los elementos mencionados en el punto 10 corresponden principalmente a la inversión necesaria para poner en marcha el negocio. Dado que el presupuesto inicial disponible se estima en $10.000.000, el proyecto debe organizarse con una lógica de arranque básico y escalonado.

Tabla 10. Inversión inicial estimada

Elemento	Valor estimado
Parque solar básico	$2.500.000
Internet satelital e instalación inicial	$700.000
Congeladores	$1.500.000
Computador	$1.000.000
Estanterías	$500.000
Mesas y sillas	$700.000
Surtido inicial	$2.700.000
Adecuaciones menores	$400.000
Total estimado	**$10.000.000**

Esta distribución muestra que el presupuesto es ajustado, por lo que el negocio deberá empezar con un surtido razonable, sin excederse en compras poco rotativas. La ventaja es que el modelo permite crecer por etapas.

Tabla 11. Costos y gastos mensuales estimados

Concepto	Valor mensual estimado
Reposición de surtido y bebidas	$1.350.000
Compra de hielo e insumos menores	$180.000
Internet mensual	$320.000
Apoyo del ayudante	$700.000
Transporte y abastecimiento	$250.000
Aseo y mantenimiento básico	$120.000
Imprevistos	$100.000

Total costos y gastos mensuales	**$3.020.000**

Con una venta mensual estimada de $3.360.000, el negocio tendría una utilidad operativa aproximada de $340.000 mensuales en su fase inicial. Esto quiere decir que el negocio sí puede funcionar, pero de forma ajustada. Por eso será clave aumentar poco a poco la rotación del surtido y fortalecer la venta de productos con mejor margen.

Tabla 12. Resultado operativo estimado

Concepto	Valor
Ventas mensuales estimadas	$3.360.000
Costos y gastos mensuales	$3.020.000
Utilidad operativa aproximada	**$340.000**

11. TALENTO HUMANO

El talento humano requerido para Tienda El Caporal será inicialmente básico: el dueño y un ayudante. Esta estructura es coherente con el tamaño del negocio y con el presupuesto disponible, ya que permite controlar costos sin descuidar la atención al cliente.

El dueño será responsable de la administración general. Entre sus tareas estarán la compra de productos, la relación con proveedores, el control de inventario, el manejo de la caja, la supervisión del negocio y la toma de decisiones sobre surtido y precios. En pequeños emprendimientos rurales, la presencia activa del propietario suele ser uno de los factores que más aporta a la sostenibilidad.

El ayudante apoyará en la atención al público, organización del local, limpieza, acomodo del surtido, entrega de productos y labores operativas durante los momentos de mayor movimiento. También puede apoyar en el control del servicio de conectividad y en la verificación básica del orden del establecimiento.

Si el negocio crece, a futuro podría requerirse una tercera persona en temporadas especiales o fines de semana, pero para la etapa inicial la estructura de dos personas es suficiente y financieramente más prudente.

Tabla 13. Talento humano básico

Cargo	Función principal
Dueño	Administración, compras, caja y decisiones comerciales
Ayudante	Atención, organización, limpieza y apoyo operativo

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Para iniciar correctamente, Tienda El Caporal necesita cubrir varios requerimientos básicos. El primero es contar con un espacio físico adecuado, limpio y organizado, que permita ubicar el surtido, los congeladores, las estanterías y el área de atención sin generar desorden.

El segundo requerimiento es disponer de energía y conectividad confiables. Por eso el parque solar y el internet satelital son elementos estratégicos dentro del proyecto. No se trata de lujos, sino de recursos que ayudan a que el negocio funcione con estabilidad y que, además, le dan una ventaja frente a otros comercios.

El tercer requerimiento es un surtido inicial bien pensado. Como el presupuesto disponible es de diez millones de pesos, se hace necesario priorizar productos de alta rotación, bebidas de consumo frecuente, algunos artículos agropecuarios básicos y elementos útiles para el campo, evitando sobrecargar el inventario desde el inicio.

El cuarto requerimiento es el control administrativo, aunque sea sencillo. Llevar cuentas claras, registrar compras y ventas y revisar periódicamente el inventario será fundamental para saber si el negocio está funcionando bien.

El quinto requerimiento es avanzar en una formalización progresiva, lo que dará más orden y seguridad al emprendimiento.

Tabla 14. Necesidades y requerimientos principales

Requerimiento	Finalidad
Espacio físico organizado	Facilitar atención, orden y exhibición
Energía y conectividad	Sostener el funcionamiento diario
Surtido inicial priorizado	Mejorar rotación y uso del capital
Control administrativo básico	Medir resultados y corregir fallas
Formalización progresiva	Dar orden y seguridad al negocio

13. VALOR DEL PROYECTO

El valor inicial estimado del proyecto es de $10.000.000, cifra definida como el presupuesto disponible o necesario para iniciar. Este valor es modesto, pero puede ser suficiente para una etapa de arranque básico si se administra con criterio y se compran primero los equipos y productos realmente esenciales.

Más que un gran capital, este proyecto requiere buena administración. La inversión no busca montar una tienda demasiado grande desde el primer día, sino poner en marcha una unidad comercial funcional, cercana y útil para la comunidad. Si el negocio demuestra movimiento y estabilidad, podrá fortalecerse con más surtido y mejores equipos en una segunda etapa.

En ese sentido, el valor del proyecto es coherente con un emprendimiento rural pequeño, siempre que exista disciplina en el manejo de los recursos y claridad sobre las prioridades de gasto.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo de Tienda El Caporal se basa en una atención simple, directa y constante. El negocio abrirá con horarios definidos según la dinámica del sector, procurando mantener disponibilidad en los momentos de mayor demanda, especialmente durante el día y al final de la tarde.

Antes de abrir, se debe revisar el estado del local, ordenar las estanterías, verificar la temperatura de los congeladores, comprobar el funcionamiento del internet y dejar visible el surtido principal. Esta rutina diaria mejora la imagen del negocio y facilita la venta.

Durante la jornada, el proceso será directo: recibir al cliente, ofrecerle orientación, entregar el producto o servicio y registrar el cobro. Al tratarse de una tienda con variedad de oferta, la atención debe ser ágil y cordial, procurando que el comprador encuentre fácilmente lo que busca.

Al final del día, se hará limpieza del local, conteo de caja, revisión del surtido faltante y anotación de observaciones importantes. También se recomienda una revisión semanal del inventario y de las ventas para identificar qué líneas están funcionando mejor.

La operación básica puede resumirse así:

Tabla 15. Operación básica del negocio

Actividad	Frecuencia
Limpieza y organización del local	Diaria
Verificación de congeladores e internet	Diaria
Revisión de caja	Diaria
Revisión de inventario	Diaria
Compra de reposición	Semanal
Evaluación de ventas	Semanal
Ajuste de surtido y precios	Mensual

Este plan operativo permite que el negocio funcione con orden sin requerir procesos complejos.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de Tienda El Caporal en la comunidad es positivo y práctico. En primer lugar, el negocio acercará bienes y servicios que, según la información entregada, son de difícil acceso para parte de la población. Esto significa una mejora concreta en la vida diaria de la comunidad, que podrá encontrar más cerca productos útiles para el hogar, bebidas, hielo, conectividad y elementos para el campo.

En segundo lugar, el proyecto puede aportar al movimiento económico local, aunque sea a pequeña escala. Toda compra, reposición de surtido y contratación de apoyo genera circulación de dinero y contribuye a fortalecer el comercio del sector.

En tercer lugar, el negocio tiene un alcance social, porque puede convertirse en un punto de apoyo para la comunidad y para quienes transitan por la zona. Un comercio cercano y bien atendido cumple una función que va más allá de vender; también da solución, confianza y comodidad.

Finalmente, su alcance no se limita solo a Palmarito. También puede beneficiar a transportadores, instituciones, turistas y transeúntes, especialmente en un municipio de gran extensión como Cumaribo, donde la cercanía de un servicio sí marca diferencia. (Alcaldía de Cumaribo)

Tabla 16. Impacto esperado del proyecto

Tipo de impacto	Resultado esperado
Comunitario	Mayor acceso cercano a bienes y servicios
Económico	Movimiento comercial y generación de ingreso
Territorial	Punto útil de apoyo en una zona dispersa
Funcional	Respuesta práctica a necesidades de ruta y del campo

16. MAPA DE ACTORES

El negocio se relacionará con distintos actores del entorno, cada uno con un papel específico dentro de su funcionamiento y sostenibilidad.

Tabla 17. Mapa de actores

Actor	Relación con el negocio	Interés o beneficio
Comunidad del sector	Cliente principal	Acceso cercano a bienes y servicios
Transportadores	Cliente frecuente	Bebidas, hielo, conectividad y apoyo en ruta
Instituciones	Cliente ocasional y aliado local	Compras puntuales y apoyo logístico
Turistas y transeúntes	Cliente eventual	Productos básicos y conectividad
Proveedores	Suministran surtido e insumos	Relación comercial constante
Dueño	Responsable de la administración	Generación de ingresos y sostenibilidad
Ayudante	Apoyo operativo	Empleo e ingreso
Autoridades locales	Entorno regulador	Orden, convivencia y cumplimiento

Este mapa demuestra que Tienda El Caporal tendrá una relación directa con la comunidad y con la dinámica económica local, lo cual refuerza su utilidad dentro del territorio.

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Tienda El Caporal es una propuesta de negocio viable y pertinente para la inspección de Palmarito, porque responde de manera concreta a necesidades reales del sector. Su mayor fortaleza está en reunir productos de consumo frecuente, bebidas frías, conectividad, productos agropecuarios y elementos para el campo en un solo establecimiento cercano a la comunidad.

Desde el punto de vista comercial, el proyecto tiene potencial porque atiende varios tipos de clientes y se apoya en una ubicación estratégica. Desde el punto de vista social, aporta al bienestar cotidiano de la población al acercar bienes y servicios que no siempre están disponibles de manera inmediata. Y desde el punto de vista financiero, aunque inicia con un presupuesto ajustado, puede sostenerse si se maneja con orden, control de gastos y crecimiento progresivo.

En conclusión, Tienda El Caporal puede consolidarse como un emprendimiento útil y estable en el territorio, siempre que mantenga buena atención, surtido adecuado, disciplina administrativa y avance en su formalización.

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.

Carlos Arturo Echeverry Hinestroza
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	Carlos arturo Echeverry Hinestroza
TIENDA	Tienda EL caporal
FECHA	5/02/2026



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: 28/02/2026

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: Carlos Ruben Ch

Nombres: Carlos Ruben Chacon

CC: 5.988.998 Puerto Carreño Vichada

OBSERVACIONES:

Dilsen Morales Marulanda

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	Dilsen Morales Marulanda
TIENDA	Restaurante 1A
FECHA	6/02/2026



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, Dilcen Morales Marulanda identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 40.362.291 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: Dilcen Morales Marulanda
Nombres: Dilcen Morales Marulanda
CC: 40.362.291

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, Dilcen Morales Marulanda identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 40.362.291, 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 Palmarito a los 6 días del mes de febrero del año 2026.

RECIBE:

Firma:

Nombres: Dilcen Morales Marulanda

CC: 40.362.291

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 6	MES 2	AÑO 2026	
Beneficiario	Dilcen Morales Harulanda				
Cédula	40 362 291			Sexo: ☑ Mujer ☐ Hombre	
Departamento:	Vichada		Municipio: Cumaribo		
Vereda / Inspección:	Palmarito				
Dirección:	Palmarito		Teléfono de Contacto: 3245210974		

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	

DIAGNOSTICO DEL NEGOCIO

Fortalezas actuales del negocio: Posicionamiento Ubicación.	Documentos que posee:	¿Desea apoyo para formalizar su tienda?
	☐ RUT	☐ Sí
Retos que enfrenta: Estructura costos. Financiamiento	☐ 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 logistico
Compromisos del beneficiario:	Estructura de costos.
Observaciones:	Plan de financiamiento

Firma:

Beneficiario: Dilcen Morales.
Cédula: 40362291.

Firma:

Profesional: Yesenia 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, Dilcen Morales Marulanda, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 40.362.291 residente del municipio de Cumaribo, 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 Palmarito a los 6 días del mes de febrero del año 2026.

RECIBE:

Huella



Firma:

Nombres: Dilcen Morales Marulanda

CC: 40.362.291

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

RESTAURANTE 1ª

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".

Emprendedor: Dilsen Morales Marulanda

EMPRENDEDORA

Ubicación: Inspección de Palmarito, municipio de Cumaribo, departamento del Vichada, Colombia.

FEBRERO DE 2026

GOBERNACIÓN DE VICHADA SGR ASOSUPRO fundacion servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

Restaurante 1A nace para responder a una necesidad concreta de la inspección de Palmarito: contar con un lugar cercano donde la comunidad, los transportadores, las instituciones y los turistas puedan acceder a alimentación en los tres tiempos, bebidas frías y conectividad, sin tener que desplazarse grandes distancias. En zonas rurales apartadas, conseguir un desayuno, un almuerzo o una cena puede implicar pérdida de tiempo, más gastos de transporte y menos oportunidades para resolver necesidades inmediatas. Esa dificultad afecta tanto a quienes viven en el sector como a quienes transitan por la vía.

La necesidad no es solo comercial. También es práctica y social. La comunidad requiere un punto estable donde pueda encontrar comida preparada y un espacio de atención cercano. Los transportadores necesitan un sitio funcional para comer, refrescarse y seguir su recorrido. Los turistas y visitantes valoran lugares donde puedan descansar un momento, conectarse a internet y consumir alimentos de manera rápida y confiable. Por eso, el negocio busca convertirse en un punto de apoyo para la vida diaria del sector y para el tránsito por la zona.

Tabla 1. Necesidades que busca atender Restaurante 1A

Necesidad identificada	Cómo la atiende el negocio
Falta de oferta de comida preparada cercana	Servicio de desayuno, almuerzo y cena
Poca disponibilidad de bebidas frías	Venta permanente de bebidas frías
Dificultad de acceso a internet	Servicio de conectividad
Escasez de puntos de atención al viajero	Ubicación estratégica y atención directa
Limitada oferta continua	Propuesta de servicio amplio y flexible

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales serían la comunidad del sector, los transportadores, las instituciones y los turistas. La comunidad local sería el grupo más constante, porque puede consumir desayunos, almuerzos y cenas con regularidad. Los transportadores serían un cliente estratégico, ya que requieren comida rápida, bebidas frías y conectividad. Las instituciones podrían hacer consumos puntuales durante jornadas de trabajo o actividades en campo. Los turistas tendrían una participación complementaria, especialmente cuando necesiten alimentación, bebidas y un lugar sencillo para conectarse.

Tabla 2. Tipos de clientes de Restaurante 1A

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia esperada
Comunidad del sector	Desayuno, almuerzo, cena, bebidas, internet	Alta
Transportadores	Alimentación, bebidas frías, conectividad	Alta
Instituciones	Alimentación y apoyo logístico	Media
Turistas	Comidas, bebidas, conectividad	Media

Esta mezcla favorece al negocio porque combina una clientela local estable con una demanda de paso y una demanda institucional ocasional que puede elevar el valor promedio de cada venta.

3. COMPETENCIA

Según la información suministrada, los competidores más cercanos están aproximadamente a 12 kilómetros. Se identifican Sirley Camargo, con restaurante y bebidas, y Camilo Romo, con venta de productos agropecuarios, bebidas y mercado. Esto indica que sí existe oferta parcial, pero no necesariamente un establecimiento que combine en un mismo punto alimentación en tres tiempos, bebidas frías, conectividad y servicio 24 horas.

La principal ventaja competitiva de Restaurante 1A estaría en la ubicación estratégica, la calidad del servicio, los servicios de conectividad, la variedad de productos y el servicio 24 horas. En un contexto rural, esa combinación tiene mucho valor porque el cliente prefiere un sitio donde pueda resolver varias necesidades en una sola parada y en cualquier momento del día.

Tabla 3. Comparación frente a la competencia

Competidor	Oferta principal	Diferencia frente a Restaurante 1A
Sirley Camargo	Restaurante y bebidas	Menor énfasis en conectividad y atención continua
Camilo Romo	Agropecuarios, bebidas y mercado	No enfocado en restaurante de tres tiempos
Restaurante 1A	Desayuno, almuerzo, cena, bebidas, internet, 24 horas	Oferta más integral

4. IDEA DE NEGOCIO

Restaurante 1A es un emprendimiento rural orientado a vender alimentación en los tres tiempos del día —desayuno, almuerzo y cena— además de bebidas frías alcohólicas y no alcohólicas y servicio de conectividad a internet. Su propósito es atender a la comunidad de Palmarito y a quienes transitan por la vía, ofreciendo un espacio sencillo, útil y bien ubicado para resolver necesidades de alimentación y comunicación.

La idea del negocio tiene sentido porque responde a una necesidad básica y frecuente. En zonas rurales, las personas valoran mucho los sitios donde pueden comer, tomar una bebida fría y conectarse a internet sin perder tiempo en desplazamientos largos. Por eso, esta propuesta no depende de una sola línea de ingreso, sino que combina restaurante, bebidas y conectividad para lograr mayor estabilidad comercial.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

El negocio ofrecerá las siguientes líneas principales:

- bebidas alcohólicas

- bebidas no alcohólicas
- conectividad
- servicio de alimentación: desayuno, almuerzo y cena

Como supuesto razonable, el restaurante puede manejar un menú sencillo, de rotación alta y fácil preparación, con platos corrientes, desayunos básicos y comidas que se ajusten al consumo de la comunidad y de los viajeros. Esa estrategia ayuda a controlar costos y a sostener un servicio de 24 horas con una oferta organizada.

Tabla 4. Portafolio de productos y servicios

Línea	Productos o servicios
Restaurante	Desayuno, almuerzo y cena
Bebidas alcohólicas	Cerveza y otras bebidas permitidas
Bebidas no alcohólicas	Agua, gaseosas, jugos, hidratantes
Servicio complementario	Conectividad a internet

Tabla 5. Propuesta básica de menú

Tiempo de comida	Oferta sugerida
Desayuno	Caldo, arepa, huevos, café, chocolate
Almuerzo	Plato corriente con proteína, arroz, grano, ensalada y bebida
Cena	Comidas rápidas, sopa, arroz con proteína o menú ligero
Bebidas	Gaseosas, jugos, agua, cerveza

6. PROCESOS TÉCNICOS

El primer proceso técnico es el abastecimiento, que incluye la compra de alimentos, bebidas, gas, productos de limpieza y demás insumos del restaurante. Será importante definir una frecuencia de compra adecuada para evitar desabastecimiento, pero también para no generar pérdidas por mala rotación.

El segundo proceso es la preparación de alimentos, que abarca alistamiento, lavado, corte, cocción, servido y limpieza. El tercer proceso es la conservación y almacenamiento, donde los congeladores, el parque solar y el surtido bien organizado serán fundamentales para mantener bebidas frías e insumos sensibles. El cuarto proceso es la atención al cliente, que será directa en sitio. El quinto proceso es el servicio de conectividad, que dependerá del internet satelital, el computador y la continuidad energética. El sexto proceso es el control operativo, que incluye caja, inventario, limpieza y reposición.

En el componente sanitario, la Resolución 2674 de 2013 establece requisitos para quienes preparan, almacenan y expenden alimentos. Además, el Ministerio de Salud cuenta con guías de inocuidad para

establecimientos gastronómicos tipo restaurante, donde se enfatiza la importancia de la limpieza, la manipulación adecuada, el almacenamiento correcto y el control de riesgos para proteger al consumidor.

Tabla 6. Proceso técnico general

Etapa	Actividad principal
Abastecimiento	Compra de alimentos, bebidas, gas e insumos
Preparación	Lavado, corte, cocción y servido
Conservación	Refrigeración y almacenamiento
Atención	Venta directa y servicio en el punto
Conectividad	Prestación del servicio de internet
Control	Inventario, caja, limpieza y reposición

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 tener certificado de firma digital. La DIAN también ofrece una opción de facturación gratuita para quienes deban o quieran utilizarla. En coherencia con tu instrucción, 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 materia sanitaria, este negocio debe cumplir condiciones de limpieza, almacenamiento, manipulación y expendio de alimentos conforme a la Resolución 2674 de 2013. La guía de inocuidad para restaurantes del Ministerio de Salud también sirve como referencia práctica para la operación diaria, especialmente en temas como higiene del manipulador, conservación de alimentos, superficies limpias y servicio seguro al consumidor.

Tabla 7. 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 alimentos y bebidas
Asistencia técnica brindada	Orientación sobre formalización, RUT y facturación

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal será la atención directa en sitio, porque el valor del negocio está en que el cliente llegue y encuentre comida, bebidas y conectividad en un solo lugar. El segundo canal será el voz a voz, muy importante en sectores rurales. Un restaurante con buena sazón, atención amable y

cumplimiento gana reputación rápidamente. El tercer canal puede ser el encargo o reserva previa, especialmente para desayunos, almuerzos o cenas de grupos pequeños, instituciones o transportadores frecuentes.

Tabla 8. Canales de comercialización

Canal	Descripción	Importancia
Atención directa en sitio	Venta presencial de alimentos, bebidas e internet	Alta
Voz a voz	Recomendación entre clientes y comunidad	Alta
Encargos o reservas	Pedidos previos para grupos o clientes frecuentes	Media

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

La proyección base entregada es de $1.400.000 por semana, es decir, aproximadamente $5.600.000 mensuales. El precio promedio de $200.000 parece corresponder más a consumos grupales, cuentas familiares o combinación de varios servicios, no a un solo plato individual. Por eso, es útil plantear tres escenarios de trabajo.

Tabla 9. Escenarios de proyección de ventas

Escenario	Venta semanal	Venta mensual estimada
Conservador	$1.400.000	$5.600.000
Medio	$1.900.000	$7.600.000
Fortalecido	$2.500.000	$10.000.000

Como supuesto de trabajo, el escenario conservador corresponde al arranque del negocio. El escenario medio sería realista si se logra una buena salida en desayuno, almuerzo, cena y bebidas. El escenario fortalecido dependería de una mejor reputación, mayor flujo de clientes y un verdadero aprovechamiento del servicio 24 horas.

Tabla 10. Distribución estimada de ingresos

Línea	Participación estimada
Alimentación	55%
Bebidas	25%
Conectividad y otros	20%

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales se relacionan con parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas, surtido, cocina y vajilla. Sin embargo, en un restaurante el costo real más importante está en los alimentos, la reposición constante y el personal.

Tabla 11. Costos y gastos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado
Compra de alimentos e insumos de cocina	$1.600.000
Reposición de bebidas y surtido	$700.000
Internet satelital	$250.000
Ayudante	$1.200.000
Mesero	$1.200.000
Gas, limpieza e imprevistos	$450.000
Total mensual estimado	$5.400.000

Tabla 12. Resultado operativo estimado

Escenario	Venta mensual	Gastos mensuales	Resultado aproximado
Conservador	$5.600.000	$5.400.000	$200.000
Medio	$7.600.000	$5.400.000	$2.200.000
Fortalecido	$10.000.000	$5.400.000	$4.600.000

Estos valores son supuestos financieros razonables, no cifras exactas. Muestran que el negocio puede ser viable, pero necesita moverse rápido al menos hacia el escenario medio para tener mayor estabilidad.

11. TALENTO HUMANO

La estructura propuesta es de dueño, un ayudante y un mesero. El dueño se encargaría de la administración, las compras, la supervisión general y el manejo del negocio. El ayudante apoyaría en cocina, preparación, aseo y organización. El mesero se enfocaría en la atención al cliente, el servicio en mesa y el apoyo operativo en horas de mayor demanda.

Tabla 13. Talento humano requerido

Cargo	Función principal	Cantidad
Dueño/a	Administración y control general	1
Ayudante	Cocina, aseo y apoyo operativo	1
Mesero/a	Atención al cliente y servicio	1

Como supuesto razonable, si el servicio 24 horas realmente se mantiene, en el futuro podría requerirse reorganizar turnos o sumar apoyo adicional para no sobrecargar al personal.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Restaurante 1A 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 e insumos sensibles. El computador

apoya la gestión del negocio y el acceso a internet. Las mesas, sillas, surtido, cocina y vajilla son parte central de la atención.

Además, para que el servicio 24 horas funcione bien, el negocio necesitará organización clara de turnos, limpieza constante, abastecimiento suficiente y una carta práctica que permita atender sin complicar demasiado la operación.

Tabla 14. Necesidades y requerimientos del proyecto

Tipo	Requerimiento	Uso principal
Energía	Parque solar	Mantener operación y frío
Conectividad	Internet satelital	Servicio de internet
Refrigeración	Congeladores	Bebidas e insumos
Tecnología	Computador	Control y conectividad
Atención	Mesas, sillas y vajilla	Servicio al cliente
Producción	Cocina y surtido	Preparación de alimentos

13. VALOR DEL PROYECTO

El presupuesto disponible informado es de $10.000.000, pero al revisar el alcance real del negocio, esa cifra parece suficiente solo para una primera fase básica. Un restaurante con servicio en tres tiempos y atención prolongada necesita una inversión más amplia, especialmente en cocina, vajilla, dotación y capital de trabajo.

Tabla 15. 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
Mesas, sillas y estanterías	$1.300.000
Cocina básica	$1.800.000
Vajilla y utensilios	$800.000
Surtido inicial	$1.500.000
Capital de trabajo	$900.000
Valor total estimado	$12.600.000

Tabla 16. Relación entre presupuesto disponible y valor del proyecto

Concepto	Valor
Presupuesto disponible	$10.000.000
Valor estimado del proyecto	$12.600.000
Brecha aproximada	**$2.600.000**

La recomendación es iniciar por fases, comenzando por desayuno, almuerzo, bebidas y conectividad, y luego fortalecer la cena y el servicio 24 horas de forma progresiva.

14. PLAN OPERATIVO

El negocio funcionará con atención directa en sitio. En la mañana se hará limpieza, revisión de equipos, alistamiento de cocina y organización del punto. Durante la jornada se atenderá a la comunidad y a las personas de paso. En la tarde y noche se continuará el servicio de alimentación y bebidas, con reposición de insumos y control de caja.

Tabla 17. Plan operativo diario

Momento	Actividad principal
Apertura	Limpieza, orden y revisión de equipos
Mañana	Preparación y venta de desayunos
Mediodía	Preparación y servicio de almuerzos
Tarde y noche	Servicio de cenas, bebidas y conectividad
Cierre parcial / control	Reposición, limpieza y caja

Semanalmente se debe revisar qué platos tienen mejor salida, cuáles dejan mejor margen y si realmente el servicio 24 horas está siendo sostenible y rentable.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de Restaurante 1A es positivo porque acercaría bienes y servicios que hoy son de difícil acceso en la zona. En lo social, mejora el acceso a alimentación preparada, bebidas frías y conectividad. En lo territorial, fortalece la oferta comercial de Palmarito. En lo económico, puede generar empleo, mover compras locales y apoyar tanto a la comunidad como a quienes están de paso.

En un entorno rural del Vichada, donde las distancias pesan mucho en la vida diaria, un restaurante de este tipo puede convertirse en un apoyo práctico para familias, instituciones, transportadores y turistas. Su alcance sería principalmente local y de tránsito, con posibilidad de crecer si el servicio mantiene buena calidad y constancia.

Tabla 18. Impacto esperado del proyecto

Tipo de impacto	Descripción
Social	Mayor acceso a alimentación, bebidas y conectividad
Económico	Generación de empleo e ingresos
Territorial	Fortalecimiento de la oferta comercial local
Comunitario	Apoyo a población local y de paso

16. MAPA DE ACTORES

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

Tabla 19. Mapa de actores del proyecto

Actor	Tipo	Papel en el proyecto
Dueño/a	Interno	Lidera la operación y la administración
Ayudante	Interno	Apoyo en cocina y operación
Mesero/a	Interno	Atención al cliente
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

CONCLUSIÓN FINAL

Restaurante 1A es una idea de negocio pertinente para la inspección de Palmarito porque responde a una necesidad real del territorio: acercar desayuno, almuerzo, cena, bebidas frías y conectividad a una zona donde la oferta puede ser limitada y el acceso suele ser difícil. Su principal fortaleza está en combinar alimentación preparada con bebidas y servicio de internet, además de una propuesta de atención 24 horas que puede diferenciarlo claramente.

El análisis también muestra que el proyecto no debe arrancar con una expectativa equivocada sobre su costo real. Con el presupuesto actual es posible iniciar una fase básica, pero no montar desde el principio toda la operación ideal. La mejor estrategia es crecer por etapas, consolidar primero la oferta central de restaurante y conectividad, y luego ampliar horarios y capacidad operativa. Si eso se logra, Restaurante 1A puede convertirse en un punto de alimentación muy útil y bien valorado en Palmarito.

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.

Dilsen Morales Marulanda
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	Dilsen Morales Marulanda
TIENDA	Restaurante 1A
FECHA	6/02/2026



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: 2- 3 - 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: Dilcen

Nombres: Dilcen Morales

CC: 40362291.

OBSERVACIONES: