Honorio Escobar

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	Honorio Escobar
TIENDA	Carniceria Maracaibo
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, Honorio Escobar identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 10.168.307 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: Honorio Escobar

CC: 10.168.307

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, Honorio Escobar identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 10.168.307, 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: Honorio Escobar

CC: 10.168.307

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	Honorio Escobar				
Cédula	1.0.168307			Sexo: ☐Mujer ☑Hombre	
Departamento:	Vichada			Municipio:	Cumaribo
Vereda / Inspección:	Palmarito				
Dirección:	centro			Teléfono de Contacto:	3045919197

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: Unica camiceria Reconocimiento

Retos que enfrenta: Logistica Cadena Frio.

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

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

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE VERIFICACIÓN

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

COMPROMISOS DE LA VISITA

Acciones acordadas en la visita	Plan Logistico
Compromisos del beneficiario:	Plan de Accion
Observaciones:	DOFA

Firma:

Beneficiario: Honorio Escobar
Cédula: 1.0.168.307

Firma:

Profesional: Yishleni Morales
Cédula: 1.121.898.670

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

Yo, Honorio Escobar, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 10.168.307 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: Honorio Escobar

CC: 10.168.307

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

Carnicería Maracaibo

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: Honorio Escobar

EMPRENDEDOR

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

FEBRERO DE 2026

GOBERNACION DE VICHADA SGR ASOSUPRO fundacion servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

La necesidad principal que busca resolver Carnicería Maracaibo es la dificultad de acceso inmediato a proteínas de origen animal y otros alimentos básicos en la inspección de Palmarito. En sectores apartados o de baja oferta comercial, conseguir carne de res, cerdo, pollo, huevos, queso o leche en condiciones adecuadas puede implicar desplazamientos, mayores costos y demoras para las familias. Este problema afecta la alimentación diaria de la comunidad y limita la disponibilidad oportuna de productos esenciales.

Además de la comunidad residente, existe una necesidad concreta por parte de los transportadores, turistas y personas de paso que requieren un punto cercano donde puedan adquirir alimentos frescos y resolver necesidades rápidas durante su recorrido. El negocio también ofrece conectividad, lo que amplía su utilidad práctica y lo convierte en un establecimiento que no solo vende productos, sino que presta un servicio útil para el entorno.

En este sentido, el proyecto responde a una necesidad real del territorio: acercar alimentos proteicos y algunos servicios complementarios a un sector donde no hay otra carnicería establecida, lo cual abre una oportunidad clara para atender un mercado poco cubierto.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales de Carnicería Maracaibo son, en primer lugar, los habitantes de la inspección y del sector cercano. Este grupo está conformado por familias, trabajadores y personas que necesitan abastecerse de carne, huevos, queso, leche y otros productos de forma regular. Para ellos, la cercanía del negocio representa ahorro de tiempo, facilidad de compra y mayor acceso a alimentos de origen animal.

En segundo lugar, se encuentran los transportadores, quienes suelen requerir compras rápidas durante sus recorridos. Este tipo de cliente valora la atención ágil, la buena ubicación y la posibilidad de conseguir productos alimenticios o conectividad en un solo punto. También aparecen como clientes potenciales las instituciones del sector, que eventualmente pueden necesitar productos para actividades o jornadas específicas, y los turistas, quienes pueden generar compras ocasionales pero importantes, especialmente en temporadas de mayor movilidad.

De manera general, se trata de clientes que valoran la frescura del producto, la confianza, el buen trato y la facilidad de acceso. Por eso, la propuesta comercial del negocio debe orientarse a mantener calidad, orden y atención respetuosa.

Tabla 1. Clientes principales

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia esperada
Comunidad del sector	Compra de proteínas y productos básicos	Alta
Transportadores	Compra rápida y solución inmediata	Media - alta
Instituciones	Compras ocasionales o puntuales	Media
Turistas	Consumo ocasional	Media

3. COMPETENCIA

De acuerdo con la información suministrada, no existe otra carnicería en la inspección de Palmarito. La oferta más cercana o comparable proviene de personas que tienen fincas y venden productos proteicos de origen animal cuando cuentan con excedentes de producción. Eso significa que la competencia no es permanente, organizada ni especializada, sino ocasional e informal.

Esta situación representa una ventaja importante para Carnicería Maracaibo, porque le permitiría posicionarse como el primer establecimiento del sector dedicado de manera más estable a la venta de carne y productos relacionados. Sin embargo, esa misma ventaja trae una responsabilidad adicional: el negocio debe ganarse la confianza de la comunidad mediante buena conservación de los alimentos, atención adecuada y disponibilidad constante del producto.

En comparación con la venta ocasional de excedentes de finca, la propuesta de Carnicería Maracaibo tiene un valor superior en organización, continuidad del servicio, mejor presentación de los productos y posibilidad de complementar la oferta con huevos, queso, leche y conectividad. Eso le da un perfil más sólido y atractivo frente a alternativas dispersas o no permanentes.

Tabla 2. Análisis general de la competencia

Tipo de competidor	Características	Nivel de competencia	Ventaja para el negocio
Venta informal desde fincas	Oferta ocasional de productos proteicos de origen animal	Media	El negocio ofrecerá atención más estable y organizada
Productores con excedentes	Venta esporádica según disponibilidad	Baja	Permite diferenciarse por continuidad y servicio
Comercios en otros sectores	Requieren desplazamiento para acceder al producto	Baja	Mayor cercanía y facilidad para la comunidad

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en crear una carnicería con atención directa en sitio, enfocada en ofrecer proteínas de origen animal de consumo frecuente, junto con algunos productos complementarios y servicio de conectividad a internet. La propuesta se basa en atender una necesidad cotidiana y clara del territorio: contar con un punto cercano, confiable y organizado para comprar carne de res, cerdo, pollo crudo, huevos, queso y leche.

El valor principal del negocio está en reunir calidad del producto, ubicación estratégica y servicio al cliente en un contexto donde no existe otra carnicería formal en la inspección. Esto permite que el proyecto tenga una base comercial atractiva desde el inicio. Además, el servicio de conectividad aporta un elemento diferenciador que amplía el alcance del establecimiento y lo hace más útil para distintos tipos de usuarios.

Carnicería Maracaibo se concibe como un negocio pequeño o mediano en su etapa inicial, con potencial de crecer de manera gradual según la demanda, el comportamiento del mercado y la capacidad de reposición del surtido.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

La oferta principal del negocio está compuesta por carne de res, carne de cerdo, pollo crudo, huevos, queso y leche. Se trata de una línea de productos de alta necesidad para el consumo familiar y comunitario, especialmente importante en sectores donde no siempre es fácil acceder a alimentos frescos de origen animal. Estos productos tienen demanda constante porque hacen parte de la alimentación diaria de muchos hogares.

La carne de res y la carne de cerdo serán productos de atracción principal, mientras que el pollo crudo, los huevos, el queso y la leche funcionarán como línea complementaria, ayudando a ampliar la compra promedio por cliente. Esta mezcla permite que el establecimiento no dependa de una sola referencia, sino de varias opciones con buena salida comercial. A ello se suma el servicio de conectividad a internet, que ofrece un valor adicional para transportadores, visitantes y comunidad local.

La ventaja de esta combinación es que el negocio puede atender necesidades alimentarias y de servicio en un mismo lugar. Eso facilita la compra, mejora la experiencia del cliente y fortalece la viabilidad comercial del proyecto.

Tabla 3. Productos y servicios

Producto o servicio	Descripción	Aporte al negocio
Carne de res	Corte y venta al detal	Producto principal
Carne de cerdo	Venta al detal	Alta demanda complementaria
Pollo crudo	Venta refrigerada	Alta rotación
Huevos	Venta por unidad o cubeta	Compra frecuente
Queso	Producto lácteo de consumo diario	Complementa la venta
Leche	Producto básico del hogar	Compra recurrente
Conectividad	Acceso a internet	Servicio diferenciador

6. PROCESOS TÉCNICOS

El funcionamiento técnico de Carnicería Maracaibo debe ser ordenado y cuidadoso, especialmente porque trabaja con alimentos perecederos. El primer proceso es el abastecimiento. Esto implica identificar proveedores confiables, verificar calidad, revisar peso, estado del producto, conservación y frecuencia de entrega. En productos como carne, pollo y lácteos, la calidad del abastecimiento define en gran parte la confianza del cliente y la sostenibilidad del negocio.

El segundo proceso es la conservación y almacenamiento. Las carnes y productos perecederos deben mantenerse en congeladores y vitrinas adecuadas, con temperaturas apropiadas, manipulación higiénica y separación ordenada. Los huevos, quesos y leche también deben mantenerse bajo

condiciones que conserven su calidad y reduzcan pérdidas. Los utensilios, mesas de trabajo, cuchillos y superficies de contacto deben limpiarse y desinfectarse frecuentemente.

El tercer proceso es la atención al cliente. Como el negocio funcionará con atención directa en sitio, el personal deberá recibir al comprador, tomar el pedido, realizar el corte o entrega, cobrar y garantizar una presentación limpia y ordenada del producto. Esta etapa es fundamental porque la percepción de higiene y buen trato influye mucho en negocios de alimentos.

El cuarto proceso corresponde al control de inventarios y reposición. Será necesario llevar un registro básico de entradas, salidas, productos de mayor venta, productos de baja rotación y fechas de compra. En una carnicería, un mal control puede generar pérdidas importantes por vencimiento o por conservación inadecuada. Por eso, aunque el negocio sea pequeño, debe manejar una rutina básica de control diario y semanal.

Tabla 4. Procesos técnicos del negocio

Proceso	Actividad principal	Propósito
Abastecimiento	Compra y recepción de productos	Garantizar calidad y disponibilidad
Conservación y almacenamiento	Uso de congeladores y vitrinas, control de temperatura e higiene	Proteger el producto y reducir pérdidas
Atención al cliente	Recibir, despachar, cobrar y entregar productos	Brindar buen servicio y confianza
Control de inventarios	Registrar entradas, salidas y rotación	Facilitar reposición y sostenibilidad

7. REQUISITOS LEGALES

Para que Carnicería Maracaibo opere de manera formal y organizada, es recomendable avanzar en un proceso básico de formalización comercial y tributaria. Uno de los primeros pasos es la inscripción en el Registro Único Tributario (RUT), el cual la DIAN define como el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas por esa entidad. Contar con RUT facilita la identificación formal del negocio y el cumplimiento de obligaciones tributarias según corresponda. (Dian)

También es recomendable tramitar la matrícula mercantil del comerciante y del establecimiento de comercio. Confecámaras explica que el Registro Mercantil es el registro de las empresas formales del país y que las cámaras de comercio administran el registro de los comerciantes y de sus establecimientos. Esto fortalece la legalidad del negocio, le da mayor confianza frente a clientes y proveedores y facilita procesos de crecimiento o acceso a otros servicios empresariales.

Por tratarse de una carnicería, la parte sanitaria es especialmente importante. El INVIMA ha señalado que los expendios de carne y productos cárnicos comestibles deben cumplir requisitos sanitarios y

técnicos relacionados con infraestructura, higiene, equipos, conservación, documentación y condiciones de manipulación, con el fin de garantizar la inocuidad del alimento. Además, los lineamientos sobre conceptos sanitarios para expendios de carne en Colombia exigen control higiénico y verificación del cumplimiento de estas condiciones.

Dado que el negocio comercializará alimentos, también debe aplicar condiciones generales de limpieza, manejo higiénico, mantenimiento de superficies, cadena de frío y adecuada manipulación del producto. Esto no solo responde a una exigencia normativa, sino que protege la salud de los consumidores y reduce riesgos de pérdida o afectación del producto.

En relación con la facturación electrónica, la DIAN establece que quienes estén obligados a facturar deben habilitarse en el sistema correspondiente, actualizar información en el RUT y seguir el proceso para operar como facturadores electrónicos. En un negocio pequeño como este, esa obligación debe revisarse según el régimen, actividad y condiciones tributarias concretas del propietario.

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 apoyo para orientar el inicio ordenado del negocio.

Tabla 5. Requisitos legales básicos

Requisito	Finalidad	Entidad relacionada
Registro Único Tributario (RUT)	Identificar y formalizar el negocio ante la autoridad tributaria	DIAN
Matrícula mercantil	Formalizar el comerciante y el establecimiento	Cámara de Comercio
Cumplimiento sanitario	Garantizar higiene e inocuidad de los alimentos	INVIMA o autoridad sanitaria competente
Facturación electrónica, si aplica	Cumplir las obligaciones tributarias correspondientes	DIAN
Buenas prácticas de manipulación	Proteger la salud del consumidor y la calidad del producto	Autoridad sanitaria competente

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El canal principal de comercialización será la venta directa en el establecimiento, ya que el negocio está pensado para funcionar con atención presencial y contacto cercano con el cliente. Este canal es el más adecuado para una carnicería, porque permite mostrar el producto, realizar cortes, brindar confianza sobre el estado de la carne y resolver dudas en el momento.

Como canal complementario, tendrá mucha importancia el voz a voz comunitario. En territorios pequeños o apartados, la recomendación entre vecinos y conocidos es una de las formas más

efectivas de posicionamiento. Si el negocio logra mantener calidad, limpieza y buen servicio, la comunidad misma se encargará de recomendarlo.

También puede funcionar un canal sencillo de contacto por celular o mensajería para consultas de disponibilidad, apartados básicos o coordinación de entregas rápidas dentro del sector. Aunque el negocio no nazca como tienda digital, sí puede apoyarse en medios simples de comunicación para mejorar el servicio.

Tabla 6. Canales de comercialización

Canal	Descripción	Utilidad para el negocio
Venta directa en el establecimiento	Atención presencial y comercialización en sitio	Canal principal de ingresos
Voz a voz comunitario	Recomendación entre vecinos y conocidos	Favorece el posicionamiento local
Celular o mensajería	Consultas, apartados y coordinación de entregas	Mejora la atención y la cercanía

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

Con base en la información entregada, se toma como referencia una venta estimada semanal de $1.400.000, lo que permite proyectar un ingreso mensual aproximado de $5.600.000 y un ingreso anual cercano a $67.200.000, bajo un escenario de operación constante. Estas cifras se entienden como una estimación inicial y no como un dato exacto, ya que pueden variar según la demanda, el abastecimiento, la temporada y el comportamiento de compra de la comunidad.

Teniendo en cuenta que no existe otra carnicería establecida en la inspección y que el producto tiene una necesidad alta y frecuente, la expectativa comercial del proyecto es favorable. Sin embargo, al tratarse de un negocio de alimentos perecederos, conviene mantener una proyección prudente y realista, especialmente en los primeros meses, mientras se consolida la clientela y se ajusta el ritmo de reposición.

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 posicionamiento local
Año 2	$73.000.000	Mayor fidelización y mejora en surtido
Año 3	$79.500.000	Consolidación y aumento de clientes

Estas proyecciones suponen que el negocio mantendrá disponibilidad de producto, buena conservación y operación regular.

10. COSTOS Y GASTOS

El negocio tendrá dos grupos principales de costos: la inversión inicial y los gastos de funcionamiento mensual. La inversión inicial incluye los equipos y recursos físicos requeridos para poner en marcha la carnicería. Los gastos mensuales se concentran en reposición de producto, conservación, conectividad, transporte y mantenimiento.

Tabla 9. Inversión inicial estimada

Concepto	Valor estimado
Parque solar	$2.000.000
Internet satelital e instalación	$700.000
Congeladores	$1.800.000
Computador	$700.000
Estanterías, mesas y sillas	$700.000
Mesa de trabajo	$600.000
Vitrina para carnes	$1.500.000
Cuchillos y elementos de cocina	$500.000
Surtido inicial y empaque	$1.500.000
Total estimado	**$10.000.000**

Esta estimación coincide con el valor previsto para iniciar, por lo que se considera viable como presupuesto base de arranque.

Tabla 10. Gastos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado mensual
Compra y reposición de carnes y productos	$3.800.000
Internet	$180.000
Transporte y abastecimiento	$200.000
Mantenimiento y aseo	$120.000
Empaques, bolsas e insumos	$80.000
Imprevistos	$120.000
Total mensual estimado	**$4.500.000**

Con ventas mensuales proyectadas de $5.600.000, el negocio podría dejar un margen operativo estimado cercano a $1.100.000 antes de considerar una remuneración más amplia del propietario. Es una proyección razonable para un negocio pequeño con buena demanda y control de pérdidas.

11. TALENTO HUMANO

El negocio requiere inicialmente de dos personas: el dueño y un ayudante. El propietario será quien asuma la administración general, la compra del producto, la supervisión del inventario, el manejo del dinero y la toma de decisiones del negocio. También deberá vigilar el cumplimiento de las condiciones de higiene, el funcionamiento de los equipos y la atención al cliente.

El ayudante apoyará en la recepción del producto, la organización del local, el aseo, la entrega al cliente, el manejo básico de insumos y la conservación del orden en el establecimiento. Dado que se trata de una carnicería, es importante que ambas personas tengan hábitos de limpieza, responsabilidad, puntualidad y trato respetuoso.

Más que una nómina amplia, en esta etapa lo importante es contar con personal comprometido y cuidadoso, pues la confianza del cliente en negocios de alimentos depende mucho del comportamiento y la presentación de quienes atienden.

Tabla 11. Talento humano requerido

Cargo	Funciones principales	Observaciones
Propietario	Administración, compras, manejo de dinero, inventario y supervisión general	Responsable principal del negocio
Ayudante	Apoyo en atención, organización, aseo y manejo básico del producto	Apoya la operación diaria

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Para funcionar adecuadamente, Carnicería Maracaibo necesita cubrir requerimientos físicos, sanitarios, operativos y comerciales. En lo físico, requiere un espacio limpio, ventilado, ordenado y visible, con distribución suficiente para trabajar, exhibir producto y atender al público. En lo técnico, necesita que el parque solar, los congeladores, la vitrina, el internet satelital y los utensilios funcionen correctamente.

En lo sanitario, necesita hábitos estrictos de limpieza, adecuada conservación de la carne, superficies higienizadas, manejo correcto de cuchillos y herramientas, y eliminación oportuna de residuos. En lo comercial, requiere surtido constante, proveedores confiables, control de inventario y una atención rápida y amable.

En lo administrativo, el negocio necesita llevar una contabilidad sencilla, control diario de caja, registro de ventas y seguimiento a gastos. Sin estos elementos básicos, incluso un negocio con buena demanda puede tener dificultades para sostenerse en el tiempo.

Tabla 12. Necesidades y requerimientos del negocio

Área	Requerimiento principal	Finalidad
Física	Espacio limpio, ventilado, ordenado y visible	Facilitar el funcionamiento y la atención
Técnica	Parque solar, congeladores, vitrina, internet y utensilios	Garantizar operación continua
Sanitaria	Limpieza, cadena de frío, higiene y manejo adecuado de residuos	Proteger la calidad del producto
Comercial	Surtido constante y proveedores confiables	Asegurar disponibilidad y confianza
Administrativa	Contabilidad básica, control de caja y registro de ventas	Favorecer sostenibilidad del negocio

13. VALOR DEL PROYECTO

El valor del proyecto se estima en $10.000.000, de acuerdo con el presupuesto inicial definido para ponerlo en marcha. Este valor resulta coherente con el tipo de negocio, ya que una carnicería requiere equipos de refrigeración, vitrina, mesa de trabajo, utensilios, conectividad y una base de surtido suficiente para iniciar operación.

Más allá de la cifra, el valor del proyecto también se refleja en su utilidad para el territorio. Se trata de una iniciativa que busca resolver una necesidad concreta de alimentación y abastecimiento, al mismo

tiempo que genera ingreso para sus propietarios y movimiento económico local. Por eso, el valor de la propuesta no está únicamente en los equipos, sino en la función práctica que cumple dentro de la comunidad.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo del negocio puede organizarse en cinco etapas. La primera es la adecuación del espacio e instalación de equipos. La segunda es la compra inicial de producto y organización del punto de venta. La tercera es la operación diaria, que incluye apertura del local, limpieza, revisión de temperaturas, atención al cliente, cortes, entrega del producto y control de caja. La cuarta es la reposición periódica, basada en la rotación de inventario. La quinta es la evaluación mensual del comportamiento comercial.

Tabla 13. Rutina operativa sugerida

Frecuencia	Actividad
Diaria	Aseo, verificación de frío, atención y control de caja
Cada 2 o 3 días	Revisión de producto, inventario y conservación
Semanal	Reposición de carnes y productos complementarios
Mensual	Revisión de ventas, gastos y utilidad
Periódica	Mantenimiento de equipos y utensilios

Este plan operativo busca evitar improvisaciones y dar al negocio una lógica de funcionamiento clara, sencilla y sostenible.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de Carnicería Maracaibo es social, económico y territorial. En lo social, permitirá a la comunidad acceder con mayor facilidad a proteínas de origen animal y productos de consumo frecuente, mejorando la disponibilidad local de alimentos. En lo económico, generará una actividad productiva estable, ingresos para el propietario y mayor circulación comercial dentro de la inspección.

El alcance inicial del negocio será local, orientado principalmente a la comunidad de Palmarito y a usuarios de paso. Sin embargo, al tratarse de una oferta escasa dentro del sector, su influencia puede ser más amplia de lo que parece. Con el tiempo, puede consolidarse como un punto de referencia para la compra de carne y productos relacionados en la zona.

Además, al incluir conectividad, el establecimiento no solo cubre una necesidad alimentaria, sino que amplía su aporte a la vida cotidiana de la población y de quienes se movilizan por el territorio.

16. MAPA DE ACTORES

Los actores relacionados con el negocio son varios. El primero es la comunidad, que constituye la base principal de clientes y beneficiarios. En segundo lugar están los transportadores, turistas y transeúntes, quienes representan una clientela complementaria importante. También se encuentran las instituciones, que pueden requerir productos o servicios en momentos puntuales.

A ellos se suman los proveedores, que son fundamentales para garantizar calidad, precio y abastecimiento. Finalmente, están el dueño y el ayudante, quienes son responsables directos de la operación, el servicio y la imagen del negocio.

Tabla 14. Actores del proyecto

Actor	Relación con el negocio	Nivel de importancia
Comunidad	Clientes frecuentes y beneficiarios	Muy alto
Transportadores	Clientes de paso	Alto
Turistas y transeúntes	Demanda ocasional	Medio
Instituciones	Compras puntuales	Medio
Proveedores	Abastecimiento del negocio	Muy alto
Dueño y ayudante	Operación y sostenimiento	Muy alto

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Carnicería Maracaibo es un proyecto con buenas posibilidades de viabilidad, porque responde a una necesidad concreta del territorio y plantea una oferta clara, útil y poco cubierta dentro de la inspección de Palmarito. La ausencia de otra carnicería en el lugar, sumada a la demanda permanente de proteínas de origen animal, constituye una oportunidad favorable para su posicionamiento.

Su fortaleza principal está en la combinación de ubicación estratégica, productos de alta necesidad, atención directa y servicio complementario de conectividad. Si el negocio mantiene buenas condiciones de higiene, conservación del producto, trato amable y control básico de ingresos y gastos, puede consolidarse como una unidad productiva estable y de gran utilidad para la comunidad.

En conclusión, este plan muestra que Carnicería Maracaibo puede convertirse en un punto importante de abastecimiento y servicio en Palmarito, con impacto positivo en la alimentación, la economía local y la vida diaria del sector.

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

Honorio Escobar
Emprendedor

Yishleni Johana Morales Beltran
Orientadora de emprendimiento

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

NOMBRE DEL PROYECTO	**IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES QUE CONTRIBUYAN AL EMPRENDIMIENTO Y AUMENTO DE CAPACIDADES LOGÍSTICAS DE LOS PEQUEÑOS TENDEROS EN LA ZONA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE VICHADA**
ACTIVIDAD	REALIZAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LAS UNIDADES PRODUCTIVAS POPULARES EN LAS ZONAS RURALES.
DESCRIPCIÓN	ENTREGA DE LA GUIA METODOLÓGICA PARA LA ESTRUCTURACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO Y SU DESARROLLO.
BENEFICIARIO	Honorio Escobar
TIENDA	Carniceria Maracaibo
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: 03-03-2026

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: Honorio Escobar
CC: 10168307

OBSERVACIONES:

Jose Demetrio Perez Romo

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 Demetrio Perez Romo
TIENDA	Almacen Rosita
FECHA	7/02/2026



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, Jose Demetrio Perez Romo identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1127452217 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 Perez

Nombres: Jose Demetrio Perez

CC: 1127452217

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 Demetrio Perez Romo identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1127452217, 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 07 días del mes de febrero del año 2025.

RECIBE:

Firma: Jose Perez

Nombres: Jose Demetrio Perez

CC: 1127452217

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 07	MES 02	AÑO 2026	
Beneficiario	Jose Demetrio Perez Romo				
Cédula	1127452217			Sexo: ☐Mujer ☒Hombre	
Departamento:	Vichada		Municipio: Cumaribo.		
Vereda / Inspección:	Palmarito				
Dirección:	Frente a la cancha		Teléfono de Contacto:	3004367034.	

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: Comercialización	☑ Sí / ☐ No	

DIAGNOSTICO DEL NEGOCIO

Fortalezas actuales del negocio: Innovacion Variedad.	Documentos que posee: ☐ RUT ☐ Cámara de Comercio ☐ Certificado de uso de suelos	¿Desea apoyo para formalizar su tienda? ☑ Sí ☐ No
Retos que enfrenta: Financiamiento Ubicación		

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	Publicidad
Compromisos del beneficiario:	Plan de accion
Observaciones:	Financiamiento

Firma: Jose Perez

Beneficiario: Jose Demetrio Perez
Cédula: 1127452217

Firma:

Profesional: Yishleni Murcia Beltran
Cédula: 1121848670

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 Demetrio Perez Romo, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1127452217 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 07 días del mes de Febrero del año 2026.

RECIBE:

Firma: Jose Perez

Nombres: Jose Demetrio

CC: 1127452217

Huella



OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

ALMACÉN ROSITA

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 Demetrio Pérez Romo

EMPRENDEDOR

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

FEBRERO DE 2026

GOBERNACIÓN DE VICHADA SGR ASOSUPRO fundacion servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

Almacén Rosita surge para responder a una necesidad concreta de la comunidad de Palmarito: contar con un lugar cercano donde puedan resolverse múltiples necesidades de compra sin tener que realizar desplazamientos largos ni asumir gastos adicionales de transporte. Según la información base del proyecto, actualmente no existen tiendas tan completas en el sector, lo que deja a la población con opciones limitadas para adquirir productos de primera necesidad, repuestos, herramientas de trabajo o bienes útiles para el hogar y la producción.

La necesidad no se limita solamente al abastecimiento de mercado o bebidas. También se relaciona con la vida cotidiana y con la actividad económica del territorio. En una zona rural apartada, la falta de repuestos para motocicleta puede afectar la movilidad; la falta de equipos agrícolas o productos agropecuarios puede retrasar labores productivas; y la falta de conectividad puede dificultar trámites, comunicación y acceso a información. Por eso, este negocio se plantea como un punto de solución integral, pensado no solo para vender, sino para facilitar la vida diaria de la comunidad y apoyar la dinámica del sector.

Esta necesidad se vuelve aún más evidente si se considera el contexto de Cumaribo y Vichada: un territorio extenso, con retos de desplazamiento y con dependencia de abastecimiento externo en varios productos agropecuarios, lo que hace más valiosa la presencia de un almacén local, surtido y funcional.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales del negocio serán la comunidad del sector, los transportadores, las instituciones y los turistas. Esta diversidad de clientes es una fortaleza, porque el negocio no dependerá de un solo grupo de compradores y podrá sostener ventas tanto por compras pequeñas de uso diario como por compras de mayor valor.

La comunidad del sector será el cliente más constante. Este grupo buscará principalmente mercado, bebidas frías, productos para el hogar, artículos de cocina, conectividad y algunos productos agropecuarios. En zonas rurales, el cliente valora mucho la cercanía, la disponibilidad y la posibilidad de encontrar varias soluciones en un mismo lugar.

Los transportadores constituyen otro segmento importante, porque suelen requerir bebidas frías, repuestos para motocicleta, compras rápidas y apoyo de conectividad. Los turistas o visitantes pueden demandar artículos básicos, bebidas, alimentos y algunos servicios de apoyo durante su paso por el sector. Por su parte, las instituciones representan una clientela potencial relevante para compras puntuales de mercado, utensilios, algunos insumos o dotaciones menores.

También puede considerarse como cliente secundario a pequeños productores, trabajadores del campo y personas vinculadas a actividades agropecuarias, quienes podrían encontrar en el negocio un punto útil para adquirir herramientas básicas, equipos o productos de apoyo para sus labores. Esa relación es coherente con el peso que tiene la actividad agropecuaria dentro del departamento.

Tabla 1. Segmentos de clientes del negocio

Segmento de cliente	Características principales	Necesidades más frecuentes
Comunidad del sector	Habitantes permanentes de Palmarito y alrededores	Mercado, bebidas frías, artículos del hogar, conectividad y productos de uso diario
Transportadores	Personas de paso o con movilidad constante por la zona	Bebidas, repuestos para motocicleta, compras rápidas y acceso a internet
Instituciones	Entidades locales con requerimientos ocasionales	Compras puntuales de insumos, utensilios y abastecimiento menor
Turistas y visitantes	Población flotante o temporal	Productos básicos, bebidas y apoyo en conectividad
Pequeños productores	Trabajadores rurales y agropecuarios	Equipos menores, herramientas básicas e insumos agropecuarios

3. COMPETENCIA

De acuerdo con la información suministrada, en el sector no existen tiendas tan completas como la propuesta de Almacén Rosita. Los competidores identificados son Carlos Echeverry, enfocado en productos agropecuarios y variedades, y Fabio Moreno, enfocado en mercado y bebidas frías. Esto indica que sí hay oferta parcial, pero no una oferta amplia que reúna en un solo punto varias categorías de productos y servicios.

Esa situación representa una oportunidad importante. El negocio no necesita competir solo por precio, sino por amplitud de surtido, conveniencia, cercanía y calidad de servicio. Mientras otros establecimientos parecen concentrarse en una o dos líneas principales, Almacén Rosita puede destacarse por integrar productos del hogar, de consumo diario, de movilidad, de trabajo agropecuario y de conectividad. Esa combinación resulta especialmente útil en un territorio donde desplazarse para resolver varias necesidades puede ser costoso y difícil.

La competencia, por tanto, no debe verse como una barrera que impide el proyecto, sino como una señal de que existe movimiento comercial en el sector. La clave estará en organizar bien el surtido, priorizar los productos más necesarios y mantener una atención confiable que permita fidelizar a la clientela.

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en crear un almacén de variedades en la inspección de Palmarito, con una oferta comercial más amplia de lo habitual para el sector. El establecimiento venderá mercado, bebidas frías alcohólicas y no alcohólicas, conectividad a internet, repuestos para motocicletas, utensilios de cocina, equipos agrícolas y productos agropecuarios. Su propósito es convertirse en un punto de apoyo para resolver necesidades del hogar, del trabajo y de la movilidad en un mismo lugar.

La propuesta es atractiva porque combina utilidad cotidiana con utilidad productiva. No se trata de una tienda enfocada únicamente en consumo rápido, sino de un almacén pensado para servir tanto a la comunidad como a personas que trabajan, se movilizan o desarrollan actividades agropecuarias en la zona. Eso le da mayor alcance y mejores posibilidades de permanencia en el mercado.

Además, el modelo del negocio es coherente con las condiciones del territorio. En Cumaribo, por su gran extensión y retos de acceso, tener un comercio local que acerque productos variados representa una ventaja para la población. Sumado a ello, la incorporación de parque solar e internet satelital fortalece la operación del negocio y reduce la dependencia de condiciones externas de energía y conectividad.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

Almacén Rosita ofrecerá mercado, bebidas frías, conectividad a internet, repuestos para motocicletas, utensilios de cocina, equipos agrícolas y productos agropecuarios. Esta variedad de líneas comerciales le da al negocio una identidad práctica y amplia, capaz de atender necesidades básicas y productivas al mismo tiempo.

El mercado y las bebidas frías serán productos de alta rotación, necesarios para sostener flujo constante de ventas. La conectividad a internet será un servicio de apoyo muy importante, pues permite que el establecimiento no solo venda, sino que también preste una solución útil en un entorno donde la comunicación y el acceso digital pueden ser limitados. Los repuestos para motocicletas responden a una necesidad clave de movilidad rural, mientras que los utensilios de cocina y algunos artículos del hogar atienden necesidades permanentes de la comunidad. Finalmente, los equipos agrícolas y productos agropecuarios conectan el almacén con la realidad productiva del territorio y con la importancia que tiene el sector agropecuario para Vichada.

Para darle coherencia financiera al plan, se asume que el dato de $400.000 no corresponde al precio promedio de cada artículo, ya que el negocio venderá desde productos pequeños hasta artículos de mayor valor. En este documento se interpreta esa cifra como un valor de compra promedio alta o compra mixta de ciertos clientes, mientras que el ticket operativo común podría moverse entre compras pequeñas de consumo diario y compras medianas de surtido o repuestos.

Tabla 2. Oferta principal de productos y servicios

Línea de oferta	Descripción	Función dentro del negocio
Mercado	Productos básicos de consumo diario	Generar ventas frecuentes y atender necesidades del hogar
Bebidas frías	Bebidas alcohólicas y no alcohólicas	Atraer clientes de alta rotación y consumo inmediato
Conectividad a internet	Servicio de acceso o apoyo digital	Brindar valor agregado y resolver necesidades de comunicación
Repuestos para motocicletas	Piezas básicas y de mayor salida	Apoyar la movilidad rural y atender urgencias mecánicas

Utensilios de cocina	Artículos funcionales para el hogar	Complementar la oferta de variedades
Equipos agrícolas	Herramientas y equipos menores	Apoyar labores productivas del sector
Productos agropecuarios	Insumos y artículos relacionados	Conectar el negocio con la dinámica rural y agropecuaria

6. PROCESOS TÉCNICOS

El negocio funcionará mediante atención directa en sitio. Sin embargo, para que su operación sea eficiente, se requiere organizar internamente el surtido por categorías y establecer un control sencillo pero constante de inventario. El proceso técnico inicia con la compra y recepción de mercancía, continúa con la clasificación de productos según su tipo y termina con la venta, reposición y revisión periódica de existencias.

Los productos de consumo diario deben ubicarse en estanterías de fácil acceso y alta visibilidad. Las bebidas frías necesitan almacenamiento adecuado en congeladores. Los repuestos de motocicleta conviene organizarlos por referencia y uso, mientras que los utensilios de cocina y equipos agrícolas deben exhibirse de forma ordenada para facilitar la consulta del cliente. El negocio debe llevar un control mínimo de entradas, salidas, productos más vendidos, reposición semanal y mercancía de baja rotación.

El parque solar y el internet satelital serán piezas centrales del funcionamiento del almacén. La necesidad de contar con energía confiable para conservar bebidas frías y sostener la operación diaria tiene especial sentido en Cumaribo, donde el fortalecimiento energético sigue siendo una línea estratégica de desarrollo. De igual forma, la conectividad no solo servirá como servicio al cliente, sino también como apoyo para control básico de ventas y comunicación con proveedores. (IPSE)

7. REQUISITOS LEGALES

Para iniciar actividades de manera organizada, Almacén Rosita debe avanzar en su proceso básico de formalización. La matrícula mercantil corresponde al registro que deben hacer los comerciantes y los establecimientos de comercio en la cámara de comercio con jurisdicción en el lugar donde desarrollarán su actividad. La Cámara de Comercio de Bogotá explica, a manera de guía general, que la matrícula mercantil aplica tanto para personas naturales comerciantes como para establecimientos de comercio y que requiere, entre otros documentos, el RUT y el formulario correspondiente.

En materia tributaria, la DIAN establece que el RUT debe mantenerse actualizado y que, para facturar electrónicamente, se requiere acceso al correo registrado en el RUT, certificado de firma digital, equipo con acceso a internet e instrumento de firma electrónica para autorizar la numeración, según corresponda al obligado. La DIAN también señala que deben facturar electrónicamente, entre otros, las personas jurídicas, los responsables de IVA, los responsables del impuesto al consumo y las personas naturales que superen ciertos topes o cumplan condiciones previstas en la norma.

En este caso, además 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. Ese acompañamiento es importante porque facilita que el negocio arranque con mayor claridad sobre sus deberes administrativos y tributarios.

Como el establecimiento comercializará bebidas alcohólicas, también será recomendable revisar las condiciones municipales aplicables a su venta y verificar los requisitos que correspondan según el funcionamiento del local y la normatividad del municipio.

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización será la atención directa en sitio, lo cual coincide con la información base del proyecto y con la realidad comercial del sector. Los clientes llegarán al establecimiento, identificarán la mercancía disponible y realizarán sus compras de manera inmediata.

No obstante, el negocio puede fortalecerse con canales complementarios sencillos. El primero será el voz a voz, que en zonas rurales tiene un valor muy alto. El segundo será el uso de WhatsApp o llamadas, aprovechando el internet satelital para informar sobre disponibilidad de ciertos productos, llegada de surtido o repuestos específicos. El tercero puede ser la relación directa con transportadores, pequeños productores e instituciones locales, quienes pueden convertirse en clientes frecuentes si encuentran utilidad y cumplimiento en el almacén.

En un negocio de estas características, la comercialización no depende de estrategias complejas, sino de confianza, cercanía, surtido y capacidad de respuesta. Por ello, una buena atención y una oferta estable serán más determinantes que una publicidad amplia.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

La información base plantea ventas estimadas de $2.800.000 semanales. Tomando esa cifra como base, se proyecta una venta mensual inicial aproximada de $11.200.000 y una venta anual base de $134.400.000.

Dado que se trata de un almacén surtido, con productos de bajo, medio y mayor valor, es razonable pensar que la venta semanal se construirá a partir de muchas compras pequeñas y medianas, combinadas con algunas compras más altas de repuestos, equipos o productos agropecuarios. Para este plan se propone un crecimiento gradual durante el primer año, sin exagerar las cifras.

Tabla 3. Proyección estimada de ventas del año 1

Periodo	Venta mensual estimada
Meses 1 a 3	$11.200.000
Meses 4 a 6	$11.700.000
Meses 7 a 9	$12.300.000
Meses 10 a 12	$12.800.000

Venta anual proyectada: $144.000.000

Esta proyección parte de una lógica prudente: un arranque con buena aceptación local, mejora progresiva del surtido y consolidación de clientes frecuentes. No supone crecimiento acelerado, sino aumento moderado por posicionamiento comercial.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales del negocio se relacionan con los equipos y recursos físicos indicados en la información base: parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas y sillas. Sin embargo, por la naturaleza del almacén, el costo más importante será realmente el capital invertido en surtido, ya que la variedad de productos exige una inversión significativa en inventario.

Tabla 4. Estimación mensual de costos operativos

Concepto	Valor estimado mensual
Reposición de mercado y bebidas	$4.500.000
Reposición de repuestos y variedades	$2.300.000
Productos agropecuarios y equipos menores	$1.400.000
Internet satelital	$180.000
Transporte y abastecimiento	$500.000
Mantenimiento y contingencias	$250.000
Apoyo del ayudante	$1.000.000
Empaques y gastos menores	$170.000
Total estimado	**$10.300.000**

Con una venta mensual inicial estimada en $11.200.000, el margen del negocio al comienzo sería moderado, pero puede mejorar si se identifican rápidamente los productos de mayor salida, se evitan compras innecesarias de mercancía lenta y se fortalece la rotación de inventario. En negocios de variedades, la rentabilidad depende mucho de surtir bien, pero también de no inmovilizar demasiado capital en referencias de muy baja salida.

11. TALENTO HUMANO

Para iniciar, el negocio requerirá dos personas: el dueño y un ayudante. Esta estructura es adecuada para la etapa inicial, porque permite atender al público, organizar mercancía, controlar inventario y mantener el punto de venta sin cargar demasiado la operación con costos de personal altos.

El dueño será responsable de la administración general, el manejo de dinero, la compra de surtido, la relación con proveedores y la supervisión del almacén. El ayudante apoyará en atención al cliente, organización de productos, aseo del establecimiento, revisión de existencias y apoyo logístico durante jornadas de mayor movimiento.

A medida que el negocio crezca, podría evaluarse una mayor especialización de funciones o apoyo adicional en temporadas de alta demanda. Pero para comenzar, una operación familiar o de baja escala es razonable y ayuda a proteger la rentabilidad.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Almacén Rosita necesita una infraestructura básica, pero bien organizada, para cumplir con su promesa de variedad y servicio. Los requerimientos principales son parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas y sillas. Además, se requiere un espacio adecuado para almacenar y exhibir mercancía de diferentes tipos, así como capital suficiente para mantener surtido constante.

También serán necesarios elementos de apoyo, como vitrinas sencillas, recipientes de organización, cajas de almacenamiento, sistema básico de control de ventas, material de empaque y señalización del local. Por tratarse de un negocio con productos de distintas líneas, la organización física del espacio será importante para evitar desorden y facilitar la compra.

La necesidad de contar con energía y conectividad estables es especialmente importante en Cumaribo, donde las soluciones energéticas han sido priorizadas precisamente por su impacto sobre la vida cotidiana y los proyectos productivos. Esto refuerza la pertinencia de incluir parque solar e internet satelital dentro del modelo del negocio.

13. VALOR DEL PROYECTO

La información base estima un presupuesto inicial de $30.000.000, cifra que resulta coherente con la naturaleza del negocio, especialmente porque un almacén de variedades necesita una inversión más alta en inventario que una tienda tradicional pequeña.

Tabla 5. Inversión inicial estimada

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$5.000.000
Internet satelital e instalación	$900.000
Congeladores	$2.500.000
Computador o equipo básico	$1.500.000
Estanterías, mesas y sillas	$2.100.000
Adecuación y organización del espacio	$1.500.000
Inventario inicial de mercado y bebidas	$6.000.000
Inventario inicial de repuestos y variedades	$5.500.000
Inventario inicial agropecuario y equipos	$4.000.000
Empaques, caja y contingencias	$1.000.000
Total estimado	**$30.000.000**

Esta distribución muestra que el valor del proyecto es razonable y que la mayor parte de la inversión debe destinarse al surtido. En este tipo de negocio, tener mercancía suficiente y bien escogida es más importante que tener una infraestructura costosa.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo del negocio puede desarrollarse en cuatro etapas. La primera será la adecuación del local y organización del espacio comercial. La segunda será la compra de equipos básicos como parque solar, internet satelital y congeladores. La tercera será la compra y clasificación inicial del surtido por líneas de producto. La cuarta será el inicio de operación con atención directa al público, registro básico de ventas y seguimiento al comportamiento de la clientela.

Tabla 6. Etapas del plan operativo

Etapa	Actividades principales	Resultado esperado
Etapa 1. Adecuación	Organización del local, distribución del espacio y preparación del punto de venta	Espacio funcional y ordenado
Etapa 2. Instalación de equipos	Adquisición e instalación de parque solar, internet satelital y congeladores	Condiciones básicas de operación
Etapa 3. Surtido inicial	Compra, clasificación y ubicación de mercancía por líneas	Inventario inicial disponible
Etapa 4. Puesta en marcha	Atención al público, registro básico de ventas y seguimiento de demanda	Inicio formal de operaciones

En la rutina diaria, el negocio deberá abrir con revisión de inventario visible, organización del local y verificación del funcionamiento de energía e internet. Durante la jornada, será importante registrar qué productos preguntan más, cuáles salen más rápido y cuáles requieren reposición. Al cierre del día, se recomienda llevar control del dinero, revisar existencias críticas y dejar listo el local para la siguiente jornada.

En el mediano plazo, el plan operativo debe enfocarse en fortalecer las líneas más demandadas, mejorar la exhibición, construir relaciones con proveedores y ajustar el inventario según la realidad del sector. Ese aprendizaje temprano será fundamental para que el negocio no se llene de mercancía lenta y sí consolide una oferta útil y rentable.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado del negocio es positivo para la comunidad y para el territorio. Almacén Rosita acercará bienes y servicios que actualmente son de difícil acceso o que exigen desplazamientos costosos para su adquisición. Eso significa ahorro de tiempo, mayor comodidad para la comunidad y mejores condiciones para atender necesidades cotidianas y productivas.

En lo económico, el almacén puede dinamizar pequeñas compras locales, generar ingreso para la familia propietaria y aportar un empleo de apoyo. En lo social, se convierte en un punto de solución para la comunidad. En lo productivo, puede apoyar la movilidad, el trabajo agropecuario y el abastecimiento de artículos necesarios para el hogar y para labores del campo. Esta utilidad cobra

aún más sentido en un departamento donde el abastecimiento agropecuario depende en buena medida de otras regiones del país.

Su alcance inicial será local, centrado en la inspección de Palmarito y su entorno cercano. Sin embargo, si el negocio logra consolidarse como un punto confiable, puede ampliar su influencia sobre visitantes, transportadores y población flotante del sector.

16. MAPA DE ACTORES

Tabla 7. Mapa de actores relacionados con el negocio

Actor	Relación con el negocio	Interés principal
Comunidad del sector	Cliente principal	Acceso cercano a bienes variados y servicios útiles
Transportadores	Cliente frecuente de paso	Bebidas, repuestos, conectividad y compras rápidas
Instituciones	Cliente potencial	Compras puntuales y apoyo local
Turistas y visitantes	Cliente ocasional	Abastecimiento básico y atención
Pequeños productores	Cliente funcional	Equipos, insumos y productos agropecuarios
Proveedores	Aliados comerciales	Venta y reposición de mercancía
Dueño del negocio	Responsable principal	Rentabilidad y sostenibilidad
Ayudante	Apoyo operativo	Atención y organización diaria

Este mapa muestra que Almacén Rosita no se limita a un solo tipo de cliente. Su propuesta conecta consumo cotidiano, movilidad, trabajo rural y conectividad, lo que aumenta su posibilidad de sostenibilidad si se administra bien.

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Almacén Rosita es una propuesta de negocio viable, pertinente y bien orientada para la inspección de Palmarito, porque responde a una necesidad concreta del territorio: disponer de un punto comercial amplio donde la comunidad pueda resolver varias necesidades sin tener que desplazarse largas distancias. Su principal fortaleza está en la variedad de productos, la ubicación estratégica, la conectividad y la capacidad de servir tanto a la vida cotidiana como a la actividad productiva local.

El proyecto es coherente con la realidad de Cumaribo y del departamento del Vichada, donde la gran extensión territorial, los retos de acceso y la dependencia de abastecimiento externo hacen valiosos los negocios locales bien surtidos. Si el almacén se maneja con orden, control de inventario, formalización básica y buen servicio al cliente, tiene condiciones reales para sostenerse y crecer de manera progresiva. (Banca de las Oportunidades)

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 Demetrio Pérez Romo
Emprendedor

Yishleni Johana Morales Beltran
Orientadora de emprendimiento

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

NOMBRE DEL PROYECTO	**IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES QUE CONTRIBUYAN AL EMPRENDIMIENTO Y AUMENTO DE CAPACIDADES LOGÍSTICAS DE LOS PEQUEÑOS TENDEROS EN LA ZONA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE VICHADA**
ACTIVIDAD	REALIZAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LAS UNIDADES PRODUCTIVAS POPULARES EN LAS ZONAS RURALES.
DESCRIPCIÓN	ENTREGA DE LA GUIA METODOLÓGICA PARA LA ESTRUCTURACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO Y SU DESARROLLO.
BENEFICIARIO	Jose Demetrio Perez Romo
TIENDA	Almacen Rosita
FECHA	7/02/2026



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: 4/03/2026

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 Perez

Nombres: Jose Demetrio Perez Romo

CC: 1127452217

OBSERVACIONES:

Frankil Rincon Perez

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	Frankli Rincón Pérez
TIENDA	La rinconada
FECHA	07/02/2026



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, Frankil Rincon Perez identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 19.017.612 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: Frd P

Nombres: Frankil Rincon Perez

CC: 19.017.612

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, Frankil Rincon Perez identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 19.017.612, 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 7 días del mes de febrero del año 2026.

RECIBE:

Firma: _____

Nombres: Frankil Rincon Perez

CC: 19.017.612

OBSERVACIONES:

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

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

INFORMACIÓN GENERAL DE LA VISITA

Fecha de visita:		DIA 7	MES 2	AÑO 2026	
Beneficiario	Frankil Rincon Perez				
Cédula	19.017.612			Sexo: ☐Mujer ☑Hombre	
Departamento:	Vichada		Municipio:	Cumaribo	
Vereda / Inspección:	Palmarito				
Dirección:	Palmarito		Teléfono de Contacto:	3135192043	

VALIDACIÓN DE CONDICIONES GENERALES DEL PROYECTO

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: Posicionamiento Conocimientos

Retos que enfrenta: Logistica Talento Humano

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

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

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE VERIFICACIÓN

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

COMPROMISOS DE LA VISITA

Acciones acordadas en la visita	Plan Logistico
Compromisos del beneficiario:	Plan de conocimientos
Observaciones:	DOFA

Firma: _____
Beneficiario: Frankil Rincon
Cédula: 19.017.612

Firma: _____
Profesional: Yisleni Morales
Cédula: 1.121.898.672

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, Frankil Rincon Perez, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 19.017.612 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 7 días del mes de febrero del año 2026.

RECIBE:

Firma: F. R

Nombres: Frankil Rincon Perez

CC: 19.017.612

Huella



OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

LA RINCONADA

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: FRANKIL RINCON

EMPRENDEDORA

Ubicación: Vía Palmarito a Cumaribo, municipio de Cumaribo, departamento de Vichada, Colombia.

FEBRERO DE 2026

GOBERNACION DE

SGR

ASOSUPRO

fundacion
servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

El negocio La Rinconada surge como respuesta a una necesidad concreta de las personas que habitan en el sector y de quienes transitan de manera frecuente por la vía Palmarito a Cumaribo. En zonas rurales y apartadas del municipio, no siempre existen puntos cercanos donde se puedan adquirir productos de mercado, bebidas frías, queso y servicios de conectividad, lo que obliga a la población a desplazarse largas distancias o a depender de una oferta limitada e irregular. Esta situación representa un gasto adicional de tiempo y dinero, especialmente para familias, transportadores, trabajadores del campo y viajeros.

Además, en territorios como este, donde las condiciones geográficas y de movilidad pueden dificultar el acceso a bienes básicos, contar con un establecimiento bien ubicado representa una solución práctica para la vida cotidiana. La necesidad no solo consiste en vender productos, sino en acercar bienes y servicios útiles a un entorno donde la disponibilidad de estos puede ser escasa o intermitente. En ese sentido, el negocio busca facilitar el acceso a artículos de consumo inmediato y frecuente, así como a un servicio de conectividad que hoy resulta importante para la comunicación, la consulta de información y algunas gestiones básicas.

Otro elemento importante es el aprovechamiento del queso producido en la finca, ya que esto permite responder a una necesidad de consumo local y, al mismo tiempo, darle valor agregado a una producción propia. De esta manera, el negocio atiende una necesidad de abastecimiento, mejora la comodidad de los usuarios del sector y fortalece la economía local mediante una propuesta sencilla pero útil.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes potenciales de La Rinconada pertenecen a varios grupos que permiten proyectar una demanda variada. En primer lugar, está la comunidad del sector, conformada por familias y residentes cercanos que requieren productos de mercado para el hogar, bebidas frías, queso y, en algunos casos, acceso a internet. Este grupo representa una base importante para las ventas porque puede generar compras frecuentes y sostenidas en el tiempo.

En segundo lugar, se encuentran los transportadores, quienes son clientes estratégicos por tratarse de personas que recorren la vía y necesitan un sitio donde detenerse, refrescarse, abastecerse y, eventualmente, conectarse a internet. Estos clientes suelen valorar mucho la ubicación del negocio, la rapidez en la atención y la posibilidad de encontrar varios productos en un mismo lugar.

También se incluyen las instituciones, que pueden requerir compras puntuales, apoyo logístico o servicios complementarios, dependiendo de sus actividades en la zona. Aunque no se trate de clientes permanentes, sí representan una oportunidad para ventas de mayor valor en determinados momentos.

Otro segmento importante es el de los turistas y transeúntes, que pueden necesitar bebidas frías, queso, productos básicos o un punto de conectividad durante su paso por el sector. En una vía

transitada, este tipo de cliente puede convertirse en una fuente importante de ingresos si el negocio logra proyectar orden, disponibilidad y buena atención.

Esta diversidad de clientes favorece la sostenibilidad del proyecto, ya que reduce la dependencia de un solo mercado y permite que el negocio se mantenga activo tanto por compras cotidianas como por ventas ocasionales de paso.

3. COMPETENCIA

De acuerdo con la información aportada, los principales competidores o negocios similares en el entorno son Juan Arciniegas, quien ofrece bebidas frías y mercado, y Luis Horopa, quien comercializa mercado, pollo y queso. Esto indica que sí existe actividad comercial en la zona y que la comunidad ya tiene ciertas opciones para resolver algunas necesidades básicas.

Sin embargo, la propuesta de La Rinconada tiene la posibilidad de diferenciarse claramente. Aunque los competidores ofrecen parte de los productos que demanda la población, el nuevo negocio integrará en un mismo punto mercado, bebidas frías, conectividad y queso producido en la finca, lo cual le da una identidad propia. Además, la combinación entre producción propia de queso y atención al público puede convertirse en una fortaleza importante, porque permite ofrecer un producto cercano, con identidad del territorio y posiblemente con mejor frescura.

La competencia existente debe verse como una señal positiva, ya que confirma que hay una demanda real. No obstante, para sobresalir será importante trabajar en factores como la calidad del servicio, el orden del establecimiento, la variedad de productos, la buena presentación y la disponibilidad constante. En territorios rurales, muchas veces el cliente prefiere un negocio no solo por el precio, sino por la confianza, la ubicación y la facilidad para encontrar lo que necesita en un solo lugar.

Tabla 1. Análisis básico de competencia

Negocio	Oferta principal	Fortalezas	Oportunidad para La Rinconada
Juan Arciniegas	Bebidas frías y mercado	Oferta básica de consumo frecuente	Diferenciarse con queso propio y conectividad
Luis Horopa	Mercado, pollo y queso	Variedad alimentaria	Competir con mejor ubicación, bebidas y servicio de internet
La Rinconada	Mercado, bebidas frías, conectividad y queso	Oferta integrada, ubicación en vía, producto propio	Posicionarse como punto práctico y confiable

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en poner en funcionamiento un establecimiento comercial llamado La Rinconada, ubicado en la vía Palmarito a Cumaribo, orientado a la venta de productos de mercado para el hogar, bebidas frías alcohólicas y no alcohólicas, conectividad a internet y queso producido en la finca. La propuesta busca aprovechar una ubicación estratégica para atender tanto a la población vecina como a las personas que transitan por el sector.

Se trata de un negocio pensado para responder a necesidades concretas del entorno, ofreciendo en un solo lugar productos de uso frecuente y un servicio complementario muy valorado como la conectividad. La inclusión del queso como producto propio le da al negocio una característica especial, ya que no solo actúa como punto de venta, sino también como espacio para comercializar un producto del territorio, lo que puede generar reconocimiento y mayor confianza entre los clientes.

La idea tiene además un enfoque práctico y realista. No parte de una estructura demasiado compleja, sino de una operación básica de atención directa en sitio, que puede crecer progresivamente a medida que aumente la clientela. Esto permite iniciar con una base ordenada, con costos controlados y con posibilidad de ampliar el surtido en el futuro.

En esencia, La Rinconada se concibe como un negocio de cercanía, servicio y abastecimiento, que busca ser útil para la comunidad y al mismo tiempo convertirse en una fuente de ingresos estable para su propietario.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

El portafolio de La Rinconada estará conformado por productos y servicios ajustados a las necesidades del sector. En primer lugar, se ofrecerán productos de mercado, entendidos como artículos de consumo básico para el hogar, cuya demanda es permanente en la comunidad. Estos productos permitirán atender necesidades cotidianas y garantizar que el establecimiento tenga movimiento constante.

En segundo lugar, se venderán bebidas frías, tanto alcohólicas como no alcohólicas, las cuales tienen buena rotación en zonas cálidas y de tránsito frecuente. Este tipo de producto resulta especialmente atractivo para transportadores, turistas y vecinos del sector, quienes buscan refrescarse o adquirir bebidas para consumo inmediato.

Otro componente importante será la comercialización de queso producido en la finca. Este producto representa una fortaleza del negocio, ya que parte de una producción cercana y puede ofrecerse con frescura, identidad local y valor agregado. Además, el queso puede atraer clientes específicos y fortalecer la diferenciación frente a otros establecimientos.

Finalmente, el negocio prestará servicio de conectividad a internet, el cual puede convertirse en un factor decisivo para atraer usuarios. En sectores rurales o de tránsito, contar con acceso a internet puede ser una ventaja significativa para comunicación, consultas o necesidades rápidas de conexión.

Tabla 2. Portafolio inicial

Producto o servicio	Descripción	Demanda esperada
Mercado	Productos básicos para el hogar	Alta
Bebidas frías	Alcohólicas y no alcohólicas	Alta
Queso	Producto elaborado en la finca	Media-alta
Internet	Servicio de conectividad para usuarios	Media, con potencial
Atención en sitio	Servicio directo y cercano	Permanente

La fortaleza del portafolio está en que reúne productos de consumo inmediato con bienes de primera necesidad y un servicio adicional que mejora la experiencia del cliente.

6. PROCESOS TÉCNICOS

El negocio operará mediante un sistema sencillo pero organizado. El primer proceso será el abastecimiento, que consistirá en adquirir los productos de mercado y las bebidas necesarias para mantener el surtido. Este abastecimiento deberá hacerse de forma periódica, de acuerdo con el movimiento del negocio y con la capacidad de almacenamiento disponible.

El segundo proceso corresponde al manejo y conservación de productos. Las bebidas frías deberán mantenerse en congeladores o equipos adecuados para garantizar su temperatura y calidad. Los productos de mercado deben organizarse en estanterías limpias, visibles y seguras. En cuanto al queso, se deberá cuidar su conservación y exhibición para mantener sus condiciones de calidad, presentación e inocuidad.

Un tercer proceso será la atención al cliente, que se realizará directamente en el sitio. Esto implica recibir al usuario, orientarlo, ofrecerle los productos disponibles, cobrar de forma ordenada y mantener un trato cordial. Dado que el negocio estará sobre una vía, la atención debe ser rápida, práctica y respetuosa.

También será necesario un proceso de control de inventario y caja, con el fin de llevar registro de las ventas, las existencias y los productos de mayor rotación. Aunque sea un negocio pequeño, llevar un control básico ayudará a evitar pérdidas, identificar qué surtido conviene fortalecer y planear mejor las compras.

Adicionalmente, el funcionamiento de la conectividad dependerá del internet satelital y del soporte energético a través del parque solar, por lo que se requerirá mantenimiento básico y supervisión para garantizar la continuidad del servicio.

Resumen del proceso técnico

1. Compra y recepción de mercancía.
2. Organización y almacenamiento.
3. Conservación de bebidas y queso.

4. Atención directa al cliente.
5. Registro de ventas y control de caja.
6. Revisión de inventario y reposición.
7. Mantenimiento básico de equipos.

7. REQUISITOS LEGALES

Para el adecuado funcionamiento de La Rinconada, es importante avanzar en un proceso de formalización que le permita operar con mayor seguridad y proyección. En este sentido, deben contemplarse aspectos como el registro del negocio, la definición de la actividad económica, la actualización del Registro Único Tributario (RUT), el cumplimiento de obligaciones tributarias y la organización contable básica del establecimiento.

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 orientación para el fortalecimiento del emprendimiento y su correcta puesta en marcha.

Además, por tratarse de un negocio de venta de alimentos y bebidas, será importante mantener condiciones adecuadas de higiene, almacenamiento y manipulación de productos. En el caso de las bebidas alcohólicas, se deben observar las disposiciones que resulten aplicables en materia de comercialización y funcionamiento del establecimiento. Igualmente, conviene verificar las condiciones del uso del espacio donde funcionará el negocio y atender cualquier requisito local relacionado con su operación.

La formalización no debe verse solo como un requisito, sino como una herramienta que le da mayor seriedad al negocio, facilita la relación con proveedores, mejora la confianza de los clientes y abre la posibilidad de acceder a apoyos institucionales en el futuro.

Tabla 3. Aspectos legales orientadores

Tema	Requisito o gestión sugerida
Formalización	Registro del establecimiento o matrícula mercantil
Tributario	Inscripción o actualización del RUT
Facturación	Revisión de facturación electrónica según corresponda
Higiene	Buen manejo y conservación de alimentos
Comercialización	Cumplimiento de condiciones de funcionamiento
Organización	Registros básicos de compras y ventas

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización será la venta directa en el punto físico, aprovechando la ubicación sobre la vía Palmarito a Cumaribo. Este canal es el más adecuado para el tipo de productos ofrecidos, ya que permite atención inmediata y facilita la compra por parte de quienes viven cerca o pasan por el lugar.

Otro canal importante será la recomendación voz a voz, especialmente entre la comunidad, transportadores y personas frecuentes del sector. En zonas rurales, este canal es muy efectivo, porque la confianza y la reputación del negocio influyen mucho en la decisión de compra. Una atención amable, precios razonables y buena disponibilidad de productos ayudarán a fortalecer esta forma de promoción.

También puede apoyarse la comercialización a través de contacto por celular o mensajería, especialmente con clientes conocidos o instituciones que quieran consultar disponibilidad de queso, mercado o bebidas antes de acercarse. Esto no reemplaza la venta presencial, pero sí mejora la relación con la clientela y facilita ventas puntuales.

A futuro, si el negocio logra consolidarse, podría evaluar ventas por encargo de ciertos productos, especialmente queso o abastecimiento para eventos pequeños, pero en la etapa inicial lo más recomendable es enfocarse en el punto físico y en construir una clientela estable.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

Con base en la información suministrada, se estima que La Rinconada podría alcanzar ventas semanales cercanas a $840.000, lo que equivale aproximadamente a $3.360.000 mensuales, tomando como referencia cuatro semanas de operación. Esta proyección corresponde a un negocio pequeño en etapa inicial, con una oferta compuesta por productos de mercado, bebidas frías, queso y conectividad.

Para efectos de planeación, resulta conveniente proyectar un crecimiento gradual a medida que el establecimiento gane reconocimiento y aumente la confianza de los clientes. En los primeros meses es razonable esperar un comportamiento más conservador, mientras el negocio se posiciona. Más adelante, la ubicación estratégica y la constancia en la atención pueden impulsar un mayor nivel de ventas.

Tabla 4. Proyección estimada de ventas del primer año

Periodo	Venta semanal estimada	Venta mensual estimada	Observación
Meses 1 a 3	$840.000	$3.360.000	Etapa de inicio
Meses 4 a 6	$950.000	$3.800.000	Mayor reconocimiento
Meses 7 a 9	$1.050.000	$4.200.000	Fidelización de clientes
Meses 10 a 12	$1.150.000	$4.600.000	Consolidación gradual

Bajo este escenario, el negocio podría alcanzar ventas anuales estimadas cercanas a $47.880.000 en el primer año. Esta cifra es orientadora y debe entenderse como una proyección razonable, no como un resultado exacto garantizado.

El valor de $120.000 reportado como precio promedio puede interpretarse como una compra de referencia en ciertos casos, ya que el establecimiento manejará productos de diferentes valores y, por tanto, sus ingresos reales provendrán de múltiples transacciones pequeñas y medianas.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales del negocio corresponden a los equipos y recursos físicos mencionados: parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas y sillas. A estos se deben sumar otros costos necesarios para iniciar, como inventario básico, adecuación del espacio, transporte de mercancía y capital de trabajo.

Teniendo en cuenta que el presupuesto inicial estimado es de $30.000.000, se puede plantear una distribución razonable de la inversión, procurando dejar capacidad no solo para equipar el negocio, sino también para arrancar con inventario suficiente y cierta reserva operativa.

Tabla 5. Estimación de inversión inicial

Concepto	Valor estimado
Parque solar	$7.000.000
Internet satelital e instalación	$2.000.000
Congeladores	$2.800.000
Computador	$1.500.000
Estanterías	$1.200.000
Mesas y sillas	$1.000.000
Adecuación básica del espacio	$3.000.000
Inventario inicial de mercado	$5.500.000
Bebidas frías	$2.000.000
Implementos para conservación y manejo de queso	$1.200.000
Transporte y logística inicial	$1.800.000
Reserva de capital de trabajo	$1.000.000
Total estimado	**$30.000.000**

En cuanto a los gastos mensuales, se deberán considerar la reposición de mercancía, pago de internet, transporte, mantenimiento de equipos, gastos de funcionamiento y apoyo económico para el ayudante. Una buena administración será fundamental para asegurar que el negocio mantenga liquidez y pueda crecer sin afectar su operación diaria.

11. TALENTO HUMANO

El negocio funcionará inicialmente con una estructura humana básica compuesta por el dueño y un ayudante. Esta decisión es coherente con el tamaño del proyecto y con la necesidad de controlar los costos en la etapa inicial. El propietario será la persona encargada de la administración general, la toma de decisiones, la relación con proveedores, el manejo de caja y la supervisión de la atención al cliente.

El ayudante apoyará en tareas operativas como organización del local, revisión del surtido, limpieza, atención básica al público y acompañamiento en el manejo del establecimiento. Esta persona será clave para mantener el orden y facilitar una atención oportuna, especialmente cuando haya mayor flujo de clientes.

Aunque se trata de una estructura pequeña, el talento humano será determinante para el éxito del negocio. En estos contextos, la confianza, la amabilidad, la honestidad y la disposición para atender bien son factores que marcan una gran diferencia. A futuro, si el negocio aumenta sus ventas, se podrá evaluar la vinculación de una persona adicional.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Para que La Rinconada pueda funcionar adecuadamente, requiere una combinación de recursos físicos, técnicos, administrativos y comerciales. En lo físico, necesita un espacio visible, ordenado, limpio y seguro, que permita almacenar productos de mercado, conservar bebidas frías y exhibir el queso de manera adecuada.

En lo técnico, son indispensables el parque solar y el internet satelital, ya que permiten sostener la conectividad y el funcionamiento básico de los equipos. También serán necesarios congeladores, mobiliario y un computador que facilite el control de las ventas y del inventario.

En lo comercial, el negocio requiere contar con proveedores confiables y con una programación clara de compras y reposición. No basta con tener el local; también es necesario sostener un surtido útil y ajustado a la demanda real de los clientes. En lo administrativo, será importante llevar registros básicos de entradas, salidas, gastos y ventas para conocer el comportamiento del negocio.

Tabla 6. Principales necesidades del proyecto

Tipo de necesidad	Requerimiento principal
Infraestructura	Espacio comercial funcional, visible, limpio y seguro
Equipos	Congeladores, mobiliario, computador y elementos de atención
Energía y conectividad	Parque solar e internet satelital
Capital de trabajo	Recursos para inventario inicial y reposición
Organización administrativa	Registros básicos de compras, ventas, entradas y salidas
Gestión comercial	Proveedores confiables y programación de surtido
Manejo del producto propio	Conservación adecuada del queso

Servicio al cliente	Atención constante, amable y oportuna

Estas necesidades son alcanzables y están alineadas con el presupuesto planteado para iniciar.

13. VALOR DEL PROYECTO

El valor estimado del proyecto es de $30.000.000, cifra que corresponde al presupuesto considerado necesario para poner en marcha el negocio. Este valor se justifica porque no solo cubre equipos y mobiliario, sino también la adecuación básica del sitio, el inventario inicial, la logística de arranque y un margen de capital de trabajo.

Desde el punto de vista económico, el proyecto tiene valor porque ofrece productos y servicios que sí son necesarios en el territorio y porque aprovecha una ubicación que favorece el flujo de clientes. Desde el punto de vista social, su valor es aún mayor, ya que contribuye a acercar bienes y servicios a una comunidad con limitaciones de acceso y a personas que recorren frecuentemente la vía.

Además, el proyecto tiene valor productivo porque incorpora la comercialización de queso producido en la finca, lo cual permite integrar actividad rural con actividad comercial. Esto fortalece la sostenibilidad del negocio y le da una identidad más clara dentro del territorio.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo de La Rinconada se basa en un modelo sencillo de funcionamiento diario. Cada jornada debe comenzar con la revisión del local, la organización de productos, el encendido y control de equipos de refrigeración, la verificación de conectividad y la disponibilidad del surtido. Luego se procede a la atención directa al cliente durante el horario definido.

Durante el día, se deben mantener visibles y ordenados los productos de mercado, las bebidas frías y el queso, procurando que el establecimiento transmita limpieza, seguridad y facilidad de compra. La atención debe ser ágil, especialmente para quienes están de paso y requieren una compra rápida.

Al finalizar la jornada, será necesario hacer conteo de caja, verificación de existencias, limpieza del espacio y programación de necesidades para el siguiente día o la siguiente semana. Periódicamente se deberán revisar las ventas, identificar cuáles productos se mueven más y ajustar el surtido de acuerdo con la realidad del negocio.

Tabla 7. Plan operativo básico

Actividad	Frecuencia	Responsable
Apertura y revisión general	Diaria	Dueño
Organización del surtido	Diaria	Ayudante
Atención al cliente	Diaria	Dueño / ayudante
Control de caja	Diaria	Dueño
Limpieza y orden	Diaria	Ayudante
Revisión de inventario	Diaria y semanal	Dueño
Compra o reposición de productos	Semanal o según demanda	Dueño

Este plan permite una operación organizada, con control básico y atención continua a la clientela.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de La Rinconada en la comunidad y en el territorio es positivo. En primer lugar, el negocio permitirá acercar productos y servicios de difícil acceso a los habitantes del sector y a quienes transitan por la vía. Esto mejora la comodidad, reduce desplazamientos y facilita el abastecimiento oportuno de bienes de consumo cotidiano.

En segundo lugar, el negocio contribuirá al fortalecimiento de la economía local. Aunque comience como una unidad pequeña, generará ingresos para el propietario, empleo para un ayudante y movimiento comercial para proveedores y productores vinculados al surtido. También aporta valor al aprovechar un producto de la finca, integrándolo al circuito comercial del sector.

En tercer lugar, la presencia de un punto de conectividad y abastecimiento en la vía mejora el alcance del servicio para turistas, transportadores y transeúntes, lo que puede convertir al negocio en un lugar de referencia. Su impacto será inicialmente local, pero con capacidad de ampliar su reconocimiento entre las personas que recorren esta ruta con frecuencia.

En términos sociales, el proyecto responde a una necesidad concreta del territorio y puede convertirse en un apoyo importante para la vida diaria de la comunidad.

16. MAPA DE ACTORES

El mapa de actores de La Rinconada está conformado por las personas y grupos que participan directa o indirectamente en el funcionamiento del negocio. En el centro se encuentra el propietario, quien lidera la operación y toma decisiones. Junto a él está el ayudante, quien apoya la atención, el orden y las tareas diarias del establecimiento.

Entre los actores externos más importantes están la comunidad del sector, los transportadores, las instituciones, los turistas y los transeúntes, quienes son los principales clientes del negocio. También se encuentran los proveedores, que permiten mantener el surtido de mercado y bebidas, y los actores de apoyo que pueden orientar temas de formalización y fortalecimiento del emprendimiento.

Tabla 8. Mapa de actores

Actor	Relación con el negocio	Interés principal
Propietario	Dirección y administración	Sostenibilidad e ingresos
Ayudante	Apoyo operativo	Empleo y estabilidad
Comunidad	Cliente frecuente	Acceso a productos y servicios
Transportadores	Cliente estratégico	Compra rápida y abastecimiento
Instituciones	Cliente ocasional	Compras puntuales o apoyo logístico
Turistas y transeúntes	Cliente de paso	Refresco, mercado, conectividad
Proveedores	Abastecimiento	Relación comercial estable
Entidades de apoyo	Orientación y fortalecimiento	Formalización y crecimiento

Este mapa muestra que el negocio tiene relación con una red diversa de actores, lo cual aumenta sus posibilidades de permanencia si se administra con orden y constancia.

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

La Rinconada es una propuesta de negocio pertinente, viable y útil para el sector de la vía Palmarito a Cumaribo. Su principal fortaleza radica en que responde a una necesidad real del territorio: ofrecer en un solo lugar productos de mercado, bebidas frías, conectividad y queso, aprovechando además una ubicación estratégica y un producto propio de la finca.

El negocio parte de una inversión importante pero razonable frente al tipo de operación que se quiere montar. Cuenta con una estructura básica de talento humano, una oferta clara y un mercado potencial identificado. Si se mantiene una buena atención, un surtido adecuado y una administración ordenada, el proyecto tiene posibilidades reales de consolidarse y crecer progresivamente.

Más allá de su valor económico, La Rinconada tiene un aporte social significativo, porque facilita el acceso a bienes y servicios en un entorno donde estos no siempre están al alcance inmediato de la población. Por ello, se considera que este plan ofrece una base seria y funcional para poner en marcha el negocio y fortalecerlo con el tiempo.

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.

Frankil Rincon Pérez
Emprendedor

Yishleni Johana Morales Beltran
Orientadora de emprendimiento

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

NOMBRE DEL PROYECTO	**IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES QUE CONTRIBUYAN AL EMPRENDIMIENTO Y AUMENTO DE CAPACIDADES LOGÍSTICAS DE LOS PEQUEÑOS TENDEROS EN LA ZONA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE VICHADA**
ACTIVIDAD	REALIZAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LAS UNIDADES PRODUCTIVAS POPULARES EN LAS ZONAS RURALES.
DESCRIPCIÓN	ENTREGA DE LA GUIA METODOLÓGICA PARA LA ESTRUCTURACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO Y SU DESARROLLO.
BENEFICIARIO	Frankli Rincón Pérez
TIENDA	La rinconada
FECHA	07/02/2026



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: 5-3-2026

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



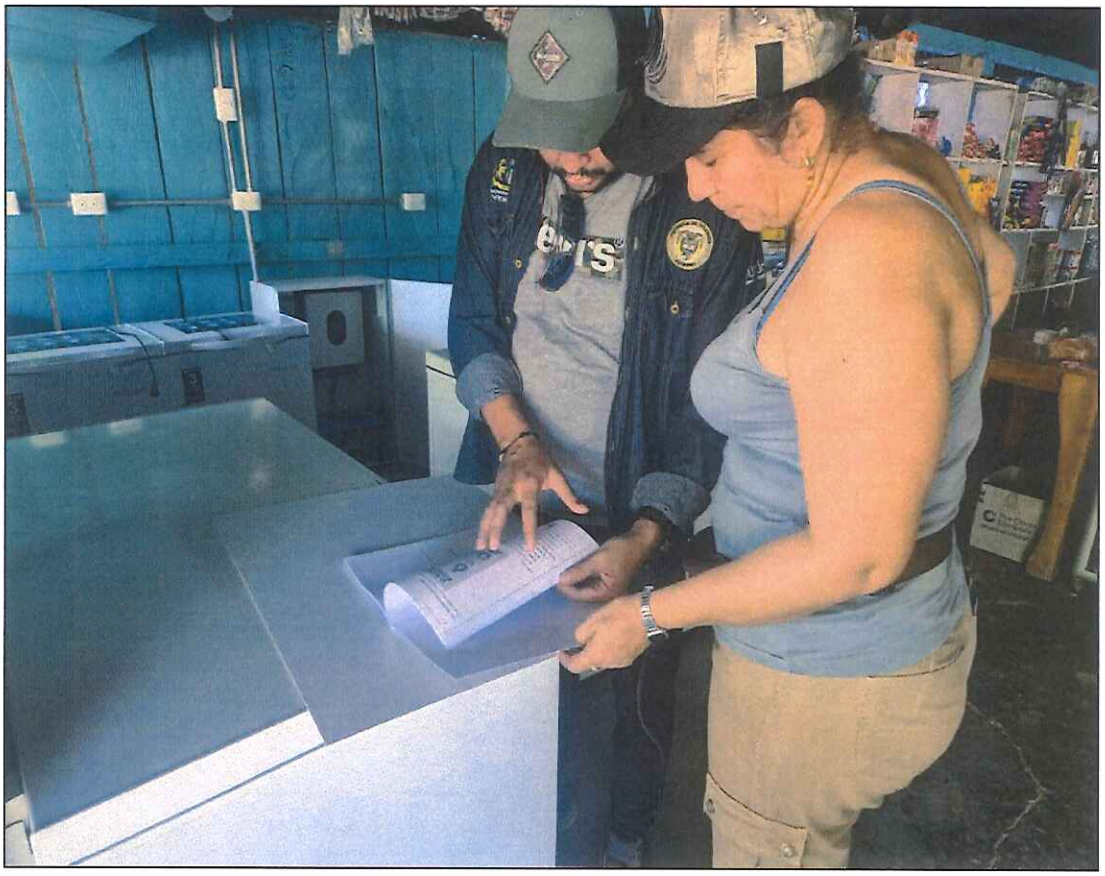
Firma:
Nombres: Frankil Rincon Perez.
CC: 19.017.612

OBSERVACIONES:

Sirley Garcia Camargo

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	Sirley Garcia Camargo
TIENDA	La farra
FECHA	9/02/2026



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, Sirley Garcia Camargo identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 52480473 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: Sirley Garcia C
Nombres: Sirley Garcia Camargo
CC: 52.480.473

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, Sirley García Camargo. identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 52.480.473, 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 9 días del mes de febrero del año 2026.

RECIBE:

Firma: Sirley García C

Nombres: Sirley García Camargo

CC: 52.480.473

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 9	MES 2	AÑO 2026	
Beneficiario	Sirley Garcia Camargo				
Cédula	52.480.473			Sexo: ☑Mujer ☐Hombre	
Departamento:	Vichada		Municipio:	Cumaribo	
Vereda / Inspección:	Palmarito				
Dirección:	Centro		Teléfono de Contacto:	3046057053	

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 Obicacion	Documentos que posee: ☐ RUT ☐ Cámara de Comercio ☐ Certificado de uso de suelos	¿Desea apoyo para formalizar su tienda? ☑ Sí ☐ No
Retos que enfrenta: Orden Financiamiento		

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 financiero
Compromisos del beneficiario:	Organizacion negocio.
Observaciones:	

Firma: Sirley Garcia C.

Beneficiario: Sirley Garcia Camargo

Cédula: 52.480.473

Firma:

Profesional: Yishleni Alvarado

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, Sirley García Camargo, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 52.480.473 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 9 días del mes de febrero del año 2026.

RECIBE:

Huella



Firma: Sirley García C.
Nombres: Sirley García Camargo
CC: 52.480.473

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

La Farra

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: Sirley García Camargo

EMPRENDEDORA

Ubicación: Vía Palmarito a Cumaribo, municipio de Cumaribo, departamento de Vichada, Colombia.

FEBRERO DE 2026

GOBERNACION DE VICHADA SGR ASOSUPRO fundacion servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

El negocio La Farra nace como respuesta a una necesidad concreta del sector ubicado en la vía Palmarito a Cumaribo, donde la comunidad cercana, los vecinos aledaños, los transportadores, las instituciones y los turistas requieren un lugar cercano para acceder a productos básicos del hogar, bebidas frías, alimentación y conectividad. En zonas como esta, las distancias suelen ser amplias y no siempre existen establecimientos que reúnan en un solo punto varios bienes y servicios de uso diario. Esa situación hace que muchas personas deban desplazarse más de lo necesario o limitar su acceso a productos esenciales.

La necesidad no se reduce únicamente a la compra de víveres o bebidas. También existe una demanda real de servicios de alimentación en desayuno, almuerzo y cena, especialmente para personas que se movilizan por la vía, trabajadores, transportadores y habitantes del sector que no siempre cuentan con una opción cercana, constante y organizada. A esto se suma la necesidad de conectividad a internet, la cual hoy en día se ha convertido en un servicio útil para comunicación, consultas, gestiones básicas y apoyo en la vida cotidiana.

En ese sentido, La Farra busca solucionar la falta de acceso inmediato y cercano a productos, bienes y servicios que son importantes para el bienestar de la comunidad. El negocio pretende convertirse en un punto de apoyo local, no solo para vender, sino para servir como un establecimiento práctico, accesible y útil dentro del territorio.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales del negocio son diversos, lo cual representa una ventaja porque amplía las posibilidades de venta y evita depender de un solo grupo. En primer lugar, está la comunidad del sector, integrada por familias, habitantes permanentes y personas cercanas que necesitan abastecerse de productos de mercado, consumir bebidas frías o acceder a alimentos preparados. Este grupo constituye una base importante para el sostenimiento del negocio, ya que puede generar compras frecuentes.

En segundo lugar, se encuentran los transportadores, quienes por la naturaleza de la vía requieren un lugar donde detenerse, consumir alimentos, comprar bebidas frías, conectarse a internet y, en algunos casos, adquirir productos básicos de uso rápido. Este segmento es muy valioso porque suele representar ventas permanentes, especialmente si el negocio se posiciona como un punto confiable y bien atendido.

También aparecen como clientes las instituciones, que pueden demandar servicios de alimentación, compras ocasionales o productos varios para actividades puntuales. Aunque no necesariamente compran todos los días, sí pueden convertirse en clientes importantes por el volumen de algunas compras y por la formalidad de la relación comercial.

Finalmente, están los turistas y visitantes, quienes durante su paso por la zona pueden necesitar bebidas frías, alimentación, conectividad o productos de primera necesidad. Este segmento suele valorar mucho la ubicación, la rapidez en la atención y la buena presentación del establecimiento.

Tabla 1. Segmentos de clientes

Tipo de cliente	Características	Necesidades principales
Comunidad del sector	Habitantes y familias cercanas	Mercado, bebidas, alimentación, conectividad
Transportadores	Personas de paso frecuente	Comidas, bebidas, internet, compras rápidas
Instituciones	Entidades con presencia o relación en la zona	Alimentación, abastecimiento puntual
Turistas y visitantes	Personas de tránsito ocasional	Bebidas, comidas, conectividad, descanso

3. COMPETENCIA

La competencia identificada para La Farra está representada por Wilson Becerra, quien ofrece bebidas frías, mercado y variedades, y por Carlos Echeverry, quien comercializa bebidas frías y productos agropecuarios. Esto demuestra que en el sector ya existe actividad comercial y que hay una demanda real por este tipo de productos. Sin embargo, también permite observar que la oferta actual no necesariamente integra todos los servicios que La Farra pretende reunir en un solo lugar.

La ventaja competitiva del negocio radica en que no se limitará a vender uno o dos tipos de productos, sino que combinará mercado, bebidas frías, conectividad a internet y servicios de alimentación en los tres tiempos. Esta diversidad le permite responder a distintas necesidades del cliente y ofrecer una experiencia más completa. Una persona puede llegar al establecimiento a desayunar, tomar una bebida fría, comprar un producto básico y usar internet, todo en un mismo sitio.

En contextos rurales y de tránsito, la competencia no se define únicamente por el precio. También influyen aspectos como la ubicación, la atención, la limpieza, la disponibilidad de productos, el sabor de los alimentos y la confianza que genera el negocio. Por eso, para destacarse, La Farra deberá mantener una atención cordial, surtido constante, alimentos bien preparados y un ambiente organizado.

Aunque la competencia ya tiene presencia, el proyecto tiene una oportunidad real de posicionarse si aprovecha su ubicación estratégica y se consolida como un punto de servicio múltiple para la comunidad y para quienes transitan por la vía.

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en poner en funcionamiento La Farra, un establecimiento comercial ubicado en la vía Palmarito a Cumaribo, orientado a la venta de productos de mercado para el hogar, bebidas frías alcohólicas y no alcohólicas, servicio de conectividad a internet y servicios de

alimentación en desayuno, almuerzo y cena. La propuesta está diseñada para atender necesidades concretas del territorio, con una oferta variada que se ajusta a la realidad del sector.

El negocio se proyecta como una unidad comercial de atención directa en sitio, con capacidad de prestar varios servicios de manera simultánea. Su propósito no es ser solamente una tienda, sino un punto de encuentro y de solución para quienes requieren abastecimiento, comida y comunicación. Esta combinación le da un valor diferencial dentro del entorno.

Desde el punto de vista comercial, la idea es atractiva porque permite generar ingresos por varias líneas de negocio, lo cual reduce el riesgo de depender de una sola fuente. Desde el punto de vista social, representa un aporte importante al territorio, ya que brinda bienes y servicios de difícil acceso para la comunidad. Y desde el punto de vista operativo, es una propuesta viable si se organiza adecuadamente el manejo de inventarios, la cocina, la atención y el control financiero.

En conclusión, la idea de negocio es sólida porque parte de una necesidad real, tiene una ubicación estratégica y combina productos y servicios con alta utilidad para el entorno.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

La Farra ofrecerá una línea de productos y servicios pensada para responder a necesidades diarias y de paso. En primer lugar, contará con productos de mercado para el hogar, enfocados en artículos básicos de consumo frecuente, tales como abarrotes, granos, enlatados, productos de aseo y otros elementos esenciales para la vida diaria. Esta línea será importante para la comunidad del sector.

En segundo lugar, se comercializarán bebidas frías, tanto alcohólicas como no alcohólicas. Esta oferta tendrá alta demanda, especialmente por las condiciones climáticas del territorio y por el flujo de personas que transitan por la vía. Las bebidas deben mantenerse bien refrigeradas para asegurar calidad y preferencia del cliente.

En tercer lugar, el negocio prestará servicio de conectividad a internet, el cual será un valor agregado importante. En territorios apartados o con acceso limitado a servicios digitales, disponer de internet puede representar una solución útil para comunicación, consultas básicas o apoyo a diversas gestiones.

Finalmente, se ofrecerán servicios de alimentación en los tres tiempos: desayuno, almuerzo y cena. Esta línea puede incluir platos sencillos, caseros y de buena aceptación, con énfasis en preparaciones frescas, limpias y bien servidas. La alimentación puede convertirse en una de las principales fortalezas del negocio si se maneja con calidad y constancia.

Tabla 2. Portafolio del negocio

Producto o servicio	Descripción	Utilidad
Mercado	Productos básicos para el hogar	Abastecimiento diario
Bebidas frías	Alcohólicas y no alcohólicas	Refresco y consumo inmediato
Conectividad a internet	Acceso a internet básico	Comunicación y consultas
Alimentación	Desayuno, almuerzo y cena	Satisfacción de una necesidad diaria

6. PROCESOS TÉCNICOS

El funcionamiento de La Farra requiere procesos técnicos sencillos, pero bien organizados. El primero es el abastecimiento, que consiste en programar la compra de productos de mercado, bebidas e insumos para cocina, teniendo en cuenta la rotación de cada artículo y la frecuencia con la que se repondrá el inventario. En zonas como esta, donde la distancia puede influir en la logística, una buena planeación de compras es fundamental.

El segundo proceso es el almacenamiento y conservación. Los productos de mercado deberán organizarse en estanterías limpias y clasificadas, mientras que las bebidas frías requerirán congeladores en buen estado. Para la línea de alimentación será necesario conservar los ingredientes de forma higiénica, separando alimentos crudos y preparados y cuidando la frescura de los insumos.

El tercer proceso es la preparación y servicio de alimentos. Aquí será indispensable una cocina básica, utensilios adecuados, vajilla y normas mínimas de limpieza. La preparación de desayunos, almuerzos y cenas debe hacerse con orden, cuidando la calidad, el sabor y la presentación. Este proceso será clave para la reputación del negocio.

El cuarto proceso corresponde a la atención al cliente, que será directa en sitio. Esto implica recibir al cliente, orientarlo, tomar pedidos de alimentos, vender productos, cobrar y entregar el servicio con amabilidad y rapidez. Una buena atención hará que el cliente regrese y recomiende el negocio.

Por último, se requiere un proceso de control administrativo básico, donde se registren ventas, gastos, compras, inventario y productos de mayor salida. Este control ayudará a tomar decisiones más acertadas sobre reposición y crecimiento.

7. REQUISITOS LEGALES

Para el funcionamiento adecuado de La Farra, será necesario avanzar en un proceso de formalización básica del negocio. Esto incluye la identificación de la actividad económica, el registro como comerciante si aplica, la actualización de la información tributaria y el cumplimiento de obligaciones mínimas relacionadas con la venta y soporte de operaciones.

Debe señalarse expresamente 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 orienta al emprendedor sobre la manera correcta de iniciar su negocio de forma organizada y ajustada a la normatividad correspondiente.

También será necesario revisar aspectos relacionados con las condiciones mínimas del establecimiento, especialmente por la prestación del servicio de alimentación. En este punto son importantes la limpieza del lugar, el manejo higiénico de alimentos, el orden de la cocina y la conservación adecuada de bebidas y productos perecederos. Asimismo, en el caso de bebidas alcohólicas, deberá observarse la normatividad local y las restricciones que resulten aplicables.

La formalización y el cumplimiento de requisitos legales no deben entenderse como una dificultad, sino como una base para darle mayor estabilidad, seriedad y posibilidad de crecimiento al negocio.

Tabla 3. Requisitos legales básicos

Requisito	Finalidad
Formalización empresarial	Organizar legalmente la actividad comercial
Registro Único Tributario (RUT)	Identificación tributaria
Facturación o soporte de venta	Respaldo comercial y control de ingresos
Cumplimiento sanitario básico	Manejo adecuado de alimentos y bebidas
Revisión de normas sobre venta de alcohol	Operación responsable y ajustada a la ley

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización será la atención directa en sitio, pues el negocio se plantea como un establecimiento físico que recibe a la comunidad, transportadores, turistas e instituciones. Este canal es apropiado porque permite venta inmediata, servicio personalizado y contacto cercano con el cliente.

Un segundo canal será el voz a voz, que en zonas rurales o de paso tiene un impacto muy alto. Un cliente satisfecho con la comida, la atención o la calidad de los productos suele recomendar el lugar a otras personas. Por eso, la buena reputación del negocio será una herramienta comercial fundamental.

También puede usarse la comunicación por celular o mensajería para atender consultas, recibir encargos sencillos o confirmar disponibilidad de alimentos y productos. Aunque inicialmente el negocio funcionará de manera presencial, esta vía puede fortalecer la relación con clientes frecuentes y facilitar algunas ventas.

Finalmente, la visibilidad del negocio en la vía será un canal importante. Un aviso claro, buena presentación del local y una imagen organizada ayudarán a atraer a quienes transitan por el sector y aún no conocen el establecimiento.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

De acuerdo con la información base, se proyectan ventas aproximadas de $1.750.000 por semana, lo que equivale a un promedio de $7.000.000 mensuales y $84.000.000 anuales, suponiendo un comportamiento estable. Esta cifra es razonable para un negocio que combina tienda, bebidas, conectividad y alimentación, aunque en la práctica puede variar según temporadas, flujo de transportadores, fines de semana y nivel de posicionamiento.

Para efectos del plan, se plantea una proyección gradual en la que el negocio inicia con ventas cercanas al promedio esperado y crece de forma moderada a medida que consolida su clientela.

Tabla 4. Proyección mensual de ventas – Año 1

Mes	Ventas estimadas
Enero	$6.500.000
Febrero	$6.500.000
Marzo	$6.800.000
Abril	$6.800.000
Mayo	$7.000.000
Junio	$7.000.000
Julio	$7.200.000
Agosto	$7.200.000
Septiembre	$7.400.000
Octubre	$7.400.000
Noviembre	$7.700.000
Diciembre	$8.000.000

Total estimado año 1: $85.500.000

El valor promedio señalado de **$250.000** puede entenderse como referencia para consumos agrupados, ventas de alimentación por varios clientes o compras de mayor valor, pero en la operación real habrá ventas pequeñas, medianas y algunas mayores según el tipo de cliente y el servicio utilizado.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos del negocio pueden dividirse entre inversión inicial y gastos de funcionamiento. La inversión inicial incluye parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas, cocina y vajilla. Estos elementos son indispensables para poner en marcha la operación comercial y gastronómica del establecimiento.

Por otra parte, los gastos mensuales incluyen compra de inventario, reposición de bebidas, insumos de cocina, apoyo al personal, mantenimiento básico, internet, gas o energía complementaria, aseo y otros imprevistos. En este tipo de negocio, el mayor movimiento de dinero suele darse en el abastecimiento de productos e insumos alimentarios.

Tabla 5. Gastos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado mensual
Reposición de mercado y bebidas	$2.500.000
Insumos para alimentación	$1.400.000
Pago o apoyo al ayudante	$700.000
Pago o apoyo al mesero	$700.000
Internet satelital	$200.000
Gas, aseo y mantenimiento	$250.000
Transporte y abastecimiento	$400.000
Imprevistos	$200.000

Total gastos mensuales estimados: $6.350.000

Con esta estructura, el negocio podría tener un margen favorable si mantiene ventas por encima del promedio proyectado y controla adecuadamente la pérdida de alimentos, el desperdicio y la rotación del inventario.

11. TALENTO HUMANO

El negocio requerirá inicialmente de tres personas: el dueño, un ayudante y un mesero. Esta estructura es adecuada porque la operación combinará atención de tienda con servicio de alimentación, lo que exige presencia constante y apoyo en distintas tareas.

El dueño tendrá la responsabilidad principal sobre compras, manejo de dinero, supervisión general, decisiones del negocio y seguimiento del inventario. Su papel será fundamental para garantizar orden y sostenibilidad.

El ayudante apoyará en la organización del local, reposición de productos, limpieza, alistamiento de insumos y atención general cuando se requiera. Esta figura ayuda a sostener la operación y evitar sobrecarga de funciones.

El mesero será especialmente importante para la línea de alimentación, pues atenderá mesas, recibirá pedidos, servirá alimentos y apoyará en la experiencia del cliente. En un negocio que ofrece comida, la presentación y la atención influyen mucho en la recompra.

Además del número de personas, será importante que el equipo tenga buena actitud, responsabilidad, honestidad, orden y disposición de servicio. La calidad humana del personal será una de las claves del éxito del negocio.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Para poner en marcha La Farra se requieren recursos físicos, operativos y organizativos. Entre los principales están el parque solar, el internet satelital, los congeladores, el computador, las estanterías, las mesas, las sillas, la cocina y la vajilla. Estos elementos son necesarios para prestar adecuadamente los servicios ofrecidos.

También será indispensable contar con un surtido inicial de mercado y bebidas, así como con insumos básicos para la preparación de desayunos, almuerzos y cenas. No basta con tener equipos; se requiere igualmente organización en la compra, almacenamiento y reposición de productos.

En el componente operativo, el negocio necesita un espacio limpio y funcional, horarios de atención definidos, control diario de ventas y gastos, manejo básico de inventario y criterios claros para priorizar los productos más vendidos. En la parte de alimentación, será muy importante mantener limpieza, orden en la cocina y buen manejo de materias primas.

Finalmente, se requiere compromiso del propietario y seguimiento constante al comportamiento del negocio, ya que un emprendimiento de estas características crece mejor cuando se administra con disciplina y reinversión.

13. VALOR DEL PROYECTO

La información suministrada establece un presupuesto inicial estimado de $25.000.000, valor que resulta razonable para un negocio que incluye tienda, bebidas, conectividad y servicio de alimentación. Este monto permite cubrir una inversión básica completa y un arranque con mejores condiciones que otros negocios más pequeños.

Tabla 6. Valor estimado del proyecto

Concepto	Valor estimado
Parque solar	$4.000.000
Internet satelital e instalación	$1.200.000
Congeladores	$2.500.000
Computador	$1.800.000
Estanterías	$1.500.000
Mesas y sillas	$2.000.000
Cocina y utensilios	$3.500.000
Vajilla	$1.000.000
Surtido inicial e insumos	$6.500.000
Adecuaciones e imprevistos	$1.000.000

Valor total estimado del proyecto: $25.000.000

Esta distribución es una proyección razonable y puede ajustarse según si algunos equipos ya se tienen o si ciertas compras se hacen de manera gradual. Lo importante es que el capital se use con prioridad en lo esencial para abrir y sostener el negocio.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo de La Farra debe orientarse a garantizar atención continua, productos disponibles y buen servicio de alimentación. Cada día la jornada debe iniciar con limpieza del establecimiento, revisión de congeladores, organización del surtido, alistamiento de cocina y verificación del servicio de internet.

Durante el día, la operación se dividirá entre atención de tienda y servicio de alimentación. Se deben registrar las ventas, revisar qué productos se mueven más, atender mesas con agilidad y mantener el lugar ordenado. La coordinación entre el dueño, el ayudante y el mesero será clave para que el negocio funcione sin retrasos.

Semanalmente, deberá hacerse inventario, compra de reposición y revisión de ingresos y gastos. También conviene analizar cuáles platos se venden más, qué bebidas tienen mayor rotación y qué productos de mercado necesitan mayor o menor presencia en estantería.

Tabla 7. Organización operativa básica

Actividad	Frecuencia	Responsable
Limpieza y apertura	Diario	Ayudante / dueño
Revisión de equipos e internet	Diario	Dueño
Preparación de alimentos	Diario	Dueño / ayudante
Atención de mesas	Diario	Mesero
Venta de tienda	Diario	Dueño / ayudante
Registro de caja	Diario	Dueño
Revisión de inventario	Semanal	Dueño
Compra de reposición	Semanal	Dueño
Evaluación de ventas	Semanal	Dueño

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de La Farra es positivo en varios niveles. En el ámbito social, el negocio acercará a la comunidad bienes y servicios que no siempre están disponibles de forma inmediata, lo que mejora la comodidad, el acceso y la calidad de vida de quienes habitan o transitan por el sector.

En el ámbito económico, el proyecto dinamiza la actividad comercial local, genera ingresos para sus propietarios y crea al menos dos apoyos ocupacionales adicionales. Aunque se trate de un emprendimiento pequeño, puede convertirse en un punto importante dentro del movimiento económico de la vía.

En el ámbito territorial, el alcance del negocio va más allá de una tienda de barrio, porque atiende a comunidad, transportadores, turistas e instituciones. Su ubicación estratégica le da la posibilidad de consolidarse como un punto de referencia en la zona.

A mediano plazo, si el negocio se fortalece, podría ampliar su menú, mejorar infraestructura y aumentar su capacidad de atención. Por ello, su alcance inicial es local, pero con proyección de crecimiento.

16. MAPA DE ACTORES

El negocio se relaciona con varios actores importantes. En primer lugar, la comunidad del sector es el actor principal, ya que constituye la base del mercado y el grupo que más se beneficiará con la disponibilidad cercana de bienes y servicios. También son relevantes los transportadores, por su frecuencia de paso y sus necesidades de alimentación, bebidas y conectividad.

Las instituciones son otro actor importante, ya que pueden convertirse en clientes o aliados indirectos. Asimismo, los turistas y transeúntes aportan movimiento ocasional y amplían el perfil comercial del establecimiento. Por último, los proveedores serán fundamentales para garantizar surtido, calidad y continuidad del negocio.

Tabla 8. Mapa de actores

Actor	Relación con el negocio	Nivel de importancia
Comunidad	Clientes frecuentes y beneficiarios directos	Muy alta
Transportadores	Clientes de paso y consumo constante	Alta
Instituciones	Posibles clientes y aliados	Media
Turistas y transeúntes	Compradores ocasionales	Media
Proveedores	Suministro de productos e insumos	Muy alta
Dueño, ayudante y mesero	Operación diaria del negocio	Muy alta

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

El plan de negocios de La Farra muestra que se trata de un emprendimiento pertinente, útil y con posibilidades reales de sostenimiento en la vía Palmarito a Cumaribo. Su principal fortaleza está en combinar varias líneas de atención en un solo establecimiento: mercado para el hogar, bebidas frías, conectividad a internet y alimentación en desayuno, almuerzo y cena. Esta integración le permite responder de manera práctica a necesidades reales de la comunidad y de las personas que transitan por el sector.

Desde el punto de vista comercial, el proyecto tiene ventajas importantes como la ubicación estratégica, la variedad de productos y la posibilidad de generar ingresos por distintas fuentes. Desde el punto de vista social, contribuye a mejorar el acceso local a bienes y servicios de difícil consecución. Y desde el punto de vista financiero, el presupuesto estimado de arranque permite una implementación razonable si se administra con disciplina, orden y control del inventario.

En conclusión, La Farra es un negocio con sentido territorial, enfoque práctico y potencial de crecimiento. Su éxito dependerá de mantener buena atención, calidad en los alimentos, organización operativa y una administración cuidadosa de los recursos. Si se trabaja con constancia, puede consolidarse como un punto de referencia útil y sostenible en el sector.

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

Sirley García C

Sirley García Camargo
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	Sirley Garcia Camargo
TIENDA	La farra
FECHA	9/02/2026



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: 21-1-2026.

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: Sirley Garcia C.
Nombres: Sirley Garcia Camargo.
CC: 52.480.473.

OBSERVACIONES:

Fabio Antonio Moreno Parrado

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	Fabio Antonio Moreno Parrado
TIENDA	Variedades Lucy
FECHA	22/02/2026



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, Fabio Antonio Moreno identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 18.261.862 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: Fabio AMP.
Nombres: Fabio Antonio Moreno
CC: 18.261.862

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, Fabio Antonio Moreno identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 18.261.862, 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 9 días del mes de febrero del año 2025.

RECIBE:

Firma: FAbio A M P

Nombres: Fabio Antonio Moreno

CC: 18. 261. 862

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 01	AÑO 2026	
Beneficiario	Fabio Antonio Moreno Parrado				
Cédula	18.261.862			Sexo: ☐Mujer ☑Hombre	
Departamento:	Vichada		Municipio:	Cumaribo	
Vereda / Inspección:	Palmarito				
Dirección:	Entrada		Teléfono de Contacto:		

VERIFICACIÓN DE CONDICIONES PARA EL PROYECTO

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 Variedad	Documentos que posee: ☐ RUT ☐ Cámara de Comercio ☐ Certificado de uso de suelos	¿Desea apoyo para formalizar su tienda? ☑Sí ☐ No
Retos que enfrenta: Logistica Conocimiento		

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	Prepararse para administrar
Compromisos del beneficiario:	Plan Logistico
Observaciones:	Plan de accion

Firma:
FABIO AMP
Beneficiario: Fabio Moreno
Cédula: 18.261.862

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

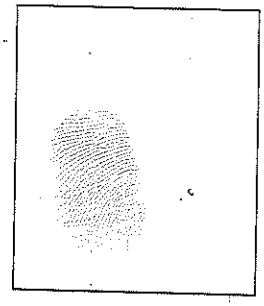
Yo, Fabio Antonio Moreno, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 18.261.862 residente del municipio de Cumaribo., en calidad de beneficiario(a) del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, declaro bajo la gravedad del juramento que:

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 9 días del mes de febrero del año 2026.

RECIBE:

Huella



Firma: FAbio A M P

Nombres: Fabio Antonio Moreno

CC: 18.261.862

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

VARIEDADES LUCY

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: Fabio Antonio Moreno Parrado

EMPRENDEDORA

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 principal que busca atender Variedades Lucy es la falta de acceso inmediato y cercano a productos y servicios de uso frecuente para la comunidad de Palmarito y sus alrededores. En muchos sectores apartados del municipio de Cumaribo, las personas deben resolver sus necesidades de mercado, alimentación rápida, bebidas frías o conectividad con opciones limitadas, horarios irregulares o desplazamientos que implican tiempo y costo. En ese sentido, el negocio nace para acercar soluciones cotidianas a la población y convertirse en un punto útil dentro de la dinámica local.

La necesidad también tiene una dimensión social y económica. No se trata únicamente de vender productos, sino de brindar una respuesta práctica a situaciones del día a día. Una familia puede requerir un producto básico del hogar, un transportador puede necesitar una bebida fría o una comida, una persona puede requerir internet para comunicarse, y un visitante puede necesitar un punto de apoyo comercial en el sector. Cuando estos servicios no están disponibles de manera oportuna, la comunidad enfrenta más dificultades para resolver asuntos simples pero importantes.

Además, la ubicación del negocio en Palmarito, dentro de Cumaribo, refuerza la importancia de una iniciativa de este tipo. Cumaribo es uno de los municipios más extensos del país y presenta condiciones de dispersión geográfica que justifican la existencia de pequeños negocios con oferta múltiple, especialmente aquellos que integran comercio básico con conectividad y alimentación.

Por tanto, el problema que se busca solucionar puede resumirse así: la necesidad de contar con un establecimiento cercano, surtido y útil que provea a la comunidad bienes de consumo, bebidas frías, alimentación y conectividad, reduciendo la dificultad de acceso a estos servicios en el momento en que se requieren.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales de Variedades Lucy serán varios grupos, lo cual es favorable para la sostenibilidad del negocio. El primer grupo lo conforma la comunidad del sector, es decir, los habitantes de Palmarito y de zonas cercanas. Este será el segmento más importante porque generará la demanda más constante en productos de mercado, bebidas, alimentos y conectividad. Su frecuencia de compra puede ser diaria o varias veces por semana, dependiendo del surtido y de la confianza que genere el negocio.

El segundo grupo está compuesto por los transportadores y transeúntes. Estas personas suelen requerir soluciones rápidas y prácticas: bebidas frías, alimentos, conectividad y algunos productos básicos. En este segmento, la ubicación estratégica y la calidad del servicio son determinantes, ya que muchas veces la compra se decide por cercanía, rapidez y buen trato.

El tercer grupo corresponde a las instituciones, que si bien no serán clientes diarios, sí pueden representar oportunidades importantes de consumo ocasional, compra puntual o uso del establecimiento como punto de apoyo para personal visitante, actividades locales o jornadas de trabajo en el sector. Este segmento exige orden, seriedad y disponibilidad del servicio.

El cuarto grupo está integrado por turistas y visitantes. Cumaribo cuenta con un componente turístico vinculado a su riqueza natural y a sitios reconocidos como el área del Parque Nacional Natural El Tuparro, por lo que el flujo de visitantes, aunque no necesariamente masivo, existe y puede generar demanda para negocios ubicados en puntos útiles del territorio.

Tabla 1. Clasificación de clientes

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia estimada
Comunidad local	Mercado, bebidas, comida e internet	Alta
Transportadores	Consumo rápido, bebidas y conectividad	Media
Instituciones	Compras ocasionales y apoyo logístico	Media a baja
Turistas y visitantes	Alimentos, bebidas, orientación e internet	Media

La variedad de clientes permite que el negocio no dependa de una sola fuente de ingresos y tenga movimiento en distintos momentos del día o de la semana.

3. COMPETENCIA

Según la información suministrada, los competidores o negocios similares más cercanos son Dilsen Morales, quien ofrece bebidas frías y restaurante, y Wilson Becerra, quien maneja mercado, bebidas frías y variedades. Esto indica que en la zona ya existe actividad comercial relacionada con productos de consumo frecuente, lo cual demuestra que hay una demanda real y una costumbre de compra en el sector.

La existencia de competencia no debe verse como una desventaja absoluta. Al contrario, muestra que el mercado sí tiene movimiento. Lo importante es que Variedades Lucy ingrese con una propuesta clara, organizada y diferenciada. En este caso, la ventaja no está en vender algo completamente distinto, sino en combinar varios servicios en un mismo lugar: mercado, bebidas frías, conectividad a internet y servicios de alimentación, con una atención directa y cercana.

Tabla 2. Análisis de competencia

Competidor	Oferta principal	Fortalezas probables	Oportunidad para Variedades Lucy
Dilsen Morales	Bebidas frías y restaurante	Experiencia en comidas y consumo inmediato	Diferenciarse con mercado y conectividad
Wilson Becerra	Mercado, bebidas frías y variedades	Surtido mixto para hogar y consumo	Diferenciarse con alimentación y calidad del servicio
Variedades Lucy	Mercado, bebidas, conectividad y alimentación	Oferta integral y ubicación estratégica	Posicionarse como punto completo de soluciones

La principal respuesta frente a la competencia debe ser la constancia en el surtido, el trato amable, el orden del establecimiento y la integración de servicios. Un cliente en zonas apartadas valora mucho

encontrar varias soluciones en un solo sitio, especialmente cuando estas se prestan con buena atención.

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en crear un establecimiento comercial llamado Variedades Lucy, dedicado a la venta de productos de mercado para el hogar, bebidas frías alcohólicas y no alcohólicas, servicios de alimentación y conectividad a internet, ubicado en la inspección de Palmarito. La propuesta se enfoca en ofrecer a la comunidad un punto de atención directa donde las personas puedan resolver varias necesidades en un mismo lugar.

La esencia del negocio está en la practicidad. El cliente no solo llegará por un producto, sino por la facilidad de encontrar mercado, bebidas, comida y conexión en un mismo sitio. Esa combinación hace que el negocio sea útil para distintos perfiles de usuarios y no dependa exclusivamente de una sola línea de ventas.

Además, esta idea de negocio es pertinente para el territorio porque responde a la lógica de un municipio amplio y disperso como Cumaribo, donde los establecimientos que concentran varios servicios suelen generar mayor valor para la comunidad. El negocio puede iniciar de manera sencilla, con una estructura básica, y crecer gradualmente a medida que aumente la demanda y la capacidad de inversión.

En ese sentido, Variedades Lucy no es solo una tienda o un punto de venta. Se plantea como un pequeño centro de apoyo comercial y de servicio para la población del sector.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

Variedades Lucy ofrecerá cuatro líneas principales de productos y servicios. La primera línea será la de productos de mercado para el hogar, la cual incluirá artículos básicos de consumo diario, como granos, arroz, azúcar, aceite, sal, productos de aseo, enlatados, harinas, huevos, dulces, galletas y otros elementos de alta rotación. Esta línea es importante porque responde a las compras frecuentes y a necesidades inmediatas de las familias.

La segunda línea corresponde a las bebidas frías, tanto alcohólicas como no alcohólicas. En este grupo pueden incluirse gaseosas, aguas, jugos, maltas, bebidas energéticas, cerveza y otros productos que tengan demanda en la zona. La clave estará en conservar adecuadamente la temperatura, mantener el surtido y revisar constantemente la rotación para evitar pérdidas.

La tercera línea será la de conectividad a internet, un servicio que representa una gran ventaja para el negocio. En zonas donde el acceso a internet no siempre es fácil, contar con este servicio puede aumentar la permanencia del cliente, mejorar la utilidad del establecimiento y atraer personas que no necesariamente llegarían solo por productos físicos.

La cuarta línea será la de servicios gastronómicos. Esta puede incluir comidas rápidas, desayunos sencillos, almuerzos básicos, refrigerios o preparaciones del día, según la capacidad operativa del

emprendimiento. Como se trata de una fase inicial, se recomienda comenzar con un menú práctico, de baja complejidad y buena aceptación, para luego ampliar la oferta según la respuesta del mercado.

Tabla 3. Portafolio principal de productos y servicios

Línea	Descripción	Finalidad comercial
Productos de mercado	Artículos básicos para el hogar y consumo diario	Generar ventas frecuentes y permanentes
Bebidas frías	Alcohólicas y no alcohólicas	Atender consumo inmediato y alta rotación
Conectividad a internet	Servicio de acceso y apoyo digital	Atraer clientes y agregar valor al negocio
Servicios gastronómicos	Comidas rápidas, desayunos, almuerzos o refrigerios	Aumentar permanencia y diversificar ingresos

Esta combinación permite al negocio atender necesidades de compra, consumo inmediato, alimentación y comunicación, lo que fortalece su viabilidad comercial.

6. PROCESOS TÉCNICOS

El funcionamiento técnico de Variedades Lucy debe ser sencillo, pero organizado. El primer proceso es el abastecimiento, que consiste en planear y realizar la compra de mercancías e insumos. Para ello será importante identificar qué productos tienen mayor salida, cuáles se venden diariamente, cuáles requieren refrigeración y cuáles conviene comprar en mayor volumen por economía.

El segundo proceso técnico es el almacenamiento y conservación. Los productos de mercado deben mantenerse ordenados en estanterías, protegidos de humedad y calor excesivo. Las bebidas frías deben estar en congeladores o equipos adecuados. En el caso de alimentos preparados, la manipulación, limpieza y conservación deben ser cuidadosas para evitar pérdidas y proteger la salud del cliente.

El tercer proceso es la atención directa en sitio, que es la base de operación del negocio. Esto implica recibir al cliente, ofrecerle el producto o servicio, registrar la venta, cobrar y mantener un trato amable y ágil. Una buena atención puede convertirse en uno de los factores más importantes para fidelizar a la clientela.

El cuarto proceso es el de prestación del servicio de conectividad. El internet satelital y el computador permitirán ofrecer un servicio básico pero valioso. Será necesario fijar reglas sencillas de uso, tiempos, cobro si aplica y cuidado de los equipos, para que el servicio sea útil y sostenible.

El quinto proceso corresponde al manejo de caja e inventario. Aunque se trate de un negocio pequeño, es indispensable registrar ventas, controlar el dinero recibido, revisar cuánto se vendió por cada línea y verificar qué productos deben reponerse. Esta rutina es la que permitirá saber si el negocio está dejando utilidad real.

Por último, deberá existir un proceso permanente de limpieza y organización, tanto del área de mercado como del área de comidas y atención al público. Un local limpio, ordenado y bien presentado transmite confianza y mejora la experiencia del cliente.

Tabla 4. Resumen de procesos técnicos

Proceso	Actividad principal	Propósito
Abastecimiento	Compra y reposición de mercancías e insumos	Mantener surtido suficiente
Almacenamiento y conservación	Organización de mercado, bebidas y alimentos	Proteger calidad y evitar pérdidas
Atención al cliente	Venta directa y servicio cordial	Fidelizar y facilitar la compra
Conectividad	Prestación del servicio de internet	Complementar la oferta del negocio
Caja e inventario	Registro de ventas y control de existencias	Medir resultados y planear compras
Limpieza y organización	Aseo y presentación del establecimiento	Generar confianza y orden

7. REQUISITOS LEGALES

Para el funcionamiento de Variedades Lucy se recomienda avanzar en un proceso básico de formalización empresarial. 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 funcionará el negocio. Este registro hace visible la actividad comercial y permite acreditar formalmente la calidad de comerciante. (Cámara de Comercio de Bogotá)

También será necesario contar con el Registro Único Tributario (RUT) ante la DIAN. Si por el tipo de actividad, volumen de ingresos u obligación tributaria corresponde facturar electrónicamente, la DIAN indica que se requiere estar registrado en el RUT, contar con software de facturación electrónica y tener certificado o instrumento de firma digital para el proceso. Además, la entidad dispone de un sistema de facturación gratuita para quienes deban cumplir esta obligación.

En relación con el funcionamiento del establecimiento, la Ley 232 de 1995 regula condiciones para los establecimientos comerciales y establece que no se pueden exigir permisos diferentes a los previstos por la ley, pero sí deben cumplirse los requisitos legales aplicables al tipo de actividad económica. Esta norma fue reglamentada por el Decreto 1879 de 2008.

Como el negocio incluirá servicios de alimentación, también deberá observar las condiciones sanitarias exigidas para establecimientos de alimentos. El Ministerio de Salud y la normativa sanitaria vigente contemplan requisitos de higiene, manipulación, áreas de preparación y condiciones del establecimiento, especialmente cuando se preparan o expenden alimentos para consumo humano.

De igual manera, por tratarse de un establecimiento abierto al público, será importante respetar las disposiciones de convivencia, horarios y control del ruido que resulten aplicables por la autoridad local y por el marco general del Código Nacional de Seguridad y Convivencia Ciudadana. (Función Pública)

Como parte del acompañamiento al emprendimiento, 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 tenga una base inicial para desarrollar su actividad de manera más organizada y segura.

Tabla 5. Requisitos legales orientadores

Tema	Requisito o acción sugerida
Formalización	Matrícula mercantil del establecimiento
Tributario	Inscripción o actualización del RUT
Facturación	Revisión de obligación de facturación electrónica
Sanitario	Cumplimiento de condiciones para manipulación y expendio de alimentos
Funcionamiento	Verificación de condiciones legales del establecimiento
Convivencia	Respeto a horarios, ruido y normas locales

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización de Variedades Lucy será la venta directa en sitio, ya que el negocio está diseñado para atender de manera presencial a la comunidad, a los transportadores y a los visitantes. Este canal es el más apropiado porque permite un contacto cercano con el cliente, facilita la venta combinada de varios productos y fortalece la relación de confianza con la comunidad.

Sin embargo, además de la venta directa, pueden fortalecerse otros canales complementarios. Uno de ellos será el voz a voz, que en comunidades pequeñas tiene una gran fuerza. Un negocio que atiende bien, mantiene surtido y conserva calidad en sus servicios rápidamente gana reputación positiva en el sector.

También puede utilizarse la promoción comunitaria local, mediante avisos visibles, carteles, mensajes por WhatsApp, anuncios de menú del día o comunicación directa con clientes frecuentes. Este tipo de promoción es sencilla y económica, pero efectiva para negocios de escala pequeña.

Otro canal posible es la venta por encargo o separación previa, especialmente para productos de alimentación o pequeños abastecimientos de mercado. Esta modalidad puede ayudar a asegurar ventas y a mejorar la planeación del inventario.

Tabla 6. Canales de comercialización

Canal	Descripción	Utilidad principal
Venta directa en sitio	Atención presencial en el establecimiento	Canal principal de ingresos

Voz a voz	Recomendación entre clientes y comunidad	Fortalecer reputación local
Promoción comunitaria	Avisos, carteles y mensajes por WhatsApp	Informar ofertas y atraer clientes
Venta por encargo	Pedidos previos de alimentos o mercado	Asegurar ventas y planear inventario

En conjunto, estos canales permitirán que el negocio no dependa únicamente del paso casual de clientes, sino también de la relación constante con la comunidad.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

Para la proyección financiera se toma como base la información aportada: un valor promedio de venta de $120.000 y una venta estimada semanal de $840.000. Para efectos del análisis, el valor promedio se entenderá como una referencia de compra media por cliente, grupo de clientes o jornada de consumo, y no como precio fijo de un solo producto, dado que el negocio maneja varias líneas de venta.

Con base en ello, se plantea una proyección conservadora de ventas así:

Tabla 7. 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 entender mejor la composición de las ventas, se puede proyectar la siguiente distribución mensual, la cual es un supuesto razonable basado en el tipo de negocio:

Tabla 8. Distribución mensual estimada de ingresos

Línea de ingreso	Participación estimada	Valor mensual estimado
Productos de mercado	40%	$1.344.000
Bebidas frías	25%	$840.000
Servicios gastronómicos	25%	$840.000
Conectividad a internet	10%	$336.000
Total mensual estimado	**100%**	**$3.360.000**

Esta proyección es prudente y corresponde a una etapa inicial. No parte de un escenario exagerado, sino de un negocio que empieza a posicionarse gradualmente. En la medida en que mejore el surtido, aumente la clientela y se consolide la atención, el negocio podría crecer entre un 10% y un 20% en un segundo año, pero para este plan se prefiere mantener un escenario moderado.

10. COSTOS Y GASTOS

En este punto es importante diferenciar la inversión inicial de los costos y gastos mensuales. Los recursos físicos señalados por el emprendedor corresponden principalmente a la inversión necesaria para iniciar operaciones. A partir de esa base, se plantea la siguiente estructura estimada.

Tabla 9. Inversión inicial estimada

Elemento	Valor estimado
Parque solar	$7.500.000
Internet satelital e instalación inicial	$2.000.000
Congeladores	$3.500.000
Computador	$1.800.000
Estanterías	$2.200.000
Mesas	$1.500.000
Sillas	$1.200.000
Adecuación básica del local	$4.300.000
Capital de trabajo inicial para surtido	$6.000.000
Total estimado	**$30.000.000**

Esta distribución es coherente con el presupuesto inicial indicado por el emprendedor, que asciende a treinta millones de pesos.

Tabla 10. Costos y gastos mensuales estimados

Concepto	Valor mensual estimado
Reposición de mercado	$900.000
Compra de bebidas frías	$450.000
Insumos para alimentación	$350.000
Internet mensual	$320.000
Pago del ayudante	$900.000
Transporte y abastecimiento	$250.000
Aseo, limpieza y empaques	$120.000
Mantenimiento menor	$120.000
Imprevistos	$100.000
Total costos y gastos mensuales	**$3.510.000**

Con base en la venta mensual estimada de $3.360.000, se observa que el negocio en su etapa inicial estaría operando en un punto muy ajustado si solo alcanza ese nivel de ventas. Esto significa que el proyecto puede ser viable, pero requiere una estrategia de fortalecimiento comercial para llevar las

ventas a un nivel ligeramente superior. Por ejemplo, si el negocio logra vender cerca de $4.200.000 mensuales, la operación comenzaría a mostrar una utilidad más cómoda.

Por ello, es razonable concluir que el valor de ventas suministrado representa un piso inicial y no una meta máxima. Para mejorar la rentabilidad, el negocio deberá impulsar la rotación de productos, ofrecer alimentación de manera constante y aprovechar el servicio de conectividad como atractivo adicional.

11. TALENTO HUMANO

El negocio requerirá inicialmente de dos personas: el dueño y un ayudante. Esta estructura es apropiada para una unidad productiva pequeña, porque permite operar con costos controlados y mantener supervisión directa sobre el negocio.

El dueño será la persona encargada de la dirección general. Entre sus funciones estarán la compra de mercancía, la toma de decisiones, el control del inventario, el manejo del dinero, la relación con proveedores y la supervisión de la atención al cliente. Su presencia será clave, especialmente en la etapa inicial, porque en los pequeños negocios la administración cercana del propietario suele ser uno de los principales factores de éxito.

El ayudante apoyará la operación diaria, especialmente en la atención al público, organización del local, limpieza, acomodo de productos, preparación o apoyo en el servicio gastronómico y acompañamiento en momentos de mayor demanda.

Aunque la estructura humana es básica, debe haber claridad en las funciones y compromiso con el servicio. En este tipo de negocio, la puntualidad, la amabilidad, la limpieza y el respeto por el cliente hacen una diferencia muy grande.

Tabla 11. Estructura básica de talento humano

Cargo	Funciones principales
Dueño	Dirección general, compras, inventario, caja, relación con proveedores y supervisión
Ayudante	Atención al público, organización del local, limpieza y apoyo en alimentación

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Variedades Lucy requiere varias condiciones mínimas para iniciar adecuadamente. La primera es contar con un espacio físico adecuado, donde puedan organizarse los productos de mercado, la atención a clientes, el área de bebidas, un pequeño espacio de comidas y la prestación del servicio de conectividad.

La segunda necesidad es tener equipos funcionales y confiables, especialmente el parque solar, el internet satelital, los congeladores, el computador, las estanterías, las mesas y las sillas. Estos recursos no son accesorios; son la base para que el negocio preste un servicio continuo y de calidad.

La tercera necesidad es disponer de capital de trabajo, porque no basta con comprar equipos. También se necesita dinero para surtir el negocio, reponer mercancía, adquirir insumos para la cocina, cubrir gastos de operación y responder a imprevistos.

La cuarta necesidad es avanzar en una organización administrativa básica, que incluya registros de ventas, control de caja, anotación de gastos y seguimiento al inventario. Esto permitirá saber qué línea deja más utilidad y cuáles productos deben mantenerse o cambiarse.

La quinta necesidad es la formalización progresiva, junto con la revisión de los requisitos legales y sanitarios que correspondan al negocio. Esto ayudará a que el emprendimiento crezca con mayor seguridad y orden.

Tabla 12. Necesidades y requerimientos del proyecto

Área	Requerimiento principal
Infraestructura	Espacio físico adecuado para mercado, bebidas, comidas e internet
Equipos	Parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas y sillas
Capital de trabajo	Recursos para surtido, reposición e insumos
Administración	Registros de ventas, caja, gastos e inventario
Formalización	Avance en requisitos legales, tributarios y sanitarios

13. VALOR DEL PROYECTO

El valor estimado del proyecto es de $30.000.000, cifra suministrada como presupuesto inicial necesario para comenzar. Desde una mirada práctica, este monto es razonable para una iniciativa que combina comercio básico, bebidas frías, conectividad y servicios de alimentación, ya que requiere tanto infraestructura como capital de trabajo inicial.

Este valor permite no solo adquirir los equipos principales, sino también adecuar el establecimiento y surtirlo para empezar con una oferta visible y funcional. Si el negocio comenzara con una inversión muy inferior, correría el riesgo de abrir sin surtido suficiente o sin condiciones adecuadas de operación, lo cual afectaría la confianza del cliente desde el inicio.

Más allá del monto, el verdadero valor del proyecto está en su capacidad para resolver necesidades del territorio, generar ingresos para la familia emprendedora y ofrecer un servicio útil para la comunidad. Por eso, se puede afirmar que es un proyecto de escala pequeña, pero con impacto potencial importante en el contexto local.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo de Variedades Lucy debe responder a una lógica sencilla, pero constante. El negocio funcionará con atención directa en sitio, por lo cual se recomienda establecer horarios claros de apertura y cierre, ajustados a la dinámica del sector y al comportamiento de la clientela.

Antes de abrir cada día, será necesario revisar el estado del local, limpiar las áreas de atención, verificar el funcionamiento del internet, revisar la temperatura de los congeladores y organizar los productos visibles al público. Esta rutina mejora la imagen del negocio y facilita la venta.

Durante la jornada, se debe atender al cliente con rapidez, registrar ventas, cuidar la presentación de los alimentos y mantener orden en la exhibición del mercado. En el caso de los servicios gastronómicos, se recomienda trabajar inicialmente con una oferta limitada pero constante, evitando manejar un menú muy amplio que complique la operación.

Al finalizar el día, se hará arqueo básico de caja, revisión de productos faltantes, limpieza general y programación de reposición si es necesario. También conviene llevar una libreta o registro sencillo donde se anoten ventas, gastos y observaciones del día.

Tabla 13. Actividades del plan operativo

Actividad	Frecuencia
Limpieza y organización del local	Diaria
Revisión de inventario	Diaria
Control de caja	Diaria
Verificación de equipos e internet	Diaria
Compra de reposición	Semanal
Evaluación de ventas	Semanal
Revisión general del negocio	Mensual

Este plan operativo permitirá sostener el negocio con orden, evitar pérdidas y mejorar la atención.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El principal impacto esperado de Variedades Lucy es acercar bienes y servicios de difícil acceso a la comunidad, tal como se expresó en la información base. Esto significa que el negocio aportará a la solución de necesidades diarias en el territorio, mejorando la disponibilidad local de mercado, bebidas, alimentación y conectividad.

En segundo lugar, el negocio puede generar impacto económico local, aunque sea en escala pequeña. La compra de productos, la contratación de un ayudante y el movimiento comercial del establecimiento contribuyen a dinamizar la economía del sector y a fortalecer el emprendimiento rural o comunitario.

En tercer lugar, el negocio tiene un impacto social, porque puede consolidarse como un punto de encuentro y apoyo para la población. Un establecimiento bien manejado no solo vende; también genera confianza, cercanía y utilidad para la comunidad.

En cuarto lugar, su alcance no se limita a la inspección de Palmarito. También puede beneficiar a transportadores, visitantes, instituciones y personas en tránsito dentro del municipio. Esto es importante en un territorio extenso como Cumaribo, donde los puntos de servicio cumplen una función práctica más amplia que la de un comercio urbano convencional. (Alcaldía de Cumaribo)

Por ello, el impacto del negocio será comercial, social y territorial.

16. MAPA DE ACTORES

El éxito del negocio depende de su relación con distintos actores del entorno. Cada uno tiene un papel específico y una forma de influencia sobre el proyecto.

Tabla 14. Mapa de actores

Actor	Relación con el negocio	Interés principal
Comunidad del sector	Cliente frecuente	Acceso a bienes y servicios cercanos
Transportadores	Cliente ocasional o frecuente	Bebidas, alimentación y conectividad
Instituciones	Cliente y posible aliado local	Apoyo logístico y compras puntuales
Turistas y transeúntes	Cliente eventual	Consumo rápido y servicios básicos
Proveedores	Abastecen mercancía e insumos	Relación comercial estable
Dueño	Administrador y responsable principal	Sostenibilidad e ingreso económico
Ayudante	Apoyo operativo	Empleo e ingreso
Autoridades locales	Entorno regulador	Orden, convivencia y legalidad

Este mapa muestra que Variedades Lucy no operará solo como una iniciativa privada aislada, sino como un negocio conectado con la comunidad, con la economía local y con el funcionamiento del territorio.

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Variedades Lucy es un proyecto de negocio pertinente, útil y con posibilidades de sostenimiento en la inspección de Palmarito, municipio de Cumaribo. Su mayor fortaleza está en la variedad de soluciones que ofrece en un solo lugar: productos de mercado, bebidas frías, alimentación y conectividad a internet. Esta combinación le permite responder a necesidades reales de la comunidad y también captar clientes en tránsito, como transportadores, visitantes e instituciones.

Desde el punto de vista comercial, el negocio tiene potencial porque no depende de una sola línea de ingresos y puede crecer progresivamente si mantiene buena atención, surtido constante y una administración ordenada. Desde el punto de vista social, puede convertirse en un apoyo importante para la comunidad, al acercar bienes y servicios que no siempre se consiguen de forma inmediata en el territorio.

En el aspecto financiero, el proyecto requiere control y realismo. El presupuesto inicial de treinta millones de pesos permite arrancar con una base adecuada, pero la rentabilidad dependerá de lograr una mejor rotación de productos y de fortalecer la venta de alimentación y conectividad. Esto significa

que el negocio es viable, siempre que se administre con disciplina, seguimiento de costos y enfoque en el servicio.

En conclusión, Variedades Lucy puede consolidarse como un emprendimiento valioso para Palmarito, no solo por su capacidad de generar ingresos, sino por el aporte que puede hacer al bienestar cotidiano de la comunidad y a la dinámica económica 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.

Fabio A M P.

Fabio Antonio Moreno Parrado
Emprendedora

Yisbleni 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	Fabio Antonio Moreno Parrado
TIENDA	Variedades Lucy
FECHA	22/02/2026



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: 22-2-2026

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: Fabio AMP

Nombres: Fabio Antonio Moreno

CC: 18.261.852

OBSERVACIONES:

Wilson de Jesus Becerra Trejos

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	Wilson de Jesus Becerra Trejos
TIENDA	Almacen Shirly
FECHA	10/02/2026



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, Wilson de Jesus Becerra identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 9.809.547 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: Wilson Becerra

Nombres: Wilson de Jesus Becerra

CC: 9.809.547

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, Wilson de Jesus Becerra identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 9.809.547, 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 10 días del mes de febrero del año 2026.

RECIBE:

Firma: Wilson Becerra

Nombres: Wilson de Jesus Becerra

CC: 9.809.547

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 10	MES 2	AÑO 2026	
Beneficiario	Wilson de Jesus Becerra				
Cédula	9.809.547			Sexo: ☐Mujer ☑Hombre	
Departamento:	Vichada.		Municipio:	Cumaribo	
Vereda / Inspección:	Palmarito				
Dirección:	Palmarito		Teléfono de Contacto:	3006997796	

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: Financiamiento	☑ Sí / ☐ No	

DIAGNOSTICO DEL NEGOCIO

Fortalezas actuales del negocio: Variedad
Ubicación

Retos que enfrenta: financiamiento
Estructura costos.

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

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

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE VERIFICACIÓN

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

COMPROMISOS DE LA VISITA

Acciones acordadas en la visita	Revisar opciones financiamiento
Compromisos del beneficiario:	Revisar estructura costos
Observaciones:	Plan de accion

Firma: Wilson Becerra.
Beneficiario: Wilson J Becerra t
Cédula: 9809547

Firma:
Profesional: Misbleni 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, Wilson de Jesus Becerra, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 9.809.547 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 10 días del mes de febrero del año 2025.

RECIBE:

Huella



Firma: Wilson Becerra

Nombres: Wilson de Jesus Becerra

CC: 9.809.547

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

ALMACÉN SHIRLY

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: Wilson de Jesús Becerra Trejos

EMPRENDEDOR

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

Almacén Shirly nace para responder a una necesidad concreta de la inspección de Palmarito: contar con un sitio cercano donde la comunidad pueda encontrar productos para el hogar, bebidas frías, conectividad, utensilios de cocina, repuestos para carros y motos y algunos productos agropecuarios, sin tener que desplazarse largas distancias. En sectores rurales apartados, una compra pequeña puede convertirse en un problema por el costo del transporte, el tiempo del recorrido y la poca disponibilidad de oferta inmediata.

La necesidad no es solo comercial. También es práctica y productiva. La comunidad del sector requiere soluciones rápidas para el hogar, para la movilidad y para actividades agropecuarias. Los transportadores necesitan bebidas frías, repuestos básicos o lubricantes menores para continuar su trayecto. Las instituciones y visitantes también pueden requerir conectividad y compras de apoyo. En ese sentido, el negocio se plantea como un punto de solución inmediata para necesidades cotidianas y urgentes.

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 comprar mercado, utensilios, repuestos pequeños, artículos agropecuarios y usar la conectividad con frecuencia. Los transportadores representarían un cliente importante por la necesidad de bebidas frías, repuestos rápidos y acceso a internet. Las instituciones podrían requerir compras puntuales o apoyo logístico. Los turistas tendrían una participación complementaria, especialmente en bebidas y productos de paso.

Tabla 1. Tipos de clientes

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia esperada
Comunidad del sector	Mercado, utensilios, repuestos, agropecuarios, internet	Alta
Transportadores	Bebidas frías, repuestos, conectividad	Media-alta
Instituciones	Compras puntuales y apoyo logístico	Media
Turistas	Bebidas, artículos básicos, internet	Media

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

3. COMPETENCIA

Según la información entregada, los competidores identificados son Dilsen Morales, con bebidas frías y restaurante, y Sirley Camargo, con mercado, bebidas frías y variedades. Esto significa que sí existe oferta comercial parcial en el entorno, pero no necesariamente un establecimiento que reúna en un

mismo punto mercado, bebidas, conectividad, utensilios de cocina, productos agropecuarios y repuestos para carros y motos.

La principal ventaja competitiva de Almacén Shirly está en la ubicación estratégica, en los servicios de conectividad y en la variedad de productos. Esa variedad puede ser decisiva en una zona rural, porque el cliente valora mucho resolver varias necesidades en una sola parada.

Tabla 2. Competencia identificada

Competidor	Oferta principal	Diferencia frente a Almacén Shirly
Dilsen Morales	Bebidas frías y restaurante	Menor variedad para hogar, mecánica y agro
Sirley Camargo	Mercado, bebidas y variedades	Menor enfoque en repuestos y conectividad
Almacén Shirly	Mercado, bebidas, repuestos, agropecuarios, utensilios e internet	Oferta más integral

4. IDEA DE NEGOCIO

Almacén Shirly es un emprendimiento rural orientado a la venta de productos de mercado para el hogar, bebidas frías alcohólicas y no alcohólicas, conectividad, productos de mecánica para motos y carros, utensilios de cocina y productos agropecuarios. Su propósito es atender a la comunidad de Palmarito y a quienes transitan por el sector, ofreciendo un punto de abastecimiento amplio y práctico.

La idea del negocio tiene sentido porque responde a una necesidad de uso diario y no depende de una sola línea de venta. Al combinar mercado, repuestos, artículos agropecuarios y conectividad, el negocio puede atraer distintos tipos de clientes y sostener mejores niveles de ingreso durante la semana.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

El negocio ofrecerá las siguientes líneas principales:

- mercado
- bebidas frías
- conectividad a internet
- utensilios de cocina
- productos agropecuarios
- repuestos para carros y motos

Tomando como base la idea general entregada, se entiende además que la línea de bebidas incluye alcohólicas y no alcohólicas, aunque en el listado resumido del punto 5 no se hayan separado por nombre. Esa interpretación es coherente con la información base del proyecto.

Como supuesto razonable, la línea de productos agropecuarios puede incluir artículos básicos de uso rural como herramientas menores, insumos para manejo de finca, semillas o productos de apoyo para labores agropecuarias, según la demanda local.

Tabla 3. Líneas de productos y servicios

Línea	Productos o servicios
Hogar	Mercado y utensilios de cocina
Bebidas	Frías, alcohólicas y no alcohólicas
Movilidad	Repuestos para motos y carros
Campo	Productos agropecuarios
Servicio complementario	Conectividad a internet

6. PROCESOS TÉCNICOS

El primer proceso técnico es el abastecimiento, que incluye la compra de bebidas, productos de mercado, utensilios, repuestos y artículos agropecuarios. Aquí será importante trabajar con proveedores confiables y mantener control de inventario, porque el negocio depende de la variedad y de la disponibilidad inmediata.

El segundo proceso es el almacenamiento y exhibición. Los congeladores servirán para mantener las bebidas frías. Las estanterías ayudarán a clasificar mejor mercado, utensilios, repuestos y productos agropecuarios. El tercer proceso es la atención al cliente, que será directa en sitio. El cuarto proceso es el servicio de conectividad, que dependerá del internet satelital, el computador y la continuidad energética. El quinto proceso es el control operativo, que incluye caja, limpieza, revisión de stock y reposición frecuente.

Como el negocio venderá bebidas y productos de mercado, debe mantener buenas prácticas de almacenamiento, conservación y limpieza. La Resolución 2674 de 2013 establece requisitos sanitarios para quienes fabriquen, procesen, almacenen, transporten o expendan alimentos, y esas reglas son relevantes para cualquier punto que comercialice bebidas y productos de consumo humano.

En el caso de los productos agropecuarios, si el negocio incluye insumos agropecuarios o semillas para siembra, el ICA establece requisitos para su comercialización y señala que los distribuidores deben vender productos con registro ICA, no vencidos y en envases autorizados.

Tabla 4. Procesos técnicos del negocio

Proceso	Descripción
Abastecimiento	Compra de bebidas, mercado, utensilios, repuestos y artículos agropecuarios
Almacenamiento y exhibición	Conservación de bebidas frías y organización del surtido

Atención al cliente	Servicio directo en sitio
Servicio de conectividad	Acceso a internet con soporte de equipos y energía
Control operativo	Caja, limpieza, revisión de stock y reposición

7. REQUISITOS LEGALES

En materia tributaria, la DIAN informa que para usar facturación electrónica se requiere estar inscrito en el RUT, contar con software de facturación electrónica y disponer de certificado de firma digital. La misma DIAN 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.

Además, si el negocio comercializa alimentos y bebidas, debe cumplir reglas de almacenamiento, higiene y conservación según la Resolución 2674 de 2013. Si dentro de la línea agropecuaria vende insumos regulados o semillas para siembra, deberá atender los requisitos del ICA para comercializadores de insumos agropecuarios y vender únicamente productos legales y autorizados.

Tabla 5. Requisitos o acciones legales

Requisito o acción	Finalidad
RUT	Identificación tributaria del negocio
Facturación electrónica, si aplica	Cumplimiento tributario
Buenas prácticas sanitarias	Manejo adecuado de bebidas y mercado
Revisión de requisitos ICA, si hay insumos regulados	Legalidad en productos agropecuarios
Asistencia técnica brindada	Orientación sobre formalización, RUT y facturación

Observación importante: si la línea agropecuaria se limita a herramientas, artículos menores o productos no regulados, la operación es más simple. Si incluye insumos regulados, el componente legal se vuelve más exigente.

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal será la venta directa en sitio, porque el valor del negocio está en que el cliente llegue y encuentre una solución inmediata para el hogar, el vehículo, la finca o la conectividad.

El segundo canal será el voz a voz, muy importante en sectores rurales. Un almacén con buena atención, surtido útil y disponibilidad rápida gana reputación con facilidad. El tercer canal puede ser el encargo previo, especialmente para repuestos, artículos agropecuarios o compras de mercado de clientes frecuentes.

Tabla 6. Canales de comercialización

Canal	Descripción
Venta directa en sitio	Atención inmediata y solución de necesidades del cliente
Voz a voz	Recomendación comunitaria y posicionamiento local
Encargo previo	Solicitudes anticipadas de repuestos, artículos agropecuarios o mercado

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

La proyección base entregada es de $1.050.000 por semana, es decir, aproximadamente $4.200.000 mensuales. El precio promedio de $150.000 parece corresponder más a compras combinadas de mercado, repuestos o productos agropecuarios, no a una compra mínima individual. Por eso, conviene plantear tres escenarios.

Tabla 7. Escenarios de ventas

Escenario	Venta semanal	Venta mensual estimada
Conservador	$1.050.000	$4.200.000
Medio	$1.500.000	$6.000.000
Fortalecido	$2.100.000	$8.400.000

Como supuesto de trabajo, el escenario conservador corresponde al arranque con un surtido básico bien manejado. El escenario medio sería realista si se consolidan las ventas de mercado, repuestos y bebidas. El escenario fortalecido dependería de una mejor rotación de productos agropecuarios, conectividad constante y mayor reconocimiento local.

Tabla 8. Participación estimada por línea

Línea	Participación estimada
Mercado y hogar	30%
Repuestos y mecánica	25%
Productos agropecuarios	20%
Bebidas	15%
Conectividad y otros	10%

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales se relacionan con parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas y sillas. Sin embargo, el costo real del negocio estará más marcado por el surtido inicial y la reposición constante de productos.

Tabla 9. Costos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado
Compra de mercado y hogar	$1.000.000
Repuestos y artículos mecánicos	$800.000
Productos agropecuarios	$700.000
Bebidas frías	$350.000
Internet satelital	$250.000
Apoyo del ayudante	$1.200.000
Limpieza, transporte e imprevistos	$300.000
Total mensual estimado	**$4.600.000**

Tabla 10. Escenarios de resultado mensual

Escenario	Venta mensual	Gastos mensuales	Resultado aproximado
Conservador	$4.200.000	$4.600.000	-$400.000
Medio	$6.000.000	$4.600.000	$1.400.000
Fortalecido	$8.400.000	$4.600.000	$3.800.000

Esto muestra que el negocio necesita crecer rápido hacia el escenario medio para trabajar con mayor tranquilidad. La clave estará en seleccionar bien el surtido, evitar inventario quieto y priorizar los productos de mayor salida.

11. TALENTO HUMANO

La estructura propuesta es sencilla: dueño y un ayudante. El dueño se encargaría de la administración, las compras, la caja, la organización del surtido y el control general del almacén. El ayudante apoyaría en atención al cliente, organización, limpieza, entrega de productos y apoyo al servicio de conectividad.

Tabla 11. Talento humano requerido

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

Como supuesto razonable, si la línea de repuestos y productos agropecuarios crece, podría requerirse una persona adicional o apoyo ocasional con mejor conocimiento del producto.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Almacén Shirly necesita una base técnica y física suficiente para operar con orden. El parque solar es importante para sostener refrigeración y conectividad. El internet satelital es esencial para el servicio ofrecido. Los congeladores ayudan a mantener bebidas frías. El computador apoya la gestión del negocio y el acceso a internet. Las estanterías, mesas y sillas ayudan a organizar mejor el punto de venta.

El requerimiento más importante, sin embargo, no es solo físico sino comercial: definir un surtido que realmente responda a la demanda del sector. En este tipo de negocio, equivocarse en la mezcla de productos puede inmovilizar capital y debilitar la operación.

Tabla 12. Requerimientos para la operación

Tipo	Requerimiento	Uso principal
Energía	Parque solar	Mantener operación y frío
Conectividad	Internet satelital	Servicio de internet
Refrigeración	Congeladores	Bebidas frías
Tecnología	Computador	Control básico y conectividad
Atención	Estanterías, mesas y sillas	Organización del punto
Operación	Surtido inicial	Arranque comercial

13. VALOR DEL PROYECTO

El presupuesto disponible informado es de $7.000.000, pero al revisar el alcance del negocio, esa cifra parece suficiente solo para una fase inicial limitada. El principal reto no está tanto en los equipos, sino en el capital que requiere un surtido variado.

Tabla 13. Presupuesto estimado del proyecto

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$2.500.000
Internet satelital e instalación	$1.500.000
Congeladores	$1.500.000
Computador	$800.000
Estanterías, mesas y sillas	$1.000.000
Surtido inicial básico	$3.000.000
Capital de trabajo	$700.000
Valor total estimado	$11.000.000

Tabla 14. Brecha entre presupuesto y valor estimado

Concepto	Valor
Presupuesto disponible	$7.000.000
Valor estimado del proyecto	$11.000.000
Brecha aproximada	$4.000.000

La recomendación es iniciar por fases, priorizando primero mercado, bebidas, conectividad y una selección corta de repuestos y productos agropecuarios de alta salida. Luego, a medida que el negocio gane movimiento, ampliar el surtido.

14. PLAN OPERATIVO

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

Tabla 15. Rutina operativa diaria

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

Semanalmente se debe revisar qué productos se están vendiendo más, cuáles se están quedando quietos y qué ajustes requiere el surtido. Ese seguimiento será clave para la sostenibilidad del negocio.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de Almacén Shirly es positivo porque acercaría bienes y servicios de difícil acceso a la comunidad de Palmarito. En lo social, mejora el acceso a mercado, utensilios, bebidas, repuestos, algunos productos agropecuarios y conectividad. En lo territorial, fortalece la oferta comercial del sector. En lo económico, puede dinamizar el intercambio local y apoyar tanto la vida del hogar como la movilidad y parte de la actividad rural.

En una zona rural del Vichada, donde la distancia influye mucho en la vida diaria, un negocio de este tipo puede convertirse en un punto de solución inmediata muy valioso para familias, transportadores, instituciones y visitantes. El alcance sería principalmente local y de paso, con posibilidad de crecer si mantiene buena atención y un surtido bien pensado.

16. MAPA DE ACTORES

El negocio se relaciona con varios actores. En el centro están el dueño y el ayudante. En el entorno aparecen la comunidad, los transportadores, las instituciones y los turistas. También aparecen la DIAN y, según el tipo de producto agropecuario, el ICA, como referentes institucionales para la formalización y la comercialización legal.

Tabla 16. Actores del proyecto

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

Instituciones	Externo	Posibles aliadas o usuarias
Turistas	Externo	Cliente ocasional
DIAN	Institucional	Referencia para RUT y facturación
ICA	Institucional	Referencia para productos agropecuarios regulados

CONCLUSIÓN FINAL

Almacén Shirly es una idea de negocio pertinente para la inspección de Palmarito porque responde a una necesidad real del territorio: acercar mercado, bebidas, conectividad, utensilios, repuestos y productos agropecuarios a una zona donde la oferta es limitada y el acceso suele ser difícil. Su principal fortaleza está en la variedad, ya que puede resolver necesidades del hogar, de la movilidad y del trabajo rural en un solo punto.

El análisis también muestra que el proyecto no debe comenzar con una expectativa equivocada sobre su costo real. El presupuesto actual permite arrancar una fase básica, pero no montar desde el inicio toda la variedad ideal. La mejor estrategia es crecer por etapas, consolidar primero las líneas de mayor salida y luego ampliar el surtido con base en la demanda real. Si eso se logra, Almacén Shirly puede convertirse en un punto de abastecimiento 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.

Wilson Becerra.

Wilson de Jesús Becerra Trejos
Emprendedor

Yishleni Johana Morales Beltran
Orientadora de emprendimiento

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

NOMBRE DEL PROYECTO	**IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES QUE CONTRIBUYAN AL EMPRENDIMIENTO Y AUMENTO DE CAPACIDADES LOGÍSTICAS DE LOS PEQUEÑOS TENDEROS EN LA ZONA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE VICHADA**
ACTIVIDAD	REALIZAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LAS UNIDADES PRODUCTIVAS POPULARES EN LAS ZONAS RURALES.
DESCRIPCIÓN	ENTREGA DE LA GUIA METODOLÓGICA PARA LA ESTRUCTURACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO Y SU DESARROLLO.
BENEFICIARIO	Wilson de Jesus Becerra Trejos
TIENDA	Almacen Shirly
FECHA	10/02/2026



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: 6-3-2026

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: Wilson Becerra

Nombres: Wilson J Becerra T

CC: 9809547

OBSERVACIONES:

Huberman Adrian Ruiz Sastoque

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	Huberman Adrian Ruiz Sastoque
TIENDA	Variedades Huber
FECHA	24/01/2026



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, Huberman Ruiz Sastoque identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.121.845.857 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: Huberman A Ruiz S

Nombres: Huberman Ruiz Sastoque

CC: 1.121.845.857

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, Huberman Ruiz Castoque identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.121.845.857, 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 Chupabe a los 24 días del mes de enero del año 2026.

RECIBE:

Firma: Huberman A Ruiz S

Nombres: Huberman Ruiz Sastoque

CC: 1.121.845.857

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 24	MES 1	AÑO 2026	
Beneficiario	Huberman Ruiz Sastoque				
Cédula	1.121.845.857			Sexo: ☐Mujer ☑Hombre	
Departamento:	Vichada		Municipio: Cumaribo		
Vereda / Inspección:	Chupave				
Dirección:	Chupave		Teléfono de Contacto: 3042184204		

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: Presupuesto

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	Organizar plan financiero
Compromisos del beneficiario:	Hacer DOFA
Observaciones:	Verificar cadena logistica.

Firma: Huberman A Ruiz S.
Beneficiario: Huberman Ruiz
Cédula: 1.121845857



Firma:
Profesional: Yichleni 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, Huberman Ruiz Sastoque, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.121.845.857 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 Chupabe a los 24 días del mes de enero del año 2026.

RECIBE:

Huella



Firma: Huberman R Ruiz S

Nombres: Huberman Ruiz Sastoque

CC: 1.121.845.857

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

VARIEDADES HUBER

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: Huberman Adrián Ruiz Sastoque

EMPRENDEDORA

Ubicación: Inspección de Chupave, municipio de Cumaribo, departamento de Vichada, Colombia.

FEBRERO DE 2026

GOBERNACION DE VICHADA SGR ASOSUPRO fundacion servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

La necesidad principal que pretende resolver Variedades Huber es la limitada disponibilidad inmediata de bienes y servicios básicos en la inspección de Chupave. En este tipo de entornos, muchas familias y personas de paso requieren encontrar de manera rápida productos del hogar, bebidas frías, hielo y posibilidades de conectividad sin depender de desplazamientos más largos, mayores costos de transporte o demoras en la atención. Cuando estos servicios no están cerca, la comunidad ve afectada su comodidad, su tiempo y, en ocasiones, su capacidad de resolver necesidades urgentes del día a día.

Además de abastecer a la comunidad del sector, el negocio también responde a una necesidad de tránsito. Los transportadores, turistas y transeúntes suelen requerir un punto donde puedan comprar agua, bebidas, hielo, algunos artículos básicos o conectarse a internet para comunicarse, consultar rutas o resolver asuntos personales y laborales. Por ello, el establecimiento no solo tendrá una función comercial, sino también de apoyo al movimiento económico y social del sector.

Desde una mirada territorial, el negocio aporta a mejorar el acceso local a bienes de consumo frecuente y a pequeños servicios que, aunque parecen simples, hacen una diferencia importante en comunidades apartadas o dispersas. En ese sentido, Variedades Huber nace como una respuesta útil, cercana y realista frente a las condiciones del entorno.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes de Variedades Huber pueden clasificarse en varios grupos. El primero y más importante es la comunidad del sector, compuesta por familias, trabajadores, jóvenes, habitantes permanentes y personas de la inspección que requieren comprar mercado, bebidas o utilizar el servicio de conectividad. Este grupo representa una clientela estable, cercana y con potencial de compra frecuente, especialmente en artículos básicos del hogar y bebidas de consumo diario.

El segundo grupo está integrado por los transportadores, quienes valoran la rapidez del servicio, la posibilidad de conseguir bebidas frías, hielo y acceso a internet. Para ellos, un negocio bien ubicado y con atención ágil se convierte en un punto de parada funcional. El tercer grupo corresponde a las instituciones, que eventualmente pueden requerir productos básicos o apoyo de conectividad para actividades puntuales. El cuarto grupo lo conforman los turistas y visitantes, quienes generan compras ocasionales, pero que pueden representar buenos ingresos en determinados periodos o durante jornadas de mayor movimiento.

En general, se trata de clientes que buscan conveniencia, cercanía, buena atención y variedad. Por esta razón, el negocio debe mantener una imagen de confianza, orden y disponibilidad. Más que competir por precio solamente, Variedades Huber debe diferenciarse por facilitar la vida del cliente y ofrecerle soluciones inmediatas en el momento en que las necesita.

Tabla 1. Clientes principales

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia esperada
Comunidad del sector	Mercado, bebidas, hielo, conectividad	Alta
Transportadores	Atención rápida, bebidas frías, hielo, internet	Media-alta
Instituciones	Compras puntuales y apoyo de conectividad	Media
Turistas y visitantes	Abastecimiento ocasional	Media

3. COMPETENCIA

La competencia identificada para Variedades Huber está conformada principalmente por dos negocios cercanos: Ana Chávez, dedicada a bebidas frías y hospedaje, y Sofía Ruis, quien ofrece bebidas frías, panadería y servicios gastronómicos. Esto demuestra que ya existe una actividad comercial en la zona, lo cual confirma que hay demanda real por parte de la comunidad y de los usuarios del territorio.

Sin embargo, la existencia de competencia no significa que el proyecto no sea viable. Por el contrario, indica que el mercado ya reconoce la necesidad de este tipo de servicios. La oportunidad para Variedades Huber está en construir una propuesta más completa y organizada, integrando en un mismo punto productos de mercado, bebidas frías, hielo y conectividad. Esta combinación puede resultar muy atractiva para personas que desean resolver varias necesidades en una sola parada.

También hay que tener en cuenta que en negocios pequeños la competencia se define mucho por el servicio. Dos establecimientos pueden vender artículos parecidos, pero el cliente suele regresar al lugar donde se siente mejor atendido, encuentra lo que necesita y percibe orden, limpieza y respeto. Por eso, la calidad del trato, la disponibilidad del surtido y la ubicación estratégica pueden marcar una diferencia real frente a los demás negocios del sector.

En conclusión, la competencia es un factor a tener presente, pero no representa un obstáculo definitivo. Más bien, obliga al negocio a trabajar desde el inicio en su diferenciación y fidelización.

Tabla 2. Competencia local identificada

Competidor	Oferta principal	Fortalezas observables	Oportunidad para Variedades Huber
Ana Chávez	Bebidas frías y hospedaje	Reconocimiento local y atención a viajeros	Diferenciarse con mercado, hielo e internet en un solo punto
Sofía Ruis	Bebidas frías, panadería y gastronomía	Variedad en consumo inmediato	Competir con surtido básico del hogar y servicio de conectividad
Variedades Huber	Mercado, bebidas frías, hielo e internet	Oferta integrada y solución práctica	Posicionarse como punto múltiple de abastecimiento y servicio

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en poner en marcha una tienda de variedades orientada al abastecimiento básico y al servicio inmediato, ubicada en la inspección de Chupave, con atención directa en sitio. Su oferta principal incluirá productos de mercado para el hogar, bebidas frías alcohólicas y no alcohólicas, venta de hielo y conectividad a internet. La propuesta está pensada para operar de manera sencilla, cercana y útil, priorizando productos de alta rotación y servicios de necesidad cotidiana.

El valor central del negocio está en reunir en un solo punto varios elementos de utilidad para la comunidad y para los usuarios de paso. Esto hace que el establecimiento no dependa exclusivamente de una sola línea de venta. Mientras unas personas pueden acudir por productos del hogar, otras llegarán por bebidas, otras por hielo y otras por conectividad. Esa diversidad fortalece la estabilidad del negocio, porque reparte el riesgo y amplía el tipo de clientes que puede atender.

Variedades Huber se concibe como un negocio de escala pequeña o mediana en su etapa inicial, pero con posibilidad de crecer gradualmente. A medida que aumente la clientela y se conozca el comportamiento del mercado local, podrá ajustarse el surtido, incorporar más referencias y fortalecer las líneas más rentables.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

El negocio ofrecerá cuatro líneas principales de productos y una línea de servicio. La primera es la venta de productos de mercado para el hogar, pensados para cubrir necesidades básicas de la comunidad. En esta línea pueden incluirse arroz, azúcar, aceite, café, panela, granos, enlatados, productos de aseo, galletas, sal, papel higiénico, fósforos y otros artículos de consumo frecuente. La segunda línea corresponde a bebidas frías no alcohólicas, como agua, gaseosas, jugos y bebidas hidratantes.

La tercera línea es la venta de bebidas frías alcohólicas, dirigidas exclusivamente a personas mayores de edad y bajo el cumplimiento de la normatividad aplicable. La cuarta línea corresponde al hielo, que puede tener alta salida tanto para consumo doméstico como para usuarios de tránsito, conservación de productos y necesidades eventuales de la comunidad. Finalmente, el establecimiento prestará servicio de conectividad a internet, el cual aporta valor adicional y hace al negocio más útil para estudiantes, transportadores, visitantes e instituciones.

La diversidad de esta oferta es una fortaleza, porque le permite al negocio responder a distintas necesidades sin alejarse de una operación sencilla. Además, facilita la venta cruzada: quien entra por una bebida puede llevar mercado; quien entra por conectividad puede comprar hielo; quien acude por un artículo del hogar puede terminar consumiendo otros productos. Esto mejora el movimiento comercial diario.

Tabla 3. Productos y servicios

Línea	Descripción	Aporte al negocio
Mercado	Productos básicos para el hogar	Compra frecuente

Bebidas frías	Alcohólicas y no alcohólicas	Alta rotación
Hielo	Venta por bolsas o unidades	Solución práctica y rápida
Conectividad	Acceso a internet	Servicio diferenciador

6. PROCESOS TÉCNICOS

El funcionamiento técnico de Variedades Huber debe ser simple, pero ordenado. El primer proceso será el abastecimiento, que consiste en identificar proveedores, comprar mercancía, revisar calidad, controlar precios y asegurar que el surtido llegue en condiciones adecuadas. En esta etapa conviene priorizar productos de buena salida y evitar compras excesivas al comienzo, para no inmovilizar recursos ni generar pérdidas por baja rotación.

El segundo proceso es el almacenamiento y organización. Los productos secos de mercado deben ubicarse en estanterías limpias, ventiladas y ordenadas por categoría. Las bebidas y el hielo deben mantenerse en congeladores o equipos fríos que garanticen su conservación y presentación. En la medida de lo posible, el local debe estar distribuido de forma que facilite la atención y el control visual del inventario.

El tercer proceso es la atención al cliente, que será directa en sitio. Esto implica recibir al cliente, orientarlo, entregar el producto, cobrar, mantener el punto en orden y resolver inquietudes básicas. En el caso del servicio de conectividad, será necesario controlar su uso de manera sencilla, ya sea por tiempo, por consumo o por acceso puntual.

El cuarto proceso corresponde al control de inventario y reposición. Aunque se trate de un negocio pequeño, resulta indispensable llevar un registro básico de lo que entra y sale, qué productos se venden más, cuáles tardan en rotar y qué mercancía requiere reposición frecuente. Esto evita desperdicios, faltantes y compras innecesarias.

Finalmente, se debe incluir un proceso permanente de aseo y mantenimiento, tanto del local como de los equipos. El parque solar, el internet satelital, los congeladores y el mobiliario deben revisarse periódicamente para garantizar continuidad en la operación.

7. REQUISITOS LEGALES

Para operar de manera organizada, el negocio debe avanzar en un proceso básico de formalización. Uno de los requisitos más importantes es la inscripción en el Registro Único Tributario (RUT), el cual permite identificar, ubicar y clasificar a las personas con obligaciones administradas por la DIAN. Esto facilita acreditar la actividad económica ante terceros y cumplir deberes tributarios.

También es recomendable contar con matrícula mercantil e inscripción del establecimiento de comercio. Esto permite ejercer actividades comerciales en condiciones de legalidad y seguridad jurídica, además de fortalecer la imagen de formalidad del negocio ante clientes, proveedores e instituciones.

Como el negocio venderá productos de consumo humano, debe cumplir condiciones sanitarias mínimas de higiene, almacenamiento y conservación. Esto exige mantener limpieza, orden, protección del producto y conservación adecuada, especialmente en artículos fríos o perecederos.

En cuanto a la venta de bebidas alcohólicas, debe respetarse la prohibición de venta a menores de edad y mantenerse señalización visible sobre dicha restricción. Adicionalmente, se deben observar los horarios o disposiciones que determine la autoridad local.

Respecto de la facturación electrónica, esta obligación debe revisarse según la condición tributaria del negocio, sus ingresos y las reglas aplicables al momento de la formalización. En todo caso, resulta importante que el emprendedor conozca el tema y esté preparado para cumplirlo si llega a ser exigible.

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 para orientar al emprendedor en la puesta en marcha del negocio.

Tabla 4. Requisitos legales básicos

Requisito	Finalidad	Observación
RUT	Identificación tributaria del negocio	Debe mantenerse actualizado
Matrícula mercantil	Formalización comercial	Recomendable para operar con mayor respaldo
Condiciones sanitarias	Garantizar higiene y conservación	Aplica especialmente a alimentos, bebidas y hielo
Control en venta de alcohol	Cumplimiento normativo	Prohibida la venta a menores de edad
Revisión de facturación electrónica	Cumplimiento tributario	Depende de la obligación aplicable al negocio

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización será la venta directa en el establecimiento, ya que el negocio está diseñado para atender de manera presencial a la comunidad y a los usuarios del territorio. Este canal es el más adecuado porque permite una relación cercana con el cliente, facilita la venta inmediata y da visibilidad a la variedad de productos disponibles.

Como canal complementario, será importante el voz a voz comunitario, el cual en lugares pequeños o apartados tiene gran fuerza. Un cliente bien atendido que encuentra lo que necesita se convierte en promotor natural del negocio. Además, la ubicación estratégica favorece que el establecimiento sea reconocido por transportadores y visitantes.

Otro canal de apoyo puede ser la comunicación directa por celular o mensajería, para que algunos clientes frecuentes consulten disponibilidad de productos, hielo o servicio. Aunque no se trata de una

comercialización digital formal, sí puede servir como herramienta práctica de cercanía con la comunidad.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

Las cifras financieras que se presentan a continuación son estimadas y se construyen con base en la información suministrada, complementadas con supuestos prudentes para una etapa inicial. Se toma como base una venta semanal aproximada de $700.000, lo que equivale a un ingreso mensual cercano a $2.800.000 y un ingreso anual estimado de $33.600.000, sin incluir posibles picos de venta en temporadas de mayor movimiento.

Dado que el negocio combina productos de consumo frecuente con un servicio de conectividad, es razonable proyectar un crecimiento gradual si logra mantener surtido, orden y constancia en la atención. No obstante, por tratarse de un negocio de arranque, se plantea una proyección conservadora, entendiendo que los primeros meses servirán para ajustar inventario, identificar los artículos de mayor rotación y fortalecer clientela.

Tabla 5. Proyección estimada de ventas

Periodo	Venta estimada
Semanal	$700.000
Mensual promedio	$2.800.000
Anual aproximado	$33.600.000

Tabla 6. Proyección simple a 3 años

Año	Ventas estimadas	Supuesto
Año 1	$33.600.000	Puesta en marcha y posicionamiento
Año 2	$37.000.000	Mayor clientela y reposición más eficiente
Año 3	$40.500.000	Mejor reconocimiento y fortalecimiento del surtido

Estas cifras deben entenderse como una guía básica de planeación. En la práctica, las ventas pueden variar por clima, abastecimiento, capacidad de compra de la comunidad y movimiento del sector.

10. COSTOS Y GASTOS

En este proyecto se identifican dos grupos de costos: la inversión inicial y los gastos mensuales de operación. La inversión inicial está orientada a dejar funcionando el negocio con lo esencial, mientras que los gastos mensuales cubren la reposición de mercancía y los costos de mantener el servicio. Como el presupuesto disponible es de $5.000.000, se plantea un arranque austero, progresivo y realista, priorizando lo indispensable e incluso contemplando algunos equipos básicos o de segunda mano en buen estado.

Tabla 7. Inversión inicial estimada

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$1.100.000
Internet satelital e instalación inicial	$500.000
Congelador o equipo frío básico	$900.000
Computador básico	$450.000
Estanterías	$300.000
Mesas y sillas	$250.000
Surtido inicial	$1.200.000
Adecuación e imprevistos	$300.000
Total estimado	$5.000.000

Tabla 8. Gastos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado mensual
Reposición de mercancía	$1.700.000
Pago de internet	$160.000
Transporte y abastecimiento	$120.000
Mantenimiento básico	$60.000
Aseo, empaques y bolsas	$40.000
Imprevistos	$80.000
Total mensual estimado	$2.160.000

Bajo estas estimaciones, y tomando unas ventas mensuales de $2.800.000, el negocio podría generar un margen aproximado de $640.000 mensuales antes de considerar remuneraciones más amplias al propietario. Esta utilidad no es alta, pero sí razonable para un negocio pequeño en etapa inicial y puede mejorar si aumenta la rotación, especialmente en bebidas frías, hielo y productos de compra rápida.

11. TALENTO HUMANO

Para el funcionamiento inicial del negocio se requiere un equipo humano básico conformado por el dueño y un ayudante. El propietario será la persona encargada de liderar la operación, administrar el dinero, tomar decisiones de compra, supervisar el inventario, verificar el funcionamiento de los equipos y mantener la relación con proveedores y clientes. El ayudante, por su parte, apoyará en la atención al público, el orden del local, la reposición de productos y las labores de aseo y organización.

Aunque la estructura sea pequeña, el negocio necesita responsabilidad, cumplimiento y buen trato. En establecimientos de este tipo, el valor humano es fundamental, porque el cliente no solo compra un producto, sino también la experiencia de ser atendido con respeto, rapidez y claridad. En ese

sentido, el talento humano requerido no se mide únicamente por cantidad, sino por compromiso y disposición de servicio.

En una etapa posterior, si las ventas crecen y se amplía el surtido, podría evaluarse la vinculación de una persona adicional en horarios específicos o en días de mayor movimiento.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Variedades Huber necesita cubrir varios requerimientos para operar con estabilidad. En primer lugar, requiere un espacio adecuado, limpio, ventilado y visible, donde los productos estén organizados y el cliente pueda comprar con facilidad. También necesita garantizar una mínima seguridad para el almacenamiento del surtido y para el manejo del dinero.

En segundo lugar, requiere que los equipos físicos funcionen correctamente: parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas y sillas. Estos elementos no son accesorios; son la base del servicio, especialmente porque de ellos dependen la conservación de los productos fríos y el funcionamiento de la conectividad.

En tercer lugar, el negocio necesita organización administrativa básica: registro sencillo de ventas, control de inventario, compras programadas, manejo del efectivo y revisión periódica de gastos. Además, se requiere disciplina comercial para no descuidar surtido, horarios y servicio.

En síntesis, los requerimientos más importantes son: local adecuado, equipamiento funcional, surtido inicial bien escogido, control básico del negocio, atención amable y formalización progresiva.

Tabla 9. Requerimientos operativos prioritarios

Requerimiento	Descripción	Prioridad
Espacio físico adecuado	Local limpio, visible, ventilado y seguro	Alta
Equipos funcionales	Parque solar, congelador, internet, computador	Alta
Surtido inicial pertinente	Productos de mayor rotación y necesidad básica	Alta
Organización administrativa	Control de ventas, inventario y compras	Alta
Atención al cliente	Trato amable, rápido y respetuoso	Alta
Formalización progresiva	Avance en RUT, matrícula y obligaciones aplicables	Media-alta

13. VALOR DEL PROYECTO

El valor estimado del proyecto es de $5.000.000, según el monto disponible o previsto para iniciar. Este valor corresponde a una propuesta de arranque austera, pero viable, pensada para iniciar operaciones con lo esencial y crecer progresivamente.

Más allá del valor monetario inicial, el proyecto también tiene un valor social y económico para el territorio. Social, porque mejora el acceso a bienes y servicios para la comunidad; económico, porque genera una actividad comercial local y puede convertirse en una fuente de ingreso para sus

propietarios. En ese sentido, el valor del proyecto no está solamente en los equipos o en la mercancía, sino en su capacidad de resolver necesidades del entorno y sostenerse en el tiempo.

Si el negocio logra consolidar clientela, ordenar su operación y fortalecer su reputación, su valor real aumentará, ya que contará con inventario en movimiento, punto reconocido y capacidad de crecimiento.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo de Variedades Huber debe organizarse en etapas simples. La primera etapa es la puesta en marcha, que incluye adecuación del espacio, instalación de equipos, organización de estanterías, compra del surtido inicial y preparación del punto de atención. La segunda etapa es la operación diaria, que comprende apertura del local, aseo, revisión de congeladores, atención al público, venta de productos, control de caja y cierre ordenado.

La tercera etapa es la reposición periódica, que debe realizarse según el comportamiento de la demanda. Los productos de más salida no pueden faltar, especialmente bebidas frías, hielo y artículos básicos de mercado. La cuarta etapa es la evaluación del negocio, que consiste en revisar semanal y mensualmente cuánto se vendió, qué productos se movieron más, cuáles casi no rotaron y qué ajustes deben hacerse.

Tabla 10. Rutina operativa sugerida

Frecuencia	Actividad
Diaria	Limpieza, apertura, atención, control de caja
Cada 2 o 3 días	Revisión de bebidas frías, hielo y productos visibles
Semanal	Reposición de mercancía y revisión de ventas
Mensual	Balance básico de ingresos, gastos y utilidad
Periódica	Mantenimiento de equipos y revisión del parque solar

Este plan operativo busca que el negocio no funcione de manera improvisada, sino con una lógica sencilla de control y continuidad.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado del proyecto es principalmente comunitario, económico y práctico. Desde lo comunitario, el negocio facilitará el acceso de la población a productos y servicios que muchas veces no están disponibles de inmediato o exigen desplazamientos adicionales. Esto representa ahorro de tiempo, mayor comodidad y mejores condiciones para la vida diaria.

Desde lo económico, Variedades Huber aportará al movimiento comercial del sector, generará ingresos para el núcleo familiar que lo opere y podrá convertirse en una unidad productiva estable. Aunque su tamaño inicial sea pequeño, tiene un alcance significativo dentro de su entorno, porque en comunidades apartadas un negocio bien orientado puede convertirse en un punto de referencia para compras rápidas, apoyo de conectividad y abastecimiento básico.

Su alcance inicial será local, dirigido a la inspección de Chupave y sus alrededores, pero también podrá atender usuarios de tránsito y visitantes. Si el negocio se posiciona bien, su influencia práctica en el sector será mayor de lo que refleja su tamaño.

16. MAPA DE ACTORES

El proyecto involucra varios actores clave. En primer lugar está la comunidad, que es beneficiaria directa y clientela principal del establecimiento. Luego se encuentran los transportadores, quienes pueden convertirse en compradores frecuentes por la ubicación del negocio. También están las instituciones, los turistas y los transeúntes, quienes representan demanda complementaria.

A este mapa deben sumarse los proveedores, porque de ellos dependerá la calidad, precio y continuidad del surtido. Asimismo, las autoridades locales y entidades relacionadas con la formalización tienen un papel importante en el acompañamiento y cumplimiento de requisitos. Finalmente, el dueño y el ayudante son actores centrales, ya que sobre ellos recae la operación, el servicio y la sostenibilidad del negocio.

Tabla 11. Actores relacionados

Actor	Relación con el negocio	Nivel de importancia
Comunidad	Clientes frecuentes y beneficiarios	Muy alto
Transportadores	Clientes de paso	Alto
Instituciones	Usuarios ocasionales	Medio
Turistas y visitantes	Demanda complementaria	Medio
Proveedores	Abastecimiento del surtido	Muy alto
Autoridades locales	Control y orientación	Alto
Dueño y ayudante	Operación del negocio	Muy alto

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Variedades Huber es un proyecto de negocio pertinente, realista y con buenas posibilidades de sostenimiento en su contexto. Su fortaleza radica en que responde a necesidades concretas del territorio con una oferta práctica y de alta utilidad: productos de mercado, bebidas frías, hielo y conectividad. La ubicación estratégica, la atención directa y la variedad de servicios le dan una base favorable para posicionarse en la inspección de Chupave.

Aunque el presupuesto inicial es limitado, el proyecto puede arrancar de forma gradual y ordenada si prioriza lo esencial, controla bien sus gastos y fortalece la relación con la comunidad. No se trata de una iniciativa compleja, sino de un negocio cercano, funcional y adaptado a la realidad local, con potencial para crecer a medida que aumenten las ventas y se consolide la clientela.

En términos generales, este plan muestra que Variedades Huber puede convertirse en un punto importante de abastecimiento y servicio para la comunidad y para quienes transitan por el sector,

siempre que combine organización, constancia, atención de calidad y cumplimiento básico de las condiciones legales y sanitarias.

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.

Huberman Adrian Ruiz Sastoque
Emprendedor

Yishleni Johana Morales Beltran
Orientadora de emprendimiento

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

NOMBRE DEL PROYECTO	**IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES QUE CONTRIBUYAN AL EMPRENDIMIENTO Y AUMENTO DE CAPACIDADES LOGÍSTICAS DE LOS PEQUEÑOS TENDEROS EN LA ZONA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE VICHADA**
ACTIVIDAD	REALIZAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LAS UNIDADES PRODUCTIVAS POPULARES EN LAS ZONAS RURALES.
DESCRIPCIÓN	ENTREGA DE LA GUIA METODOLÓGICA PARA LA ESTRUCTURACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO Y SU DESARROLLO.
BENEFICIARIO	Huberman Adrian Ruiz Sastoque
TIENDA	Variedades Huber
FECHA	24/01/2026



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: 18-2-2026

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: Huberman A Ruiz S.
Nombres: Huberman Adriam Ruiz Rodriguez
CC: 1.121.845.857

OBSERVACIONES:

Ana Griselda Chavez Zamora

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	Ana Griselda Chavez Zamora
TIENDA	Residencia El portico
FECHA	26/01/2026



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, Ana Griselda Chavez identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.124.989.237 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: Ana Griselda Chavez
Nombres: Ana Griselda Chavez
CC: 1-124.989.237

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, Ana Griselda Chavez identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.124.989.237, 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 26 días del mes de enero del año 2025.

RECIBE:

Firma: Ana Griselda Chavez

Nombres: Ana Griselda Chavez

CC: 1.124.989.237

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 26	MES 01	AÑO 2026	
Beneficiario	Ana Griselda Chavez				
Cédula	1.124.989.237			Sexo: ☑ Mujer ☐ Hombre	
Departamento:	Vichada		Municipio:	Cumaribo	
Vereda / Inspección:	Chupave				
Dirección:	Esquina virgen.		Teléfono de Contacto:		

VALIDACIÓN DE CONDICIONES GENERALES DEL NEGOCIO

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

COMPONENTES ESTRATÉGICOS ANALIZADOS

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

DIAGNOSTICO DEL NEGOCIO

Fortalezas actuales del negocio: Variedad Ubicacion	Documentos que posee: ☐ RUT ☐ Cámara de Comercio ☐ Certificado de uso de suelos	¿Desea apoyo para formalizar su tienda? ☑ Sí ☐ No
Retos que enfrenta: Logistica, Seguridad		

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE VERIFICACIÓN

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

COMPROMISOS DE LA VISITA

Acciones acordadas en la visita	Plan de accion.
Compromisos del beneficiario:	DOFA
Observaciones:	Logistica.

Firma:

Beneficiario: Ana G. CHAVES Zamora
Cédula: 1.124.989.237

Firma:

Profesional: Zurima Saldarriaga
Cédula: 1.124.989.237

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, Ana Griselda Chavez, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.124.989.237 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 26 días del mes de Enero del año 2026.

RECIBE:

Huella

Firma: Ana Griselda Chavez

Nombres: Ana Griselda Chavez

CC: 1.124.989.237

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

RESIDENCIA EL PÓRTICO

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: Ana Griselda Chavez Zamora

EMPRENDEDORA

Ubicación: Inspección de Chupave, municipio de Cumaribo, departamento de Vichada, Colombia.

FEBRERO DE 2026

1. PROBLEMA O NECESIDAD

Residencia El Pórtico nace para atender una necesidad concreta en la inspección de Chupave: la falta de opciones cercanas y organizadas de hospedaje para personas que llegan al sector por motivos de trabajo, transporte, diligencias institucionales, turismo o permanencia temporal. En territorios apartados, no siempre existe una oferta suficiente de alojamiento con condiciones mínimas de comodidad, descanso y apoyo complementario, lo que obliga a los visitantes a improvisar su estadía o a depender de soluciones limitadas.

Además del hospedaje, el negocio busca resolver otras necesidades asociadas a la permanencia temporal de las personas en el sector, como el acceso a bebidas frías, paquetería, hielo y conectividad a internet. Esa combinación aumenta el valor del servicio, porque no solo ofrece una cama o un espacio para dormir, sino una atención más completa para quienes necesitan descansar, comunicarse y abastecerse durante su estancia.

En un lugar como Chupave, donde las distancias y las condiciones del territorio influyen en la vida diaria y en la movilidad, un establecimiento de hospedaje pequeño pero funcional puede prestar un servicio muy importante. No se trata únicamente de una oportunidad comercial, sino de una solución práctica para mejorar la atención a visitantes y personas de paso.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales del negocio serán la comunidad del sector, los transportadores, las instituciones y los turistas. Cada uno de estos grupos tiene necesidades distintas, por lo que la residencia debe prepararse para atender tanto estancias cortas como consumos complementarios durante el día.

La comunidad del sector puede requerir alojamiento para familiares visitantes, personas en tránsito o apoyo eventual en situaciones particulares. Aunque no será el cliente principal permanente, sí puede representar una fuente importante de recomendación y respaldo local.

Los transportadores constituyen un segmento estratégico, porque suelen necesitar descanso, bebidas frías, hielo y conectividad durante sus recorridos. Este tipo de cliente valora mucho la ubicación, la atención rápida y la posibilidad de encontrar en un solo lugar hospedaje y servicios básicos.

Las instituciones representan una clientela potencial importante, especialmente cuando hay desplazamientos por jornadas de trabajo, visitas técnicas, apoyo logístico o actividades en el territorio. Por su parte, los turistas y visitantes pueden encontrar atractivo el servicio si la residencia ofrece limpieza, trato amable, seguridad y comodidad básica en un punto estratégico.

Tabla 1. Tipos de clientes

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia esperada
Comunidad del sector	Hospedaje ocasional para familiares, visitantes o apoyo eventual	Media
Transportadores	Descanso, bebidas frías, hielo y conectividad	Alta
Instituciones	Alojamiento para comisiones, visitas técnicas o apoyo logístico	Media
Turistas y visitantes	Hospedaje, seguridad, limpieza y servicios básicos	Media

3. COMPETENCIA

La competencia identificada para este proyecto está conformada por Huberman Ruiz, que ofrece bebidas frías, mercado e hielo, y Sofía Ruis, que ofrece bebidas frías, panadería y servicios gastronómicos. Esto indica que en el sector sí hay oferta comercial, pero no necesariamente una propuesta centrada y organizada en el servicio de hospedaje con atención complementaria.

La principal diferencia de Residencia El Pórtico será precisamente esa: ofrecer alojamiento como servicio central, acompañado de conectividad, bebidas frías, paquetería e hielo. Mientras la competencia actual parece estar más orientada al comercio general o a la venta de productos, este negocio podrá posicionarse como una solución más completa para quienes necesitan permanecer por varias horas o pasar la noche en Chupave.

La competencia, más que una barrera absoluta, muestra que existe movimiento de personas y demanda de servicios en el sector. Por ello, el reto del negocio será diferenciarse con orden, limpieza, buena atención y una oferta enfocada en la comodidad del visitante.

Tabla 2. Competencia identificada

Competidor	Oferta principal	Diferencia frente a Residencia El Pórtico
Huberman Ruiz	Bebidas frías, mercado e hielo	No tiene el hospedaje como servicio central
Sofía Ruis	Bebidas frías, panadería y servicios gastronómicos	Se concentra en alimentos y bebidas, no en alojamiento
Residencia El Pórtico	Hospedaje, bebidas frías, paquetería, hielo e internet	Ofrece una solución más integral para permanencia temporal

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en poner en funcionamiento una residencia de pequeña escala en la inspección de Chupave, orientada a prestar servicios de hospedaje con condiciones básicas de

comodidad, y complementada con venta de bebidas frías, paquetería, hielo y conectividad a internet. El objetivo es atender a visitantes, transportadores, turistas, instituciones y personas de paso que requieran un lugar adecuado para descansar o abastecerse.

Esta propuesta es atractiva porque responde a una necesidad sencilla pero muy real: contar con un punto donde una persona pueda alojarse y, al mismo tiempo, resolver otras necesidades inmediatas sin tener que desplazarse nuevamente. En territorios rurales y dispersos, la practicidad del servicio es una ventaja importante.

La inclusión de parque solar e internet satelital fortalece la idea del negocio, pues en municipios como Cumaribo la energía y la conectividad siguen siendo factores determinantes para el desarrollo de actividades productivas y de servicio. Esto hace que el proyecto no solo sea comercialmente razonable, sino también funcional frente a las condiciones del territorio. (Ministerio de Minas y Energía)

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

Residencia El Pórtico ofrecerá como servicio principal el hospedaje, y como servicios complementarios la venta de bebidas frías, paquetería, conectividad a internet e hielo. Esta combinación permite atender tanto a quienes se hospedan como a clientes de paso que no necesariamente pernoctan, pero sí consumen productos o requieren conectividad.

El servicio de hospedaje será el núcleo del negocio. Se asume, de manera razonable, que el establecimiento iniciará con una capacidad pequeña, con habitaciones o espacios básicos dotados de camas, toldillos, sillas y condiciones elementales de comodidad y seguridad. El servicio podrá orientarse a estadías cortas, por noche o por jornada, según la necesidad del cliente.

Las bebidas frías, la paquetería y el hielo funcionarán como líneas de ingreso complementarias. Estos productos suelen tener buena salida en climas cálidos y entre personas en tránsito. Por su parte, la conectividad a internet será un valor agregado importante, porque brinda una solución muy apreciada por viajeros, conductores, funcionarios y turistas que requieren comunicación o consulta de información.

Tabla 3. Productos y servicios del negocio

Línea	Producto o servicio	Función dentro del negocio
Servicio principal	Hospedaje	Generar el ingreso base del emprendimiento
Complementario	Bebidas frías	Atender consumo inmediato y clima cálido
Complementario	Paquetería	Ofrecer artículos de apoyo para visitantes y transeúntes
Complementario	Hielo	Responder a necesidades de paso y consumo frecuente
Complementario	Conectividad a internet	Aportar valor agregado y diferenciación

6. PROCESOS TÉCNICOS

El funcionamiento básico del negocio será de atención directa en sitio. En el componente de hospedaje, el proceso empieza con la disponibilidad y organización de las habitaciones o espacios de descanso, continúa con el registro del huésped, la asignación del alojamiento, la atención durante la permanencia y finaliza con la limpieza y preparación del espacio para el siguiente usuario.

Para que el negocio funcione de manera adecuada, se debe establecer una rutina clara de aseo, cambio de tendidos, revisión de toldillos, control del mobiliario y cuidado de los equipos. En servicios de alojamiento, la percepción del cliente depende mucho del orden, la limpieza, la ventilación y la seguridad del lugar. Por eso, aunque sea un negocio pequeño, requiere disciplina operativa.

En la parte comercial complementaria, se debe manejar inventario básico para bebidas, hielo y paquetería, organizando los productos en estanterías y congeladores. El internet satelital permitirá prestar conectividad y también apoyar el control básico de ingresos, reservas simples y comunicación con posibles clientes. El parque solar aporta estabilidad operativa frente a las condiciones energéticas del territorio. (Ministerio de Minas y Energía)

Tabla 4. Procesos técnicos principales

Proceso	Actividad principal	Resultado esperado
Preparación del espacio	Organización de habitaciones o zonas de descanso	Disponibilidad adecuada para recibir huéspedes
Registro y asignación	Ingreso del huésped y entrega del espacio	Atención ordenada y control básico
Atención durante la estancia	Acompañamiento, venta complementaria y conectividad	Mejor experiencia del cliente
Limpieza y alistamiento	Aseo, cambio de tendidos y revisión general	Espacio listo para nuevo uso
Control de inventario y operación	Manejo de bebidas, hielo, paquetería, equipos e internet	Continuidad del servicio

7. REQUISITOS LEGALES

Para operar de manera formal, el negocio debe avanzar en varios frentes básicos. En Colombia, cualquier actividad económica debe revisar su inscripción o actualización en el Registro Único Tributario – RUT ante la DIAN, y la facturación electrónica aplica para determinados obligados según la normatividad tributaria vigente. La DIAN indica que, para facturar electrónicamente, el contribuyente debe habilitarse como facturador electrónico y cumplir el proceso correspondiente en su sistema.

Tratándose de un negocio de hospedaje, también debe considerarse la normativa turística. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo señala que el prestador de servicios turísticos debe

inscribirse en el Registro Nacional de Turismo – RNT antes de iniciar operaciones, y este requisito aplica como habilitante previo para prestar servicios turísticos.

Adicionalmente, el Ministerio de Comercio tiene dispuesto el sistema de Tarjeta de Registro de Alojamiento – TRA, que hace parte del manejo formal del servicio de alojamiento turístico. Esto refuerza la importancia de que la residencia lleve un control ordenado de sus huéspedes y avance en la formalización desde el inicio.

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. Ese acompañamiento es importante porque ayuda a que el emprendimiento inicie con mayor claridad sobre sus obligaciones básicas y con mejor organización administrativa.

Tabla 5. Requisitos legales básicos

Requisito o acción	Finalidad
Registro Único Tributario (RUT)	Formalizar la actividad económica ante la DIAN
Facturación electrónica, si aplica	Cumplir obligaciones tributarias
Registro Nacional de Turismo (RNT)	Habilitar la prestación formal del servicio turístico
Tarjeta de Registro de Alojamiento (TRA)	Llevar control formal de huéspedes
Asistencia técnica brindada	Orientar sobre formalización, RUT y facturación

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización será la atención directa en sitio, lo cual es coherente con la naturaleza del negocio. Las personas llegarán al establecimiento para solicitar hospedaje, comprar bebidas, adquirir hielo o utilizar el servicio de conectividad.

Como canales de apoyo, el negocio puede apoyarse en el voz a voz, las recomendaciones de la comunidad, el contacto con transportadores frecuentes y la difusión por WhatsApp o llamadas, siempre que la conectividad lo permita. En zonas rurales, la confianza y la recomendación suelen ser más efectivas que una publicidad costosa.

También puede fortalecerse la relación con instituciones y con personas que viajan frecuentemente a la zona, de manera que la residencia se convierta en una opción conocida y confiable para estadías cortas. Esto no exige una estrategia compleja, sino constancia en el servicio y buena reputación local.

Tabla 6. Canales de comercialización

Canal	Aplicación
Atención directa en sitio	Hospedaje, venta de bebidas, hielo, paquetería y conectividad
Voz a voz	Recomendación comunitaria y posicionamiento local

Contacto con transportadores frecuentes	Promoción informal y fidelización
WhatsApp o llamadas	Consulta de disponibilidad y comunicación básica
Relación con instituciones	Posibles estadías o servicios recurrentes

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

La información base indica un precio promedio o rango de precios de $200.000 y una venta estimada semanal de $1.400.000. Para efectos del plan, se toma esta cifra como una meta semanal alcanzable mediante la combinación de hospedaje y ventas complementarias. Eso permite proyectar una venta mensual inicial aproximada de $5.600.000 y una venta anual base de $67.200.000.

Se asume, de manera razonable, que el servicio principal de hospedaje puede representar entre el 65 % y el 75 % del ingreso total, mientras que bebidas frías, hielo, paquetería y conectividad aportarían el porcentaje restante. Este equilibrio es coherente con un negocio pequeño que necesita diversificar ingresos para sostenerse mejor.

Tabla 7. Proyección estimada de ventas del año 1

Periodo	Venta mensual estimada
Meses 1 a 3	$5.600.000
Meses 4 a 6	$5.800.000
Meses 7 a 9	$6.100.000
Meses 10 a 12	$6.400.000

Venta anual proyectada: $71.700.000

Esta proyección es prudente. No parte de una ocupación total ni de una demanda exagerada, sino de un crecimiento gradual a medida que la residencia gane reconocimiento, mejore sus servicios y consolide clientela frecuente.

Tabla 8. Participación estimada de ingresos

Línea de ingreso	Participación estimada
Hospedaje	65 % a 75 %
Bebidas frías, hielo, paquetería y conectividad	25 % a 35 %

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales del negocio están relacionados con los equipos, muebles y recursos físicos definidos en la información base: parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas, camas y toldillos. A estos deben sumarse gastos de reposición de productos, aseo, mantenimiento, conectividad y apoyo operativo.

Tabla 9. Estimación mensual de costos operativos

Concepto	Valor estimado mensual
Reposición de bebidas, paquetería e hielo	$1.100.000
Internet satelital	$180.000
Limpieza, aseo y lavandería básica	$250.000
Transporte y abastecimiento	$250.000
Mantenimiento menor y reposiciones	$180.000
Apoyo del ayudante	$900.000
Servicios y contingencias	$240.000
Total estimado	**$3.100.000**

Con esta estructura, el negocio tendría un margen operativo razonable si logra sostener las ventas proyectadas. La clave será administrar bien el uso de habitaciones, cuidar los equipos, evitar deterioros innecesarios y mantener control sobre el inventario de productos complementarios.

Tabla 10. Relación básica entre ventas y costos

Concepto	Valor
Venta mensual inicial estimada	$5.600.000
Costo operativo mensual estimado	$3.100.000
Margen operativo aproximado	**$2.500.000**

11. TALENTO HUMANO

El negocio requerirá inicialmente dos personas: el dueño y un ayudante. Esta estructura es adecuada para comenzar, pues permite cubrir atención al huésped, aseo, organización del establecimiento, control de productos y apoyo en la operación diaria sin generar una carga excesiva en nómina.

El dueño será responsable de la administración general, el manejo del dinero, la relación con clientes, el control de reservas y la supervisión del negocio. El ayudante apoyará en limpieza, adecuación de habitaciones, atención básica, organización de bebidas y productos, y acompañamiento general a la operación.

En servicios de hospedaje, más que una gran cantidad de personal, lo que se necesita es orden, compromiso y buen trato. Por ello, desde el inicio conviene establecer funciones claras, horarios y responsabilidades para evitar desorganización.

Tabla 11. Talento humano requerido

Cargo	Función principal	Cantidad
Dueño	Administración general, reservas, caja y supervisión	1
Ayudante	Limpieza, organización, atención básica y apoyo operativo	1

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

El proyecto necesita una infraestructura básica que permita prestar un servicio digno y funcional. Los elementos principales ya identificados son parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas, camas y toldillos. A esto se suman utensilios de limpieza, lencería básica, elementos de seguridad, recipientes para almacenamiento y algunos insumos para atención al cliente.

También será importante contar con un espacio ventilado, limpio y organizado para el hospedaje, además de un área sencilla para atención y venta de productos complementarios. No se requiere un montaje lujoso, pero sí condiciones mínimas de comodidad, orden y funcionalidad.

En una zona como Chupave, donde la distancia y la disponibilidad de servicios influyen en la operación, asegurar energía y conectividad desde el comienzo resulta estratégico. Por eso, el parque solar y el internet satelital no son elementos secundarios, sino parte del corazón operativo del proyecto.

Tabla 12. Necesidades y requerimientos del proyecto

Tipo	Requerimiento	Uso principal
Energía	Parque solar	Sostener la operación y reducir fallas del servicio
Conectividad	Internet satelital	Prestar el servicio de internet y apoyar la gestión
Refrigeración	Congeladores	Mantener bebidas e hielo
Tecnología	Computador	Control básico, comunicación y apoyo administrativo
Dotación	Camas, toldillos, mesas, sillas y estanterías	Prestar hospedaje y organizar el punto de atención
Operación	Insumos de limpieza, lencería y seguridad	Mantener condiciones adecuadas del servicio

13. VALOR DEL PROYECTO

La información base estima un presupuesto inicial disponible o requerido de $15.000.000, cifra que resulta razonable para un emprendimiento pequeño de hospedaje con equipamiento básico y venta complementaria.

Tabla 13. Inversión inicial estimada

Concepto	Valor estimado
Camas y dotación básica	$3.000.000
Toldillos y elementos de habitación	$800.000
Parque solar básico	$3.500.000
Internet satelital e instalación	$800.000

Congelador	$1.600.000
Computador o equipo básico	$1.200.000
Estanterías, mesas y sillas	$1.200.000
Surtido inicial de bebidas, paquetería e hielo	$1.400.000
Elementos de aseo, lencería y contingencias	$1.500.000
Total estimado	**$15.000.000**

Esta distribución muestra que el negocio puede arrancar con una estructura sencilla, priorizando lo esencial. El proyecto no necesita empezar con gran capacidad, sino con un servicio ordenado, limpio y confiable que luego pueda crecer con base en los ingresos obtenidos.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo del negocio puede organizarse en cuatro etapas. La primera será la adecuación del espacio y la compra de dotación básica. La segunda será la instalación de equipos como el parque solar, el internet satelital y el congelador. La tercera será la organización de habitaciones y área de atención. La cuarta será el inicio formal de la prestación del servicio y la promoción local mediante recomendación directa.

En la operación diaria se recomienda revisar desde temprano la limpieza de habitaciones, el estado de camas y toldillos, la disponibilidad de bebidas y hielo, el funcionamiento de la conectividad y la atención del cliente. Al finalizar el día, conviene registrar ingresos, revisar ocupación y dejar los espacios listos para la siguiente jornada.

En el mediano plazo, el plan operativo debe buscar estabilidad: mejorar la presentación del lugar, conservar la calidad del servicio, fortalecer la relación con transportadores e instituciones y mantener inventario suficiente para responder a la demanda. En un negocio de hospedaje pequeño, la constancia y la reputación son claves para crecer.

Tabla 14. Etapas del plan operativo

Etapa	Actividad principal
Etapa 1	Adecuación del espacio y compra de dotación básica
Etapa 2	Instalación de parque solar, internet satelital y congelador
Etapa 3	Organización de habitaciones y área de atención
Etapa 4	Inicio formal del servicio y promoción local

Tabla 15. Rutina operativa diaria

Momento	Actividad
Inicio del día	Revisión de limpieza, camas, toldillos y conectividad
Durante la jornada	Atención al cliente, hospedaje y venta complementaria

Final del día	Registro de ingresos, control de ocupación y alistamiento

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado del negocio es positivo tanto para la comunidad como para la dinámica del territorio. Residencia El Pórtico aportará una solución de alojamiento en una zona donde este tipo de servicio puede ser limitado, y además ofrecerá bienes y servicios complementarios que facilitan la permanencia de visitantes y personas de paso.

En lo económico, el negocio puede generar ingresos para sus propietarios y un empleo de apoyo. En lo social, ayuda a mejorar la atención a turistas, transportadores e instituciones que llegan a Chupave. En lo territorial, fortalece la oferta local de servicios básicos en un municipio donde las grandes distancias hacen valiosa cualquier iniciativa que acerque soluciones a la población. (DANE)

Su alcance inicial será local y subregional, atendiendo principalmente a personas que se movilizan dentro o hacia la inspección. Con el tiempo, si mantiene buen servicio y organización, puede convertirse en un punto reconocido y confiable dentro del sector.

16. MAPA DE ACTORES

Tabla 16. Actores relacionados con el negocio

Actor	Relación con el negocio	Interés principal
Comunidad	Cliente y apoyo local	Acceso a un servicio útil para visitantes y familiares
Transportadores	Cliente frecuente	Hospedaje, descanso, bebidas y conectividad
Instituciones	Cliente potencial	Alojamiento para comisiones o personal visitante
Turistas	Cliente ocasional	Comodidad, atención y servicios básicos
Transeúntes	Cliente complementario	Bebidas, hielo, paquetería y conectividad
Proveedores	Aliados comerciales	Suministro de productos y equipos
Dueño del negocio	Responsable principal	Rentabilidad y sostenibilidad
Ayudante	Apoyo operativo	Atención y funcionamiento diario

Este mapa muestra que el negocio tiene relación con varios actores del territorio y no depende de un solo grupo de clientes. Eso le da mejores posibilidades de permanencia, siempre que mantenga calidad y buen servicio.

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Residencia El Pórtico es una propuesta de negocio viable y pertinente para la inspección de Chupave, porque responde a una necesidad concreta de alojamiento y la complementa con bienes y servicios útiles para la población de paso y para los visitantes. Su fortaleza principal está en la ubicación

estratégica, la atención directa, la oferta de conectividad y la posibilidad de brindar una solución integral en un contexto donde las distancias y la dispersión territorial influyen mucho en la vida diaria.

Desde el punto de vista económico, el proyecto puede iniciar con una inversión moderada y una estructura operativa sencilla. Desde el punto de vista social y territorial, aporta un servicio valioso para el sector y fortalece la oferta local. Si el negocio se maneja con orden, limpieza, formalización y buen trato al cliente, tiene posibilidades reales de sostenerse y crecer progresivamente. Además, por tratarse de hospedaje, conviene prestar especial atención a la inscripción en el Registro Nacional de Turismo y al cumplimiento básico de las obligaciones tributarias y administrativas.

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.

Ana Griselda Chávez Zamora
Emprendedora

Zurima Solans Saldarriaga Hoyos
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	Ana Griselda Chavez Zamora
TIENDA	Residencia El portico
FECHA	26/01/2026



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

Fecha: 19-02-2026.

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: Ana Griselda Chavez Zamora
Nombres: Ana Griselda Chavez Zamora
CC: 1.124.989.237

OBSERVACIONES:

Flaminio Andres Zabala Gutierrez

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	Flaminio Andrés Zabala Gutiérrez
TIENDA	Panadería Alejandra
FECHA	02/02/2026



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, Flaminio Andres Zabala identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 86.082.535. 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: Flaminio Andres Zabala
Nombres: Flaminio Andres Zabala
CC: 86.082.535

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, Flaminio Andres Zabala identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 86.082.535., 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 2 días del mes de febrero del año 2026.

RECIBE:

Firma: Flaminio Andres Zabala

Nombres: Flaminio Andres Zabala

CC: 86.082.535

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 2	MES 2	AÑO 2026	
Beneficiario	Flaminio Andres Zabala Gutierrez				
Cédula	86.082.535.			Sexo: ☐Mujer ☑Hombre	
Departamento:	Vichada		Municipio: Cumaribo		
Vereda / Inspección:	Chupave				
Dirección:	Panaderia		Teléfono de Contacto: 3042896324.		

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: Producción	☑ Sí / ☐ No	

DIAGNOSTICO DEL NEGOCIO

Fortalezas actuales del negocio: Talento humano Innovacion

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:	DOFA
Observaciones:	Procesos.

Firma:
Flaminio Andres Zabala
Beneficiario: Flaminio Andres Zabala
Cédula: 86082535

Firma:
Zurima S.H
Profesional: Zurima Saldarriaga
Cédula: 1.122.386.288

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, Flaminio Andres Zabala, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 86.082.535 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 2 días del mes de febrero del año 2025.

RECIBE:

Huella



Firma: Flaminio Andres Zabala.
Nombres: Flaminio Andres Zabala
CC: 86.082.535.

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

PANADERÍA ALEJANDRA

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: Flaminio Andrés Zabala Gutiérrez

EMPRENDEDOR

Ubicación: Inspección de Chupave, municipio de Cumaribo, departamento de Vichada, Colombia.

FEBRERO DE 2026

1. PROBLEMA O NECESIDAD

La propuesta de Panadería Alejandra nace de una necesidad concreta del territorio: contar con un punto cercano y confiable donde la comunidad pueda adquirir productos de panadería y repostería, bebidas frías, algunos artículos complementarios de consumo diario y acceso a conectividad. En sectores apartados como la inspección de Chupave, muchas veces la oferta comercial es limitada, lo que obliga a los habitantes y visitantes a desplazarse mayores distancias o a depender de productos traídos desde otros lugares, los cuales no siempre están disponibles de manera oportuna.

En este tipo de contextos, los alimentos procesados de consumo rápido y frecuente, como el pan, las galletas, la avena o la leche, cumplen un papel importante dentro de la vida cotidiana de las familias, los trabajadores y las personas que transitan por el sector. A esto se suma la necesidad de contar con bebidas frías, especialmente en zonas de clima cálido, y con espacios o servicios de conectividad que permitan a las personas comunicarse, acceder a internet o realizar consultas básicas.

Por tanto, el negocio busca resolver una necesidad de abastecimiento cercano, permanente y práctico. No se trata únicamente de vender productos, sino de ofrecer una solución útil a la comunidad, integrando alimentos de alta demanda con servicios que hoy son cada vez más necesarios. De esta manera, el proyecto responde tanto a una necesidad económica como social, pues aporta comodidad, ahorro de tiempo y mejor acceso a bienes y servicios básicos.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes de Panadería Alejandra pueden agruparse en varios segmentos, todos con características diferentes pero con necesidades que el negocio puede atender de manera complementaria. El primer grupo es la comunidad del sector, que representa la clientela más estable y permanente. Aquí se incluyen familias, trabajadores, estudiantes y personas en general que requieren productos frescos de panadería, bebidas y algunos artículos básicos para su consumo diario.

Un segundo grupo importante está conformado por los transportadores, quienes suelen demandar productos listos para consumir, bebidas frías y espacios donde puedan detenerse por un momento, comprar algo rápido y continuar su recorrido. Este tipo de cliente valora mucho la agilidad en la atención, la disponibilidad del producto y la ubicación del establecimiento.

También aparecen como clientes potenciales las instituciones, que en ciertos momentos pueden requerir compras para reuniones, actividades, refrigerios o abastecimiento puntual. Aunque no necesariamente compren todos los días, sí pueden representar ventas de buen valor cuando existe confianza y reconocimiento del negocio. Otro segmento lo conforman los turistas y transeúntes, quienes buscan sitios donde puedan encontrar productos de consumo inmediato, refrescos y servicios de conectividad. En zonas como Chupave, un establecimiento bien ubicado y organizado puede convertirse en punto de referencia para quienes están de paso.

Tabla 1. Clasificación de clientes

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia estimada
Comunidad del sector	Pan fresco, repostería, bebidas y artículos básicos	Alta
Transportadores	Consumo rápido, bebidas frías y atención ágil	Media
Instituciones	Compras para reuniones, actividades o refrigerios	Media a baja
Turistas y transeúntes	Alimentos, refrescos y conectividad	Media

En conjunto, estos tipos de clientes permiten que el negocio no dependa de una sola fuente de ingresos. La combinación entre comunidad local, compradores de paso y clientes institucionales favorece una demanda variada y constante, lo cual fortalece la viabilidad del proyecto.

3. COMPETENCIA

Según la información entregada, en el entorno se identifican dos competidores o negocios parecidos. El primero es Huberman Ruiz, quien ofrece bebidas frías, mercado y hielo. El segundo es Sofía Ruis, quien comercializa bebidas frías, panadería y servicios gastronómicos. Esto demuestra que ya existe una dinámica comercial en la zona y que la comunidad tiene acceso parcial a algunos productos similares.

Sin embargo, la presencia de competencia no significa que el mercado esté saturado. Por el contrario, evidencia que hay demanda real. La oportunidad para Panadería Alejandra está en consolidar una propuesta más organizada, con énfasis en la calidad del servicio, la variedad de productos, la ubicación estratégica y la incorporación de conectividad como valor agregado. Aunque haya negocios que vendan bebidas frías o algunos productos de panadería, no todos integran de manera equilibrada alimentos frescos, artículos complementarios y acceso a internet en un mismo punto.

Además, en mercados pequeños o rurales, la fidelización no depende únicamente del producto, sino también del trato, la constancia en el surtido, la presentación del lugar y la confianza que genere el negocio. Si Panadería Alejandra logra mantener productos frescos, buena atención y un ambiente agradable, puede posicionarse favorablemente incluso frente a negocios ya conocidos.

Tabla 2. Análisis básico de competencia

Negocio	Oferta principal	Fortalezas	Oportunidad para Panadería Alejandra
Huberman Ruiz	Bebidas frías, mercado, hielo	Oferta básica de consumo	Diferenciarse con panadería, repostería y conectividad

Sofía Ruis	Bebidas frías, panadería, gastronomía	Posible clientela frecuente	Competir con variedad, atención y mejor organización
Panadería Alejandra	Panadería, repostería, bebidas, paquetería, conectividad	Servicio integral, ubicación, calidad	Posicionarse como punto de atención completa

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en crear un establecimiento comercial en la inspección de Chupave dedicado a la comercialización de productos de panadería y repostería, bebidas frías alcohólicas y no alcohólicas, paquetería y servicios de conectividad a internet. La propuesta busca ofrecer a la comunidad un punto accesible donde se puedan adquirir alimentos frescos y productos de consumo frecuente, acompañados de un servicio cercano y funcional.

Esta idea resulta atractiva porque combina dos elementos que generan movimiento diario: por un lado, la venta de productos alimenticios de alta rotación, especialmente pan y galletas; y por otro, servicios complementarios que responden a necesidades actuales, como la conectividad. En un entorno donde la oferta comercial puede ser limitada, un negocio que reúna estas opciones en un solo lugar tiene mayores posibilidades de aceptación.

La panadería, además, tiene una ventaja importante: permite ofrecer productos frescos con frecuencia, lo que favorece la compra repetida. Si el negocio mantiene buena calidad, sabor y presentación, puede construir una clientela fiel. La venta de bebidas y otros artículos complementarios contribuye a mejorar el ticket promedio por cliente, mientras que la conectividad fortalece el carácter útil del establecimiento.

En términos generales, la idea de negocio se proyecta como una unidad comercial pequeña, pero con capacidad de crecer. Puede iniciar con una operación sencilla y, en la medida en que aumente la demanda, ampliar su surtido, mejorar sus equipos e incorporar nuevas líneas de producto.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

El negocio ofrecerá una línea principal enfocada en productos de panadería y repostería, especialmente pan y galletas, que son alimentos de consumo frecuente y buena aceptación en casi todos los públicos. Estos productos pueden convertirse en la base del negocio, ya que tienen salida diaria y permiten mantener relación constante con la clientela.

De manera complementaria, se venderán productos como avena y leche, que amplían la oferta de consumo alimenticio y pueden responder tanto a necesidades del desayuno como a compras rápidas del día a día. También se contemplan las bebidas frías, tanto alcohólicas como no alcohólicas, las cuales pueden tener una alta rotación por las condiciones climáticas y por el tránsito de personas en la zona. La paquetería refuerza el surtido y aporta variedad para atender compras pequeñas e

inmediatas. Además, el negocio incluirá el servicio de conectividad a internet, que constituye un elemento diferenciador.

Tabla 3. Portafolio inicial

Producto o servicio	Descripción	Nivel de demanda esperado
Pan	Producto fresco de consumo diario	Alto
Galletas	Producto de panadería y repostería	Medio-alto
Avena	Bebida o alimento de acompañamiento	Medio
Leche	Producto básico de consumo	Medio
Bebidas frías	Refrescos, gaseosas y bebidas similares	Alto
Paquetería	Productos empacados de consumo rápido	Medio-alto
Internet	Servicio de conectividad para clientes	Medio, con potencial de crecimiento

La clave será mantener frescura, higiene, buena presentación y surtido acorde con la demanda real del sector.

6. PROCESOS TÉCNICOS

El funcionamiento técnico de Panadería Alejandra debe organizarse en etapas sencillas pero bien definidas. La primera es el abastecimiento de materias primas e insumos, donde se adquirirán productos necesarios para la elaboración y venta, como harina, azúcar, levadura, ingredientes básicos, bebidas, leche, paquetería y demás artículos del surtido. Es importante que estas compras se hagan de manera programada, para evitar pérdidas o desabastecimiento.

La segunda etapa es la producción de panadería y repostería. En este punto se usarán equipos como la amasadora, la mesa de trabajo y la vitrina panadera. El proceso incluye preparación de mezclas, amasado, porcionado, elaboración, horneado o acondicionamiento según corresponda, enfriamiento y exhibición. Aunque el negocio puede iniciar con una oferta simple, debe priorizar productos que sean fáciles de elaborar, de buena aceptación y con costos manejables.

La tercera etapa es la conservación y exhibición. Las bebidas frías requerirán congeladores o equipos de refrigeración, mientras que el pan y las galletas deberán presentarse en vitrina o estantería limpia, ordenada y visible. Una buena exhibición mejora la percepción del cliente y estimula la compra. La cuarta etapa es la atención directa en sitio, que será la modalidad básica de funcionamiento del

negocio. Esta etapa implica recibir al cliente, orientarlo, entregar el producto, cobrar y registrar la venta. Finalmente, está el control de inventario y caja, que permite saber cuánto entra, cuánto sale y qué productos se venden más.

Tabla 4. Resumen del proceso técnico

Etapa	Actividad principal
1	Compra de insumos y productos
2	Recepción y almacenamiento
3	Elaboración de productos de panadería
4	Exhibición y conservación
5	Atención al cliente
6	Registro de ventas e inventario
7	Reposición y limpieza del área de trabajo

7. REQUISITOS LEGALES

Para el desarrollo ordenado de este emprendimiento, es recomendable avanzar en un proceso de formalización empresarial que le permita operar con mayor seguridad y proyección. En ese sentido, deben considerarse aspectos como la inscripción del negocio, la definición de actividad económica, el manejo tributario y el cumplimiento de obligaciones básicas de funcionamiento.

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 la puesta en marcha del negocio.

De manera general, el negocio deberá revisar y gestionar los siguientes aspectos: matrícula o registro comercial, obtención o actualización del Registro Único Tributario (RUT), cumplimiento de obligaciones relacionadas con facturación según aplique, manejo básico contable y observancia de medidas sanitarias y de seguridad. En el caso de productos de panadería y alimentos, es importante mantener buenas prácticas de higiene, adecuada manipulación y condiciones limpias de almacenamiento y venta. También se recomienda verificar las condiciones de uso del espacio comercial y cualquier orientación local relacionada con el funcionamiento de este tipo de establecimiento. La formalización no solo facilita el cumplimiento normativo, sino que genera confianza en clientes, instituciones y proveedores.

Tabla 5. Aspectos legales orientadores

Tema	Aspecto sugerido
Formalización	Registro del establecimiento o matrícula comercial
Tributario	RUT actualizado
Facturación	Revisión de facturación electrónica según obligación
Higiene	Buenas prácticas de manipulación y limpieza
Operación	Condiciones adecuadas del establecimiento
Organización	Registros básicos de compras y ventas

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización de Panadería Alejandra será la venta directa en el punto físico, lo cual es completamente coherente con la ubicación y con el tipo de negocio. La naturaleza de los productos, especialmente el pan y las bebidas, favorece la compra presencial, ya que el cliente valora ver el producto, confirmar su frescura y llevarlo inmediatamente.

Un segundo canal importante será la promoción voz a voz, especialmente entre la comunidad local. En poblaciones pequeñas o dispersas, las recomendaciones personales son una de las formas más efectivas de posicionamiento. La buena atención, el producto fresco y la constancia en el surtido permitirán que los mismos clientes se conviertan en promotores del negocio. También puede utilizarse un canal sencillo de comunicación por celular o mensajería, para informar disponibilidad de productos, horarios o pedidos especiales. Esto puede ser útil para clientes frecuentes o instituciones que deseen confirmar compras antes de acercarse al establecimiento.

A mediano plazo, si el negocio se fortalece, podría explorar encargos anticipados para reuniones, refrigerios o fechas especiales. Sin embargo, en la etapa inicial lo más conveniente es consolidar la atención en sitio y construir una clientela estable.

Tabla 6. Canales de comercialización

Canal	Descripción	Utilidad
Venta directa	Atención presencial en el establecimiento	Canal principal de ingresos
Voz a voz	Recomendación entre clientes y comunidad	Posicionamiento local

Comunicación por celular o mensajería	Información sobre horarios, productos y pedidos	Fortalecer la relación con clientes frecuentes
Encargos anticipados	Pedidos para reuniones o fechas especiales	Opción de crecimiento a mediano plazo

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

Con base en la información suministrada, se estima una venta semanal de $1.400.000, lo que equivale aproximadamente a $5.600.000 al mes, tomando como referencia cuatro semanas de operación. Esta cifra es coherente con un negocio pequeño que inicia actividades y que combina productos de panadería, bebidas, artículos de consumo rápido y conectividad.

Para fortalecer la planeación, es útil proyectar un crecimiento moderado a lo largo del primer año. Es razonable pensar que durante los primeros meses las ventas sean más conservadoras, mientras el negocio se da a conocer. Posteriormente, si la calidad del pan, la atención y la constancia del servicio son buenas, las ventas pueden aumentar gradualmente.

Tabla 7. Proyección estimada de ventas del primer año

Periodo	Venta semanal estimada	Venta mensual estimada	Observación
Meses 1 a 3	$1.400.000	$5.600.000	Etapa inicial
Meses 4 a 6	$1.500.000	$6.000.000	Mayor reconocimiento
Meses 7 a 9	$1.650.000	$6.600.000	Fidelización de clientes
Meses 10 a 12	$1.800.000	$7.200.000	Mayor estabilidad

Con esta proyección, el negocio podría alcanzar ventas anuales aproximadas por $76.200.000, bajo un escenario razonable de crecimiento progresivo. Este valor es estimado y sirve como guía para visualizar la viabilidad del proyecto. El dato de $200.000 señalado como precio promedio puede entenderse como una referencia de compra agrupada o de ciertos clientes, dado que el negocio manejará productos de menor valor unitario. Por ello, la venta total provendrá de muchas transacciones pequeñas y algunas medianas.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales del negocio están asociados a los equipos y recursos físicos requeridos para empezar, entre ellos el parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas, amasadora, mesa de trabajo y vitrina panadera. A estos se suman los costos iniciales de insumos, adecuación del espacio y capital de trabajo. Tomando como base el presupuesto disponible de $14.000.000, se puede plantear una distribución inicial razonable de inversión.

Tabla 8. Estimación de inversión inicial

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$3.000.000
Internet satelital e instalación	$1.400.000
Congeladores	$1.600.000
Computador	$1.200.000
Estanterías	$700.000
Mesas y sillas	$600.000
Amasadora	$2.000.000
Mesa de trabajo	$600.000
Vitrina panadera	$1.200.000
Insumos iniciales y surtido	$1.700.000
Adecuación básica del espacio	$1.000.000
Total estimado	**$14.000.000**

En cuanto a los gastos mensuales, pueden incluir compra de materias primas, reposición de bebidas y paquetería, conectividad, transporte, mantenimiento menor, aseo y apoyo al ayudante panadero. Será importante que el negocio cuide el desperdicio de materia prima y planifique bien la producción para no perder producto por baja rotación. Una administración prudente de costos puede permitir que el negocio mantenga utilidad, reinvierta y mejore progresivamente su capacidad instalada.

Tabla 9. Gastos mensuales principales

Concepto	Observación
Materias primas	Harina, azúcar, levadura e insumos de producción
Reposición de bebidas y paquetería	Mantener surtido complementario
Conectividad	Pago del servicio de internet
Transporte	Abastecimiento y movilidad de insumos
Mantenimiento menor	Revisión y cuidado básico de equipos
Aseo y limpieza	Higiene del establecimiento

Apoyo al ayudante panadero	Sostenimiento operativo

11. TALENTO HUMANO

El negocio iniciará con una estructura humana básica compuesta por el dueño y un ayudante panadero. Esta organización es adecuada para el tamaño inicial del proyecto, ya que permite atender la elaboración de productos, la venta y el control general sin elevar demasiado los costos laborales.

El propietario será la persona encargada de coordinar el negocio, tomar decisiones, manejar compras, revisar inventario, controlar ingresos y supervisar la atención al cliente. Además, tendrá un rol clave en la visión del negocio, la relación con proveedores y la organización general del establecimiento. El ayudante panadero apoyará directamente en la preparación de productos, orden del espacio, atención al público, limpieza y apoyo operativo. Dado que la calidad del pan y la presentación de los productos son fundamentales, esta persona debe ser responsable, organizada y cuidadosa con la higiene y el manejo de insumos.

A futuro, si el negocio crece y aumenta la producción, podría requerirse una persona adicional para fortalecer ventas o elaboración. Sin embargo, para el arranque, el equipo planteado es suficiente y coherente con el presupuesto disponible.

Tabla 10. Estructura básica de talento humano

Cargo	Funciones principales
Dueño	Coordinar el negocio, compras, inventario, ingresos y supervisión
Ayudante panadero	Producción, orden, atención al público, limpieza y apoyo operativo

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Para que Panadería Alejandra pueda funcionar correctamente, se requieren condiciones mínimas de infraestructura, equipos, abastecimiento, organización y servicio. En infraestructura, el negocio necesita un espacio limpio, ventilado, ordenado y seguro, donde puedan desarrollarse tanto la elaboración como la exhibición y venta de productos. En equipos, son fundamentales la amasadora, la mesa de trabajo, la vitrina panadera y los congeladores, pues estos permiten producir y conservar adecuadamente los productos. El parque solar y el internet satelital también resultan estratégicos, ya que garantizan energía y conectividad en un contexto donde estos recursos pueden ser limitados o inestables.

En cuanto a insumos, será necesario contar con una provisión constante de harina, azúcar, levadura, empaques, bebidas, leche, avena y demás productos del surtido. También se requiere disciplina administrativa para llevar registro de ventas, inventario y reposición de mercancía.

Tabla 11. Principales necesidades del proyecto

Área	Requerimiento
Infraestructura	Espacio comercial funcional y ordenado
Equipos	Equipos básicos de panadería
Energía y conectividad	Sistema de energía y conectividad
Insumos	Provisión permanente para producción y surtido
Mobiliario	Elementos para atención y exhibición
Administración	Control básico de inventario y caja
Servicio	Atención amable y constante al cliente

Estas necesidades no deben verse como obstáculos, sino como elementos básicos que permiten que el negocio sea estable y genere confianza.

13. VALOR DEL PROYECTO

El valor estimado del proyecto es de $14.000.000, cifra que corresponde al presupuesto inicial considerado para poner en marcha la panadería. Este valor representa una inversión moderada y posible para un emprendimiento pequeño, especialmente si se organiza bien la compra de equipos y se priorizan aquellos realmente necesarios para iniciar.

Desde el punto de vista económico, el proyecto tiene valor porque se dirige a una necesidad concreta y porque ofrece productos de consumo frecuente, lo cual favorece la rotación. Desde el punto de vista social, tiene un valor aún mayor, ya que mejora el acceso de la comunidad a bienes procesados, bebidas y conectividad, todo en un solo lugar. Además, el proyecto aporta valor al territorio porque fortalece la actividad económica local, promueve el emprendimiento en una zona apartada y puede convertirse en un referente comercial dentro de la inspección. En otras palabras, el valor del proyecto no está únicamente en el dinero invertido, sino en la utilidad y el impacto que puede generar en la vida diaria de la población.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo de Panadería Alejandra parte de una rutina sencilla y organizada. Al iniciar cada jornada, se debe revisar el estado del local, el funcionamiento de los equipos, la limpieza del área de trabajo y la disponibilidad de insumos. Luego se realiza la preparación de los productos de panadería del día, priorizando aquellos de mayor demanda. Una vez elaborados, los productos se organizan en la vitrina panadera o en el espacio de exhibición. Paralelamente, se alistan las bebidas frías, la paquetería y los servicios complementarios para atención al público. Durante la jornada, el negocio funcionará con atención directa en sitio, buscando agilidad, amabilidad y orden en cada venta.

Al finalizar el día, se debe hacer conteo de caja, revisión de inventario, limpieza del lugar y programación de necesidades para el día siguiente. Semanalmente, es recomendable revisar ventas, productos más buscados, insumos faltantes y comportamiento general del negocio.

Tabla 12. Plan operativo básico

Actividad	Frecuencia	Responsable
Revisión del local y equipos	Diaria	Dueño
Preparación de productos	Diaria	Dueño / ayudante panadero
Exhibición y surtido	Diaria	Ayudante
Atención al cliente	Diaria	Ambos
Registro de ventas	Diaria	Dueño
Limpieza general	Diaria	Ambos
Compra de insumos	Semanal o según necesidad	Dueño

Este plan permite iniciar con orden y controlar aspectos claves como calidad, inventario y atención.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de Panadería Alejandra en la comunidad es positivo y concreto. En primer lugar, el negocio facilitará el acceso a productos de panadería y repostería que pueden ser de consumo diario, junto con bebidas y artículos complementarios que la población necesita con frecuencia. Esto mejora la disponibilidad local de bienes y reduce la dependencia de desplazamientos hacia otros puntos.

En segundo lugar, el negocio puede aportar a la economía del sector, no solo por la venta directa sino por la generación de una fuente de ingreso para el propietario y una oportunidad de empleo para un ayudante. Aunque se trate de una unidad pequeña, este tipo de emprendimientos tiene valor porque dinamiza el comercio local y fortalece la autosuficiencia económica de la comunidad.

En tercer lugar, la inclusión de conectividad como servicio complementario aumenta el alcance del negocio, ya que lo convierte no solo en una panadería, sino en un punto útil para comunicación, consulta y permanencia de clientes. Esto mejora su atractivo y le permite atender no solo a la comunidad residente, sino también a turistas, transportadores e instituciones. El alcance del negocio será inicialmente local, con proyección de consolidarse como un establecimiento de referencia dentro de la inspección de Chupave.

16. MAPA DE ACTORES

El mapa de actores de Panadería Alejandra está compuesto por las personas y grupos que se relacionan directamente con el negocio o que se benefician de su existencia. En el centro está el

propietario, quien lidera el emprendimiento. Junto a él se encuentra el ayudante panadero, que apoya la operación diaria y contribuye a la producción y atención. El grupo más importante de actores externos está conformado por la comunidad del sector, los transportadores, las instituciones, los transeúntes y los turistas, quienes actúan como clientes del negocio. También están los proveedores, que son fundamentales para mantener el surtido y la producción. Por otra parte, se pueden considerar como actores de apoyo las entidades que orientan procesos de formalización, fortalecimiento empresarial o acompañamiento técnico al emprendimiento.

Tabla 13. Mapa de actores

Actor	Papel frente al negocio	Interés principal
Propietario	Dirección y administración	Sostenibilidad del emprendimiento
Ayudante panadero	Apoyo en producción y atención	Empleo e ingreso
Comunidad	Cliente frecuente	Acceso a productos y servicios
Transportadores	Cliente de paso	Consumo rápido y atención ágil
Instituciones	Cliente ocasional	Compras específicas y apoyo logístico
Turistas y transeúntes	Cliente ocasional	Alimentos, bebidas y conectividad
Proveedores	Abastecimiento	Relación comercial constante
Entidades de apoyo	Orientación técnica y formalización	Fortalecimiento del emprendimiento

Este mapa muestra que el negocio tiene una base de relacionamiento amplia, lo cual favorece su permanencia si se administra con seriedad y buen servicio.

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Panadería Alejandra es una propuesta de negocio viable, pertinente y con proyección para la inspección de Chupave, en el municipio de Cumaribo. Su fortaleza radica en que responde a una necesidad real del territorio: ofrecer productos de panadería y repostería, bebidas y conectividad en un solo lugar, con atención directa y cercana a la comunidad. El proyecto parte de una inversión razonable, una estructura operativa sencilla y una demanda potencial identificable. Aunque requiere organización, constancia en el surtido, buen manejo de costos y avance en formalización, tiene condiciones favorables para consolidarse como un establecimiento útil para la población local y para quienes transitan por la zona. Además de su valor económico, el negocio tiene un valor social importante, ya que mejora el acceso a bienes y servicios de difícil disponibilidad, fortalece la dinámica comercial local y genera una alternativa productiva para el territorio. Por estas razones, se considera que Panadería Alejandra cuenta con una base sólida para su puesta en marcha y crecimiento progresivo.

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

Flaminio Andres Zabala

Flaminio Andrés Zabala Gutiérrez
Emprendedora

Zurima S.H

Zurima Solans Saldarriaga Hoyos
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	Flaminio Andrés Zabala Gutiérrez
TIENDA	Panadería Alejandra
FECHA	02/02/2026



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: 20-2-2026

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: Flaminio Andres Zabala
Nombres: Flaminio Andres Zabala Gutierrez
CC: 86082535

OBSERVACIONES:

Gladis Maria Castillo Tapia

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	Gladis Maria Castillo Tapia
TIENDA	Tienda Sarita
FECHA	2/02/2026



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, Gladis María Castillo Tapia identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 39.840.784 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: M Gladys Castillo T

Nombres: Gladis María Castillo Tapia

CC: 39.840.784.

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, Gladis Maria Castillo Tapia identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 39.840.789, 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 2 días del mes de febrero del año 2026.

RECIBE:

Firma: MGladys castillo T

Nombres: Gladis Maria Castillo Tapia

CC: 39.840.789.

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	02	MES 02	AÑO 2026.
Beneficiario	María Gladys Castillo				
Cédula	39.849.784.			Sexo: ☑Mujer ☐Hombre	
Departamento:	Vichada			Municipio:	Amaribo
Vereda / Inspección:	Chupave				
Dirección:	Entrada escuela			Teléfono de Contacto:	3043512789

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: Financiamiento	☑ Sí / ☐ No	

DIAGNOSTICO DEL NEGOCIO

Fortalezas actuales del negocio: Vinculo comercial indigena

Retos que enfrenta: Base ventas a credito - 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	Organizar estrategia
Compromisos del beneficiario:	Hacer DOFA
Observaciones:	Realizar plan de accion.

Firma: María Gladys Castillo T.

Beneficiario: María Gladys Castillo T.

Cédula: 39 849 784

Firma: Zurima S.H

Profesional: Zurima Saldarriaga

Cédula: 1.127.386.288

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, Gladis Maria Castillo Tapia, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 39.840.784 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 2 días del mes de febrero del año 2026.

RECIBE:

Firma: MGladysCastilloT

Nombres: Gladis Maria Castillo Tapia

CC: 39.840.784.

Huella

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

Tienda Sarita

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: Gladis Maria Castillo Tapia

EMPRENDEDORA

Ubicación: Inspección de Chupave, municipio de Cumaribo, departamento de Vichada, Colombia.

FEBRERO DE 2026

1. PROBLEMA O NECESIDAD

La creación de Tienda Sarita responde a una necesidad concreta de la comunidad de la inspección de Chupave, en el municipio de Cumaribo, donde el acceso a productos de consumo frecuente y a algunos servicios complementarios puede verse limitado por la distancia, la oferta reducida y las condiciones propias del territorio. En contextos rurales y dispersos como este, no siempre se cuenta con establecimientos que reúnan en un solo punto bienes esenciales para el hogar, bebidas frías, artículos de uso personal, insumos para movilidad y acceso a conectividad.

La necesidad que busca atender el negocio no se limita únicamente a vender productos. También pretende brindar soluciones prácticas a la población del sector, transportadores, instituciones y visitantes que requieren encontrar, en un mismo lugar, artículos de mercado, hielo, prendas de vestir, calzado, lubricantes para moto y servicio de internet. Esto tiene especial importancia en zonas donde los desplazamientos implican tiempo, costo y dificultad, y donde la disponibilidad inmediata de ciertos bienes puede marcar una diferencia real en la vida diaria de las personas.

De acuerdo con la información base entregada, el proyecto también surge con la intención de proveer bienes procesados vinculados a panadería o repostería, complementados con bebidas frías y espacios de conectividad. Aunque la oferta inicial definida para el negocio está más enfocada en mercado, bebidas, hielo, ropa, calzado y lubricantes, esta referencia permite entender que la necesidad general del territorio es contar con un punto comercial más amplio, que pueda ir creciendo según la demanda.

En consecuencia, el problema principal que se busca solucionar es la falta de acceso cercano y oportuno a bienes y servicios de uso frecuente. Tienda Sarita nace como una respuesta práctica a esa necesidad, acercando oferta comercial básica y servicios útiles a una comunidad que requiere soluciones accesibles, permanentes y bien atendidas.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes potenciales de Tienda Sarita son diversos y esto representa una fortaleza para el proyecto. El primer grupo corresponde a la comunidad del sector, es decir, las familias y habitantes de Chupave y zonas cercanas que necesitan abastecerse de productos de mercado, bebidas frías, hielo, ropa, calzado y otros artículos útiles para su vida cotidiana. Para este grupo, la principal ventaja del negocio es la cercanía y la posibilidad de resolver varias necesidades en un solo lugar.

El segundo grupo está conformado por los transportadores, quienes suelen requerir productos de consumo inmediato, hidratación, hielo, lubricantes para sus motos o vehículos, así como servicios de conectividad para comunicación o consultas rápidas. Este tipo de cliente puede convertirse en una fuente importante de ventas recurrentes, especialmente si el establecimiento logra posicionarse como un punto confiable y práctico en la ruta.

El tercer grupo lo integran las instituciones presentes o vinculadas al sector, que eventualmente pueden demandar algunos bienes, compras rápidas o servicios de apoyo. Aunque no necesariamente

representen el mayor volumen de compras diarias, sí pueden ser clientes valiosos por su nivel de formalidad y por la posibilidad de realizar adquisiciones periódicas.

El cuarto grupo está compuesto por los turistas y visitantes ocasionales, quienes pueden requerir bebidas, hielo, conectividad, ropa ligera, calzado o productos varios durante su paso por la zona. Este segmento aporta movimiento al negocio y puede aumentar el valor de algunas ventas, especialmente en temporadas de mayor circulación.

Tabla 1. Segmentación de clientes

Tipo de cliente	Características	Necesidades principales
Comunidad del sector	Habitantes permanentes de Chupave y alrededores	Mercado, bebidas, ropa, calzado, hielo
Transportadores	Clientes frecuentes de paso	Bebidas, hielo, lubricantes, internet
Instituciones	Entidades presentes o relacionadas con la zona	Compras puntuales, apoyo logístico
Turistas y visitantes	Personas de tránsito ocasional	Refrescos, conectividad, compras rápidas

Esta diversidad de clientes permite que el negocio no dependa de un solo tipo de comprador, lo cual mejora su estabilidad y sus posibilidades de crecimiento.

3. COMPETENCIA

La información suministrada identifica como competidores o negocios parecidos a Huberman Ruiz, quien comercializa bebidas frías, mercado e hielo, y a Sofía Ruis, quien ofrece bebidas frías, panadería y servicios gastronómicos. Esto indica que en el sector ya existe alguna dinámica comercial, pero también que la oferta está dividida por líneas de producto o servicio.

Frente a esta competencia, Tienda Sarita tiene la posibilidad de diferenciarse por la combinación de varios productos y servicios en un mismo establecimiento. Mientras algunos competidores se concentran en bebidas, hielo o panadería, este negocio plantea una oferta más amplia que incluye mercado, bebidas frías, prendas de vestir, calzado, lubricantes para moto, hielo y conectividad a internet. Esa variedad puede ser una ventaja importante, ya que el cliente encuentra varias soluciones sin tener que desplazarse a distintos lugares.

Otro aspecto competitivo es la ubicación estratégica, señalada dentro de la información del proyecto, así como la calidad del servicio y la conectividad. En territorios como Chupave, muchas veces el cliente no toma su decisión únicamente por el precio, sino por la facilidad de acceso, la rapidez en la atención y la posibilidad de resolver varias necesidades al mismo tiempo. En ese sentido, un negocio que combine buen surtido, trato amable y servicios útiles puede ganar rápidamente reconocimiento en la zona.

Sin embargo, es importante entender que la competencia cercana ya tiene experiencia, conocimiento del mercado local y posiblemente clientela habitual. Por ello, Tienda Sarita deberá trabajar en

mantener buena presentación del establecimiento, disponibilidad constante de productos, manejo adecuado de inventario y una atención que genere confianza. La competencia no debe verse solo como una amenaza, sino como una señal de que existe demanda en el sector.

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en la creación y funcionamiento de Tienda Sarita, un establecimiento comercial ubicado en la inspección de Chupave, municipio de Cumaribo, orientado a la venta de productos varios de alta necesidad y rotación, complementados con un servicio de conectividad a internet. La propuesta combina productos de consumo diario con artículos útiles para la movilidad y el bienestar de la comunidad, lo que la convierte en una iniciativa práctica y con sentido territorial.

El negocio se proyecta como una tienda multiproducto que busca atender necesidades cotidianas de la población local y de quienes transitan por la zona. Su fortaleza está en reunir en un solo punto bienes que normalmente podrían encontrarse dispersos, como mercado, bebidas frías, prendas de vestir, calzado, hielo y lubricantes para moto. Esta mezcla permite ampliar el perfil de clientes y aprovechar mejor el flujo de personas del sector.

Además, el componente de conectividad a internet le da un valor agregado importante. En zonas apartadas o con limitaciones en el acceso a servicios, contar con un punto donde las personas puedan conectarse, hacer consultas, comunicarse o resolver alguna necesidad digital se convierte en una ventaja real. Esto mejora la utilidad social del negocio y lo diferencia de una tienda convencional.

En resumen, la idea de negocio se basa en ofrecer cercanía, variedad, atención y utilidad, adaptándose a las condiciones del entorno y buscando no solo la rentabilidad económica, sino también un impacto positivo en la comunidad.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

La oferta principal de Tienda Sarita está conformada por productos y servicios pensados para cubrir necesidades reales del territorio. En primer lugar, se comercializarán productos de mercado, orientados al consumo cotidiano de las familias y personas del sector. Esta línea puede incluir abarrotes básicos, alimentos no perecederos, artículos de uso frecuente y otros productos que tengan rotación constante.

En segundo lugar, se venderán bebidas frías, las cuales suelen tener alta demanda en zonas de clima cálido y entre personas que se encuentran en movimiento. Esta línea de productos puede incluir agua, gaseosas, jugos, bebidas hidratantes y otras opciones refrescantes. Su conservación adecuada será clave para garantizar calidad y buena aceptación.

El negocio también incluirá la venta de prendas de vestir y calzado, lo cual amplía el alcance comercial de la tienda y le permite atender necesidades que van más allá del consumo inmediato. Aunque no todos los clientes comprarán estos productos con la misma frecuencia que las bebidas o el mercado, sí pueden representar ingresos importantes cuando se manejen referencias útiles y adaptadas a las condiciones del sector.

Adicionalmente, se ofrecerán lubricantes para moto, producto especialmente útil para transportadores, mototaxistas, habitantes del sector y viajeros que requieren soluciones rápidas para el mantenimiento básico de sus medios de transporte. A esto se suma la venta de hielo, que suele ser de gran utilidad tanto para el consumo doméstico como para actividades comerciales o de conservación.

Finalmente, se brindará servicio de conectividad a internet, lo cual amplía el valor del negocio, fortalece su utilidad para la comunidad y lo convierte en un punto de apoyo para consultas, comunicaciones o trámites sencillos.

Tabla 2. Portafolio de oferta

Producto o servicio	Descripción	Tipo de necesidad que atiende
Mercado	Abarrotes y productos básicos	Consumo del hogar
Bebidas frías	Productos refrigerados para hidratación	Consumo inmediato
Prendas de vestir	Ropa de uso general	Necesidad personal
Calzado	Calzado básico y funcional	Uso personal y laboral
Lubricantes para moto	Insumos básicos para mantenimiento	Movilidad
Hielo	Conservación y consumo	Apoyo doméstico y comercial
Conectividad a internet	Acceso básico a conexión	Comunicación y apoyo digital

6. PROCESOS TÉCNICOS

Para que Tienda Sarita opere de manera organizada, será necesario establecer procesos técnicos sencillos pero bien definidos. El primero es el proceso de abastecimiento, mediante el cual se compran y transportan los productos desde los puntos de provisión hasta el establecimiento. Este proceso debe planearse con cuidado, ya que en zonas como Cumaribo el abastecimiento puede verse afectado por distancias, costos de transporte, clima o disponibilidad de proveedores.

El segundo proceso es el de almacenamiento y conservación. Los productos de mercado deben organizarse adecuadamente en estanterías, separados por tipo y rotación. Las bebidas frías y el hielo requieren refrigeración constante, por lo cual los congeladores y la fuente de energía, apoyada por parque solar, serán fundamentales. Las prendas de vestir y el calzado deben mantenerse limpios, ordenados y protegidos del polvo y la humedad.

Un tercer proceso corresponde a la atención y venta directa al cliente. Dado que el modelo básico del negocio será la atención presencial en sitio, se debe garantizar una atención rápida, cordial y clara. El cliente debe encontrar facilidad para identificar los productos, consultar precios y realizar su compra en un ambiente ordenado.

El cuarto proceso es el relacionado con el servicio de conectividad, que dependerá del internet satelital y del computador disponible. Este servicio debe organizarse de manera sencilla, permitiendo usos básicos y controlando tiempos, condiciones o tarifas según la necesidad del negocio.

Finalmente, debe existir un proceso de control administrativo básico, que incluya registro de ventas, control de inventario, revisión de gastos, identificación de productos de mayor salida y toma de decisiones para reposición o ampliación del surtido.

7. REQUISITOS LEGALES

Para poner en marcha Tienda Sarita, será necesario avanzar en la formalización del negocio de manera progresiva, conforme a la normatividad aplicable. Esto incluye, en primer lugar, la identificación y registro de la actividad económica, así como la definición de la figura bajo la cual se desarrollará el emprendimiento, ya sea como persona natural comerciante u otra modalidad que resulte conveniente.

También será importante contar con el Registro Único Tributario (RUT) y revisar las obligaciones fiscales que correspondan al negocio, de acuerdo con su nivel de ingresos y la forma de operación. Igualmente, debe contemplarse el uso de soportes de venta o facturación, en especial si el negocio crece y empieza a relacionarse con instituciones o con clientes que requieran respaldo formal de sus compras.

Conforme a la instrucción dada para este tipo de documentos, 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 ayuda a que el negocio inicie con mayor claridad sobre sus deberes y beneficios en materia de formalización.

Además, será necesario revisar condiciones mínimas para funcionamiento del establecimiento, incluyendo aspectos relacionados con uso del espacio, conservación de productos, manejo responsable de inventario y cumplimiento de cualquier requisito local que aplique. La formalización debe entenderse como una base para darle mayor estabilidad y proyección al negocio, no solo como un requisito administrativo.

Tabla 3. Requisitos legales básicos

Requisito	Finalidad
Registro o formalización del negocio	Dar respaldo y orden a la actividad comercial
RUT	Identificación tributaria
Soporte de venta o facturación	Control de ingresos y ventas
Revisión de obligaciones fiscales	Cumplimiento legal
Condiciones mínimas del establecimiento	Funcionamiento adecuado y ordenado

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El canal principal de comercialización de Tienda Sarita será la atención directa en sitio, lo cual es coherente con la naturaleza del negocio y con la dinámica del sector. Este canal permite que la comunidad, los transportadores, turistas e instituciones accedan de forma inmediata a los productos y

servicios ofrecidos. Además, facilita la relación personal con el cliente y fortalece la confianza, aspecto muy importante en mercados rurales o semi rurales.

Un segundo canal importante será el voz a voz, que en este tipo de contextos tiene gran valor. Cuando un negocio ofrece buen servicio, productos frescos, precios razonables y atención respetuosa, los mismos clientes se encargan de recomendarlo. Esto puede convertirse en una de las formas más efectivas de posicionamiento para el negocio durante sus primeros meses.

También puede emplearse la comunicación por celular o mensajería como un canal de apoyo para informar disponibilidad de ciertos productos, recibir encargos sencillos o atender consultas sobre horarios. Aunque el negocio no funcionará inicialmente con domicilios estructurados, sí puede aprovechar estos medios para acercarse más al cliente y mejorar su servicio.

Como apoyo adicional, será útil contar con avisos visibles en el punto de venta, donde se identifiquen claramente los productos y servicios disponibles. Esto ayudará a captar a quienes transitan por la zona y no conocen aún el establecimiento.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

De acuerdo con la información base, las ventas estimadas del negocio son de $3.500.000 por semana, lo cual permite proyectar ingresos mensuales aproximados de $14.000.000 y anuales de $168.000.000, si se mantiene un comportamiento constante durante todo el año.

No obstante, para fines de planeación, es prudente considerar que los primeros meses suelen estar marcados por el posicionamiento del negocio, la adaptación del surtido y la fidelización de los clientes. Por eso, se plantea una proyección gradual y razonable, en la que el negocio inicia con un nivel de ventas cercano al valor estimado y mejora progresivamente a medida que aumenta su reconocimiento en la zona.

Tabla 4. Proyección mensual de ventas – Año 1

Mes	Ventas estimadas
Enero	$13.000.000
Febrero	$13.000.000
Marzo	$13.500.000
Abril	$13.500.000
Mayo	$14.000.000
Junio	$14.000.000
Julio	$14.200.000
Agosto	$14.200.000
Septiembre	$14.500.000
Octubre	$14.500.000
Noviembre	$15.000.000
Diciembre	$15.500.000

Total estimado de ventas año 1: $168.900.000

Esta proyección es razonable para una tienda multiproducto con buena ubicación y variedad, siempre que mantenga surtido, atención constante y control de inventario. El rango de precios reportado como promedio de venta de $500.000 puede entenderse como una referencia para compras de mayor valor, institucionales o acumuladas, pero en la práctica el negocio tendrá ventas pequeñas, medianas y ocasionalmente grandes según el perfil del cliente.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos y gastos del negocio deben analizarse con claridad para evitar desorden financiero. En primer lugar, están los costos de inversión inicial, relacionados con parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas y sillas, que fueron identificados dentro de la información base del proyecto. Estos elementos constituyen la infraestructura mínima para poner en funcionamiento la tienda.

En segundo lugar, están los gastos de operación mensual, dentro de los cuales deben contemplarse la reposición de inventario, pago o apoyo al ayudante, mantenimiento de equipos, servicio de internet, transporte de mercancía, empaques y otros imprevistos. En una tienda de estas características, el mayor movimiento financiero estará probablemente en la compra continua de surtido.

Tabla 5. Gastos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado mensual
Reposición de surtido	$8.000.000
Apoyo al ayudante	$800.000
Internet satelital	$200.000
Transporte y abastecimiento	$700.000
Mantenimiento de equipos	$200.000
Empaques y gastos menores	$150.000
Imprevistos	$150.000

Total gastos mensuales estimados: $10.200.000

Bajo este escenario, si las ventas mensuales se ubican en promedio entre $13.000.000 y $14.500.000, el negocio podría generar un margen operativo favorable, siempre que no haya pérdidas de inventario, compras desordenadas o productos de baja rotación. Por ello, la clave estará en administrar bien el surtido y concentrarse en productos que efectivamente se vendan.

11. TALENTO HUMANO

Según la información suministrada, el negocio funcionará inicialmente con el dueño y un ayudante, lo cual es una estructura adecuada para una etapa de arranque. El dueño tendrá la responsabilidad principal sobre la toma de decisiones, la compra de mercancía, el manejo del dinero, el control del inventario y la supervisión general del servicio.

El ayudante cumplirá funciones de apoyo en atención al cliente, organización del local, limpieza, revisión de surtido y acompañamiento en el manejo de algunos productos. Esta figura es importante

porque permite repartir las cargas de trabajo y garantizar continuidad en la atención, especialmente en horas de mayor flujo de clientes.

Para que el talento humano aporte al crecimiento del negocio, no basta con estar presente físicamente. Será importante que tanto el dueño como el ayudante mantengan cualidades como responsabilidad, honestidad, buen trato, disposición de servicio y orden. En un negocio de cercanía, la atención tiene un valor muy alto, pues muchas veces el cliente regresa más por la confianza y el trato recibido que por una diferencia mínima en el precio.

En una etapa futura, si el negocio crece y amplía su portafolio o volumen de ventas, podría evaluarse la incorporación de una persona adicional o la asignación más clara de roles, especialmente en inventario, atención y control de caja.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Para iniciar y sostener el negocio se requieren varias condiciones mínimas. Entre las necesidades físicas se destacan el parque solar, indispensable para apoyar el funcionamiento de congeladores, computador y otros equipos; el internet satelital, que hará posible el servicio de conectividad; y los congeladores, esenciales para bebidas frías e hielo. También se necesitan estanterías, mesas, sillas y computador, tal como fue establecido en la información base del proyecto.

Además de estos elementos, el negocio necesita un surtido inicial bien seleccionado, enfocado en productos de mayor salida. No se trata solo de tener mucha mercancía, sino de contar con artículos realmente útiles para el cliente del sector. La selección del inventario debe ser prudente, para evitar inmovilizar capital en productos que roten poco.

Entre los requerimientos operativos también se encuentran la organización del espacio, la exhibición adecuada de productos, el control de las existencias, un cuaderno o sistema básico para registrar ventas y gastos, y reglas claras sobre horarios y atención. Todo esto ayuda a que el negocio funcione con mayor orden y a que el dinero rinda mejor.

Por último, el proyecto necesita compromiso permanente del propietario y una visión de crecimiento gradual. Un negocio pequeño puede fortalecerse mucho si se administra con disciplina, reinversión y atención al comportamiento real del mercado.

13. VALOR DEL PROYECTO

La información entregada señala que el presupuesto inicial disponible o el valor estimado para empezar es de $14.000.000, cifra que resulta coherente con un negocio de este tipo en fase inicial. Ese monto permitiría poner en marcha la tienda con una estructura básica, especialmente si se distribuye bien entre infraestructura y surtido.

Tabla 6. Valor estimado del proyecto

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$2.500.000

Internet satelital e instalación	$1.000.000
Congeladores	$2.200.000
Computador	$1.500.000
Estanterías	$1.000.000
Mesas y sillas	$800.000
Surtido inicial	$4.000.000
Adecuaciones e imprevistos	$1.000.000

Valor total estimado del proyecto: $14.000.000

Esta distribución es una aproximación razonable y puede variar según el estado de los equipos, si algunos ya se poseen, o si ciertas compras se hacen de manera progresiva. Lo importante es que el capital inicial se use de forma estratégica, dando prioridad a lo esencial para abrir, vender y sostener la operación en los primeros meses.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo de Tienda Sarita estará centrado en una dinámica diaria sencilla, organizada y orientada al servicio. Cada jornada debe iniciar con la apertura del local, la revisión del aseo general, la verificación del funcionamiento de los congeladores y del servicio de internet, y la observación del surtido disponible.

Durante el día, la operación girará en torno a la atención directa al cliente, la venta de productos, la organización de estanterías y la identificación de necesidades del público. Será importante mantener visibles los artículos de mayor salida y registrar las ventas realizadas, aunque sea en una libreta o formato simple.

De manera semanal, deberá hacerse una revisión de inventario para programar la reposición de los productos más vendidos y evitar quedarse sin existencias. También será necesario revisar los ingresos, gastos y utilidades de la semana, con el fin de tomar decisiones oportunas sobre compras y reinversión.

Tabla 7. Organización operativa básica

Actividad	Frecuencia	Responsable
Apertura y limpieza del local	Diario	Dueño / ayudante
Revisión de energía y congeladores	Diario	Dueño
Atención y venta al cliente	Diario	Dueño / ayudante
Control básico de caja	Diario	Dueño
Organización del surtido	Diario	Ayudante
Revisión de inventario	Semanal	Dueño
Compra o reposición de mercancía	Semanal	Dueño
Revisión de gastos e ingresos	Semanal	Dueño

Este plan operativo busca asegurar que el negocio sea funcional desde el inicio y que pueda crecer con base en el orden y el control.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de Tienda Sarita es positivo tanto para la comunidad como para la dinámica económica local. En primer lugar, el negocio mejorará el acceso de la población a bienes y servicios que no siempre se encuentran disponibles de manera cercana, lo cual representa ahorro de tiempo, facilidad y mejor calidad de vida. Esta intención fue señalada claramente en la información base, al indicar que se espera brindar bienes y servicios de difícil acceso para la comunidad.

En segundo lugar, el proyecto contribuirá a dinamizar la economía del sector, al generar una actividad comercial estable y una oportunidad de ingreso para el propietario y su ayudante. Aunque no se trata de una empresa grande, sí puede convertirse en un punto de referencia económica y social dentro de Chupave.

En tercer lugar, el negocio tiene alcance sobre varios tipos de usuarios: comunidad, instituciones, transportadores, turistas y personas de paso. Eso amplía su utilidad territorial y le permite proyectarse como un establecimiento de servicio múltiple, no limitado a un solo grupo.

A mediano plazo, si el negocio se consolida, podrá ampliar surtido, fortalecer la conectividad o incorporar nuevas líneas de producto de acuerdo con la demanda. Por tanto, su alcance inicial es local, pero con posibilidades de crecimiento progresivo en la zona.

16. MAPA DE ACTORES

El funcionamiento y sostenibilidad de Tienda Sarita depende de la relación con diferentes actores del territorio. El primer actor es la comunidad, que constituye la base del mercado y el grupo con mayor potencial de compra frecuente. Su aceptación y confianza serán determinantes para que el negocio se mantenga.

Otro actor importante son los transportadores, quienes demandan bebidas, hielo, lubricantes y conectividad, y pueden convertirse en clientes constantes. También están los turistas y transeúntes, que aportan flujo adicional al establecimiento y amplían el perfil comercial del negocio.

Las instituciones aparecen como actores relevantes por su presencia en el territorio y por su posible papel como clientes o aliados indirectos. Igualmente, los proveedores son fundamentales, aunque no se mencionen de forma expresa en la información inicial, porque de ellos depende que el negocio tenga surtido, calidad y continuidad.

Tabla 8. Mapa de actores del negocio

Actor	Relación con el negocio	Importancia
Comunidad	Principal cliente y base social	Muy alta
Transportadores	Clientes frecuentes de paso	Alta
Instituciones	Posibles compradores o aliados	Media
Turistas y transeúntes	Clientes ocasionales	Media

Proveedores	Abastecimiento y continuidad	Muy alta
Dueño y ayudante	Operación y administración	Muy alta

Este mapa muestra que el negocio no actúa solo como una tienda, sino como un punto de articulación entre necesidades comunitarias, tránsito local y oferta comercial básica.

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

El plan de negocios de Tienda Sarita evidencia que se trata de una iniciativa con sentido práctico, pertinencia territorial y posibilidades reales de sostenibilidad en la inspección de Chupave, municipio de Cumaribo. Su fortaleza principal está en la combinación de productos de alta necesidad con servicios complementarios que agregan valor, como la conectividad a internet y la oferta variada para distintos tipos de clientes.

El negocio responde a una necesidad real del entorno: acercar bienes y servicios a la comunidad y a las personas que transitan por la zona, evitando desplazamientos innecesarios y facilitando el acceso a productos útiles para la vida diaria. Su ubicación, variedad de oferta y atención directa en sitio son ventajas importantes frente a la competencia existente.

Desde el punto de vista financiero, el proyecto muestra condiciones favorables para iniciar con una inversión estimada de $14.000.000, siempre que se administre con disciplina, se controle el inventario y se prioricen los productos de mayor rotación. Desde el punto de vista social, el impacto es positivo, porque fortalece el acceso local a bienes de difícil consecución y dinamiza la economía del sector.

En conclusión, Tienda Sarita es un proyecto comercial viable, conveniente y útil para el territorio, con capacidad de crecer de manera progresiva si se sostiene una buena atención, una administración ordenada y una lectura permanente de las necesidades del mercado 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.

Gladys Castillo R

Gladis Maria Castillo Tapia
Emprendedora

Zurima S. H

Zurima Solans Saldarriaga Hoyos
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	Gladis Maria Castillo Tapia
TIENDA	Tienda Sarita
FECHA	2/02/2026



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: 21-02-2026

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: M Gladys Castillo T

Nombres: Maria Glady Castillo tapia

CC: 39 844 784

OBSERVACIONES: