Lisseth Mayely Rodriguez Castillo

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	Lisseth Mayely Rodríguez Castillo
TIENDA	Discoteca Mayely
FECHA	03/02/2026



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, Lisseth Mayely Rodriguez. identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.121.857.255 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: L Mayerly Rodriguez
Nombres: Lisseth Mayely Rodriguez
CC: 1.121.857.255.

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, Lisseth Mayely Rodriguez- identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.121.857.255, 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 3 días del mes de febrero del año 2026.

RECIBE:

Firma: L Mayerly Rodrigues.

Nombres: Lisseth Mayely Rodriguez

CC: 1.121.857.255.

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 3	MES 02	AÑO 2026		
Beneficiario	Lisseth Mayely Rodriguez Castillo.				
Cédula	1.121.857.255			Sexo: ☑Mujer ☐Hombre	
Departamento:	Vichada		Municipio: Cumaribo		
Vereda / Inspección:	Chupave				
Dirección:	Discoteca		Teléfono de Contacto: 3247759563		

VALIDACIÓN DE CONDICIONES GENERALES DEL NEGOCIO

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

COMPONENTES ESTRATÉGICOS ANALIZADOS

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

DIAGNOSTICO DEL NEGOCIO

Fortalezas actuales del negocio: Innovacion
Monopolio

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 estrategico
Compromisos del beneficiario:	DOTA
Observaciones:	Plan financiero.

Firma: L Mayely Rodriguez

Beneficiario: Lisseth M. Rodriguez C.
Cédula: 1.121.857.255

Firma: Zurima S.H

Profesional: Zurima Saldarriaga
Cédula: 1.127.386.288

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, Lisseth Mayely Rodriguez. C., identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.121.857.255 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 3 días del mes de febrero del año 2026.

RECIBE:

Huella



Firma: L Mayerly Rodriguez

Nombres: Lisseth Mayely Rodriguez C.

CC: 1.121.857.255

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

DISCOTECA MAYELY

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: Lisseth Mayely Rodríguez Castillo

EMPRENDEDORA

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

FEBRERO DE 2026

GOBERNACIÓN DE VICHADA SGR ASOSUPRO fundacion servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

La necesidad que busca atender Discoteca Mayely no se limita únicamente al entretenimiento. En la inspección de Chupave y en sectores similares del municipio de Cumaribo, muchas personas deben desplazarse o esperar oportunidades esporádicas para acceder a espacios de recreación, a bebidas frías en buen estado, a servicios de conectividad o incluso a productos complementarios de consumo inmediato. Esta situación afecta especialmente a la comunidad local, a quienes se movilizan por trabajo o transporte, y a visitantes que requieren un sitio donde permanecer, compartir y resolver necesidades básicas de comunicación.

El problema también puede verse desde el punto de vista social. En comunidades apartadas, la ausencia de lugares organizados para el encuentro y la recreación hace que la oferta existente sea poca, informal o insuficiente. Por eso, un negocio como Discoteca Mayely puede convertirse en un punto de referencia local, no solo para bailar o consumir bebidas, sino para reunirse, acceder a internet, cargar información, comunicarse con otras personas o realizar actividades que hoy se dificultan por la falta de servicios cercanos.

Adicionalmente, aunque el enfoque principal del negocio será el entretenimiento con bebidas frías y conectividad, también existe una oportunidad para complementar la oferta con productos listos para consumo, como panadería, repostería o pasabocas adquiridos a proveedores, en caso de que la demanda lo justifique. Esto fortalece el negocio porque amplía su utilidad frente a diferentes tipos de clientes y horarios de atención.

En resumen, la necesidad principal que atiende el proyecto es brindar a la comunidad y a quienes transitan por la zona un espacio cercano, funcional y atractivo donde puedan encontrar recreación, bebidas frías y acceso a conectividad, reduciendo la sensación de aislamiento comercial y social del sector.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes de Discoteca Mayely serán diversos, lo cual representa una ventaja comercial. En primer lugar, está la comunidad del sector, que constituye la base más importante del negocio. Son personas que viven en la inspección o en zonas cercanas y que pueden convertirse en compradores frecuentes, especialmente en horarios de la tarde, noche, fines de semana, celebraciones y fechas especiales.

En segundo lugar, se encuentran los transportadores y transeúntes, quienes suelen requerir espacios de descanso, bebidas frías, acceso rápido a internet y un ambiente donde puedan permanecer un tiempo mientras continúan su recorrido. Este tipo de cliente valora mucho la ubicación, la rapidez en la atención y la disponibilidad de servicios prácticos.

Un tercer grupo lo conforman las instituciones, que aunque no necesariamente serán clientes diarios, sí pueden representar oportunidades importantes en momentos específicos, como reuniones, celebraciones, encuentros comunitarios, atención a comisiones, actividades locales o eventos de integración. Para este segmento, el negocio puede adaptarse ofreciendo consumo por grupo o reserva del espacio en horarios definidos.

Finalmente, están los turistas y visitantes ocasionales, que en un territorio como Cumaribo pueden llegar por motivos de trabajo, paso o interés en la zona. Para ellos, un establecimiento visible, bien atendido y con servicios básicos resuelve varias necesidades al mismo tiempo: recreación, descanso, conectividad y consumo.

Tabla 1. Tipos de clientes

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia esperada
Comunidad local	Recreación, bebidas, internet	Alta
Transportadores	Descanso, bebidas, conectividad	Media
Instituciones	Reuniones, integración, consumo por grupo	Baja a media
Turistas y visitantes	Servicio rápido, ambiente agradable, internet	Media

Esta diversidad de clientes reduce la dependencia de un solo grupo y ayuda a que el negocio tenga movimiento en distintos momentos.

3. COMPETENCIA

De acuerdo con la información suministrada, los principales negocios parecidos son los de Huberman Ruiz y Sofía Ruis. Ambos representan competencia porque ya ofrecen productos de consumo frecuente dentro del sector, especialmente bebidas frías, y en un caso panadería y servicios gastronómicos. Esto significa que Discoteca Mayely no entrará a un mercado completamente vacío, sino a uno donde ya existe una demanda comprobada.

Sin embargo, la competencia no debe entenderse como una desventaja absoluta. Al contrario, demuestra que sí hay compradores para este tipo de servicios. La clave estará en diferenciar el negocio de manera clara. Mientras otros establecimientos pueden enfocarse en venta básica de productos, Discoteca Mayely propone una combinación más completa: espacio de baile, ambiente de entretenimiento, bebidas frías, conectividad a internet y atención directa en sitio. Esa mezcla le da una identidad propia.

La competencia obliga a que el nuevo negocio cuide la atención, mantenga surtido, garantice bebidas frías y ofrezca una experiencia agradable. El cliente no solo comprará por necesidad, sino también por comodidad, confianza, ambiente y disponibilidad del servicio.

Tabla 2. Competencia local identificada

Negocio	Oferta principal	Fortalezas observables	Oportunidad para Discoteca Mayely
Huberman Ruiz	Bebidas frías, mercado, hielo	Productos básicos de alta rotación	Diferenciarse con entretenimiento e internet
Sofía Ruis	Bebidas frías, panadería, gastronomía	Oferta alimentaria complementaria	Diferenciarse con ambiente nocturno y recreación
Discoteca Mayely	Bebidas frías, entretenimiento, conectividad	Servicio combinado y ubicación estratégica	Posicionarse como punto de encuentro del sector

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en crear un establecimiento llamado Discoteca Mayely, ubicado en la inspección de Chupave, que funcione como un sitio de esparcimiento para baile y recreación, complementado con la venta de bebidas frías y el acceso a conectividad a internet. Se trata de una propuesta sencilla, pero con alto potencial en contextos rurales o apartados, donde los espacios que integran recreación y servicios básicos son escasos.

La esencia del negocio es ofrecer una experiencia útil y agradable. No se busca únicamente vender un producto, sino brindar un servicio completo al cliente: un lugar donde pueda compartir, entretenerse, refrescarse, conectarse y permanecer con tranquilidad. En este sentido, la discoteca será al mismo tiempo un espacio comercial y social.

El valor de la idea también está en su adaptabilidad. Aunque inicia con una estructura básica, puede crecer con el tiempo. Por ejemplo, si la demanda responde favorablemente, más adelante se podrían incluir nuevos servicios como venta de pasabocas, eventos temáticos, celebraciones comunitarias, alquiler para reuniones o ampliación de la oferta de productos complementarios.

Por tanto, la idea de negocio no es improvisada. Responde a una necesidad del territorio, aprovecha una ubicación estratégica y combina servicios que tienen utilidad práctica y valor comercial.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

Discoteca Mayely tendrá tres líneas principales de oferta:

a. **Bebidas frías:**

   Serán uno de los productos de mayor rotación. Este grupo puede incluir gaseosas, aguas, jugos, maltas, energizantes, cervezas y otras bebidas de alta demanda, según disponibilidad y normatividad aplicable. La clave será mantener una adecuada refrigeración, surtido básico y rotación constante para evitar pérdidas.

b. **Servicios de entretenimiento:**

   Constituyen el corazón del negocio. Incluyen el uso del espacio para baile, música, recreación nocturna o integración social. El ambiente será un factor decisivo: sonido adecuado, orden, limpieza, buena atención y una experiencia agradable. En ciertas fechas se podrán organizar jornadas especiales o noches temáticas para atraer mayor flujo de clientes.

c. **Conectividad a internet:**

   Este servicio es altamente valioso en sectores donde el acceso a internet no siempre es estable o cercano. La conectividad permitirá que los clientes se comuniquen, revisen información, hagan consultas, utilicen redes sociales o realicen gestiones rápidas. También fortalece la permanencia del cliente en el establecimiento y genera una ventaja frente a competidores.

Como línea complementaria y futura, el negocio puede evaluar la venta de productos de consumo rápido, como panadería empacada, repostería o pasabocas, adquiridos a proveedores locales o cercanos, sin desviar el enfoque principal del proyecto.

Tabla 3. Productos y servicios principales

Línea	Descripción	Aporte al negocio
Bebidas frías	Venta de gaseosas, agua, jugos, maltas, energizantes y cervezas	Alta rotación y consumo frecuente
Entretenimiento	Espacio para baile, música y recreación	Diferenciación del negocio
Conectividad a internet	Servicio de acceso a internet para clientes	Permanencia del cliente y valor agregado
Oferta complementaria futura	Pasabocas, panadería o repostería comprada a terceros	Incremento potencial de ventas

6. PROCESOS TÉCNICOS

El funcionamiento técnico del negocio será sencillo, pero debe ser organizado. El primer proceso clave será el abastecimiento, es decir, la compra y reposición de bebidas, hielo, insumos de atención y demás elementos necesarios. Este proceso debe hacerse con planeación, revisando cuáles productos se venden más, cuáles duran más tiempo y cuáles conviene comprar en mayores cantidades.

El segundo proceso técnico será el de almacenamiento y conservación. Las bebidas frías dependen de una buena cadena de refrigeración, por lo que los congeladores y el parque solar juegan un papel importante. El parque solar permitirá respaldar la operación de equipos esenciales, especialmente en un contexto donde la continuidad energética puede ser una dificultad. Esto dará estabilidad al negocio y evitará pérdidas por falta de frío o fallas de energía.

El tercer proceso corresponde a la atención al cliente. Al ser una atención directa en sitio, se requiere organización desde la llegada del cliente hasta el cobro del servicio. Debe haber buena disposición, control del consumo, orden en las mesas, revisión del estado del espacio y cierre adecuado de cada jornada.

El cuarto proceso es el de operación del entretenimiento. Aquí se incluye el manejo del sonido, la ambientación, la distribución del espacio y el control del volumen, procurando que el servicio sea atractivo pero responsable. El entretenimiento debe ofrecerse con orden y bajo criterios de respeto a la comunidad, especialmente en relación con horarios, seguridad y convivencia.

El quinto proceso técnico será el de conectividad. El internet satelital y el computador permitirán prestar un servicio básico, útil y diferenciador. Este servicio debe manejarse con reglas claras: tiempos, uso responsable, control de acceso y cuidado del equipo.

Finalmente, será fundamental el control básico de inventario y caja. Aunque el negocio sea pequeño, debe llevar registro de entradas, salidas, ventas diarias, productos agotados y gastos. Esto permitirá saber si el negocio realmente está dejando utilidad y cuáles ajustes deben hacerse.

Tabla 4. Procesos técnicos del negocio

Proceso	Actividad principal	Objetivo
Abastecimiento	Compra y reposición de bebidas e insumos	Mantener disponibilidad de productos
Almacenamiento y conservación	Refrigeración y organización del inventario	Evitar pérdidas y garantizar calidad
Atención al cliente	Recepción, servicio, cobro y cierre	Ofrecer buena experiencia de consumo
Operación del entretenimiento	Manejo de sonido, ambiente y espacio	Garantizar orden y atractivo comercial
Conectividad	Prestación y control del internet	Brindar servicio útil y diferenciador
Control de caja e inventario	Registro de ventas, gastos y existencias	Facilitar control financiero y operativo

7. REQUISITOS LEGALES

Para que Discoteca Mayely funcione de manera ordenada y segura, es importante avanzar en su formalización. Como primera medida, el negocio debe definir si operará como persona natural comerciante o bajo una figura empresarial sencilla, según lo que más convenga al emprendedor. En cualquiera de los casos, la formalización básica incluye la matrícula mercantil del comerciante y del establecimiento de comercio ante la Cámara de Comercio con jurisdicción en el lugar donde funcionará el negocio.

También será necesario contar con el Registro Único Tributario (RUT) ante la DIAN. En caso de que por el tipo de operación o por las obligaciones tributarias aplicables corresponda facturar electrónicamente, se requerirá cumplir las condiciones establecidas para ello.

De igual forma, el establecimiento debe cumplir las condiciones generales para el funcionamiento de negocios comerciales, especialmente en lo relacionado con uso permitido del inmueble, requisitos de funcionamiento, verificación por autoridad competente y cumplimiento de lo exigido por la normativa sobre establecimientos de comercio.

Si el negocio llega a manejar o complementar su oferta con productos de panadería, repostería, pasabocas u otros alimentos para consumo humano, deberá atender las disposiciones sanitarias correspondientes. Adicionalmente, por la naturaleza del negocio, se recomienda verificar ante la administración municipal o autoridad local competente aspectos como horario de funcionamiento, condiciones de seguridad, uso del suelo y demás permisos que resulten aplicables al tipo de establecimiento.

En todo caso, 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 clara para iniciar su proceso de legalización.

En conclusión, los requisitos legales no deben verse como un obstáculo, sino como una garantía de orden, confianza y sostenibilidad para el negocio.

Tabla 5. Requisitos legales básicos

Requisito	Finalidad	Observación
Matrícula mercantil	Formalizar la actividad comercial	Debe incluir comerciante y establecimiento
RUT	Identificación tributaria	Necesario para obligaciones ante la DIAN
Facturación electrónica	Cumplimiento tributario, si aplica	Depende del régimen y la obligación vigente
Verificación de uso del suelo	Validar la actividad en el inmueble	Debe revisarse ante autoridad competente
Condiciones sanitarias	Garantizar higiene y seguridad	Aplica si se manejan alimentos o pasabocas
Permisos o reglas locales	Cumplir horarios y condiciones de funcionamiento	Revisar con administración municipal

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización será la atención directa en sitio, que además fue definida como la forma básica de funcionamiento del negocio. Este canal es adecuado porque el establecimiento se orienta a la experiencia presencial: el cliente llega, consume, se entretiene y usa los servicios en el mismo lugar.

Sin embargo, para fortalecer la comercialización, conviene manejar otros canales complementarios. Uno de ellos será el voz a voz, que en comunidades pequeñas o apartadas tiene gran importancia. La buena atención, el orden y la calidad del servicio harán que los mismos clientes recomienden el negocio.

Otro canal será la promoción comunitaria, por ejemplo mediante avisos, perifoneo local, mensajes por WhatsApp, invitaciones para eventos, anuncios de fechas especiales o actividades temáticas. Aunque el negocio sea pequeño, la promoción constante ayudará a mantenerlo visible.

También puede utilizarse un canal de relacionamiento institucional, ofreciendo el espacio para reuniones o integraciones en ciertos horarios, lo que puede abrir oportunidades con entidades, líderes o grupos del sector.

En síntesis, la comercialización dependerá principalmente de la presencia física del negocio, apoyada por promoción sencilla, directa y cercana.

Tabla 6. Canales de comercialización

Canal	Descripción	Utilidad
Atención directa en sitio	Venta y prestación de servicios de manera presencial	Canal principal de ingresos
Voz a voz	Recomendación entre clientes y comunidad	Posicionamiento local
Promoción comunitaria	Avisos, WhatsApp, perifoneo y difusión local	Aumento de visibilidad
Relacionamiento institucional	Ofrecimiento del espacio para reuniones o eventos	Nuevas oportunidades comerciales

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

Para este punto se toman como base los datos entregados por el emprendedor y algunos supuestos razonables. Se indicó un precio promedio de venta de **$**250.000, el cual, para efectos del análisis, se entenderá como un consumo promedio por grupo, mesa o jornada de compra, no como el valor de un solo producto individual. También se indicó una venta estimada de $1.750.000 por semana.

Con base en ello, se plantea una proyección conservadora:

Tabla 7. Proyección general de ventas

Concepto	Valor estimado
Venta promedio por semana	$1.750.000
Venta promedio por mes (4 semanas)	$7.000.000
Venta promedio por año (12 meses)	$84.000.000

Para darle mayor claridad a la proyección, se puede distribuir la venta mensual así:

Tabla 8. Distribución estimada de ingresos mensuales

Línea de ingreso	Participación estimada	Valor mensual estimado
Bebidas frías	70%	$4.900.000
Entretenimiento	20%	$1.400.000
Conectividad a internet	10%	$700.000
Total mensual estimado	**100%**	**$7.000.000**

Esta proyección es prudente y realista para una etapa inicial. No supone un crecimiento exagerado ni una ocupación total del establecimiento todos los días. Más bien refleja un arranque moderado, que puede mejorar si el negocio logra posicionarse bien, sostener surtido y organizar eventos o jornadas de mayor movimiento.

Como referencia de crecimiento, si el negocio funciona con estabilidad, cuida su atención y fortalece su promoción, podría aumentar entre un 10% y un 15% en un segundo año. No obstante, para este plan se mantendrá un escenario conservador, pensando en una puesta en marcha responsable.

10. COSTOS Y GASTOS

En este punto es importante diferenciar entre inversión inicial y costos de operación. Los elementos entregados por el emprendedor corresponden principalmente a inversión inicial, es decir, a los bienes necesarios para empezar. En cambio, los costos y gastos operativos son los que se generan cada mes para que el negocio siga funcionando.

Tabla 9. Inversión inicial estimada

Elemento	Valor estimado
Parque solar	$2.800.000
Internet satelital (instalación y puesta en marcha)	$800.000
Congeladores	$1.500.000
Computador	$1.200.000
Estanterías	$400.000
Mesas y sillas	$1.200.000
Equipo de sonido	$1.500.000
Adecuaciones menores del local	$600.000
Total inversión inicial estimada	**$10.000.000**

Tabla 10. Costos y gastos mensuales estimados

Concepto	Valor mensual estimado
Compra y reposición de bebidas frías	$2.450.000
Hielo, vasos, empaques e insumos de atención	$350.000
Internet mensual	$320.000
Pago de ayudante	$900.000
Transporte y abastecimiento	$450.000
Mantenimiento de equipos y parque solar	$250.000
Aseo y limpieza	$180.000
Promoción básica y comunicación	$100.000
Imprevistos	$100.000
Total costos y gastos mensuales	**$5.100.000**

Con una venta mensual estimada de $7.000.000 y costos y gastos de $5.100.000, la utilidad operacional aproximada sería de:

$7.000.000 - $5.100.000 = $1.900.000 mensuales

Este valor puede variar según la temporada, el abastecimiento, la rotación del producto y el comportamiento de la clientela. Aun así, muestra que el negocio puede ser viable si se administra con control y disciplina.

11. TALENTO HUMANO

El negocio está pensado inicialmente para funcionar con una estructura humana básica: el dueño y un ayudante. Esta es una decisión acertada para una etapa de inicio, porque reduce costos y facilita el control directo del negocio.

El dueño tendrá funciones de dirección general: compra de mercancía, manejo de inventario, supervisión de la atención, control de ingresos, relación con proveedores y toma de decisiones comerciales. Su papel será central, ya que en pequeños negocios el liderazgo directo del propietario suele marcar la diferencia entre el éxito y el estancamiento.

El ayudante apoyará en labores operativas, como organización del espacio, atención al cliente, entrega de productos, limpieza, control básico del servicio y apoyo durante jornadas de mayor movimiento.

A futuro, si el negocio crece, podría requerirse una tercera persona en temporadas especiales o eventos, especialmente para reforzar atención, limpieza o control del espacio. Sin embargo, para comenzar, el esquema de dos personas es suficiente y financieramente más conveniente.

Lo más importante será que ambos trabajen con responsabilidad, buena presentación, respeto al cliente y control del negocio. En establecimientos pequeños, la calidad humana es tan importante como la infraestructura.

Tabla 11. Estructura básica del talento humano

Cargo	Funciones principales	Participación
Dueño	Dirección, compras, control de inventario, manejo financiero y supervisión general	Permanente
Ayudante	Atención al cliente, organización, limpieza y apoyo operativo	Permanente
Apoyo eventual futuro	Refuerzo en temporadas especiales o eventos	Ocasional

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Para iniciar correctamente, Discoteca Mayely requiere cubrir varias necesidades básicas. La primera es contar con un espacio físico adecuado, que permita organizar mesas, sillas, zona de sonido, enfriamiento de bebidas y atención cómoda al cliente. El lugar debe ser funcional, limpio, ventilado y con posibilidades de orden.

La segunda necesidad es disponer de energía y conectividad confiables. Por eso el parque solar y el internet satelital no son lujos, sino recursos estratégicos. Ambos permiten que el negocio tenga continuidad operativa y un servicio diferenciador.

La tercera necesidad es asegurar un abastecimiento regular. No basta con abrir el negocio; es necesario mantener productos disponibles, especialmente bebidas frías, hielo e insumos básicos. Un establecimiento que se queda sin producto pierde clientela rápidamente.

La cuarta necesidad es el orden administrativo. Aunque el negocio sea pequeño, debe llevar cuentas claras: cuánto entra, cuánto sale, qué se vende más, qué producto se pierde, cuánto cuesta operar y cuánto deja realmente de ganancia.

La quinta necesidad es la formalización progresiva. Esto incluye avanzar en RUT, matrícula, organización del negocio y cumplimiento de requisitos que generen confianza y estabilidad.

En resumen, el negocio requiere infraestructura básica, equipos funcionales, abastecimiento, control administrativo y acompañamiento en formalización para consolidarse.

Tabla 12. Necesidades y requerimientos prioritarios

Requerimiento	Descripción	Prioridad
Espacio físico adecuado	Local funcional, limpio, ventilado y ordenado	Alta
Energía y conectividad	Parque solar e internet satelital	Alta
Abastecimiento constante	Disponibilidad de bebidas, hielo e insumos	Alta
Control administrativo	Registro de ventas, gastos e inventario	Alta
Formalización progresiva	RUT, matrícula y cumplimiento básico	Media alta

13. VALOR DEL PROYECTO

El valor inicial estimado del proyecto es de $10.000.000, de acuerdo con la información entregada. Este valor resulta razonable para una unidad productiva pequeña que busca iniciar con lo esencial y crecer de manera gradual.

Ese monto permite cubrir los principales activos físicos necesarios para empezar: parque solar, internet, congeladores, computador, mobiliario, estanterías, sonido y adecuaciones básicas. No obstante, debe entenderse que este presupuesto es ajustado, por lo cual será importante comprar con criterio, comparar precios y, si es necesario, iniciar con algunos equipos seminuevos pero en buen estado.

Desde una mirada práctica, el valor del proyecto no solo se mide por el dinero invertido, sino por la capacidad de esa inversión para producir ingresos, resolver una necesidad del territorio y sostenerse en el tiempo. En este caso, la inversión es relativamente moderada frente a la posibilidad de generar ventas semanales constantes y utilidad mensual.

Por ello, el valor del proyecto puede calificarse como alcanzable, proporcional al tamaño del negocio y viable para un emprendimiento rural o semi rural, siempre que haya administración responsable.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo define cómo funcionará el negocio en la práctica. Para Discoteca Mayely se propone una operación básica, organizada y realista.

En primer lugar, el negocio deberá establecer horarios de atención definidos, preferiblemente concentrando su mayor actividad en tardes, noches y fines de semana, que es cuando normalmente

aumenta la demanda de entretenimiento. Estos horarios deberán ajustarse a las reglas o autorizaciones de la autoridad local.

En segundo lugar, se debe organizar el abastecimiento semanal. Una vez por semana, o según necesidad, se revisará inventario para reponer bebidas, hielo, insumos y productos complementarios. Esta revisión debe hacerse antes de los días de mayor flujo para evitar desabastecimiento.

En tercer lugar, el local debe mantenerse en condiciones adecuadas de orden, limpieza y presentación. Antes de abrir se verificará el estado de mesas, sillas, congeladores, sonido, internet y aseo general. Al cierre se hará limpieza, conteo de caja y revisión del inventario restante.

En cuarto lugar, la atención al público debe seguir una rutina clara: recepción del cliente, ofrecimiento del servicio, entrega del producto, cobro y verificación final del espacio. Esto mejora la experiencia y evita desorden.

Tabla 13. Actividades del plan operativo

Actividad operativa	Frecuencia
Revisión de inventario	Diaria
Limpieza del local	Diaria
Control de caja	Diaria
Verificación de internet y sonido	Diaria
Compra de reposición	Semanal
Revisión de equipos	Semanal
Evaluación de ventas	Semanal y mensual

Este plan operativo permitirá que el negocio no dependa solo de la improvisación, sino de una rutina sencilla que facilite el control y la sostenibilidad.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de Discoteca Mayely en la comunidad es positivo y concreto. En primer lugar, el negocio acercará servicios y bienes que hoy son de difícil acceso para parte de la comunidad. Esto ya representa un aporte importante, porque mejora la disponibilidad local de recreación, bebidas frías y conectividad.

En segundo lugar, el negocio puede aportar al dinamismo económico local, aunque sea a pequeña escala. La compra de productos, la contratación de un ayudante y el movimiento de clientes generan circulación de dinero dentro del territorio. Esto es especialmente valioso en zonas donde las oportunidades comerciales son limitadas.

En tercer lugar, el proyecto puede convertirse en un punto de encuentro comunitario, es decir, en un espacio que ayude a fortalecer relaciones sociales, actividades recreativas y momentos de integración. Bien administrado, puede ofrecer un ambiente organizado y respetuoso.

En cuarto lugar, el alcance del negocio no se limita a la inspección. También puede atender a transportadores, visitantes, funcionarios, turistas y personas en tránsito, lo cual amplía su área de influencia comercial.

Por tanto, el impacto del proyecto será económico, social y de servicio. No se trata solo de vender, sino de responder a una necesidad del territorio con una propuesta útil y sostenible.

16. MAPA DE ACTORES

El mapa de actores permite identificar quiénes se relacionan con el negocio, qué papel cumplen y cómo influyen en su éxito.

Tabla 14. Mapa de actores del proyecto

Actor	Relación con el negocio	Interés o beneficio
Comunidad del sector	Cliente principal	Acceso a recreación, bebidas e internet
Transportadores	Cliente frecuente	Descanso, conectividad y consumo rápido
Instituciones	Clientes ocasionales y aliados	Espacio para encuentros o actividades
Turistas y transeúntes	Clientes eventuales	Servicio, orientación y permanencia
Proveedores	Suministran bebidas e insumos	Ventas y relación comercial estable
Autoridades locales	Regulan funcionamiento	Orden, cumplimiento y convivencia
Dueño del negocio	Dirige y administra	Generación de ingresos y sostenibilidad
Ayudante	Apoya operación diaria	Empleo e ingreso económico

Este mapa demuestra que Discoteca Mayely no funcionará de manera aislada. Dependerá de su relación con la comunidad, con los clientes, con los proveedores y con las autoridades. Mientras mejor sea esa relación, mayores serán las posibilidades de permanencia del negocio.

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Discoteca Mayely es una idea de negocio viable, pertinente y bien orientada para la realidad de la inspección de Chupave, en el municipio de Cumaribo. Su fortaleza principal está en ofrecer una combinación útil y atractiva: entretenimiento, bebidas frías y conectividad a internet en un mismo lugar. Esta propuesta responde a necesidades reales del territorio, donde el acceso a servicios, espacios de recreación y puntos de encuentro organizados puede ser limitado.

Desde el punto de vista financiero, el proyecto puede iniciarse con una inversión moderada de $10.000.000, siempre que se maneje con orden, control y compras inteligentes. Las proyecciones planteadas muestran que el negocio puede generar ingresos constantes y una utilidad razonable, especialmente si logra sostener buena atención, surtido adecuado y una imagen positiva frente a la comunidad.

En lo operativo, se trata de un negocio sencillo de administrar, con una estructura humana básica y procesos técnicos manejables. En lo social, tiene capacidad de generar impacto porque acerca servicios, fortalece la economía local y crea un espacio de integración para distintos tipos de usuarios.

Por todo lo anterior, Discoteca Mayely puede considerarse un proyecto con buenas posibilidades de éxito, siempre que avance en su formalización, mantenga disciplina administrativa y construya confianza con sus clientes desde el primer día.

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.

L Mayerly Rodriguez

Lisseth Mayely Rodríguez Castillo
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	Lisseth Mayely Rodriguez Castillo
TIENDA	Discoteca Mayely
FECHA	3/02/2026



S

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: 23-02-2026

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

Huella

RECIBE:

Firma:
Nombres: Lisseth Mayerly Rodriguez C.
CC: 1.121.857.255

L Mayerly Rodrigues

OBSERVACIONES:

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	Clara Rocio Sabogal Leon
TIENDA	Almacen El centavo 2
FECHA	3/02/2026



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, Clara Rocio Sabogal Leon identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 21.248.749 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: Rocio Sabogal

Nombres: Clara Rocio Sabogal Leon

CC: 21.248.749.

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, Clara Rocio Sabogal León identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 21.248.749, 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 3 días del mes de febrer del año 2026.

RECIBE:

Firma: Rocio Sabogal

Nombres: Clara Rocio Sabogal Leon

CC: 21.248.749

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 3	MES 2	AÑO 2026.		
Beneficiario	Clara Rocio Sabogal Leon				
Cédula	21.248.749	Sexo: ☑Mujer ☐Hombre			
Departamento:	Vichada	Municipio:	Cumaribo		
Vereda / Inspección:	Chupave				
Dirección:	Via principal.	Teléfono de Contacto:	350 681 8906.		

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: Logistica	☐ Sí / ☐ No	

DIAGNOSTICO DEL NEGOCIO

Fortalezas actuales del negocio: Posicionamiento

Retos que enfrenta: logistica seguridad

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 Logistic

Compromisos del beneficiario: Depuración objetivos

Observaciones:

Firma: Rocio Sobogal

Beneficiario:

Cédula: 21248749



Firma: Zurima S.H

Profesional: Zurima Salamanca

Cédula: 1.124.989.237

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, Clara Rocio Sabogal Leon, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 21248749 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 3 días del mes de febrero del año 2026.

RECIBE:

Firma: Rocio Sabogal

Nombres: Clara Rocio Sabogal León

CC: 21.248.749

Huella



OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

ALMACÉN EL CENTAVO 2

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: Clara Rocio Sabogal Leon

EMPRENDEDORA

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

FEBRERO DE 2026

1. PROBLEMA O NECESIDAD

Almacén El Centavo 2 nace para responder a una dificultad concreta: el acceso limitado a combustibles, lubricantes, bebidas frías, productos básicos de mercado y conectividad por parte de los habitantes de la inspección de Chupave y de las personas que circulan por el territorio. En sectores rurales apartados, la ausencia de oferta cercana obliga a desplazarse a otros puntos, lo que implica mayores costos de transporte, pérdida de tiempo y, en muchos casos, desabastecimiento temporal de productos necesarios para el hogar, el trabajo y la movilidad.

La necesidad es especialmente importante en relación con el combustible y los lubricantes. En una zona donde el transporte terrestre, fluvial o el uso de motocicletas y otros vehículos puede ser clave para la vida diaria y para actividades económicas, no contar con un sitio cercano de abastecimiento representa una desventaja para transportadores, productores, viajeros y comunidad en general. Lo mismo ocurre con los productos de mercado y las bebidas frías, que hacen parte de las necesidades básicas de consumo y bienestar en climas cálidos.

A esto se suma la necesidad de conectividad. En muchos territorios rurales, el acceso a internet no solo cumple una función recreativa o comunicativa, sino también práctica: permite establecer contacto con familiares, realizar consultas, apoyar trámites sencillos y facilitar la relación con instituciones o clientes. Por ello, la propuesta del negocio no se limita a vender productos físicos, sino que incorpora un servicio útil para responder a necesidades actuales del entorno.

En consecuencia, el problema que atiende Almacén El Centavo 2 es claro: la falta de un punto cercano, organizado, surtido y funcional que ofrezca bienes y servicios de difícil acceso para la comunidad y los usuarios de paso. Ese vacío representa al mismo tiempo una necesidad del territorio y una oportunidad de negocio.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales del negocio serían la comunidad del sector, los transportadores, las instituciones y los turistas. Cada uno de estos grupos presenta patrones de consumo distintos, por lo que el negocio debe diseñarse para responder a necesidades variadas pero complementarias. Esa diversidad es una fortaleza, porque reduce la dependencia de un solo tipo de cliente y amplía las posibilidades de venta a lo largo de la semana.

La comunidad del sector constituye la base más estable del negocio. Este grupo puede requerir combustible para motos o equipos, lubricantes, artículos básicos de mercado, bebidas frías y acceso a conectividad. Su frecuencia de compra puede ser alta, especialmente si el negocio logra consolidarse como un punto de confianza y abastecimiento cercano. La comunidad valora la disponibilidad, el buen trato, la cercanía y la posibilidad de resolver varias necesidades en una sola visita.

Los transportadores representan un segmento estratégico. Por su actividad, requieren combustible, lubricantes, bebidas frías y, en ocasiones, conectividad para coordinar desplazamientos o

comunicaciones. Este tipo de cliente suele valorar mucho la agilidad del servicio, la ubicación estratégica y la capacidad de encontrar soluciones rápidas en el camino. Si el negocio responde bien a estas exigencias, puede fidelizar una clientela de alto valor práctico.

Las instituciones también pueden convertirse en clientes relevantes, especialmente en momentos de desplazamientos, jornadas de trabajo, visitas técnicas o apoyo logístico. Su demanda puede no ser diaria, pero sí significativa en determinados momentos. Por su parte, los turistas y transeúntes representan una clientela complementaria, asociada al consumo ocasional de bebidas, mercado básico, conectividad o combustible.

Tabla 1. Tipos de clientes

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia esperada
Comunidad del sector	Mercado, bebidas frías, combustible, lubricantes e internet	Alta
Transportadores	Combustible, lubricantes, bebidas frías y conectividad	Alta
Instituciones	Compras puntuales, abastecimiento y apoyo logístico	Media
Turistas y transeúntes	Bebidas, conectividad, mercado básico y combustible	Media

La combinación de estos clientes hace que el negocio tenga una base de consumo cotidiana y, al mismo tiempo, oportunidades de venta de paso o por eventos puntuales. Esa mezcla favorece la sostenibilidad comercial del proyecto.

3. COMPETENCIA

Según la información entregada, los competidores identificados son **Huberman Ruiz**, quien ofrece bebidas frías, mercado e hielo, y **Sofía Ruis**, quien ofrece bebidas frías, panadería y servicios gastronómicos. Esto indica que sí existe movimiento comercial en el sector y que ya hay negocios que atienden parcialmente algunas necesidades de la población. Sin embargo, esa competencia no cubre de manera integral el conjunto de productos y servicios que propone Almacén El Centavo 2.

La diferencia principal del negocio está en su oferta más amplia y funcional. Mientras la competencia actual parece concentrarse en bebidas, alimentos o productos específicos, Almacén El Centavo 2 busca reunir en un mismo punto combustible, lubricantes, bebidas frías, mercado, conectividad y entretenimiento. Esa integración puede resultar muy atractiva en una zona rural, donde los clientes valoran la posibilidad de resolver varias necesidades en una sola parada.

La ubicación estratégica también juega a favor del proyecto. En negocios de paso o de atención comunitaria, la ubicación es uno de los factores que más influye en la preferencia del cliente. Si a ello se suma una atención amable, disponibilidad de producto y organización del punto de venta, el negocio puede posicionarse con relativa rapidez.

La existencia de competidores no debe entenderse como una barrera absoluta, sino como una señal de que sí hay demanda. El reto estará en diferenciarse mediante variedad, servicio, orden y continuidad en la oferta.

Tabla 2. Competencia identificada

Competidor	Oferta principal	Diferencia frente a Almacén El Centavo 2
Huberman Ruiz	Bebidas frías, mercado e hielo	No ofrece combustible, lubricantes ni una propuesta más amplia de conectividad
Sofía Ruis	Bebidas frías, panadería y servicios gastronómicos	Tiene un enfoque más alimentario que de abastecimiento integral
Almacén El Centavo 2	Combustible, lubricantes, bebidas frías, mercado, conectividad y entretenimiento	Propone una oferta más diversa y funcional

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en establecer un almacén de atención directa en sitio, orientado a la comercialización de combustibles, lubricantes, bebidas frías, productos básicos de mercado y servicios de conectividad, con un componente adicional de entretenimiento. El objetivo es ofrecer una solución comercial práctica para la comunidad de Chupave y para quienes transitan por el sector, facilitando el acceso a bienes y servicios que actualmente resultan difíciles de conseguir de manera inmediata.

Esta idea es atractiva porque parte de necesidades diarias y concretas. El combustible y los lubricantes responden a la movilidad; el mercado y las bebidas frías responden al consumo básico; la conectividad y el entretenimiento complementan la experiencia del cliente y generan valor agregado. De esta forma, el negocio no depende de una sola línea de ingresos, sino que combina varias fuentes que pueden sostenerse entre sí.

Otro aspecto importante es que el negocio no se plantea como una propuesta sofisticada o compleja, sino como un punto de servicio útil, cercano y bien pensado para el contexto local. Su fortaleza está en la practicidad, la ubicación estratégica y la posibilidad de brindar soluciones rápidas a diferentes usuarios. Esto lo convierte en una iniciativa coherente con las condiciones del territorio y con las necesidades del mercado al que se dirige.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

El negocio ofrecerá como líneas principales bebidas frías, mercado, combustible, lubricantes, conectividad a internet y servicios de entretenimiento. Cada una de estas líneas cumple una función específica dentro del modelo comercial y, al combinarse, fortalecen la viabilidad del proyecto.

Las bebidas frías tendrán una alta rotación, especialmente por el clima y por el tránsito de personas. El mercado cubrirá necesidades básicas de los hogares y de compradores ocasionales. El combustible y los lubricantes serán una línea estratégica porque atienden una necesidad de movilidad muy concreta, tanto para habitantes del sector como para transportadores y viajeros. La conectividad a internet aportará un servicio muy valorado, mientras que el entretenimiento ayudará a hacer más atractivo el punto de atención y a prolongar la permanencia de algunos usuarios.

Aunque la información base menciona servicios de entretenimiento sin mayor detalle, se asume de manera razonable que pueden estar asociados a espacios básicos de recreación, consulta digital, consumo en sitio o actividades sencillas que complementen la experiencia del cliente. Lo importante es que ese componente no sustituye la esencia del negocio, sino que la fortalece.

Tabla 3. Productos y servicios del negocio

Línea	Producto o servicio	Función dentro del negocio
Consumo inmediato	Bebidas frías	Alta rotación y atención a clientes de paso
Abastecimiento básico	Mercado	Responder a necesidades del hogar y compras frecuentes
Movilidad	Combustible	Servicio clave para vehículos y desplazamientos
Mantenimiento vehicular	Lubricantes	Complemento para motos, carros y otros equipos
Servicio complementario	Conectividad a internet	Valor agregado y solución práctica
Servicio adicional	Entretenimiento	Mejorar experiencia y permanencia del cliente

6. PROCESOS TÉCNICOS

El funcionamiento básico del negocio será mediante atención directa en sitio. El primer proceso técnico corresponde al abastecimiento, que incluye la compra y reposición de bebidas, mercado, combustibles, lubricantes y demás insumos necesarios para operar. Este proceso debe hacerse con proveedores confiables y con una rutina de control que permita mantener inventario suficiente sin generar sobrecostos o pérdidas por mala rotación.

El segundo proceso es el almacenamiento. Las bebidas frías requerirán congeladores o sistemas básicos de refrigeración. Los productos de mercado deberán organizarse en estanterías limpias y seguras. Los combustibles y lubricantes exigirán un manejo ordenado, separado y prudente, con el fin de evitar riesgos y proteger tanto a las personas como a los productos. Los bidones y recipientes deberán utilizarse de forma responsable, en condiciones que favorezcan el control y la seguridad del almacenamiento.

El tercer proceso es la atención al cliente. El negocio debe funcionar con rapidez, amabilidad y orden. La atención incluye recibir al cliente, identificar su necesidad, despachar el producto o prestar el

servicio, registrar la venta y mantener el espacio en condiciones adecuadas. En contextos rurales, la confianza del cliente depende mucho de la forma como es atendido.

El cuarto proceso corresponde a la conectividad y al soporte tecnológico. Para ello será fundamental el internet satelital, el computador y el parque solar, que permitirán mantener la operación incluso en condiciones donde la energía o la conexión convencional puedan ser limitadas. Finalmente, se debe llevar un control diario de caja, inventarios y reposición, de manera que el negocio pueda sostenerse con orden y evitar pérdidas por descuido administrativo.

Tabla 4. Procesos técnicos principales

Proceso	Actividad principal	Resultado esperado
Abastecimiento	Compra y reposición de productos	Disponibilidad constante
Almacenamiento	Organización de bebidas, mercado, combustibles y lubricantes	Conservación y seguridad
Atención al cliente	Venta directa y prestación de servicios	Satisfacción y fidelización
Conectividad	Operación de internet y apoyo tecnológico	Servicio estable y atractivo
Control operativo	Caja, inventario, limpieza y reposición	Orden administrativo

7. REQUISITOS LEGALES

Para operar de manera organizada, el negocio debe considerar aspectos básicos de formalización y cumplimiento. En primer lugar, es importante revisar la inscripción o actualización del Registro Único Tributario, de manera que la actividad económica se encuentre debidamente identificada. Del mismo modo, debe analizarse la necesidad de facturación electrónica, según las condiciones tributarias que apliquen al negocio.

Dado que el establecimiento comercializará combustibles, lubricantes y productos de consumo, será necesario actuar con especial cuidado frente a las condiciones de seguridad, manejo del producto, almacenamiento y organización del punto de venta. Aunque este plan no reemplaza una asesoría técnica especializada, sí deja planteado que el negocio debe iniciar con criterios de responsabilidad y cumplimiento.

En este contexto, debe quedar 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 emprendimiento comience con mayor claridad sobre sus responsabilidades básicas y con una mejor estructura administrativa.

También se recomienda que, antes de la operación plena del negocio, se revisen los requisitos municipales o territoriales que puedan aplicar al uso del establecimiento, manejo de combustibles, condiciones básicas del local y demás aspectos relacionados con la actividad. Esto fortalece la legalidad del proyecto y reduce riesgos futuros.

Tabla 5. Requisitos legales básicos

Requisito o acción	Finalidad
Registro Único Tributario	Formalizar la actividad económica
Facturación electrónica, si aplica	Cumplir obligaciones tributarias
Asistencia técnica brindada	Orientar sobre formalización, RUT y facturación
Revisión de condiciones del establecimiento	Favorecer una operación organizada y segura
Verificación de requisitos territoriales	Ajustar el negocio a las condiciones locales

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización será la atención directa en sitio. Este canal es el más coherente con el tipo de negocio, ya que permite que el cliente llegue, observe la oferta, reciba atención inmediata y resuelva varias necesidades en un mismo lugar. Además, facilita la venta cruzada entre combustible, lubricantes, bebidas, mercado y conectividad.

Como segundo canal, tendrá gran relevancia el voz a voz comunitario. En territorios rurales y de baja densidad poblacional, la recomendación entre vecinos, familiares, transportadores y conocidos sigue siendo una de las formas más efectivas de posicionamiento. Un negocio que atiende bien, mantiene surtido y responde con rapidez gana reputación con relativa facilidad.

También puede funcionar un canal sencillo de contacto por celular o mensajería, que permita consultar disponibilidad de productos, coordinar pedidos básicos o informar sobre horarios de atención. Aunque el negocio no nazca como una tienda digital, sí puede aprovechar herramientas simples para fortalecer su relación con los clientes y facilitar la comunicación.

Tabla 6. Canales de comercialización

Canal	Aplicación
Atención directa en sitio	Venta de productos y prestación inmediata de servicios
Voz a voz	Posicionamiento local y recomendación comunitaria
Contacto por celular o mensajería	Consultas, coordinación e información básica

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

La información base señala una venta estimada semanal de $2.800.000, lo que equivale a una proyección mensual aproximada de $11.200.000 bajo un escenario de operación constante. Esta cifra

resulta coherente con un negocio que combina varias líneas de ingreso, especialmente si logra buena rotación en combustible, lubricantes, bebidas frías y productos de mercado.

No obstante, para construir una proyección más prudente, conviene plantear tres escenarios: uno conservador, uno medio y uno fortalecido. El escenario conservador supone un arranque gradual mientras el negocio gana reconocimiento. El escenario medio responde a una operación más estable y a una clientela recurrente. El escenario fortalecido considera una mejor consolidación de las líneas principales, especialmente combustible y mercado.

Tabla 7. Escenarios de ventas

Escenario	Venta semanal estimada	Venta mensual estimada
Conservador	$2.300.000	$9.200.000
Medio	$2.800.000	$11.200.000
Fortalecido	$3.300.000	$13.200.000

En una proyección simple de crecimiento, el negocio podría iniciar con un primer año de consolidación local, un segundo año de fortalecimiento del surtido y un tercer año de mayor estabilidad. Estas cifras son estimadas y dependen de la capacidad del negocio para mantener abastecimiento, control de inventarios y atención adecuada.

Tabla 8. Proyección simple a tres años

Año	Ventas estimadas	Supuesto
Año 1	$134.400.000	Inicio y posicionamiento local
Año 2	$144.000.000	Mayor fidelización y mejor surtido
Año 3	$156.000.000	Consolidación comercial

También es razonable suponer que la participación de los ingresos no provendrá de una sola línea, sino de una mezcla entre combustibles, bebidas, mercado, lubricantes y conectividad.

Tabla 9. Participación estimada por línea

Linea	Participación estimada
Combustible	35 %
Mercado	20 %
Bebidas frías	15 %
Lubricantes	15 %
Conectividad y entretenimiento	15 %

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales del negocio están asociados a los equipos y recursos físicos identificados: parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas y bidones. Sin

embargo, para operar de manera realista también es necesario considerar los costos de surtido inicial, reposición de productos, transporte, mantenimiento, conectividad, aseo y apoyo operativo.

Al tratarse de un negocio con varias líneas de venta, el control de costos será uno de los factores decisivos para su sostenibilidad. No basta con vender; es necesario que la mezcla de productos tenga rotación adecuada y que el negocio no inmovilice demasiado capital en inventario quieto.

Tabla 10. Gastos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado mensual
Compra y reposición de combustible y lubricantes	$4.000.000
Compra y reposición de mercado	$1.800.000
Bebidas frías	$900.000
Internet satelital	$250.000
Transporte y abastecimiento	$450.000
Mantenimiento y aseo	$250.000
Apoyo del ayudante	$1.200.000
Imprevistos	$350.000
Total estimado	**$9.200.000**

Con esta estructura, el escenario conservador sería más ajustado, mientras que el escenario medio ya permitiría un margen operativo más favorable.

Tabla 11. Resultado operativo estimado

Escenario	Venta mensual	Gasto mensual	Resultado aproximado
Conservador	$9.200.000	$9.200.000	$0
Medio	$11.200.000	$9.200.000	$2.000.000
Fortalecido	$13.200.000	$9.200.000	$4.000.000

Esto demuestra que el negocio puede ser viable, pero requiere buena administración, surtido bien seleccionado y control permanente de caja e inventario.

11. TALENTO HUMANO

La estructura inicial propuesta para el negocio es sencilla: el dueño y un ayudante. Esta configuración es adecuada para una etapa de arranque, porque permite cubrir la operación diaria sin generar una carga excesiva de personal. En pequeños negocios rurales, más importante que una nómina amplia es contar con personas comprometidas, ordenadas y responsables.

El dueño asumirá la administración general, el control del dinero, las compras, la supervisión del surtido, la relación con proveedores y la toma de decisiones estratégicas. También deberá vigilar el estado del inventario y el funcionamiento general del establecimiento. El ayudante apoyará en atención

al cliente, organización del punto de venta, aseo, control básico de productos y soporte en la prestación de los servicios complementarios.

Con el crecimiento del negocio, podría considerarse apoyo adicional en temporadas de mayor movimiento o si aumenta la rotación de combustible, mercado y otros productos. Sin embargo, para comenzar, la estructura planteada es suficiente y razonable.

Tabla 12. Talento humano requerido

Cargo	Función principal	Cantidad
Dueño	Administración, compras, caja y control general	1
Ayudante	Atención, organización, aseo y apoyo operativo	1

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Almacén El Centavo 2 necesita una base física y técnica suficiente para operar con orden. El parque solar es importante para mantener funcionamiento continuo, especialmente en aspectos como refrigeración y conectividad. El internet satelital es esencial para el servicio de internet. Los congeladores son necesarios para conservar bebidas frías. El computador facilita el control básico del negocio. Las estanterías ayudan a organizar el surtido. Las mesas y sillas permiten una mejor atención, y los bidones cumplen una función importante en el manejo de combustibles.

Sin embargo, más allá del equipo físico, el requerimiento más importante es definir una mezcla adecuada de productos. Un negocio como este depende mucho de la capacidad de surtir lo que realmente se mueve en la zona. Elegir mal el inventario puede inmovilizar capital y debilitar la operación, mientras que una selección acertada fortalece la rentabilidad y la satisfacción del cliente.

También se requiere un espacio seguro, limpio, visible y bien distribuido, que permita atender con comodidad y almacenar correctamente los productos. La imagen del local, aunque sea sencilla, influye mucho en la percepción del usuario y en la confianza que inspira el negocio.

Tabla 13. Requerimientos para la operación

Tipo	Requerimiento	Uso principal
Energía	Parque solar	Mantener operación y soporte técnico
Conectividad	Internet satelital	Servicio de internet
Refrigeración	Congeladores	Conservación de bebidas frías
Tecnología	Computador	Control básico y apoyo administrativo
Mobiliario	Estanterías, mesas y sillas	Organización y atención
Operación	Bidones y surtido inicial	Manejo de combustibles y arranque comercial

13. VALOR DEL PROYECTO

El presupuesto inicial disponible o estimado para empezar es de **$20.000.000**, cifra que resulta razonable para un emprendimiento de este tipo si se administra con criterio y se priorizan bien los componentes esenciales. En este caso, el valor del proyecto no solo se concentra en equipos, sino también en el capital necesario para surtido inicial y para iniciar la operación con cierta solidez.

La inversión debe orientarse a asegurar que el negocio pueda abrir con capacidad real de respuesta. No basta con contar con infraestructura; es indispensable iniciar con combustible, lubricantes, bebidas, mercado y conectividad en funcionamiento. Un arranque con poco surtido puede afectar la imagen del negocio y limitar sus posibilidades de posicionamiento.

Tabla 14. Inversión inicial estimada

Concepto	Valor estimado
Parque solar	$3.500.000
Internet satelital e instalación	$1.500.000
Congeladores	$1.800.000
Computador	$1.200.000
Estanterías	$1.000.000
Mesas y sillas	$800.000
Bidones y elementos de manejo	$700.000
Surtido inicial de bebidas y mercado	$3.500.000
Combustible y lubricantes iniciales	$5.000.000
Capital de trabajo e imprevistos	$1.000.000
Total estimado	**$20.000.000**

Esta estimación muestra que el valor disponible puede ser suficiente para iniciar, siempre que el negocio empiece por fases bien definidas y con una mezcla de surtido acorde a la demanda real.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo del negocio puede organizarse en varias etapas. La primera es la adecuación del espacio y la instalación de los equipos principales, como parque solar, internet satelital, congeladores, estanterías y mobiliario. La segunda consiste en adquirir el surtido inicial y organizar el punto de venta. La tercera etapa corresponde al inicio de la operación comercial, con atención directa al público. La cuarta es el seguimiento permanente al comportamiento de ventas, inventario y necesidades de reposición.

En la rutina diaria, el negocio debe iniciar con limpieza general, revisión de equipos, verificación del inventario disponible y organización del espacio de atención. Durante la jornada, se atenderá al público, se registrarán las ventas y se hará seguimiento al consumo de combustible, bebidas y

productos de mercado. Al cierre del día, será importante revisar caja, hacer conteo básico de inventario y dejar el punto ordenado.

La disciplina operativa será fundamental para sostener el negocio. Un almacén con múltiples líneas de venta necesita evitar improvisaciones. La constancia en el orden, la limpieza, la disponibilidad y el buen trato al cliente será decisiva para su permanencia y crecimiento.

Tabla 15. Etapas del plan operativo

Etapa	Actividad principal
Etapa 1	Adecuación del espacio e instalación de equipos
Etapa 2	Compra de surtido inicial y organización del local
Etapa 3	Inicio de la operación comercial
Etapa 4	Seguimiento a ventas, inventario y reposición

Tabla 16. Rutina operativa diaria

Momento	Actividad
Inicio del día	Limpieza, revisión de equipos e inventario
Durante la jornada	Atención al cliente y registro de ventas
Final del día	Cierre de caja, control básico y organización

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado del negocio es positivo tanto para la comunidad como para el territorio. En primer lugar, permitirá acercar bienes y servicios que actualmente son de difícil acceso, reduciendo tiempos de desplazamiento, facilitando el abastecimiento y mejorando la vida cotidiana de los habitantes. En segundo lugar, apoyará la movilidad de transportadores y usuarios del sector al ofrecer combustible y lubricantes en un punto cercano.

Desde el punto de vista económico, el negocio puede dinamizar el comercio local, generar ingresos para sus propietarios y crear al menos una oportunidad básica de empleo. Desde el punto de vista social, se convierte en un servicio útil para la comunidad, las instituciones, los turistas y los transeúntes. Su valor no está solo en vender, sino en facilitar soluciones prácticas en un territorio donde la cercanía del servicio tiene un peso muy alto.

El alcance inicial del negocio será local y de paso, atendiendo principalmente a usuarios de Chupave y a quienes circulan por la zona. Con el tiempo, si mantiene buen surtido, servicio y organización, puede consolidarse como un punto de referencia comercial importante dentro del sector.

16. MAPA DE ACTORES

El negocio se relaciona con varios actores del territorio. En primer lugar está la comunidad, que representa la base de clientes y beneficiarios. En segundo lugar se encuentran los transportadores,

por su necesidad frecuente de combustible, lubricantes y otros productos de paso. También están las instituciones, que pueden requerir apoyo logístico o compras específicas. Los turistas y transeúntes constituyen una clientela complementaria que puede aportar al movimiento diario del negocio.

A estos actores se suman los proveedores, que serán fundamentales para garantizar abastecimiento y continuidad. Finalmente, están el dueño y el ayudante, responsables directos de la operación, la atención y la sostenibilidad del negocio.

Tabla 17. Actores relacionados con el negocio

Actor	Relación con el negocio	Interés principal
Comunidad	Cliente frecuente y beneficiaria	Acceso a bienes y servicios cercanos
Transportadores	Cliente estratégico	Combustible, lubricantes, bebidas y conectividad
Instituciones	Cliente potencial	Compras puntuales y apoyo logístico
Turistas y transeúntes	Cliente ocasional	Consumo rápido y servicios complementarios
Proveedores	Aliados comerciales	Venta y distribución de productos
Dueño	Responsable principal	Rentabilidad y sostenibilidad
Ayudante	Apoyo operativo	Atención y funcionamiento diario

Este mapa muestra que el negocio no depende de un solo actor, sino de una red diversa de usuarios y relaciones comerciales, lo cual fortalece sus posibilidades de permanencia.

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Almacén El Centavo 2 es una propuesta de negocio pertinente y con buenas posibilidades de viabilidad para la inspección de Chupave, porque responde a necesidades concretas del territorio y articula varios productos y servicios de alta utilidad práctica. Su mayor fortaleza está en la combinación de combustible, lubricantes, bebidas frías, mercado, conectividad y entretenimiento, lo que le permite ofrecer una solución más amplia que otros negocios del sector.

El análisis muestra que el proyecto puede comenzar con una inversión razonable, una estructura operativa sencilla y una base clara de clientes. No obstante, su sostenibilidad dependerá de factores como la selección adecuada del surtido, la disciplina en el control de inventarios, la atención al cliente y la organización administrativa. Si estos elementos se manejan bien, el negocio puede consolidarse como un punto comercial importante para la comunidad y para quienes transitan por la zona.

En conclusión, se trata de una iniciativa útil, coherente y con proyección, capaz de generar beneficios económicos para sus propietarios y de aportar valor al territorio al acercar bienes y servicios que hoy resultan difíciles de conseguir de manera inmediata.

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.

Rocio Sabogal

Clara Rocio Sabogal Leon
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	Clara Rocio Sabogal Leon
TIENDA	Almacen El centavo 2
FECHA	3/02/2026



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: 24 - 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:

Firma: ROCIO Subogal L

Nombres:

CC: 21248749

Huella

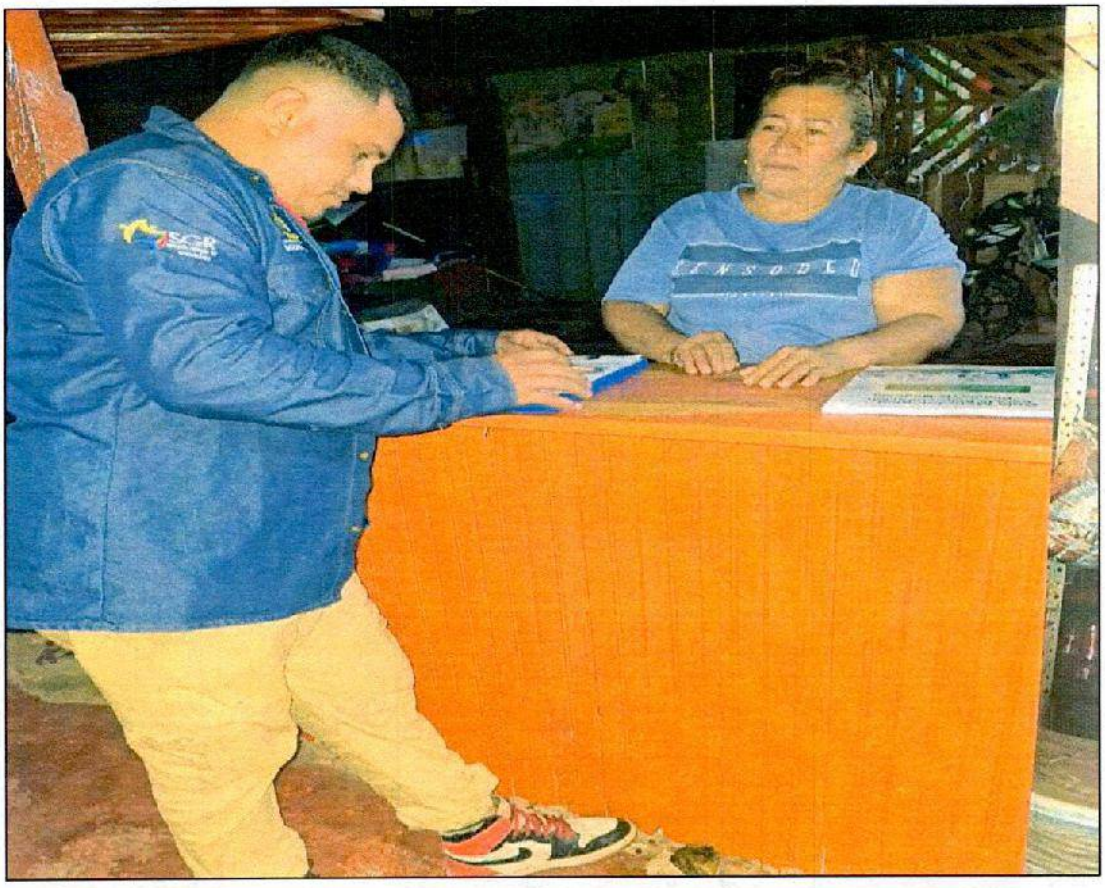


OBSERVACIONES:

Sofia Marcado Rojas

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	Sofia Marcado Rojas
TIENDA	Donde Sofia
FECHA	4/02/2026



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, Sofia Marcado Rojas identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 40.388.587 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: Sofia Marcado Roja

CC: 40.388.587

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, Sofia Marcado Rojas. identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 40.388.587, 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 4 días del mes de febrero del año 2025.

RECIBE:

Firma: _____

Nombres: Sofia Marcado Rojas

CC: 40.388.587

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 4	MES 2	AÑO 2026	
Beneficiario	Sofia Marcado Rojas				
Cédula	40.388.587			Sexo: ☑Mujer ☐Hombre	
Departamento:	Vichada		Municipio:	Amaribo	
Vereda / Inspección:	Chupave				
Dirección:	Panaderia centro		Teléfono de Contacto:	3123343211	

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: Ubicación
Talento humano
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	DOFA
Compromisos del beneficiario:	Plan logistico
Observaciones:	Plan de acción

Firma:

Beneficiario: Sofia Marcado Rojas
Cédula: 40.388.587

Firma:

Profesional: Zurima Saldarriaga
Cédula: 1.121.386.288

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, Sofia Marcado Rojas, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 40.388.587 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 4 días del mes de febrero del año 2026.

RECIBE:

Firma: SM

Nombres: Sofia Marcado Rojas

CC: 40. 388. 587

Huella



OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

DONDE SOFÍA

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: Sofia Marcado Rojas

EMPRENDEDORA

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

FEBERERO DE 2026

1. PROBLEMA O NECESIDAD

El negocio Donde Sofía surge para responder a una necesidad concreta de la inspección de Chupave y de las personas que transitan por esta zona del municipio de Cumaribo. En territorios rurales apartados, la distancia entre un punto de venta y otro hace que el acceso a alimentos, bebidas frías, panadería y servicios básicos se vuelva más difícil, más costoso y, muchas veces, más lento. Por eso, contar con un negocio bien ubicado puede representar una solución importante para la comunidad y para quienes se movilizan por el sector.

La necesidad no se limita a ofrecer productos. También existe una necesidad de servicios. En este caso, el proyecto incorpora conectividad a internet y acompañamiento a actividades académicas, lo cual resulta especialmente útil en una zona donde los estudiantes y sus familias pueden tener dificultades para acceder a herramientas tecnológicas o apoyo escolar. En ese sentido, el negocio no solo busca vender, sino también prestar un servicio que ayude a resolver necesidades cotidianas de la población.

El problema principal que busca atender Donde Sofía es, entonces, la falta de un punto cercano que combine productos refrigerados, panadería, repostería, alimentación y conectividad, con atención de calidad y en una ubicación útil para vecinos, transportadores, instituciones y visitantes.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales del negocio serían la comunidad de la vereda, los transportadores, las instituciones y los turistas. Cada uno de estos grupos tiene necesidades diferentes, lo que favorece al negocio porque le permite no depender de un solo tipo de comprador.

La comunidad de la vereda sería el cliente más constante. Este grupo puede demandar productos de panadería, bebidas, alimentos preparados, productos empacados e internet. Los transportadores son un cliente clave, porque suelen requerir desayunos, almuerzos, bebidas frías y conectividad durante sus recorridos. Las instituciones pueden representar una oportunidad para compras puntuales o para consumo de alimentación en actividades de campo. Los turistas, aunque no siempre tengan una presencia continua, pueden aportar ingresos adicionales a través de alimentos, repostería, bebidas y servicios de conectividad.

Tabla 1. Tipos de clientes

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia esperada
Comunidad de la vereda	Panadería, bebidas, productos empacados, internet	Alta
Transportadores	Desayunos, almuerzos, bebidas frías, conectividad	Media-alta
Instituciones	Alimentación y compras puntuales	Media
Turistas	Repostería, bebidas, comidas rápidas, internet	Media-baja

Esta combinación de clientes permite que el negocio tenga una base local estable y, al mismo tiempo, una oportunidad de ingresos adicionales por tránsito y visitas.

3. COMPETENCIA

La competencia del negocio está conformada por otros comercios cercanos, aproximadamente a 20 kilómetros, entre ellos Diego García, quien ofrece panadería y bebidas, y Julián Vargas, quien ofrece desayunos y almuerzos. Esto indica que sí existe oferta en la zona, pero no concentrada en el mismo punto ni necesariamente con la misma combinación de productos y servicios.

La diferencia de Donde Sofía está en tres elementos principales:

- la ubicación estratégica,
- la calidad del servicio,
- y la calidad de producción.

Es decir, no solo competiría por vender productos, sino por ofrecer un lugar confiable donde la gente encuentre panadería, repostería, alimentación, bebidas y conectividad en un solo sitio. En sectores rurales, este tipo de integralidad puede ser más importante que una diferencia pequeña de precios.

Tabla 2. Competencia comparada

Competidor	Oferta principal	Diferencia frente a Donde Sofía
Diego García	Panadería y bebidas	Menor amplitud de servicios
Julián Vargas	Desayunos y almuerzos	Menor enfoque en repostería, conectividad y panificación propia

4. IDEA DE NEGOCIO

Donde Sofía es un emprendimiento rural orientado a la producción y comercialización de productos de panadería y repostería, complementado con bebidas, productos empacados, servicios de alimentación y conectividad. Su finalidad es atender tanto a la comunidad de Chupave como a quienes transitan por el sector.

La idea del negocio no consiste solamente en montar una tienda o un punto de venta, sino en consolidar un pequeño centro de servicio local, donde las personas puedan encontrar productos horneados frescos, desayunos, almuerzos, bebidas y apoyo de conectividad. Esa mezcla le da al negocio un carácter más fuerte que el de una tienda básica, porque une producción propia con servicios útiles para la vida diaria del sector.

Este modelo tiene sentido en una zona rural de Cumaribo porque ayuda a acercar bienes y servicios a una población que no siempre cuenta con oferta cercana y constante.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

El negocio ofrecerá varias líneas de productos y servicios. La primera será la línea de bebidas, tanto para consumo rápido como para acompañar la oferta de panadería y alimentación. La segunda será la línea de productos de panificación, que puede incluir pan tradicional, pan de queso, panes dulces, pan salado y otras preparaciones básicas. La tercera será la de productos empacados, orientados a complementar la compra diaria o de paso.

La cuarta línea será la de servicios de alimentación, especialmente desayunos y almuerzos. La quinta línea será la de servicios de conectividad a internet, lo cual puede convertirse en un diferencial importante. Finalmente, la sexta línea será la de productos de repostería, pensada para ventas ocasionales, celebraciones o consumo especial.

Tabla 3. Portafolio del negocio

Línea	Productos o servicios
Bebidas	Gaseosas, agua, jugos, bebidas frías
Panificación	Pan tradicional, panes especiales y derivados
Empacados	Galletas, productos secos, pasabocas y otros
Alimentación	Desayunos y almuerzos
Conectividad	Servicio de internet
Repostería	Tortas, ponqués, postres y productos especiales

Esta variedad le permite al negocio generar ingresos por ventas rápidas, por consumo diario y por pedidos especiales.

6. PROCESOS TÉCNICOS

El primer proceso técnico es el abastecimiento. Donde Sofía necesitará comprar materias primas para panadería, repostería y cocina, además de bebidas y productos empacados. La calidad de la harina, el azúcar, la levadura, los huevos y los demás insumos tendrá un efecto directo en el producto final.

El segundo proceso es la producción. En este caso, el horno industrial se convierte en un equipo central para la elaboración de pan y repostería. También será necesario organizar tiempos de mezcla, horneado, enfriamiento, exhibición y venta. La calidad de producción, que fue señalada como un diferencial, dependerá de la constancia en estos procesos y del cuidado con la presentación del producto.

El tercer proceso es la conservación y exhibición. Los congeladores y la vitrina refrigerada permitirán mantener bebidas y ciertos productos en mejores condiciones. Esto cobra especial importancia en una zona donde las condiciones energéticas del departamento hacen recomendable contar con parque solar o respaldo propio para proteger la operación.

El cuarto proceso es la atención al cliente, que será directa en sitio. Esto incluye toma de pedido, entrega de productos, cobro, limpieza del punto y apoyo a quienes requieran conectividad o acompañamiento académico básico.

Tabla 4. Procesos técnicos del negocio

Etapa	Actividad principal
Abastecimiento	Compra de materias primas, bebidas y empacados
Producción	Preparación, horneado y acabado
Conservación	Refrigeración, exhibición y orden de productos
Atención	Venta directa, servicio de mesa y apoyo al cliente
Control	Inventario, caja y limpieza

7. REQUISITOS LEGALES

En el aspecto legal, el negocio debe considerar formalización comercial, tributaria y sanitaria. La DIAN indica que el RUT es el mecanismo de identificación tributaria, y también explica que para facturar electrónicamente se requiere estar inscrito en el RUT, contar con software de facturación electrónica y disponer de certificado de firma digital. Además, la DIAN ofrece una opción de facturación gratuita para quienes estén obligados a facturar electrónicamente.

Tal como fue solicitado, en este plan se deja constancia de que se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica. Esta orientación es importante porque permite que el negocio inicie con mayor claridad sobre sus deberes y sobre la manera de avanzar en la formalización.

En la parte sanitaria, el negocio debe observar condiciones mínimas de higiene, almacenamiento, manipulación y expendio de alimentos y bebidas. El INVIMA cuenta con manuales y guías para la inspección sanitaria de expendios de alimentos y bebidas, tiendas, mini mercados, puntos de preparación y expendio, así como orientaciones sobre establecimientos de alimentos bajo vigilancia sanitaria. Eso significa que, aunque el negocio sea pequeño, debe cuidar desde el inicio la limpieza del área de trabajo, la conservación de alimentos, la manipulación de materias primas y el orden del establecimiento.

Tabla 5. Requisitos legales y sanitarios

Requisito o acción	Finalidad
RUT	Identificación tributaria del negocio
Organización para facturación electrónica, si aplica	Cumplimiento tributario
Registro o formalización comercial	Avanzar en la legalidad del negocio
Condiciones sanitarias básicas	Manipulación adecuada de alimentos y bebidas
Asistencia técnica brindada	Orientación sobre formalización, RUT y

	facturación electrónica

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización será la venta directa en sitio, ya que el negocio se ubica en un punto estratégico de Chupave y su propuesta depende mucho de la atención inmediata al cliente.

El segundo canal será el voz a voz, que en zonas rurales tiene un peso muy grande. Cuando un negocio ofrece buen pan, buena atención y alimentación constante, la comunidad lo recomienda rápidamente. Este tipo de reconocimiento puede ser más efectivo que cualquier publicidad formal en la etapa inicial.

Como tercer canal, pueden incorporarse pedidos por encargo para repostería, desayunos o almuerzos, especialmente dirigidos a instituciones, familias o celebraciones pequeñas. Eso permitiría mejorar las ventas sin aumentar demasiado el costo fijo del negocio.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

La proyección base entregada es de $300.000 por semana, lo que equivale aproximadamente a $1.200.000 mensuales. El precio promedio señalado, de $50.000, parece más coherente con compras grupales, pedidos especiales o consumos familiares, y no con una compra pequeña individual. Por eso, conviene presentar escenarios.

Tabla 6. Escenarios de ventas

Escenario	Venta semanal	Venta mensual estimada
Conservador	$300.000	$1.200.000
Medio	$600.000	$2.400.000
Fortalecido	$1.000.000	$4.000.000

Como supuesto de trabajo, el escenario conservador puede corresponder a la etapa inicial. El escenario medio sería más realista una vez el negocio logre posicionarse en panadería, desayunos y bebidas. El escenario fortalecido dependería de una mejor salida de repostería, alimentación y conectividad.

Tabla 7. Distribución estimada de ingresos

Línea	Participación estimada
Panadería	30%
Alimentación	25%
Bebidas	20%
Repostería	10%
Empacados	10%
Conectividad	5%

Esta distribución muestra que el negocio debe apoyarse principalmente en la producción de pan y en la alimentación.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales se relacionan con el punto 10: parque solar, internet satelital, congeladores, computador, horno industrial, estanterías, mesas, sillas, vitrina refrigerada y surtido. Sin embargo, además de esos equipos, el negocio tendrá gastos mensuales de funcionamiento.

Tabla 8. Costos y gastos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado
Materias primas de panadería y repostería	$700.000
Insumos para desayunos y almuerzos	$600.000
Bebidas y empacados	$400.000
Internet satelital	$250.000
Apoyo del ayudante	$1.000.000
Mantenimiento, gas, aseo e imprevistos	$300.000
Total mensual estimado	**$3.250.000**

Tabla 9. Resultado operativo estimado

Escenario	Venta mensual	Gastos mensuales	Resultado aproximado
Conservador	$1.200.000	$3.250.000	-$2.050.000
Medio	$2.400.000	$3.250.000	-$850.000
Fortalecido	$4.000.000	$3.250.000	$750.000

Este resultado muestra algo importante: con la venta semanal inicialmente estimada, el negocio no alcanza a sostener una operación completa. Por eso, el proyecto necesita apuntarle a crecer hacia el escenario fortalecido, o iniciar por fases con una estructura de costos más reducida.

11. TALENTO HUMANO

El negocio plantea una estructura simple: dueño y ayudante. El dueño se encargaría de la administración, compras, producción principal, caja y supervisión del servicio. El ayudante apoyaría la atención, el surtido, la limpieza, la exhibición de productos y parte de la operación diaria.

Tabla 10. Talento humano requerido

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

En esta fase inicial no se requiere una nómina grande, pero sí un trabajo muy organizado.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Donde Sofía necesita una base física y técnica suficiente para funcionar bien. El parque solar es clave para sostener la refrigeración y la conectividad. El internet satelital es importante porque el negocio ofrece este servicio a la comunidad y a sus clientes. Los congeladores y la vitrina refrigerada ayudan a conservar bebidas y algunos productos.

El horno industrial es el equipo principal del modelo de negocio, porque sin él no se podría garantizar la producción de panadería y repostería. También se requieren computador, estanterías, mesas, sillas y surtido inicial.

Tabla 11. Necesidades del proyecto

Tipo	Requerimiento
Energía	Parque solar
Conectividad	Internet satelital
Producción	Horno industrial
Refrigeración	Congeladores y vitrina refrigerada
Mobiliario	Estanterías, mesas y sillas
Tecnología	Computador
Operación	Surtido y materias primas

Además de estos recursos, el negocio necesita orden en inventarios, limpieza del área de producción y buena atención al cliente

13. VALOR DEL PROYECTO

El presupuesto disponible informado es de $6.000.000, pero al revisar el tipo de negocio y los equipos requeridos, esa cifra parece suficiente solo para una etapa básica, no para montar todo el proyecto completo de una sola vez.

Tabla 12. Valor estimado del proyecto

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$2.500.000
Internet satelital e instalación	$1.500.000
Horno industrial	$2.500.000
Congeladores y vitrina	$2.000.000
Computador y caja básica	$800.000
Mobiliario y estanterías	$1.200.000
Surtido inicial y materias primas	$1.500.000
Capital de trabajo	$700.000
Valor total estimado	**$12.700.000**

Tabla 13. Relación entre presupuesto y necesidad real

Concepto	Valor
Presupuesto disponible	$6.000.000
Valor estimado del proyecto	$12.700.000
Brecha aproximada	**$6.700.000**

La recomendación es iniciar por etapas, por ejemplo: primero panadería básica, bebidas e internet; luego ampliar a repostería, vitrina refrigerada y más surtido.

14. PLAN OPERATIVO

El negocio funcionará con atención directa en sitio. En la mañana se organizará la producción de pan y parte de la repostería, junto con el alistamiento de bebidas y productos empacados. A media mañana y mediodía se concentrarán los desayunos y almuerzos. En la tarde se puede reforzar la venta de pan fresco, bebidas y algunos productos de repostería.

Tabla 14. Plan operativo diario

Momento	Actividad principal
Apertura	Limpieza, alistamiento y encendido de equipos
Mañana	Producción de pan, atención de desayunos y venta temprana
Mediodía	Almuerzos y mayor movimiento
Tarde	Repostería, bebidas, conectividad y ventas complementarias
Cierre	Caja, inventario, orden y limpieza

Semanalmente se debe revisar qué productos tuvieron mejor salida y qué días conviene producir más o menos cantidad.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de Donde Sofía es importante porque acerca bienes y servicios de difícil acceso a la comunidad. En lo social, mejora la disponibilidad de pan, alimentos, bebidas y conectividad. En lo territorial, fortalece la oferta local en una inspección rural de Cumaribo. En lo económico, puede generar ingresos para el hogar emprendedor y dinamizar la vida comercial del sector.

Además, el acompañamiento académico y la conectividad pueden convertirse en un apoyo valioso para estudiantes y familias. En un contexto rural del Vichada, donde persisten condiciones de vulnerabilidad social, este tipo de iniciativa puede aportar más allá de la venta, ayudando a resolver necesidades reales del día a día.

Tabla 15. Impacto esperado

Tipo de impacto	Resultado esperado
Social	Más acceso a bienes y servicios básicos
Educativo	Mejor apoyo a actividades académicas
Económico	Generación de ingresos y movimiento local

Territorial	Fortalecimiento de la oferta comercial de Chupave

16. MAPA DE ACTORES

El negocio se relaciona con actores internos, comunitarios e institucionales. En el centro están el dueño y el ayudante. Alrededor se ubican la comunidad, los transportadores, los turistas y las instituciones. También aparece la comunidad educativa, que puede beneficiarse del componente de conectividad y apoyo académico.

Tabla 16. Mapa de actores

Actor	Tipo	Papel en el proyecto
Dueño/a	Interno	Lidera producción, ventas y administración
Ayudante	Interno	Apoyo operativo y atención
Comunidad	Externo	Cliente frecuente
Transportadores	Externo	Cliente de paso
Turistas	Externo	Cliente ocasional
Instituciones	Externo	Aliadas o clientes puntuales
Estudiantes y familias	Externo	Usuarios del apoyo académico
DIAN	Institucional	Referencia para RUT y facturación
Autoridad sanitaria	Institucional	Referencia para manejo de alimentos

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Donde Sofía es una idea de negocio pertinente para la inspección de Chupave porque responde a necesidades reales de la comunidad y del tránsito por el sector. Su mayor fortaleza está en combinar panadería, repostería, alimentación, bebidas y conectividad en un solo punto, con atención cercana y calidad de producción.

El análisis también muestra que el proyecto no debe empezar con una idea equivocada sobre su costo real. Con el presupuesto disponible se puede iniciar una fase básica, pero no el modelo completo. La estrategia más conveniente es crecer por etapas, fortalecer primero las líneas más rentables y luego ampliar la operación. Si se maneja con orden, limpieza y constancia, Donde Sofía puede convertirse en un punto útil y reconocido para la comunidad de Chupave y para quienes transitan por esta zona rural de Cumaribo.

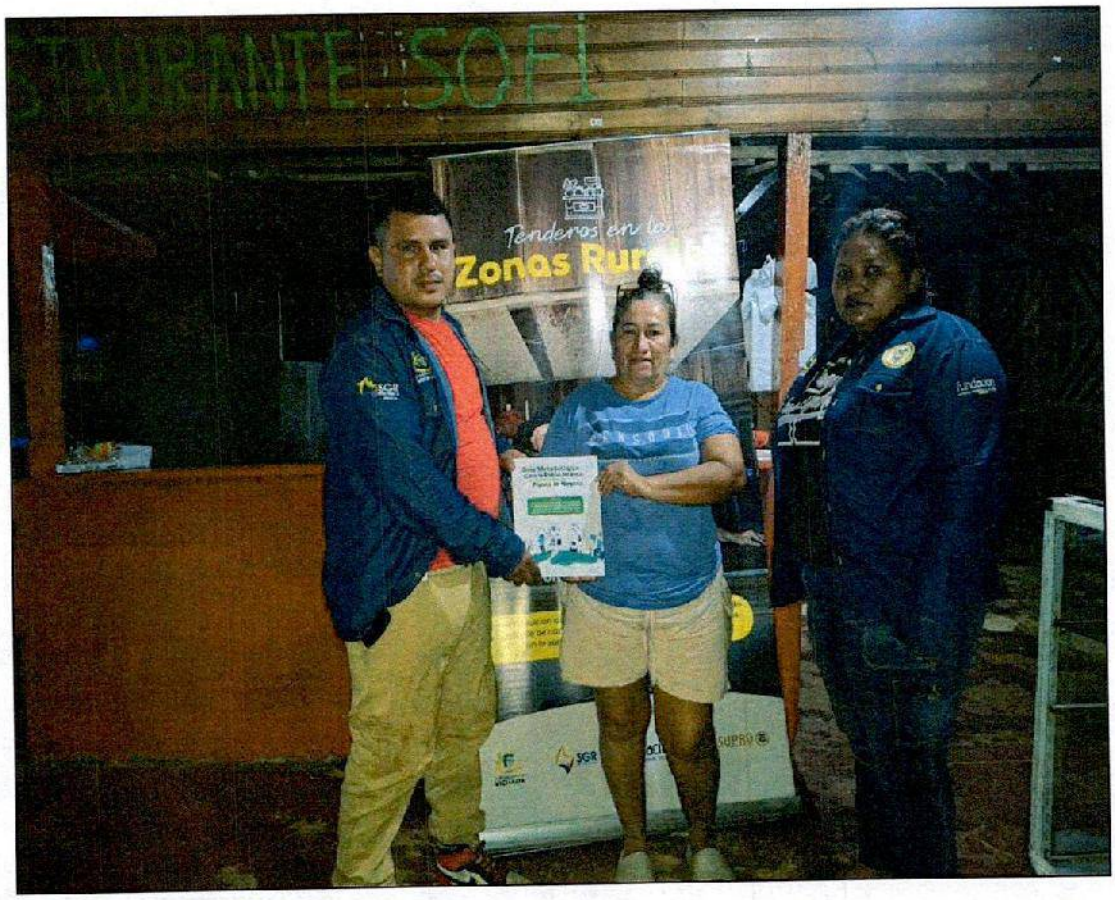
Para efectos del proceso desarrollado por medio de la asistencia técnica, se considera el plan de negocios aprobado y viabilizado, para lo cual el emprendedor y la orientadora de asistencia técnica podrán suscribir el documento.

Sofia Marcado Rojas
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	Sofia Marcado Rojas
TIENDA	Donde Sofia
FECHA	4/02/2026



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: 25-2-2026

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

Huella



RECIBE:

Firma: SM

Nombres: Sofia Maldonado Rojas

CC: 40 388 587

OBSERVACIONES:

Omar Ladino

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	Omar Ladino
TIENDA	Parcela La fortuna
FECHA	4/02/2026



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, Omar Ladino identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 3.276.591 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: Omar Ladino

Nombres: Omar Ladino

CC: 3.276.591

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, Omar Ladino identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 3.276.591, 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 4 días del mes de febrero del año 2025.

RECIBE:

Firma: Omar Ladino

Nombres: Omar Ladino

CC: 3.276.591.

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 4	MES 2	AÑO 2026		
Beneficiario	Omar Ladino				
Cédula	3276591	Sexo: ☐Mujer ☑Hombre			
Departamento:	Vichada	Municipio:	Cumaribo		
Vereda / Inspección:	Chupave				
Dirección:	Centro	Teléfono de Contacto:	3015773466		

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: Unidad de negocio - Ubicación

Retos que enfrenta: Logistica Personal.

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

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

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE VERIFICACIÓN

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

COMPROMISOS DE LA VISITA

Acciones acordadas en la visita	Plan de produccion
Compromisos del beneficiario:	Plan logistico
Observaciones:	DOFA

Firma:
Omar Ladino
Beneficiario: Omar Ladino
Cédula: 3276.591



Firma:
Zurima S.H
Profesional: Zurima Saldarriaga
Cédula: 1.121.386.288

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, Omar Ladino, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 3.276.591 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 4 días del mes de febrero del año 2026.

RECIBE:

Firma: Omar Ladino

Nombres: Omar Ladino

CC: 3.276.591

Huella



OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

PARCELA LA FORTUNA

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: Omar Ladino
EMPRENDEDOR

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

FEBRERO DE 2026

VICHADA SGR ASOSUPRO fundacion servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

La Parcela La Fortuna surge para responder a una necesidad concreta de la inspección de Chupave y de las personas que transitan por la vía del sector: contar con un punto cercano donde puedan adquirir productos frescos, productos derivados del cacao, huevos, pollo crudo, bebidas y servicios de conectividad, sin tener que desplazarse grandes distancias. En zonas rurales como esta, la distancia entre un comercio y otro afecta directamente el acceso de la comunidad a bienes básicos, alimentos frescos y servicios útiles para la vida diaria.

La necesidad también se relaciona con la calidad y el origen de los productos. En muchos territorios rurales existe producción local, pero no siempre hay un punto de venta organizado que permita comercializarla de manera constante y con buena presentación. En este caso, el negocio busca aprovechar productos propios o cercanos, especialmente derivados del cacao, y convertirlos en una oferta atractiva para comunidad, transportadores, instituciones y visitantes.

Por tanto, el problema no es solo la falta de una tienda. El problema real es la falta de un lugar que reúna productos frescos, alimentos de calidad, conectividad y atención útil para quienes viven o pasan por el sector. En un territorio rural de Cumaribo, donde las condiciones sociales son exigentes y la oferta comercial es limitada, este tipo de negocio puede cubrir una necesidad económica y social al mismo tiempo.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales del negocio serían la comunidad de la vereda, los transportadores, las instituciones y los turistas o viajeros que transitan por el sector. Cada uno de estos grupos tiene necesidades distintas, lo que favorece al negocio porque le permite diversificar su oferta y no depender de una sola fuente de ingresos.

La comunidad de la vereda sería el cliente más constante. Este grupo podría comprar huevos, pollo crudo, chocolate, hielo, bebidas y algunos productos derivados del cacao para consumo frecuente. Los transportadores serían un cliente importante por la ubicación estratégica del negocio, ya que pueden requerir bebidas, hielo, productos rápidos y acceso a internet. Las instituciones pueden representar una demanda puntual, sobre todo si realizan actividades en territorio. Los turistas o viajeros, aunque no siempre estén presentes, pueden sentirse atraídos por productos del cacao, bebidas y productos propios de la región.

Tabla 1. Tipos de clientes

Tipo de cliente	Qué puede demandar	Frecuencia esperada
Comunidad de la vereda	Huevos, pollo, cacao, bebidas, conectividad	Alta
Transportadores	Hielo, bebidas, compras rápidas, internet	Media-alta

Instituciones	Compras puntuales, abastecimiento, conectividad	Media
Turistas y viajeros	Chocolate, derivados del cacao, bebidas, productos regionales	Media-baja

Esta mezcla de clientes le da al negocio una base local estable y, al mismo tiempo, una oportunidad de ventas por paso y por valor agregado.

3. COMPETENCIA

Según la información suministrada, los otros comercios cercanos están aproximadamente a 20 kilómetros, entre ellos María Riveros, con víveres y productos de consumo básico, y Sebastián López, con pollo crudo y huevos. Esto indica que sí existe competencia, pero no necesariamente con la misma combinación de productos que plantea Parcela La Fortuna.

La diferencia de este negocio está en cuatro elementos: la ubicación estratégica, la calidad del servicio, la calidad de los productos y la calidad del servicio de conectividad. Mientras otros puntos pueden vender víveres básicos o proteína, La Fortuna ofrece además productos derivados del cacao y chocolate, lo cual le da una identidad propia y una oferta más vinculada al potencial productivo del territorio.

Tabla 2. Competencia comparada

Competidor	Oferta principal	Diferencia frente a La Fortuna
María Riveros	Víveres y productos básicos	Oferta más general, menos especializada
Sebastián López	Pollo crudo y huevos	Menor variedad y sin línea fuerte de cacao

La competencia existe, pero Parcela La Fortuna puede posicionarse mejor si mantiene calidad, buena atención y una oferta clara basada en productos propios o regionales.

4. IDEA DE NEGOCIO

Parcela La Fortuna es un emprendimiento rural orientado a la producción y comercialización de productos con valor agregado, especialmente relacionados con el cacao, complementados con otros alimentos y servicios útiles para la comunidad y para quienes transitan por la zona. La idea del negocio es unir producción local con venta directa, de manera que el emprendimiento no dependa solo de comprar para revender, sino también de transformar y aprovechar lo que se produce en la finca o en el sector.

Su propuesta combina dos componentes. El primero es comercial: huevos, pollo crudo, bebidas, hielo y otros productos de salida frecuente. El segundo es productivo: derivados del cacao y chocolate, que pueden convertirse en el sello distintivo del negocio. A esto se suma el servicio de conectividad, que en una zona rural puede marcar una diferencia importante.

La idea tiene sentido porque no solo resuelve una necesidad de abastecimiento, sino que también da valor a la producción propia, fortalece la economía local y puede generar una mejor imagen del emprendimiento frente a la comunidad.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

El negocio ofrecerá una línea de productos básicos y una línea de productos diferenciados. En la línea básica se encuentran el pollo crudo, los huevos de granja, las bebidas y el hielo. Son productos de salida frecuente, necesarios para la comunidad y útiles para quienes se desplazan por la zona.

En la línea diferenciada se ubican los derivados del cacao y el chocolate, que pueden incluir, como supuesto del plan, chocolate de mesa, dulces o presentaciones simples listas para la venta. Esta línea es importante porque aporta identidad al negocio y le da una mayor posibilidad de valor agregado. Finalmente, el negocio prestará servicios de conectividad, que pueden beneficiar tanto a la comunidad como a transportadores e instituciones.

Tabla 3. Portafolio del negocio

Línea	Productos o servicios
Básica	Bebidas, hielo, huevos, pollo crudo
Productiva	Derivados del cacao, chocolate
Complementaria	Conectividad a internet

Esta estructura le permite al negocio combinar productos de rápida rotación con productos de mejor margen y con mayor identidad local.

6. PROCESOS TÉCNICOS

El primer proceso técnico es la producción o acopio de los productos propios, especialmente los derivados del cacao, los huevos y, si aplica, el abastecimiento del pollo crudo. El segundo proceso es la transformación, en el caso del cacao y del chocolate. Aunque en una primera etapa esta transformación puede ser sencilla, debe realizarse con orden, limpieza y manejo adecuado de materias primas.

El tercer proceso es la conservación y almacenamiento. Aquí los congeladores son fundamentales para mantener el hielo, las bebidas y el pollo en buenas condiciones. El parque solar también es clave, ya que la continuidad eléctrica en el departamento ha requerido medidas especiales y el negocio depende del frío y del internet para operar con estabilidad.

El cuarto proceso es la atención al cliente, que será directa en sitio. Incluye venta, cobro, empaque, entrega de producto y apoyo a quienes requieran conectividad. Finalmente, está el control operativo, que comprende inventario, limpieza, revisión de productos, manejo de la báscula y seguimiento de lo que más rota.

Tabla 4. Procesos técnicos principales

Etapa	Actividad
Producción o acopio	Obtención de huevos, cacao y demás insumos
Transformación	Preparación de chocolate y derivados
Conservación	Refrigeración, congelación y almacenamiento
Atención	Venta directa y servicio al cliente
Control	Caja, inventario, báscula y limpieza

7. REQUISITOS LEGALES

En el aspecto legal, el negocio debe tener en cuenta la formalización básica y el cumplimiento sanitario. La DIAN señala que el RUT es el mecanismo de identificación tributaria y que la facturación electrónica, cuando aplica, exige estar inscrito en el RUT, contar con software de facturación y certificado de firma digital. La DIAN también dispone de un servicio de facturación gratuita para quienes lo requieran.

Tal como fue solicitado, en este plan se deja constancia de que se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica. Esta asistencia es importante porque le da al emprendedor una base clara para organizar su actividad y avanzar hacia un funcionamiento más formal.

En materia sanitaria, el negocio debe prestar especial cuidado a los productos alimenticios y al pollo crudo. El INVIMA cuenta con lineamientos y formatos de inspección para expendios de alimentos y bebidas, y también para expendios de carne, donde se revisan instalaciones, equipos, prácticas higiénicas y condiciones del personal. Aunque el negocio sea pequeño, debe observar limpieza, almacenamiento, cadena de frío y manipulación adecuada.

Tabla 5. Requisitos legales y sanitarios

Requisito o acción	Finalidad
RUT	Identificación tributaria del negocio
Organización para facturación electrónica, si aplica	Cumplimiento tributario
Condiciones sanitarias básicas	Manejo adecuado de alimentos y pollo
Buenas prácticas de limpieza y conservación	Protección del producto y del consumidor
Asistencia técnica brindada	Orientación sobre formalización, RUT y facturación electrónica

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización será la venta directa en sitio, porque la ubicación del negocio y la naturaleza de sus productos favorecen la compra inmediata. La comunidad podrá comprar

productos básicos y propios del sector, mientras que transportadores y viajeros podrán adquirir bebidas, hielo, chocolate y conectividad.

El segundo canal será el voz a voz, que en zonas rurales tiene mucho valor. Un producto bueno, bien presentado y constante en calidad se recomienda con facilidad entre vecinos y clientes frecuentes. El tercer canal puede ser el pedido por encargo, especialmente para huevos, chocolate, pollo o productos derivados del cacao, lo cual ayudaría a ordenar mejor la producción y evitar desperdicios.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

La proyección base entregada es de $600.000 por semana, es decir, aproximadamente $2.400.000 mensuales. El precio promedio de $70.000 parece más coherente con compras medianas, familiares o institucionales, no con consumos pequeños individuales. Por eso, se presentan tres escenarios de referencia.

Tabla 6. Escenarios de ventas

Escenario	Venta semanal	Venta mensual estimada
Conservador	$600.000	$2.400.000
Medio	$1.000.000	$4.000.000
Fortalecido	$1.400.000	$5.600.000

Como supuesto del plan, el escenario conservador corresponde al inicio del negocio. El escenario medio sería posible si se logra buena salida de huevos, hielo, bebidas y chocolate. El escenario fortalecido dependería de una mejor consolidación del punto de venta y de la aceptación de los derivados del cacao.

Tabla 7. Distribución estimada de ingresos

Línea	Participación estimada
Huevos y pollo	25%
Bebidas e hielo	25%
Derivados del cacao y chocolate	30%
Conectividad	10%
Otros	10%

La ventaja de esta estructura es que el negocio no se apoya solo en un producto, sino en varias líneas complementarias.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales están asociados a los equipos mencionados: parque solar, internet satelital, congeladores, báscula, computador, estanterías, mesas, sillas y surtido. A esto se suman los costos mensuales de operación.

Tabla 8. Costos y gastos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado
Reposición de bebidas y surtido	$700.000
Producción o compra de huevos y pollo	$700.000
Insumos para cacao y chocolate	$500.000
Internet satelital	$250.000
Apoyo del ayudante	$1.000.000
Mantenimiento, aseo e imprevistos	$250.000
Total mensual estimado	**$3.400.000**

Tabla 9. Resultado operativo estimado

Escenario	Venta mensual	Gastos mensuales	Resultado aproximado
Conservador	$2.400.000	$3.400.000	-$1.000.000
Medio	$4.000.000	$3.400.000	$600.000
Fortalecido	$5.600.000	$3.400.000	$2.200.000

Esta lectura muestra que el negocio necesita salir del escenario conservador para sostenerse bien. Por eso, es importante fortalecer especialmente la línea de cacao y chocolate, que es la que puede darle mayor identidad y mejor margen.

11. TALENTO HUMANO

El negocio plantea una estructura humana sencilla: dueño y ayudante. El dueño se encargará de la administración, el manejo del dinero, la supervisión del producto, la producción básica y la toma de decisiones. El ayudante apoyará la atención al cliente, el orden del punto, la limpieza, la exhibición y la reposición de productos.

Tabla 10. Talento humano requerido

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

Esta estructura es adecuada para una primera fase del negocio, siempre que exista organización del trabajo.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Parcela La Fortuna necesita una base física y técnica suficiente para operar bien. El parque solar es importante para garantizar refrigeración y conectividad. El internet satelital es parte del servicio ofrecido. Los congeladores son necesarios para bebidas, hielo y pollo. La báscula ayuda a dar control en la venta de ciertos productos. El computador facilita registros, pedidos y organización básica.

Tabla 11. Necesidades del proyecto

Tipo	Requerimiento
Energía	Parque solar
Conectividad	Internet satelital
Frío	Congeladores
Control de venta	Báscula
Tecnología	Computador
Organización	Estanterías, mesas, sillas
Operación	Surtido inicial e insumos

Además de los equipos, el negocio necesita orden en inventario, limpieza constante y manejo cuidadoso de los productos perecederos.

13. VALOR DEL PROYECTO

El presupuesto disponible es de $6.000.000, pero, al revisar la necesidad de equipos y surtido, esa cifra parece suficiente solo para una fase inicial. El valor real del proyecto es mayor.

Tabla 12. Valor estimado del proyecto

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$2.500.000
Internet satelital e instalación	$1.500.000
Congeladores	$2.000.000
Báscula y computador	$1.100.000
Estanterías, mesas y sillas	$1.000.000
Surtido inicial e insumos	$1.800.000
Capital de trabajo	$700.000
Valor total estimado	**$10.600.000**

Tabla 13. Relación entre presupuesto y necesidad real

Concepto	Valor
Presupuesto disponible	$6.000.000
Valor estimado del proyecto	$10.600.000
Brecha aproximada	**$4.600.000**

La recomendación es iniciar por etapas, comenzando por las líneas más fuertes: huevos, bebidas, hielo y chocolate básico, y luego ampliar conforme crezcan las ventas.

14. PLAN OPERATIVO

El negocio funcionará con atención directa en sitio. En la mañana se organizará el punto, se revisará el estado de los congeladores, se limpiará el área y se alistarán los productos del día. Durante la jornada se atenderá a la comunidad, a transportadores y a clientes por encargo. En la tarde se reforzará la venta de bebidas, hielo y productos de cacao.

Tabla 14. Plan operativo diario

Momento	Actividad principal
Apertura	Limpieza, revisión de equipos y alistamiento
Mañana	Venta de productos frescos y de cacao
Mediodía y tarde	Mayor salida de hielo, bebidas y compras rápidas
Final de tarde	Reposición, control de inventario y encargos
Cierre	Caja, aseo y verificación de conservación

Semanalmente debe revisarse qué productos se vendieron más y cuáles requieren mejor rotación o menor volumen.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de Parcela La Fortuna es positivo en varios niveles. En lo social, acerca bienes y servicios que son difíciles de encontrar cerca. En lo económico, ayuda a transformar la producción de finca en ingresos constantes. En lo territorial, fortalece la vida comercial del sector y da valor a productos propios de la región.

Además, al promover derivados del cacao y chocolate, el negocio puede incentivar la producción propia y fortalecer una identidad productiva local. En una zona rural de Cumaribo, donde las limitaciones de acceso siguen siendo importantes, este tipo de negocio puede convertirse en un apoyo real para la comunidad.

Tabla 15. Impacto esperado

Tipo de impacto	Resultado esperado
Social	Más acceso a bienes frescos y útiles
Económico	Generación de ingresos y aprovechamiento de la finca
Productivo	Fortalecimiento del cacao y productos propios
Territorial	Mejor servicio a comunidad y tránsito vial

16. MAPA DE ACTORES

El negocio se relaciona con varios actores. En el centro están el dueño y el ayudante. En el entorno externo aparecen la comunidad, los transportadores, las instituciones, los turistas y demás transeúntes. También existen actores institucionales relacionados con la formalización y el control sanitario.

Tabla 16. Mapa de actores

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

Instituciones	Externo	Aliadas o clientes puntuales
Turistas y viajeros	Externo	Clientes ocasionales
DIAN	Institucional	Referencia para RUT y facturación
Autoridad sanitaria	Institucional	Referencia para alimentos y productos sensibles

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Parcela La Fortuna es una idea de negocio con sentido para la inspección de Chupave porque responde a una necesidad real del territorio: acercar productos frescos, productos regionales, hielo, proteína y conectividad a la comunidad y a quienes transitan por el sector. Su mayor fortaleza está en la combinación entre productos básicos y productos con identidad propia, especialmente los derivados del cacao.

El análisis también muestra que el proyecto no debe arrancar con una expectativa equivocada sobre su costo real. Con el presupuesto disponible puede iniciarse una etapa básica, pero no la operación completa. La mejor estrategia es empezar por las líneas más viables, mantener calidad, asegurar buen manejo del frío y avanzar paso a paso en formalización y crecimiento. Si eso se logra, Parcela La Fortuna puede consolidarse como un negocio rural útil, estable y con identidad propia.

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.

Omar Ladino

Omar Ladino
Emprendedor

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	Omar Ladino
TIENDA	Parcela La fortuna
FECHA	4/02/2026



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: 26-2-2026

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



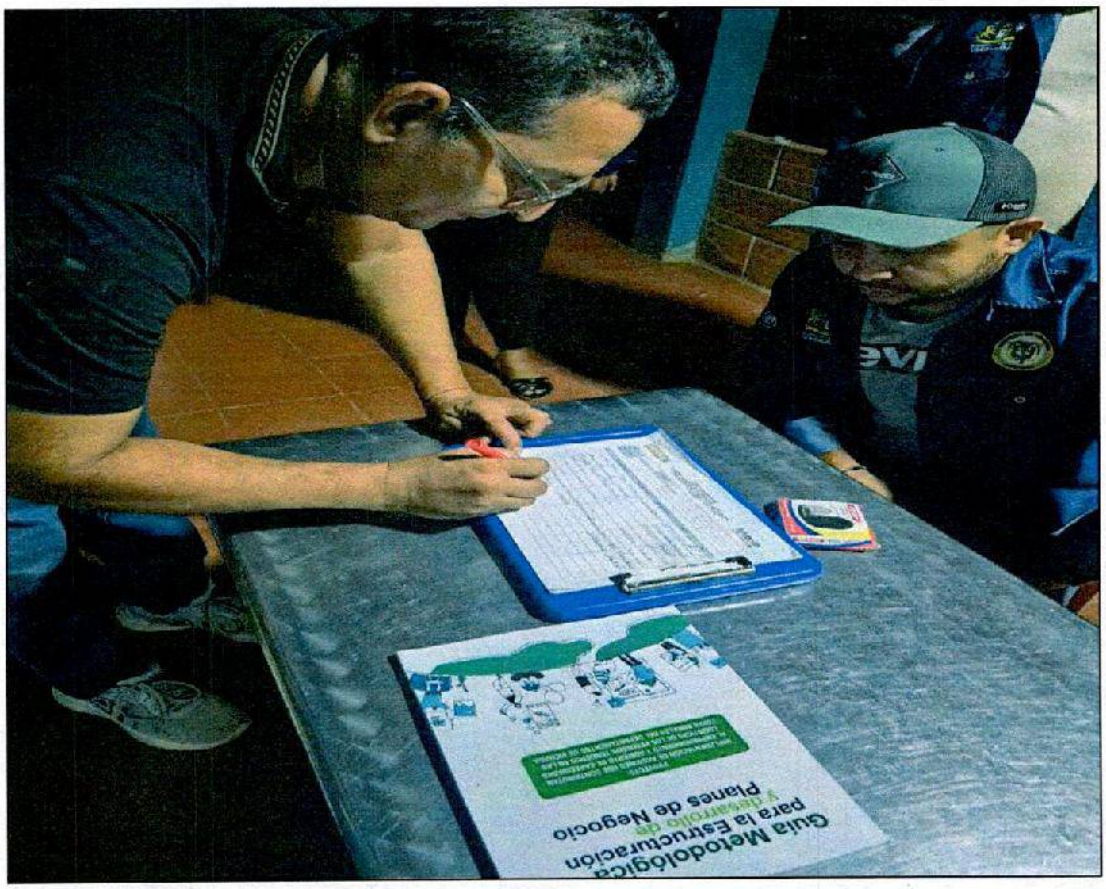
Firma: Omar Sabino
Nombres: Omar Sabino
CC: 3276591

OBSERVACIONES:

Pedro Alejandro Estrada Marfoy

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	Pedro Alejandro Estrada Marfoy
TIENDA	Tienda El cuchivero
FECHA	5/02/2026



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

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

Yo, Pedro Alejandro Estrada Marfoy identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 86.041 341 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: Pedro Alejandro Estrada M.

Nombres: Pedro Alejandro Estrada Marfoy

CC: 86.041.341

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, Pedro Alejandro Estrada Harfoy identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 86.049.341, 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 5 días del mes de febrero del año 2026.

RECIBE:

Firma: Pedro Alejandro Estrada M.

Nombres: Pedro Alejandro Estrada Harfoy

CC: 86.041.341

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 5	MES 02	AÑO 2026.		
Beneficiario	Pedro Alejandro Estrada Marfay				
Cédula	86041341	Sexo: ☐Mujer ☑Hombre			
Departamento:	Vichada	Municipio: Cumaribo.			
Vereda / Inspección:	El viento				
Dirección:	Salida via Progreso.	Teléfono de Contacto: 3246681135.			

VALIDACIÓN DE CONDICIONES GENERALES DEL NEGOCIO

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

COMPONENTES ESTRATÉGICOS ANALIZADOS

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

DIAGNOSTICO DEL NEGOCIO

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

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 estratogico
Compromisos del beneficiario:	Plan financiero
Observaciones:	DOFA

Firma:
Beneficiario: Pedro A. Estrada
Cédula: 86.041.341

Firma:
Zurima S.H
Profesional: Zurima Saldamiaga
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, Pedro Alejandro Estrada, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 86.041.341 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 5 días del mes de febrero del año 2025.

RECIBE:

Firma: Pedro Alejandro Estrada M.

Nombres: Pedro Alejandro Estrada

CC: 86.041.341

Huella



OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

TIENDA EL CUCHIVERO

Emprendedor: Pedro Alejandro Estrada Marfoy
EMPRENDEDOR

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".

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

FEBRERO DE 2026

1. PROBLEMA O NECESIDAD

La Tienda El Cuchivero nace para responder a una necesidad real del sector de El Viento: la falta de un punto cercano que reúna hospedaje, alimentación, bebidas frías y conectividad para la comunidad, los transportadores y los viajeros. En contextos rurales como este, la distancia entre un comercio y otro hace que cualquier compra básica o necesidad de descanso implique más tiempo, más costo y, en ocasiones, mayor riesgo para quien se desplaza por la vía.

La necesidad no se limita al abastecimiento. También existe una necesidad de servicio. Quien transita por la zona puede requerir una bebida fría, una comida, una conexión a internet, un lugar donde pasar la noche o incluso apoyo académico básico para estudiantes del sector. Por eso, el negocio no solo busca vender productos, sino ofrecer un punto de apoyo útil en una inspección rural con oferta limitada y con tránsito permanente. El hecho de que documentos oficiales de Cumaribo reconozcan a El Viento como inspección y como parte de un eje vial rural fortalece la lógica de este emprendimiento.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales del negocio serían la comunidad de la vereda o inspección, los transportadores y los turistas o viajeros. La comunidad representa la clientela más estable, porque puede demandar bebidas, alimentación, conectividad y algunos servicios básicos de forma frecuente. Los transportadores representan un grupo importante por la necesidad de parada, descanso, comida y, en algunos casos, hospedaje. Los turistas o viajeros ocasionales aportan un flujo complementario, especialmente en hospedaje, bebidas y conectividad.

Como supuesto de trabajo, también puede considerarse un grupo de usuarios locales que utilicen la conectividad y el acompañamiento académico en horarios diumos, sin que esto implique convertir el negocio en una institución educativa, sino en un apoyo comunitario básico.

Tabla 1. Segmentación de clientes y necesidades

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia esperada
Comunidad local	Bebidas, alimentación, conectividad	Alta
Transportadores	Hospedaje, bebidas, alimentación, descanso	Media-alta
Turistas o viajeros	Hospedaje, bebidas, conectividad, comida	Media
Estudiantes y familias	Acompañamiento académico e internet	Media

3. COMPETENCIA

La competencia directa está conformada por otros comercios ubicados aproximadamente a 20 kilómetros. Según la información entregada, Daniel Alfonso ofrece hospedaje y Uverney Mora opera

una licorería. Esto muestra que sí existe oferta en la zona, pero dispersa y no necesariamente concentrada en un solo lugar.

La ventaja competitiva de El Cuchivero está en reunir en un mismo punto varios servicios: hospedaje, comida, bebidas y conectividad. En zonas rurales, esa integralidad tiene mucho valor, porque el cliente prefiere resolver varias necesidades en un mismo sitio antes que desplazarse a diferentes lugares.

Tabla 2. Análisis de competencia

Competidor	Oferta principal	Diferencia frente a El Cuchivero
Daniel Alfonso	Hospedaje	No integra otros servicios
Uverney Mora	Licorería	No ofrece hospedaje ni comida

4. IDEA DE NEGOCIO

Tienda El Cuchivero es un emprendimiento rural que busca funcionar como un punto integral de atención al tránsito y a la comunidad. Su propuesta es ofrecer hospedaje, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, servicios de alimentación y conectividad, complementados con acompañamiento académico básico para estudiantes del sector.

La idea no es montar solo una tienda ni solo un hospedaje, sino un lugar útil para resolver varias necesidades al mismo tiempo. Una persona puede llegar a comer, otra a comprar bebidas, otra a quedarse una noche y otra a conectarse o apoyar tareas escolares. Esa mezcla le da al negocio mayor capacidad de sostener ingresos y mayor valor social dentro de la inspección.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

La oferta del negocio se divide en dos grupos: productos y servicios. En el primer grupo están las bebidas alcohólicas y no alcohólicas. En el segundo grupo se ubican el hospedaje, los servicios de alimentación, la conectividad y el acompañamiento académico básico.

Como supuesto razonable, el servicio de alimentación puede incluir comidas preparadas sencillas, bebidas calientes o frías y menús básicos según la capacidad de cocina disponible. El hospedaje, en una primera etapa, puede plantearse como una oferta pequeña, limpia y funcional, orientada a personas de paso más que a turismo de larga estancia.

Tabla 3. Portafolio de productos y servicios

Línea	Productos o servicios
Bebidas alcohólicas	Cerveza y otras bebidas permitidas
Bebidas no alcohólicas	Agua, jugos, gaseosas, hidratantes
Alimentación	Comidas preparadas básicas
Hospedaje	Alojamiento sencillo
Conectividad	Servicio de internet

Servicio complementario	Acompañamiento académico

6. PROCESOS TÉCNICOS

El primer proceso técnico es el abastecimiento, es decir, la compra y reposición de bebidas, insumos de cocina, artículos de aseo y productos necesarios para el hospedaje. El segundo proceso es la conservación, para lo cual serán fundamentales los congeladores, el surtido y el parque solar. Dado que la continuidad energética del territorio ha requerido medidas especiales, tener respaldo propio ayuda a sostener el frío, la conectividad y una atención más estable.

El tercer proceso es la prestación del servicio. En alimentación implica preparar, servir y mantener higiene. En hospedaje implica organizar habitaciones o espacios, aseo, registro del huésped y entrega adecuada del servicio. En conectividad implica acceso controlado y apoyo básico al usuario. Finalmente, el cuarto proceso es el control operativo, donde se revisan inventarios, caja, limpieza, mantenimiento y rotación de productos.

Tabla 4. Procesos operativos

Etapa	Actividad principal
Abastecimiento	Compra de productos
Conservación	Refrigeración y almacenamiento
Atención	Venta, comida y hospedaje
Conectividad	Acceso a internet
Control	Inventario, caja y limpieza

7. REQUISITOS LEGALES

En este negocio hay tres frentes legales importantes: comercio, alimentos y hospedaje. En el plano comercial y tributario, la DIAN señala que para facturar electrónicamente se requiere estar inscrito en el RUT, contar con software de facturación electrónica y disponer de firma digital. También existe el servicio gratuito de facturación electrónica de la DIAN. Por eso, en este plan se deja constancia de que se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica.

En el frente sanitario, el negocio debe observar buenas prácticas para alimentos y bebidas, porque el INVIMA contempla manuales de inspección para expendios de alimentos y bebidas, tiendas, mini mercados y servicios relacionados con preparación y venta de alimentos. Esto implica cuidado con limpieza, almacenamiento, manipulación y conservación.

En el frente de hospedaje, el Ministerio de Comercio señala que los establecimientos de alojamiento turístico, incluidos hostales, refugios, albergues y otros tipos de hospedaje, deben estar inscritos en el Registro Nacional de Turismo (RNT). Además, el RNT es obligatorio para el funcionamiento de los prestadores de servicios turísticos, su inscripción es gratuita y debe renovarse anualmente dentro de

los tres primeros meses del año. Para los establecimientos de alojamiento turístico también es obligatorio llevar la Tarjeta de Registro de Alojamiento (TRA), que es el sistema oficial para registrar huéspedes.

Tabla 5. Requisitos legales del negocio

Requisito o acción	Finalidad
RUT	Identificación tributaria
Facturación electrónica	Cumplimiento tributario
Buenas prácticas sanitarias	Manejo adecuado de alimentos
RNT	Legalidad del hospedaje
TRA	Registro de huéspedes
Asistencia técnica	Formalización empresarial

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización será la venta directa en sitio, porque la ubicación estratégica del negocio es uno de sus mayores activos. Quien se hospeda, come o compra bebidas lo hará en el mismo lugar.

El segundo canal será el voz a voz, especialmente importante en una inspección rural. Un negocio con buena atención, hospedaje limpio y comida confiable puede posicionarse rápido entre transportadores y viajeros frecuentes. El tercer canal puede ser el encargo o reserva previa, sobre todo para hospedaje o alimentación de grupos pequeños, si la operación lo permite.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

La proyección base suministrada es de $900.000 por semana, es decir, unos $3.600.000 mensuales. El precio promedio de $150.000 parece corresponder más a una cuenta por grupo, por noche de hospedaje o por consumo combinado, y no a una compra simple individual. Por eso, se presentan tres escenarios de referencia.

Tabla 6. Escenarios de ventas

Escenario	Venta semanal	Venta mensual
Conservador	$900.000	$3.600.000
Medio	$1.300.000	$5.200.000
Fortalecido	$1.800.000	$7.200.000

Como supuesto de trabajo, el escenario conservador puede corresponder al arranque. El escenario medio sería más realista si el negocio logra buena ocupación ocasional del hospedaje y ventas constantes en comida y bebidas. El escenario fortalecido dependería de una mejor reputación y de una operación más estable.

Tabla 7. Participación por línea de negocio

Línea	Participación
Hospedaje	35%
Alimentación	25%
Bebidas	25%
Conectividad y otros	15%

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales sí están relacionados con los equipos del punto 10, pero también es necesario considerar los gastos mensuales de funcionamiento.

Tabla 8. Costos mensuales estimados

Concepto	Valor
Reposición de bebidas	$900.000
Insumos de alimentación	$700.000
Internet satelital	$250.000
Ayudante	$1.000.000
Limpieza y mantenimiento	$400.000
Servicios e imprevistos	$300.000
Total	**$3.550.000**

Tabla 9. Resultados financieros por escenario

Escenario	Ventas	Gastos	Resultado
Conservador	$3.600.000	$3.550.000	$50.000
Medio	$5.200.000	$3.550.000	$1.650.000
Fortalecido	$7.200.000	$3.550.000	$3.650.000

Esto muestra que el proyecto puede sostenerse, pero solo si logra salir rápido del escenario mínimo y mejorar la ocupación del hospedaje y la venta de alimentación.

11. TALENTO HUMANO

La estructura humana propuesta es sencilla: dueño y ayudante. El dueño asumiría la administración, el control del dinero, la relación con clientes, la supervisión del hospedaje y parte del servicio. El ayudante apoyaría la atención, el orden del punto, la limpieza, el servicio de habitaciones o espacios de descanso y el apoyo en la preparación o entrega de alimentos.

Tabla 10. Estructura organizacional

Cargo	Función principal	Cantidad
Dueño/a	Administración general	1
Ayudante	Apoyo operativo	1

En caso de aumento de demanda, podría requerirse apoyo ocasional adicional, especialmente en limpieza o cocina.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

El Cuchivero necesita una base física y operativa suficiente para prestar un servicio digno. El parque solar es importante por la necesidad de sostener refrigeración e internet. El internet satelital es parte del servicio ofrecido. Los congeladores ayudan a mantener bebidas y alimentos. El computador puede servir para control de huéspedes, registros y caja. El surtido básico, junto con mesas, sillas y estanterías, permite una atención más completa.

Tabla 11. Requerimientos del negocio

Tipo	Requerimiento
Energía	Parque solar
Conectividad	Internet satelital
Refrigeración	Congeladores
Atención	Mobiliario
Tecnología	Computador
Operación	Surtido y aseo

Además de estos elementos, el negocio requerirá ropa de cama, toallas, utensilios básicos de alimentación y una rutina constante de limpieza.

13. VALOR DEL PROYECTO

El presupuesto disponible informado es de $9.000.000, pero al revisar el tipo de negocio y su alcance, esa cifra parece suficiente para una etapa inicial, aunque ajustada para una implementación completa del modelo.

Tabla 12. Inversión estimada

Concepto	Valor
Parque solar	$2.500.000
Internet	$1.500.000
Congeladores	$2.000.000
Computador	$900.000
Mobiliario	$1.200.000
Adecuación hospedaje	$2.000.000
Surtido inicial	$1.500.000
Capital de trabajo	$800.000

Total	**$12.400.000**

Tabla 13. Brecha financiera

Concepto	Valor
Presupuesto disponible	$9.000.000
Total proyecto	$12.400.000
Diferencia	**$3.400.000**

La recomendación es iniciar por fases, priorizando primero bebidas, comida y conectividad, y luego ampliar o mejorar el componente de hospedaje.

14. PLAN OPERATIVO

El negocio funcionará con atención directa en sitio. En la mañana se hará revisión del punto, limpieza de áreas comunes, organización de bebidas y preparación básica de alimentación. Durante el día se atenderá a la comunidad y a personas de paso. En la tarde y noche se concentrará buena parte de la demanda de hospedaje, bebidas y alimentación.

Tabla 14. Rutina diaria de operación

Momento	Actividad principal
Apertura	Limpieza y organización
Mañana	Atención básica
Mediodía	Alimentación
Tarde	Reposición y atención
Noche	Hospedaje y cierre parcial
Cierre	Caja y limpieza

Semanalmente se debe revisar el movimiento de habitaciones, la venta de bebidas y los costos de alimentación.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de Tienda El Cuchivero es positivo en varios niveles. En lo social, acerca bienes y servicios que son difíciles de conseguir cerca. En lo territorial, mejora la atención al tránsito en la inspección El Viento. En lo económico, genera una actividad productiva local con posibilidad de empleo y movimiento comercial.

Además, el componente de hospedaje le da un valor extra al proyecto, porque no solo vende, sino que ofrece una respuesta práctica a quienes deben pernoctar o resolver necesidades básicas en el camino. Esto resulta valioso en un contexto rural de Cumaribo, donde la oferta de servicios está dispersa y las distancias siguen siendo una dificultad importante.

Tabla 15. Impacto del proyecto

Tipo de impacto	Resultado esperado
Social	Acceso a servicios básicos
Territorial	Mejora del tránsito rural
Económico	Generación de ingresos
Comunitario	Apoyo a población local

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, los turistas, los transeúntes y las instituciones que eventualmente requieran el servicio. También existen actores institucionales importantes, como la DIAN en el plano tributario, el Ministerio de Comercio y el RNT en el hospedaje, y la autoridad sanitaria en alimentos y bebidas.

Tabla 16. Actores del proyecto

Actor	Tipo	Papel
Dueño/a	Interno	Dirección del negocio
Ayudante	Interno	Apoyo operativo
Comunidad	Externo	Cliente frecuente
Transportadores	Externo	Cliente de paso
Turistas	Externo	Cliente ocasional
Instituciones	Externo	Apoyo o regulación
DIAN	Institucional	Regulación tributaria
MINCIT / RNT	Institucional	Regulación turística
Autoridad sanitaria	Institucional	Control sanitario

CONCLUSIÓN FINAL

Tienda El Cuchivero es una idea de negocio pertinente para la inspección El Viento porque responde a una necesidad real del territorio: contar con un punto de hospedaje, alimentación, bebidas y conectividad en una zona donde la oferta es limitada y las distancias siguen siendo un problema. Su mayor fortaleza está en la combinación de servicios, la ubicación estratégica y la posibilidad de atender tanto a comunidad local como a personas de paso.

El análisis también muestra que el proyecto es viable, pero debe organizarse bien desde el inicio. La parte de hospedaje exige cuidado en formalización y registro, la parte de alimentos exige limpieza y control sanitario, y la parte financiera muestra que el negocio necesita superar rápido el nivel mínimo de ventas para consolidarse. Si se implementa por etapas, con buena atención y orden, El Cuchivero puede convertirse en un punto útil y reconocido dentro de la inspección El Viento.

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.

Pedro Alejandro Estrada M.

Pedro Alejandro Estrada Marfoy
Emprendedor

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	Pedro Alejandro Estrada Marfoy
TIENDA	Tienda El cuchivero
FECHA	5/02/2026



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

Fecha: 24-02-2026

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

Huella



RECIBE:

Firma: Pedro Alejandro Estrada M.

Nombres: Pedro A. Estrada

CC: 86.041.341 V/cio

OBSERVACIONES:

Evencio Avendaño Camacho

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

NOMBRE DEL PROYECTO	**IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES QUE CONTRIBUYAN AL EMPRENDIMIENTO Y AUMENTO DE CAPACIDADES LOGÍSTICAS DE LOS PEQUEÑOS TENDEROS EN LA ZONA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE VICHADA**
ACTIVIDAD	REALIZAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LAS UNIDADES PRODUCTIVAS POPULARES EN LAS ZONAS RURALES.
DESCRIPCIÓN	DESARROLLAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LA ESTRUCTURACIÓN Y VIABILIDAD DE PLANES DE NEGOCIO ENFOCADOS A LA ECONOMÍA POPULAR O TIENDAS RURALES DEL DEPARTAMENTO.
BENEFICIARIO	Evencio Avendaño Camacho
TIENDA	Tienda La caucana
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, Evencio Avendaño Camacho identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 80.277.670 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: Evencio Avendaño C
Nombres: Evencio Avendaño Camacho
CC: 80.277.670.

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, Evencio Avendaño Camacho identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 80.277.670, 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 Principe a los 10 días del mes de febrero del año 2026.

RECIBE:

Firma: EvencioAvendañoC.

Nombres: Evencio Avendaño Camacho

CC: 80.277.670

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 10	MES 02	AÑO 2026	
Beneficiario	Evencio Avendaño Camacho				
Cédula	80.277.670			Sexo: ☐Mujer ☑Hombre	
Departamento:	Vichada		Municipio:	Cumaribo	
Vereda / Inspección:	Principe				
Dirección:	centro		Teléfono de Contacto:		

VALIDACIÓN DE CONDICIONES GENERALES DEL NEGOCIO

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

COMPONENTES ESTRATÉGICOS ANALIZADOS

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

DIAGNOSTICO DEL NEGOCIO

Fortalezas actuales del negocio: Diversidad Posicionamiento

Retos que enfrenta: Presupuesto Financiamiento

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

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

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE VERIFICACIÓN

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

COMPROMISOS DE LA VISITA

Acciones acordadas en la visita	Planeacion estrategica
Compromisos del beneficiario:	Coperativismo
Observaciones:	Escalado de problemas.

Firma:
Evencio Avendaño C
Beneficiario: Evencio Avendaño C
Cédula: 80 277 670

Firma:
Zurima S.H
Profesional: Zurima Saldarriaga
Cédula: 1.124.989.237

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, Evencio Avendaño Camacho, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 80.277.670 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 Puerto Carreño a los 10 días del mes de febrero del año 2026.

RECIBE:

Huella



Firma: Evencio Avendaño C.

Nombres: Evencio Avendaño Camacho

CC: 80.277.670.

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

TIENDA LA CAUCANA

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: Evencio Avendaño Camacho

EMPRENDEDOR

Ubicación: inspección de Puerto Príncipe, municipio de Cumaribo, departamento del Vichada, Colombia.

FEBRERO DE 2026

1. PROBLEMA O NECESIDAD

La Tienda La Caucana surge para responder a una necesidad concreta del sector de Puerto Príncipe: contar con un punto cercano donde la comunidad, los transportadores y los viajeros puedan conseguir bebidas frías, mercado básico, combustibles, lubricantes y conectividad, sin tener que recorrer grandes distancias. En un territorio rural como Cumaribo, donde la dispersión geográfica es amplia y los tiempos de desplazamiento son altos, la cercanía de un negocio de este tipo puede resolver problemas cotidianos de abastecimiento y movilidad. La necesidad no es solo comercial; también es práctica y comunitaria, porque puede servir de apoyo ante situaciones que se presenten en la vía. El contexto social del departamento refuerza esta necesidad, dado el alto nivel de pobreza multidimensional rural reportado para Vichada.

Además, este proyecto responde a una demanda específica del corredor vial: no solo vender alimentos y bebidas, sino ofrecer productos útiles para el tránsito, como lubricantes y combustibles. Esto le da una función distinta a la de una tienda común, porque busca atender tanto necesidades de consumo inmediato como necesidades de movilidad y continuidad del viaje.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales de La Caucana serían la comunidad de la vereda o inspección, los transportadores y los turistas o viajeros. La comunidad sería la base más estable del negocio, porque necesita mercado, bebidas, conectividad y acceso cercano a algunos insumos básicos. Los transportadores son un cliente clave, ya que demandan bebidas frías, combustible, lubricantes y soluciones rápidas durante el tránsito. Los turistas o viajeros representan un grupo complementario, sobre todo para bebidas, mercado de paso y conectividad.

Tabla 1. Segmentación de clientes y necesidades

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia esperada
Comunidad local	Mercado, bebidas, conectividad	Alta
Transportadores	Combustible, lubricantes, bebidas y apoyo de paso	Media-alta
Turistas o viajeros	Bebidas, conectividad y compras rápidas	Media

La mezcla de clientes favorece al negocio porque permite una base diaria de consumo local y, al mismo tiempo, ingresos ligados al tránsito de personas y vehículos.

3. COMPETENCIA

Según la información entregada, los comercios más cercanos están aproximadamente a 20 kilómetros. Se identifican como competidores Camilo Ospina, con víveres, y David Vera, con licorería. Esto significa que sí existe competencia, pero no necesariamente con la misma combinación de productos y servicios.

La Tienda La Caucana puede diferenciarse por cuatro factores: la ubicación estratégica, la calidad del servicio, la variedad de marcas en combustibles y lubricantes, y la posibilidad de reunir en un

solo punto productos de consumo y apoyo al transporte. En este caso, la ventaja no estaría solo en vender, sino en resolver varias necesidades al mismo tiempo.

Tabla 2. Comparación de la competencia y ventajas de La Caucana

Competidor	Oferta principal	Diferencia frente a La Caucana
Camilo Ospina	Víveres	Menor enfoque en movilidad y combustibles
David Vera	Licorería	Menor integralidad de oferta

4. IDEA DE NEGOCIO

La Tienda La Caucana es un emprendimiento rural pensado para funcionar como un punto de abastecimiento y apoyo al tránsito en la inspección de Puerto Príncipe. Su propuesta es reunir en un solo lugar productos de consumo básico, bebidas frías, combustibles, lubricantes para motor y conectividad, con atención directa y servicio cercano.

La idea tiene dos líneas claras. La primera es comercial: vender mercado, bebidas y otros productos de uso frecuente. La segunda es funcional: ofrecer combustible, lubricantes y apoyo a quienes se movilizan por la zona. Esa combinación le da al negocio un valor práctico alto, sobre todo en sectores donde los servicios están dispersos y las distancias son amplias.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

La oferta del negocio se organizará en cinco líneas principales:

1. bebidas alcohólicas,
2. bebidas no alcohólicas,
3. mercado básico,
4. combustibles,
5. lubricantes para motor.

Como complemento, se incluye el servicio de conectividad, que puede servir tanto a la comunidad como a transportadores y viajeros. Esta mezcla hace que el negocio no dependa únicamente de una tienda tradicional, sino que combine productos de consumo con productos útiles para la movilidad y el trabajo en carretera.

Tabla 3. Líneas de productos y servicios de Tienda La Caucana

Línea	Productos o servicios
Bebidas alcohólicas	Cerveza y otras bebidas permitidas
Bebidas no alcohólicas	Agua, gaseosas, jugos
Mercado	Productos básicos de consumo diario
Movilidad	Combustibles y lubricantes para motor
Servicio complementario	Conectividad a internet

6. Procesos técnicos

El primer proceso técnico es el abastecimiento, es decir, la compra periódica de bebidas, víveres, lubricantes y, si el negocio entra a operar formalmente ese componente, combustibles. El segundo proceso es el almacenamiento y conservación. Aquí los congeladores y el parque solar son clave para mantener bebidas frías y sostener el servicio de conectividad. El uso de parque solar es razonable en un entorno rural del Vichada, donde la continuidad del servicio energético ha requerido acciones especiales de soporte.

El tercer proceso es la atención al cliente, que será directa en sitio. Esto incluye venta, cobro, entrega del producto, orientación básica y apoyo a quienes requieran conectividad. El cuarto proceso es el control operativo, que comprende inventario, manejo de caja, revisión del surtido y control de rotación.

En el caso específico de combustibles, el proceso técnico no puede tratarse como una simple venta informal. El Ministerio de Minas y Energía define la estación de servicio como el establecimiento donde se almacenan y distribuyen combustibles líquidos al consumidor final, y diferencia la estación de servicio automotriz, fluvial, marítima y privada. Esto implica que el componente de combustibles debe estructurarse con un manejo formal y regulado, no como un simple almacenamiento improvisado.

Tabla 4. Procesos técnicos y operativos del negocio

Etapa	Actividad principal
Abastecimiento	Compra de bebidas, mercado, lubricantes y demás surtido
Conservación	Refrigeración, orden y almacenamiento
Atención	Venta directa en sitio
Conectividad	Prestación de internet
Control	Inventario, caja y revisión de rotación

7. Requisitos legales

En este proyecto, el componente legal es especialmente importante porque incluye combustibles, un producto regulado por el sector de Minas y Energía. El portafolio oficial de trámites del Ministerio de Minas y Energía muestra que para el registro como distribuidor minorista y operación de una estación de servicio pública o privada se exigen, entre otros aspectos, licencia de construcción y permisos o autorizaciones ambientales cuando se requieran, concepto técnico de ubicación, póliza de responsabilidad civil, certificado de conformidad, contrato con distribuidor mayorista y RUT. Por eso, la venta formal de combustible no debe iniciarse sin cumplir previamente esos requisitos.

En consecuencia, este plan recomienda que La Caucana se implemente por etapas: primero como tienda de mercado, bebidas, conectividad y lubricantes; y solo en una segunda etapa, una vez cumplidos los requisitos legales y técnicos, incorporar la venta de combustibles. Esta observación no reduce el valor del proyecto; al contrario, lo hace más realista y viable.

En materia tributaria, la DIAN señala que para usar el sistema de facturación electrónica se requiere estar inscrito en el RUT, contar con software de facturación electrónica y tener certificado de firma digital. También dispone de un sistema gratuito para quienes deban facturar electrónicamente. Tal como fue solicitado, en este plan se deja constancia de que se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica.

En la parte sanitaria, aunque el negocio no se plantea como restaurante, sí venderá bebidas y alimentos básicos, por lo que debe observar limpieza, almacenamiento y expendio adecuado. El INVIMA incluye en sus manuales de inspección sanitaria a tiendas de barrio, mini mercados, expendios de alimentos y expendios de bebidas alcohólicas.

Tabla 5. Requisitos legales y administrativos del proyecto

Requisito o acción	Finalidad
RUT	Identificación tributaria del negocio
Organización para facturación electrónica, si aplica	Cumplimiento tributario
Condiciones sanitarias básicas	Manejo adecuado de bebidas y alimentos
Requisitos de combustibles ante MinEnergía	Operación legal del componente de combustible
Asistencia técnica brindada	Orientación sobre formalización, RUT y facturación electrónica

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización será la venta directa en sitio, porque la ubicación estratégica del negocio es una de sus fortalezas. En este caso, el cliente llega al punto a resolver una necesidad inmediata: comprar bebidas, víveres, lubricantes o conectarse.

El segundo canal será el voz a voz, especialmente importante en zonas rurales. Un negocio útil, bien atendido y surtido suele ser rápidamente recomendado por la misma comunidad y por transportadores frecuentes. El tercer canal puede ser el pedido por encargo, especialmente para víveres, lubricantes o compras programadas por parte de clientes de la zona.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

La proyección base entregada es de $500.000 por semana, lo que equivale aproximadamente a $2.000.000 mensuales. El precio promedio de $80.000 parece corresponder más a compras de varios productos, combustible o insumos de tránsito, que a una compra pequeña individual. Por eso, conviene presentar tres escenarios.

Tabla 6. Escenarios de proyección de ventas

Escenario	Venta semanal	Venta mensual estimada
Conservador	$500.000	$2.000.000
Medio	$900.000	$3.600.000
Fortalecido	$1.400.000	$5.600.000

Como supuesto del plan, el escenario conservador corresponde al arranque del negocio. El escenario medio sería alcanzable si hay buena salida en bebidas, mercado y lubricantes. El escenario fortalecido dependería de una mejor consolidación comercial y, a futuro, de la entrada formal del componente de combustibles.

Tabla 7. Participación estimada por línea de negocio

Línea	Participación estimada
Bebidas	25%
Mercado	20%
Lubricantes	20%
Combustibles	25%
Conectividad y otros	10%

Estas cifras son referenciales y sirven para visualizar el comportamiento potencial del negocio.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales están ligados a los equipos y recursos señalados por el emprendedor: parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas, tanques de almacenamiento, contenedores y surtido. Sin embargo, también es necesario proyectar gastos mensuales de operación.

Tabla 8. Gastos mensuales estimados de operación

Concepto	Valor estimado
Reposición de bebidas y mercado	$800.000
Compra de lubricantes y surtido complementario	$700.000
Internet satelital	$250.000
Apoyo del ayudante	$1.000.000
Mantenimiento, aseo e imprevistos	$300.000
Total mensual estimado sin combustibles formales	**$3.050.000**

Tabla 9. Resultado financiero por escenario de ventas

Escenario	Venta mensual	Gastos mensuales	Resultado aproximado
Conservador	$2.000.000	$3.050.000	-$1.050.000
Medio	$3.600.000	$3.050.000	$550.000
Fortalecido	$5.600.000	$3.050.000	$2.550.000

11. TALENTO HUMANO

La estructura humana propuesta es sencilla: dueño y ayudante. El dueño se encargaría de la administración, la relación con proveedores, el manejo del dinero y la toma de decisiones. El ayudante apoyaría la atención, la organización del punto, la limpieza y la reposición del surtido.

Tabla 10. Estructura de talento humano

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

Esta estructura es adecuada para una primera fase del negocio, siempre que exista buena organización del trabajo.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

La Tienda La Caucana requiere una base física y operativa suficiente para funcionar bien. El parque solar es importante para sostener refrigeración y conectividad. El internet satelital es parte del servicio ofrecido. Los congeladores ayudan a mantener bebidas frías. El computador facilita el control del negocio. También se requieren estanterías, mesas, sillas, surtido, contenedores y, si se llega a legalizar el componente de combustible, tanques de almacenamiento bajo las condiciones técnicas exigidas por la regulación sectorial.

Tabla 11. Necesidades y requerimientos del negocio

Tipo	Requerimiento
Energía	Parque solar
Conectividad	Internet satelital
Frío	Congeladores
Organización	Estanterías, mesas, sillas
Tecnología	Computador
Operación	Surtido y contenedores
Etapa posterior	Tanques y estructura formal para combustible

13. VALOR DEL PROYECTO

El presupuesto disponible es de $7.000.000, pero al revisar la naturaleza del negocio, esa cifra parece suficiente solo para una primera fase básica, no para montar de inmediato una operación completa que incluya combustibles legalizados.

Tabla 12. Inversión estimada para la fase 1 del proyecto

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$2.500.000
Internet satelital e instalación	$1.500.000
Congeladores	$2.000.000
Computador y control básico	$900.000
Estanterías, mesas y sillas	$1.000.000
Surtido inicial	$1.500.000
Capital de trabajo	$700.000
Valor estimado fase 1	**$10.100.000**

Tabla 13. Comparación entre presupuesto disponible y valor estimado del proyecto

Concepto	Valor
Presupuesto disponible	$7.000.000
Valor estimado fase 1	$10.100.000
Brecha aproximada	**$3.100.000**

La conclusión es que, con el presupuesto actual, el negocio puede empezar como tienda de bebidas, mercado, lubricantes y conectividad. El componente de combustible debería manejarse como una etapa posterior, una vez se consiga la inversión y la formalización correspondiente.

14. PLAN OPERATIVO

El negocio funcionará con atención directa en sitio. En la mañana se organizará el punto, se revisarán congeladores y surtido, y se dejarán listos los productos del día. Durante la jornada se atenderá a la comunidad y a las personas de paso. En la tarde se reforzará la venta de bebidas, lubricantes y mercado, y se revisará el inventario para el siguiente día.

Tabla 14. Rutina diaria de operación

Momento	Actividad principal
Apertura	Limpieza, revisión de equipos y organización
Mañana	Atención a comunidad y ventas básicas
Mediodía y tarde	Mayor salida de bebidas y compras de paso
Final de tarde	Reposición y revisión de inventario
Cierre	Caja, orden y limpieza

Semanalmente se debe revisar cuáles productos tuvieron mayor salida y cuáles requieren mejor rotación.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de La Caucana es positivo porque acercaría bienes y servicios de difícil acceso a la comunidad. En lo social, mejoraría el acceso a mercado, bebidas y conectividad. En lo territorial, serviría como apoyo para el tránsito y como punto útil en la inspección. En lo económico, abriría una posibilidad de ingreso y de fortalecimiento comercial local.

En una zona rural de Cumaribo, donde las distancias pesan mucho en la vida diaria, un negocio de este tipo puede cumplir una función práctica importante para vecinos y viajeros.

Tabla 15. Impactos esperados del proyecto

Tipo de impacto	Resultado esperado
Social	Más acceso a bienes y servicios útiles
Territorial	Mejor apoyo al tránsito y a la comunidad
Económico	Generación de ingresos y movimiento comercial
Comunitario	Punto de referencia y apoyo local

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, los turistas y las instituciones que eventualmente requieran el servicio. También existen actores institucionales relevantes para la formalización y la regulación, especialmente la DIAN, el Ministerio de Minas y Energía y la autoridad sanitaria territorial.

Tabla 16. Mapa de 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
Turistas y viajeros	Externo	Cliente ocasional
Instituciones	Externo	Posibles clientes o aliados

DIAN	Institucional	Referencia para RUT y facturación
MinEnergía	Institucional	Referencia para combustibles
Autoridad sanitaria	Institucional	Referencia para alimentos y bebidas

CONCLUSIÓN FINALDEL PROYECTO

Tienda La Caucana es una idea de negocio pertinente para la inspección de Puerto Príncipe porque responde a una necesidad real del territorio: acercar bebidas, mercado, conectividad y soluciones para el tránsito en una zona donde la oferta comercial es limitada y las distancias siguen siendo una dificultad. Su mayor fortaleza está en la combinación entre productos de consumo y servicios útiles para la movilidad.

El análisis también deja una conclusión clara: el componente de combustibles tiene potencial, pero debe manejarse con mucha prudencia y solo después de cumplir los requisitos legales y técnicos. Por eso, la mejor estrategia es iniciar por fases, consolidando primero la tienda, los lubricantes y la conectividad, y dejando la venta formal de combustibles para una segunda etapa. Así el negocio puede crecer con mayor seguridad, orden y sostenibilidad.

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.

Evencio Avendaño C.

Evencio Avendaño Camacho
Emprendedor

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	Evencio Avendaño Camacho
TIENDA	Tienda La caucana
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: 7-3-2026

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

Huella

RECIBE:

Firma: Evencio Avendaño C
Nombres: Evencio Avendaño C
CC: 80277670



OBSERVACIONES:

Gisella Rojas 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	Gisella Rojas Perez
TIENDA	Variedades America
FECHA	11/02/2026



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, Gisella Rojas Perez identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.136.274.769 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: Gisela

Nombres: Gisella Rojas Perez

CC: 1.136.274.769.

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, Gisella Rojas Perez identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.136.274.769, manifiesto voluntariamente mi interés y compromiso de participación activa en las actividades y procesos contemplados en el proyecto. Me comprometo a:

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

En constancia se firma en Puerto Príncipe a los 11 días del mes de febrero del año 2025.

RECIBE:

Firma: Gisela

Nombres: Gisella Rojas Perez

CC: 1.136.274.769.

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 11	MES 02	AÑO 2026.	
Beneficiario	Gisella Rojas Perez				
Cédula	1.136.274.769			Sexo: ☑Mujer ☐Hombre	
Departamento:	Vichada		Municipio:	Cumaribo	
Vereda / Inspección:	Principe				
Dirección:	centro		Teléfono de Contacto:	3222875320	

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: Diferenciación Ubicación	Documentos que posee: ☐ RUT ☐ Cámara de Comercio ☐ Certificado de uso de suelos	¿Desea apoyo para formalizar su tienda? ☑ Sí ☐ No
Retos que enfrenta: Logistica 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 logistico
Compromisos del beneficiario:	Plan Financuamiento
Observaciones:	Plan de accion

Firma:
Gisela
Beneficiario: Gisela Rojas Perez
Cédula: 1136274769

Firma:
Zurima S. H
Profesional: Zurima Saldarriaga
Cédula: 1.124.489.237

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, Gisella Rojas Perez, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.136.274.769 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 Principe a los 11 días del mes de febrero del año 2026.

RECIBE:

Firma: Gisela

Nombres: Gisella Rojas Perez

CC: 1.136.274.769.

Huella



OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

VARIEDADES AMÉRICA

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: Gisella Rojas Pérez

EMPRENDEDORA

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

FEBRERO DE 2026

1. PROBLEMA O NECESIDAD

Variedades América nace para responder a una necesidad concreta del sector de Puerto Príncipe: contar con un punto cercano donde la comunidad, los transportadores y quienes transitan por la zona puedan acceder a productos y servicios que normalmente se encuentran lejos, como papelería, ropa, impresiones, bebidas frías y conectividad. En áreas rurales amplias, la distancia entre un comercio y otro hace que tareas sencillas, como imprimir un documento, comprar un cuaderno o conseguir una bebida fría, se conviertan en un gasto adicional de tiempo y dinero.

La necesidad no es únicamente comercial. También es funcional y social. La comunidad requiere un lugar donde pueda resolver pequeñas necesidades diarias sin tener que desplazarse a otros centros poblados. Los estudiantes, familias, trabajadores y personas de paso pueden necesitar servicios de papelería, impresiones, acceso a internet o compra rápida de productos básicos. En un territorio como Vichada, donde persisten condiciones de pobreza y limitaciones de acceso, un negocio de este tipo aporta a mejorar la vida cotidiana de la población.

En ese sentido, el problema que busca resolver Variedades América no es solo la falta de una tienda, sino la ausencia de un punto integral de apoyo comercial y de servicios básicos en una inspección rural.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales del negocio serían la comunidad de la vereda o inspección, los transportadores y los turistas o viajeros. La comunidad local sería la clientela más constante, porque puede necesitar papelería, impresiones, ropa, bebidas y algunos productos de apoyo diario. Los transportadores representan un grupo importante por la ubicación sobre una ruta de paso, ya que pueden requerir bebidas, conectividad o compras rápidas. Los turistas y viajeros pueden no ser permanentes, pero pueden consumir bebidas y utilizar servicios de impresión o conectividad cuando lo necesiten.

Como supuesto razonable, dentro de la comunidad local también se incluyen estudiantes, padres de familia y pequeños usuarios que requieran papelería y servicios básicos de impresión.

Tabla 1. Segmentación de clientes y necesidades.

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia esperada
Comunidad local	Papelería, impresiones, ropa, bebidas, internet	Alta
Transportadores	Bebidas, conectividad, compras rápidas	Media-alta
Turistas o viajeros	Bebidas, conectividad, apoyo ocasional	Media

La combinación de estos clientes favorece al negocio porque mezcla una base comunitaria estable con ventas de paso.

3. COMPETENCIA

La competencia identificada se encuentra aproximadamente a 20 kilómetros. Según la información suministrada, Gisella Díaz ofrece papelería y Oriana Muñoz vende pollo crudo y huevos. Esto significa que sí existe oferta parcial en la zona, pero no necesariamente un establecimiento que combine papelería, ropa, impresiones, bebidas e internet en un mismo lugar.

La diferencia de Variedades América está en tres puntos claros: la ubicación estratégica, la calidad del servicio y la variedad de marcas y productos. Mientras algunos competidores cubren una sola necesidad, este negocio busca atender varias al mismo tiempo, lo que le da mayor utilidad para la comunidad.

Tabla 2. Comparación de la competencia

Competidor	Oferta principal	Diferencia frente a Variedades América
Gisella Díaz	Papelería	Menor variedad de líneas de negocio
Oriana Muñoz	Pollo crudo y huevos	Oferta distinta, no compite directamente en servicios

La clave no será competir solo por precio, sino por cercanía, servicio y solución rápida de varias necesidades.

4. IDEA DE NEGOCIO

Variedades América es un emprendimiento rural pensado para funcionar como un pequeño centro de abastecimiento y servicios en la inspección de Puerto Príncipe. Su objetivo es reunir en un solo lugar productos de papelería, ropa, bebidas no alcohólicas, servicio de impresiones y conectividad, con una atención directa y cercana para la comunidad y para quienes transitan por el sector.

La idea del negocio tiene una ventaja importante: no depende de una sola línea de ingresos. Puede vender productos de uso diario, atender necesidades escolares y laborales, ofrecer servicio de impresión y, al mismo tiempo, comercializar bebidas frías. Esa mezcla vuelve al negocio más útil y le da mayores posibilidades de sostenerse con el tiempo.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

El negocio ofrecerá varias líneas de productos y servicios. La primera línea será de bebidas no alcohólicas, especialmente para consumo rápido y para responder al clima cálido del territorio. La segunda línea será de papelería, con cuadernos, lápices, lapiceros, hojas, carpetas, marcadores, cartulina, sobres y artículos afines. La tercera línea será de ropa, entendida como prendas básicas y de alta demanda local.

La cuarta línea será la de servicio de impresiones, que puede ser muy valiosa en un sector rural donde este tipo de apoyo no siempre está cerca. La quinta línea será el servicio de conectividad, orientado a consultas, trámites, tareas o necesidades puntuales de la comunidad.

Tabla 3. Líneas de productos y servicios

Línea	Productos o servicios
Bebidas	Agua, gaseosas, jugos y otras bebidas no alcohólicas
Papelería	Cuadernos, hojas, útiles escolares y de oficina
Ropa	Prendas básicas y de uso frecuente
Impresiones	Impresión de documentos y apoyo básico
Conectividad	Servicio de internet

Este portafolio le da al negocio una ventaja práctica: sirve tanto para consumo diario como para resolver necesidades escolares, administrativas y de paso.

6. PROCESOS TÉCNICOS

El primer proceso técnico es el abastecimiento, es decir, la compra de bebidas, papelería, ropa y consumibles de impresión. Aquí será importante elegir proveedores que permitan reponer surtido sin elevar demasiado los costos, especialmente en productos de salida rápida como hojas, cuadernos y bebidas.

El segundo proceso es el almacenamiento y exhibición. Las bebidas requerirán refrigeración, mientras que la papelería y la ropa deberán organizarse en estanterías y exhibidores para que el cliente pueda verlas con facilidad. La buena organización del espacio será importante, porque el negocio combina productos muy distintos.

El tercer proceso es la prestación del servicio. En papelería y ropa implica venta directa. En impresiones y conectividad implica uso del computador, acceso a internet y atención al cliente. Para que esto funcione bien, el parque solar y el internet satelital son fundamentales, ya que el negocio depende de energía constante para ofrecer servicios de impresión y conexión.

Tabla 4. Procesos técnicos y operativos del negocio

Etapa	Actividad principal
Abastecimiento	Compra de bebidas, útiles, ropa y consumibles
Conservación y orden	Refrigeración y exhibición
Atención comercial	Venta directa en sitio
Servicio tecnológico	Impresiones y conectividad
Control	Caja, inventario, reposición y limpieza

7. REQUISITOS LEGALES

En la parte legal, este negocio debe considerar principalmente la formalización comercial y tributaria, así como buenas prácticas para el expendio de bebidas y el servicio al público. La DIAN explica que el RUT es el mecanismo de identificación tributaria, y también informa que para facturar electrónicamente se requiere estar inscrito en el RUT, contar con software de facturación electrónica

y tener certificado de firma digital. La DIAN, además, dispone de un servicio gratuito de facturación electrónica para quienes deban utilizarlo.

Tal como fue solicitado, en este plan se deja constancia de que se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica. Esta asistencia es importante porque da herramientas iniciales para que el emprendimiento avance con mayor orden y legalidad.

En materia sanitaria, aunque el negocio no es un restaurante, sí venderá bebidas y atenderá público, por lo que debe mantener condiciones básicas de higiene, orden y almacenamiento adecuado. Si a futuro amplía la oferta alimentaria, deberá reforzar aún más estos aspectos.

Tabla 5. Requisitos legales y administrativos del proyecto

Requisito o acción	Finalidad
RUT	Identificación tributaria del negocio
Organización para facturación electrónica, si aplica	Cumplimiento tributario
Buenas prácticas de orden e higiene	Atención adecuada al público
Asistencia técnica brindada	Orientación sobre formalización, RUT y facturación electrónica

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El canal principal será la venta directa en sitio, porque la utilidad del negocio depende de que el cliente llegue y encuentre solución rápida a su necesidad. En zonas rurales, este canal sigue siendo el más importante.

El segundo canal será el voz a voz, que tiene mucho valor en comunidades pequeñas. Un negocio bien atendido, surtido y cumplido en impresiones o conectividad puede posicionarse rápidamente.

El tercer canal puede ser el pedido previo o encargo, especialmente para papelería, impresiones, ropa o productos específicos que el cliente solicite con anticipación.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

La proyección base entregada es de $350.000 por semana, es decir, aproximadamente $1.400.000 mensuales. El precio promedio de $50.000 parece corresponder a compras medianas, impresiones de varios documentos o compras combinadas, no a una compra mínima individual. Por eso, conviene presentar varios escenarios.

Tabla 6. Escenarios de proyección de ventas

Escenario	Venta semanal	Venta mensual estimada
Conservador	$350.000	$1.400.000
Medio	$700.000	$2.800.000

Fortalecido	$1.100.000	$4.400.000

Como supuesto de trabajo, el escenario conservador corresponde al arranque del negocio. El escenario medio sería alcanzable si el negocio logra ser reconocido por la comunidad como punto de papelería, internet e impresiones. El escenario fortalecido dependería de una mayor salida de ropa, mejor surtido y uso frecuente del servicio de impresiones.

Tabla 7. Participación estimada por línea de negocio

Línea	Participación estimada
Papelería	30%
Impresiones y conectividad	25%
Bebidas	20%
Ropa	25%

Esta distribución permite que el negocio no dependa únicamente de un producto de baja rotación, sino de varias líneas complementarias.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales están relacionados con el punto 10: parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas, impresora, exhibidores y surtido. A esto se suman los gastos de operación mensual.

Tabla 8. Gastos mensuales estimados de operación

Concepto	Valor estimado
Reposición de papelería y consumibles	$500.000
Compra de bebidas y surtido general	$400.000
Internet satelital	$250.000
Apoyo del ayudante	$1.000.000
Tinta, papel y mantenimiento de impresora	$250.000
Mantenimiento, aseo e imprevistos	$250.000
Total mensual estimado	**$2.650.000**

Tabla 9. Resultado financiero por escenario de ventas

Escenario	Venta mensual	Gastos mensuales	Resultado aproximado
Conservador	$1.400.000	$2.650.000	-$1.250.000
Medio	$2.800.000	$2.650.000	$150.000
Fortalecido	$4.400.000	$2.650.000	$1.750.000

Esto muestra que el negocio necesita crecer más allá del escenario mínimo para ser sostenible. En especial, debe fortalecer las líneas de papelería, ropa e impresiones.

11. TALENTO HUMANO

La estructura humana propuesta es sencilla: dueño y ayudante. El dueño asumiría la administración, el manejo de caja, la supervisión del surtido y la operación de servicios. El ayudante apoyaría la atención al cliente, la organización del punto, la limpieza, la reposición de productos y parte de la operación diaria.

Tabla 10. Estructura de talento humano

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

Esta estructura es apropiada para una primera etapa, siempre que exista organización del trabajo.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Variedades América necesita una base técnica y física suficiente para prestar sus servicios con calidad. El parque solar es importante para sostener el funcionamiento de la impresora, el computador, el internet y la refrigeración de bebidas. El internet satelital es una parte esencial del servicio ofrecido. Los exhibidores y estanterías ayudarán a dar orden y visibilidad a los productos.

Tabla 11. Necesidades y requerimientos del negocio

Tipo	Requerimiento
Energía	Parque solar
Conectividad	Internet satelital
Refrigeración	Congeladores
Tecnología	Computador e impresora
Organización	Estanterías, mesas, sillas y exhibidores
Operación	Surtido inicial y consumibles de impresión

Además de los equipos, el negocio necesita orden en el inventario, control de ventas y buena atención al público.

13. VALOR DEL PROYECTO

El presupuesto disponible es de $5.000.000, pero al revisar la necesidad de equipos y surtido, esa cifra parece suficiente solo para una primera fase básica.

Tabla 12. Inversión estimada para el proyecto

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$2.500.000
Internet satelital e instalación	$1.500.000
Computador e impresora	$1.500.000
Congeladores	$1.500.000

Estanterías, exhibidores y mobiliario	$1.200.000
Surtido inicial	$1.500.000
Capital de trabajo	$600.000
Valor total estimado	**$10.300.000**

Tabla 13. Comparación entre presupuesto disponible y valor estimado del proyecto

Concepto	Valor
Presupuesto disponible	$5.000.000
Valor estimado del proyecto	$10.300.000
Brecha aproximada	**$5.300.000**

La recomendación es iniciar por fases: primero papelería, impresiones, conectividad y bebidas; después ampliar a ropa y mayor surtido.

14. PLAN OPERATIVO

El negocio funcionará con atención directa en sitio. En la mañana se organizará el punto, se revisará la impresora, el computador y el estado del surtido. Durante el día se atenderá a la comunidad, se realizarán impresiones, se venderán bebidas y se ofrecerá conectividad. En la tarde se hará reposición de productos y se revisará el inventario.

Tabla 14. Rutina diaria de operación

Momento	Actividad principal
Apertura	Limpieza, revisión de equipos y orden
Mañana	Venta de papelería, bebidas y primeras impresiones
Mediodía y tarde	Mayor atención a clientes, impresiones y ventas varias
Final de tarde	Reposición y revisión de inventario
Cierre	Caja, orden y limpieza

Semanalmente se debe revisar qué productos rotan mejor y cuáles requieren menor reposición.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de Variedades América es positivo porque acerca bienes y servicios difíciles de encontrar cerca. En lo social, mejora el acceso a papelería, impresiones, ropa básica, bebidas y conectividad. En lo territorial, fortalece la oferta comercial de Puerto Príncipe. En lo económico, genera una actividad que puede dinamizar el pequeño comercio local.

En un territorio rural del Vichada, donde el acceso a servicios básicos es limitado y la población enfrenta dificultades estructurales, este tipo de negocio puede convertirse en un apoyo práctico para la comunidad y para quienes transitan por la zona.

Tabla 15. Impactos esperados del proyecto

Tipo de impacto	Resultado esperado
Social	Más acceso a bienes y servicios básicos
Territorial	Fortalecimiento de la oferta local
Económico	Generación de ingresos y movimiento comercial
Comunitario	Apoyo práctico a vecinos y estudiantes

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, los turistas y las instituciones que eventualmente requieran el servicio. También existen actores institucionales importantes para la formalización, como la DIAN.

Tabla 16. Mapa de 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
Turistas y viajeros	Externo	Cliente ocasional
Instituciones	Externo	Posibles clientes o aliados
DIAN	Institucional	Referencia para RUT y facturación

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Variedades América es una idea de negocio pertinente para la inspección de Puerto Príncipe porque responde a una necesidad real del territorio: acercar papelería, impresiones, conectividad, ropa básica y bebidas a una comunidad rural que tiene limitada oferta de servicios cercanos. Su principal fortaleza está en reunir en un solo punto varios servicios útiles para la vida diaria, especialmente los relacionados con estudio, trámites, comunicación y abastecimiento básico.

El análisis también muestra que el negocio no debe comenzar con una expectativa equivocada sobre su costo real. Con el presupuesto disponible se puede iniciar una fase básica, pero no la versión completa del proyecto. La mejor estrategia es empezar por las líneas más útiles y de mayor demanda —papelería, impresiones, conectividad y bebidas— y luego ampliar a ropa y mayor surtido. Si se maneja con orden, buen servicio y control de gastos, Variedades América puede convertirse en un punto muy útil y reconocido para la comunidad de Puerto Príncipe.

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	Gisella Rojas Perez
TIENDA	Variedades America
FECHA	11/02/2026



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: 9-3-2026

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

Huella



RECIBE:

Firma: Gisela

Nombres: Gisela Rojas Perez

CC: 1730274769

OBSERVACIONES:

Jose Angel Jimenez Peña

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 Angel Jimenez Peña
TIENDA	Tienda El musico
FECHA	11/02/2026



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 Angel Jimenez Peña identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 7.275.352 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 Angel
Nombres: Jose Angel Jimenez Peña
CC: 7.275.352

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 Angel Jimenez Peña identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 7.275.352, 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 Principe a los 11 días del mes de febrero del año 2025.

RECIBE:

Firma: Jose Angel

Nombres: Jose Angel Jimenez Peña

CC: 7.275.352

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 11	MES 02	AÑO 2026		
Beneficiario	Jose Angel Jimenez Peña				
Cédula	7.275.352.	Sexo: ☐Mujer ☑Hombre			
Departamento:	Vichada	Municipio:	Cumaribo		
Vereda / Inspección:	Principe				
Dirección:	Centro	Teléfono de Contacto:	3213223479		

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: Monopolio Atención

Retos que enfrenta: Publicidad Financiamiento

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

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

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE VERIFICACIÓN

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

COMPROMISOS DE LA VISITA

Acciones acordadas en la visita	Formulación plan de accion
Compromisos del beneficiario:	Evaluación plan financiero y mercadeo.
Observaciones:	

Firma:
Jose Angel
Beneficiario: Jose Angel Jimenez
Cédula: 7275352

Firma:
Zurima S.H.
Profesional: Zurima Saldarriaga
Cédula: 1.124.482.237

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

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

Yo, Jose Angel Jimenez Peña, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 7.275.352 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 Principe a los 11 días del mes de febrero del año 2025.

RECIBE:

Huella



Firma: Jose Angel

Nombres: Jose Angel Jimenez Peña

CC: 7.275.352

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

TIENDA EL MÚSICO

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 Angel Jimenez Peña

EMPRENDEDOR

Ubicación: Inspección de Puerto Príncipe municipio de Cumaribo, departamento del Vichada, Colombia

FEBRERO DE 2026

1. PROBLEMA O NECESIDAD

Tienda El Músico nace para responder a una necesidad concreta del sector de Puerto Príncipe: contar con un lugar cercano donde la comunidad y las personas que transitan por la zona puedan acceder a hospedaje, alimentación, bebidas frías y conectividad sin tener que desplazarse largas distancias. En áreas rurales del Vichada, los tiempos de viaje y la dispersión territorial hacen que un negocio de este tipo no solo tenga valor comercial, sino también utilidad social.

La necesidad se entiende mejor si se observa el contexto: el municipio de Cumaribo tiene una gran extensión rural y Puerto Príncipe aparece reconocido oficialmente como inspección, mientras que el departamento presenta altos niveles de pobreza multidimensional rural. Esto significa que acercar servicios básicos como comida, internet y alojamiento puede mejorar de forma práctica la vida cotidiana de la comunidad y del tránsito por la vía.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales del negocio serían la comunidad de la vereda o inspección, los transportadores, las instituciones y los turistas o viajeros. La comunidad local sería el cliente más estable, porque puede demandar bebidas, desayunos, almuerzos, conectividad e incluso uso ocasional del hospedaje para visitantes o familiares.

Los transportadores representarían un grupo muy importante, porque suelen necesitar alimentación, bebidas y un lugar de descanso. Las instituciones pueden requerir compras puntuales o servicios de apoyo cuando desarrollen actividades en territorio. Por su parte, los turistas o viajeros de paso pueden demandar hospedaje, comidas y conectividad.

Tabla 1. Segmentación de clientes y necesidades

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia esperada
Comunidad local	Alimentación, bebidas, conectividad	Alta
Transportadores	Hospedaje, comida, bebidas, descanso	Media-alta
Instituciones	Compras puntuales o apoyo logístico	Media
Turistas o viajeros	Hospedaje, bebidas, alimentación, internet	Media

3. Competencia

Según la información entregada, existen otros comercios a aproximadamente 20 kilómetros. Entre ellos se identifican Darwin Lemus, con hospedaje, y Alberto Camacho, con desayunos y almuerzos. Esto muestra que sí hay oferta en la zona, pero separada por servicio.

La ventaja de Tienda El Músico está en reunir en un solo punto hospedaje, alimentación, bebidas y conectividad, además de apoyarse en la ubicación estratégica y en la calidad del servicio. En zonas rurales, esa combinación tiene mucho peso porque el cliente suele preferir resolver varias necesidades en un mismo lugar.

Tabla 2. Comparación de la competencia y ventajas

Competidor	Oferta principal	Diferencia frente a El Músico
Darwin Lemus	Hospedaje	No integra comida, bebidas y conectividad en la misma escala
Alberto Camacho	Desayunos y almuerzos	No integra hospedaje

4. IDEA DE NEGOCIO

Tienda El Músico es un emprendimiento rural orientado a funcionar como un punto integral de servicio en la inspección de Puerto Príncipe. Su idea principal es ofrecer hospedaje sencillo, alimentación básica, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, además de servicios de conectividad.

La propuesta busca atender tanto a la comunidad local como a las personas que se desplazan por la zona. No se trata solo de vender productos, sino de ofrecer un lugar útil para descansar, comer, conectarse y resolver necesidades inmediatas del camino.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

El negocio ofrecerá una línea de bebidas alcohólicas, una línea de bebidas no alcohólicas, un servicio de hospedaje, una oferta de desayunos y almuerzos, y un servicio de conectividad. Como supuesto razonable, el hospedaje se plantea inicialmente como una oferta sencilla, limpia y funcional, dirigida a personas de paso más que a estadías prolongadas.

La alimentación puede manejarse con un menú práctico y de buena rotación, basado en desayunos y almuerzos, que son precisamente los productos señalados en la información base. Esto facilita la operación y permite controlar mejor costos e inventarios.

Tabla 3. Líneas de productos y servicios

Línea	Productos o servicios
Bebidas alcohólicas	Cerveza y otras bebidas permitidas
Bebidas no alcohólicas	Agua, jugos, gaseosas, hidratantes
Hospedaje	Alojamiento básico y funcional
Alimentación	Desayunos y almuerzos
Conectividad	Servicio de internet

6. PROCESOS TÉCNICOS

El primer proceso técnico es el abastecimiento, es decir, la compra periódica de bebidas, alimentos, productos de aseo y demás insumos necesarios para sostener el restaurante y el hospedaje. El segundo proceso es la conservación, donde los congeladores, el parque solar y el internet satelital se vuelven claves para mantener bebidas frías, sostener conectividad y operar con mayor estabilidad.

El tercer proceso es la prestación del servicio. En alimentación implica preparación, servicio y limpieza. En hospedaje implica organización del espacio, aseo, cambio de lencería y control de ingreso. En conectividad implica acceso controlado al internet para clientes. Finalmente, está el control operativo, que incluye inventario, caja, limpieza y seguimiento de ventas.

Tabla 4. Procesos técnicos y operativos del negocio

Etapa	Actividad principal
Abastecimiento	Compra de bebidas, alimentos e insumos
Conservación	Refrigeración, almacenamiento y orden
Atención	Venta directa y servicio al cliente
Hospedaje	Registro, aseo y control del alojamiento
Conectividad	Acceso a internet
Control	Caja, inventario y limpieza

7. REQUISITOS LEGALES

En este negocio hay tres frentes legales importantes: formalización comercial, alimentos y hospedaje. En materia tributaria, la DIAN informa que para usar el sistema de facturación electrónica se requiere estar inscrito en el RUT, contar con software de facturación electrónica y disponer de certificado de firma digital. La misma DIAN ofrece una alternativa de facturación gratuita para quienes deban cumplir esta obligación. Asimismo, tal como fue solicitado, en este plan se deja constancia de que se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica.

En cuanto al hospedaje, el Ministerio de Comercio indica que el Registro Nacional de Turismo (RNT) es el mecanismo de identificación y regulación de los prestadores de servicios turísticos, y advierte que prestar servicios turísticos sin inscripción previa puede dar lugar a sanciones y a la clausura del establecimiento. Además, para los prestadores de servicios de alojamiento turístico es obligatoria la Tarjeta de Registro de Alojamiento (TRA), que es el sistema dispuesto por el Ministerio para llevar el registro de huéspedes.

En la parte sanitaria, al vender alimentos y bebidas, el negocio debe observar buenas prácticas de higiene, almacenamiento y manipulación. El INVIMA contempla en sus manuales de inspección sanitaria a los expendios de alimentos y bebidas, lo que refuerza la necesidad de mantener limpieza, orden y conservación adecuada.

Tabla 5. Requisitos legales y administrativos del proyecto

Requisito o acción	Finalidad
RUT	Identificación tributaria del negocio
Organización para facturación electrónica, si aplica	Cumplimiento tributario
Buenas prácticas sanitarias	Manejo adecuado de alimentos y bebidas
RNT	Operación legal del hospedaje turístico

TRA	Registro obligatorio de huéspedes
Asistencia técnica brindada	Orientación sobre formalización, RUT y facturación

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El canal principal será la venta directa en sitio, porque la ubicación del negocio y el tipo de servicio hacen que la atención presencial sea la forma más natural de operación. En el caso del hospedaje, el cliente debe llegar al establecimiento; en el caso de la comida y las bebidas, la compra también será mayoritariamente inmediata.

El segundo canal será el voz a voz, que en una inspección rural tiene mucho peso. Si el negocio ofrece buena atención, comida de calidad y un hospedaje limpio, será recomendado rápidamente por la misma comunidad y por los transportadores.

El tercer canal puede ser el encargo o reserva previa, especialmente para hospedaje o alimentación de grupos pequeños, si el emprendimiento logra organizarse mejor con el tiempo.

9. Proyección de ventas

La proyección base suministrada es de $700.000 por semana, es decir, aproximadamente $2.800.000 mensuales. El precio promedio informado de $180.000 parece corresponder más a un consumo por grupo, a una noche de hospedaje o a una compra combinada, no a una compra simple individual. Por eso, para este plan se plantean tres escenarios.

Tabla 6. Escenarios de proyección de ventas

Escenario	Venta semanal	Venta mensual estimada
Conservador	$700.000	$2.800.000
Medio	$1.100.000	$4.400.000
Fortalecido	$1.600.000	$6.400.000

Como supuesto de trabajo, el escenario conservador corresponde al inicio. El escenario medio sería más realista si el negocio logra una ocupación básica del hospedaje y una salida constante de desayunos, almuerzos y bebidas. El escenario fortalecido dependería de una mejor reputación y de mayor flujo de viajeros.

Tabla 7. Participación estimada por línea de negocio

Línea	Participación estimada
Hospedaje	35%
Alimentación	30%
Bebidas	25%
Conectividad y otros	10%

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales se relacionan con los equipos y recursos del punto 10: parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas y surtido. Sin embargo, también deben proyectarse los gastos mensuales de funcionamiento.

Tabla 8. Gastos mensuales estimados de operación

Concepto	Valor estimado
Reposición de bebidas y surtido	$700.000
Insumos de alimentación	$900.000
Internet satelital	$250.000
Apoyo del ayudante	$1.000.000
Aseo, lencería y mantenimiento	$350.000
Gas, energía complementaria e imprevistos	$300.000
Total mensual estimado	**$3.500.000**

Tabla 9. Resultado financiero por escenario de ventas

Escenario	Venta mensual	Gastos mensuales	Resultado aproximado
Conservador	$2.800.000	$3.500.000	-$700.000
Medio	$4.400.000	$3.500.000	$900.000
Fortalecido	$6.400.000	$3.500.000	$2.900.000

Esto muestra que el negocio necesita superar el escenario mínimo para mantenerse con mayor tranquilidad financiera.

11. TALENTO HUMANO

La estructura humana propuesta es sencilla: dueño y ayudante. El dueño se encargará de la administración, el manejo del dinero, la supervisión del hospedaje y la atención principal. El ayudante apoyará la limpieza, el orden, la atención al público y el servicio de comidas.

Tabla 10. Estructura de talento humano

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

En caso de aumento de la demanda, podría requerirse apoyo ocasional en cocina o aseo.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Tienda El Músico necesita una base física mínima para operar con calidad. El parque solar es importante para garantizar continuidad en refrigeración y conectividad. El internet satelital es parte del servicio ofrecido. Los congeladores permiten conservar bebidas y algunos alimentos. El computador facilita el control del negocio. Además, se necesitan mesas, sillas, estanterías y surtido.

A esto se suma un requerimiento no explicitado en la lista, pero lógico por la naturaleza del negocio: el área de hospedaje debe contar con condiciones básicas de orden, descanso y aseo para que el servicio sea aceptable.

Tabla 11. Necesidades y requerimientos del negocio

Tipo	Requerimiento
Energía	Parque solar
Conectividad	Internet satelital
Refrigeración	Congeladores
Tecnología	Computador
Atención	Mesas, sillas y estanterías
Operación	Surtido inicial
Hospedaje	Espacio limpio, ordenado y funcional

13. VALOR DEL PROYECTO

El presupuesto disponible informado es de $6.000.000, pero al revisar el alcance del negocio, esa cifra parece suficiente solo para una primera fase básica, no para una implementación completa con hospedaje bien dotado.

Tabla 12. Inversión estimada para el proyecto

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$2.500.000
Internet satelital e instalación	$1.500.000
Congeladores	$2.000.000
Computador	$800.000
Mesas, sillas y estanterías	$1.200.000
Adecuación básica de hospedaje	$1.500.000
Surtido inicial	$1.200.000
Capital de trabajo	$700.000
Valor total estimado	**$11.400.000**

Tabla 13. Comparación entre presupuesto disponible y valor estimado del proyecto

Concepto	Valor
Presupuesto disponible	$6.000.000
Valor estimado del proyecto	$11.400.000
Brecha aproximada	**$5.400.000**

La recomendación es iniciar por etapas: primero bebidas, comida y conectividad, y luego fortalecer el componente de hospedaje.

14. PLAN OPERATIVO

El negocio funcionará con atención directa en sitio. En la mañana se hará limpieza, revisión de habitaciones o espacios de hospedaje, organización de bebidas y alistamiento de la cocina. Durante el día se atenderá a la comunidad y a viajeros. En la tarde y noche se concentrará buena parte del servicio de hospedaje y de comida.

Tabla 14. Rutina diaria de operación

Momento	Actividad principal
Apertura	Limpieza, orden y revisión del punto
Mañana	Preparación de desayunos y atención temprana
Mediodía	Almuerzos y ventas de bebidas
Tarde	Atención a viajeros y conectividad
Noche	Hospedaje y cierre parcial
Cierre	Caja, aseo y verificación del alojamiento

Semanalmente se debe revisar la ocupación, la venta de alimentos y la rotación de bebidas.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de Tienda El Músico es positivo en varios niveles. En lo social, acerca bienes y servicios que hoy son de difícil acceso para la comunidad. En lo territorial, mejora la atención al tránsito y al viajero en la inspección. En lo económico, abre una oportunidad de ingreso local y de dinamización comercial.

Además, el componente de hospedaje le da un valor especial, porque no solo abastece, sino que ofrece una solución práctica a personas que deban pasar la noche o resolver necesidades de descanso y alimentación en el camino.

Tabla 15. Impactos esperados del proyecto

Tipo de impacto	Resultado esperado
Social	Más acceso a bienes y servicios básicos
Territorial	Mejor atención al tránsito y a la inspección
Económico	Generación de ingresos y movimiento comercial
Comunitario	Apoyo práctico a vecinos y viajeros

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 o viajeros. También existen actores institucionales importantes, como la DIAN, el Ministerio de Comercio por el RNT y la TRA, y la autoridad sanitaria territorial.

Tabla 16. Mapa de 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 clientes o aliados
Turistas y viajeros	Externo	Cliente ocasional
DIAN	Institucional	Referencia para RUT y facturación
MINCIT / RNT / TRA	Institucional	Referencia para hospedaje turístico
Autoridad sanitaria	Institucional	Referencia para alimentos y bebidas

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Tienda El Músico es una idea de negocio pertinente para la inspección de Puerto Príncipe porque responde a una necesidad real del territorio: acercar hospedaje, alimentación, bebidas y conectividad a una zona donde la oferta es limitada y las distancias complican la vida diaria. Su mayor fortaleza está en combinar varios servicios en un solo punto y en aprovechar una ubicación estratégica dentro del municipio de Cumaribo.

El análisis también muestra que el proyecto puede ser viable, pero debe organizarse por etapas. El hospedaje exige formalización específica, la alimentación requiere orden sanitario y la parte financiera muestra que el negocio necesita crecer más allá del nivel mínimo de ventas para sostenerse bien. Si se implementa con limpieza, orden, buena atención y pasos claros de legalización, Tienda El Músico puede convertirse en un punto útil y reconocido para la comunidad y para quienes transitan por 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.

Jose Angel

Jose Angel Jimenez Peña
Emprendedor

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	Jose Angel Jimenez Peña
TIENDA	Tienda El musico
FECHA	11/02/2026



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: 10 - 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: José Angel Jimenez

Nombres: José Angel Jimenez

CC: 7275352

OBSERVACIONES:

Rosalba Torres Lemus

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	Rosalba Torres Lemus
TIENDA	Variedades Antonela
FECHA	12/02/2026



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

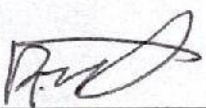
En el desarrollo del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, suscrito entre la **FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA** y **ASOSUPRO**, y como parte del proceso de fortalecimiento de capacidades logísticas y de emprendimiento de pequeños tenderos rurales, se firma la presente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

Yo, Rosalba Torres Lemus identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 40.374.698 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: Rosalba Torres Lemus

CC: 40.374.698

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, Rosalba Torres Lemus identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 40374698, 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 Principe a los 12 días del mes de febrero del año 2026.

RECIBE:

Firma: _____

Nombres: Rosalba Torres Lemus

CC: 40374698

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 12	MES 02	AÑO 2026		
Beneficiario	Rosalba Torres Lemus				
Cédula	40.374.698	Sexo: ☐Mujer ☑Hombre			
Departamento:	Vichada	Municipio:	Cumaribo		
Vereda / Inspección:	Principe				
Dirección:	Via caño	Teléfono de Contacto:	3502658946		

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 Precios	Documentos que posee: ☐ RUT ☐ Cámara de Comercio ☐ Certificado de uso de suelos	¿Desea apoyo para formalizar su tienda? ☑ Sí ☐ No
Retos que enfrenta: Conocimiento 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	Plan publicitario
Compromisos del beneficiario:	Plan de capacitacion
Observaciones:	Plan de acción

Firma:
Beneficiario: Rosalba Torres
Cédula: 40374698

Firma:
Profesional: Zurima Saldarriaga
Cédula: 1.124.489.237

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, Rosalba Torres Lemus, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 40374.698 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 Principe a los 12 días del mes de febrero del año 2026.

RECIBE:

Firma: _____

Nombres: Rosalba Torres Lemus

CC: 40.374.698

Huella



OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

VARIEDADES ANTONELA

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

Emprendedora: Rosalba Torres Lemus

EMPRENDEDORA

Ubicación: Inspección de Puerto Príncipe , municipio de Cumaribo, departamento del Vichada, Colombia

FEBRERO DE 2026

1. PROBLEMA O NECESIDAD

Variedades Antonela surge para responder a una necesidad concreta del sector de Puerto Príncipe: la falta de un punto cercano donde la comunidad y las personas que transitan por la zona puedan acceder, en un mismo lugar, a mercado, ropa, bebidas frías, conectividad y alojamiento. En territorios rurales del Vichada, las distancias entre un comercio y otro hacen que resolver necesidades sencillas implique más tiempo, más gasto y menos oportunidad, especialmente cuando se trata de productos de uso diario o servicios urgentes.

La necesidad no es solo comercial. También es práctica y social. La comunidad requiere un lugar donde pueda conseguir bienes básicos sin desplazarse varios kilómetros, mientras que los transportadores y viajeros necesitan un sitio donde comprar bebidas, hacer una parada, conectarse a internet y, si es necesario, hospedarse. En un departamento con alta pobreza multidimensional rural, este tipo de negocio puede cumplir una función útil para la vida cotidiana y para el tránsito por la vía.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales serían la comunidad de la vereda o inspección, los transportadores y los turistas o viajeros. La comunidad local sería la clientela más estable, ya que puede demandar mercado, ropa básica, bebidas y conectividad de manera frecuente. Los transportadores tendrían un peso importante porque suelen necesitar compras rápidas, bebidas frías, descanso y, en ciertos casos, hospedaje. Los turistas o viajeros representarían una demanda complementaria, especialmente en bebidas, conectividad y alojamiento.

Tabla 1. Segmentación de clientes y necesidades

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia esperada
Comunidad local	Mercado, ropa, bebidas, internet	Alta
Transportadores	Bebidas, descanso, hospedaje, conectividad	Media-alta
Turistas o viajeros	Bebidas, internet, alojamiento, compras rápidas	Media

Esta mezcla de clientes favorece al negocio porque le da una base local constante y, al mismo tiempo, ingresos por tránsito.

3. COMPETENCIA

La competencia identificada se encuentra aproximadamente a 20 kilómetros. Según la información suministrada, Camila Mánceres ofrece ropa y Gabriel Núñez ofrece desayunos y almuerzos. Esto muestra que sí existen negocios cercanos, pero no necesariamente uno que reúna en el mismo punto ropa, mercado, bebidas, conectividad y hospedaje.

La diferencia de Variedades Antonela estaría en tres aspectos: la ubicación estratégica, la calidad del servicio y la variedad de productos. En zonas rurales, la integralidad del servicio puede ser una ventaja mayor que el precio, porque el cliente prefiere resolver varias necesidades en un solo lugar.

Tabla 2. Comparación de la competencia y ventajas

Competidor	Oferta principal	Diferencia frente a Variedades Antonela
Camila Mánceres	Ropa	Menor diversidad de líneas de negocio
Gabriel Núñez	Desayunos y almuerzos	No integra hospedaje, ropa y mercado

4. IDEA DE NEGOCIO

Variedades Antonela es un emprendimiento rural pensado para funcionar como un punto integral de comercio y servicio en la inspección de Puerto Príncipe. La idea es reunir en un solo lugar productos de consumo diario, ropa básica, bebidas frías, servicio de conectividad y un hospedaje sencillo, útil para la comunidad y para las personas de paso.

La propuesta no busca ser solo una tienda. Busca convertirse en un sitio práctico, donde la gente pueda comprar lo necesario, resolver una necesidad puntual de internet y, si hace falta, pasar la noche. Eso le da al negocio una utilidad mayor dentro del territorio y lo convierte en un apoyo real para la vida diaria del sector.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

El negocio ofrecerá varias líneas de productos y servicios. La primera línea será de bebidas alcohólicas, especialmente para consumo de paso o venta controlada en el establecimiento. La segunda línea será de bebidas no alcohólicas, como agua, gaseosas y jugos. La tercera línea será de ropa, entendida como prendas básicas y de alta salida local. La cuarta línea será de mercado, con productos de consumo frecuente. La quinta línea será de servicios de hospedaje, y la sexta línea de servicios de conectividad.

Tabla 3. Líneas de productos y servicios

Línea	Productos o servicios
Bebidas alcohólicas	Cerveza y otras bebidas permitidas
Bebidas no alcohólicas	Agua, jugos, gaseosas
Ropa	Prendas básicas y de uso frecuente
Mercado	Productos de consumo diario
Hospedaje	Alojamiento sencillo
Conectividad	Servicio de internet

La combinación de estas líneas hace que el negocio pueda generar ingresos tanto por ventas rápidas como por servicios de mayor valor, como el hospedaje.

6. PROCESOS TÉCNICOS

El primer proceso técnico es el abastecimiento, es decir, la compra periódica de bebidas, mercado, ropa y suministros para el alojamiento. El segundo proceso es la conservación y exhibición. Aquí los congeladores serán necesarios para mantener frías las bebidas, mientras que los exhibidores y estanterías ayudarán a presentar bien la ropa y el mercado.

El tercer proceso es la prestación del servicio. En el área comercial implica atención directa en sitio. En el área de hospedaje implica limpieza, control de habitaciones o espacios, cambio de elementos básicos y registro del cliente. En conectividad implica acceso a internet y apoyo básico al usuario. El cuarto proceso es el control operativo, que comprende inventario, caja, aseo y revisión de la rotación de productos.

Como apoyo técnico, el parque solar y el internet satelital son razonables para un negocio rural que depende de refrigeración, servicio al público y conectividad.

7. REQUISITOS LEGALES

En el aspecto legal, este negocio debe considerar tres frentes: formalización comercial, cumplimiento tributario y requisitos del hospedaje. La DIAN señala que para utilizar el sistema de facturación electrónica se requiere estar inscrito en el RUT, contar con software de facturación electrónica y disponer de certificado de firma digital. También ofrece una opción de facturación gratuita para quienes deban cumplir con esa obligación. Por eso, en este plan se deja constancia de que se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica.

En lo relacionado con el hospedaje, el Ministerio de Comercio indica que el Registro Nacional de Turismo (RNT) es un requisito previo y obligatorio para el funcionamiento de los prestadores de servicios turísticos y que debe renovarse anualmente entre el 1 de enero y el 31 de marzo. Además, para los prestadores de servicios de alojamiento turístico es obligatoria la Tarjeta de Registro de Alojamiento (TRA), mediante la cual se lleva el registro de los huéspedes.

Como el negocio también venderá bebidas y posiblemente productos básicos de consumo, debe mantener condiciones mínimas de orden, limpieza y almacenamiento adecuado. Aunque no se trata de un restaurante completo, la atención al público y la conservación de bebidas exige buenas prácticas básicas.

Tabla 4. Requisitos legales y administrativos

Requisito o acción	Finalidad
RUT	Identificación tributaria del negocio
Organización para facturación electrónica, si aplica	Cumplimiento tributario
RNT	Operación legal del hospedaje turístico
TRA	Registro obligatorio de huéspedes
Buenas prácticas de orden e higiene	Atención adecuada al público
Asistencia técnica brindada	Orientación sobre formalización, RUT y facturación

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización será la venta directa en sitio, porque la ubicación estratégica del negocio es uno de sus mayores activos. El cliente llega, compra mercado, ropa o bebidas, utiliza internet o toma el servicio de hospedaje.

El segundo canal será el voz a voz, muy importante en zonas rurales. Un negocio que ofrece buena atención, hospedaje limpio y surtido útil se posiciona rápido entre la comunidad y los transportadores. El tercer canal puede ser la reserva o encargo previo, especialmente para hospedaje, compras específicas de ropa o mercado.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

La proyección base entregada es de $500.000 por semana, es decir, unos $2.000.000 mensuales. El precio promedio de $90.000 parece corresponder más a una compra combinada o a una noche de hospedaje, no a una compra simple individual. Por eso, se plantean tres escenarios.

Tabla 5. Escenarios de proyección de ventas

Escenario	Venta semanal	Venta mensual estimada
Conservador	$500.000	$2.000.000
Medio	$900.000	$3.600.000
Fortalecido	$1.400.000	$5.600.000

Como supuesto de trabajo, el escenario conservador corresponde al arranque. El escenario medio sería más realista si el negocio logra una salida estable de bebidas, mercado y algunas noches de hospedaje. El escenario fortalecido dependería de una mejor ocupación y reputación.

Tabla 6. Participación estimada por línea de negocio

Línea	Participación estimada
Hospedaje	30%
Mercado	20%
Ropa	20%
Bebidas	20%
Conectividad y otros	10%

Esta mezcla permite que el negocio no dependa solo de una venta de paso, sino de varias fuentes de ingreso.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales se relacionan con los equipos y recursos señalados: parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas, exhibidores y surtido. Sin embargo, para una lectura realista también se proyectan gastos de funcionamiento.

Tabla 7. Gastos mensuales estimados de operación

Concepto	Valor estimado
Reposición de bebidas y mercado	$700.000
Compra de ropa y reposición de surtido	$600.000
Internet satelital	$250.000
Apoyo del ayudante	$1.000.000
Aseo, lencería básica y mantenimiento	$300.000
Imprevistos y operación general	$250.000
Total mensual estimado	**$3.100.000**

Tabla 8. Resultado financiero por escenario de ventas

Escenario	Venta mensual	Gastos mensuales	Resultado aproximado
Conservador	$2.000.000	$3.100.000	-$1.100.000
Medio	$3.600.000	$3.100.000	$500.000
Fortalecido	$5.600.000	$3.100.000	$2.500.000

Esto indica que el negocio necesita superar el escenario mínimo para lograr sostenibilidad.

11. TALENTO HUMANO

La estructura propuesta es sencilla: dueño y ayudante. El dueño asumiría la administración, el manejo del dinero, la organización del hospedaje y la supervisión del negocio. El ayudante apoyaría la atención al cliente, la limpieza, el orden del surtido y parte del manejo operativo.

Tabla 9. Estructura de talento humano

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

En caso de aumento de demanda, podría requerirse apoyo ocasional, especialmente para el aseo del hospedaje.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Variedades Antonela requiere una base física suficiente para funcionar bien. El parque solar es importante para sostener la refrigeración y la conectividad. El internet satelital es una parte esencial del servicio ofrecido. Los congeladores ayudan a mantener bebidas frías. El computador apoya el control y la conectividad. Los exhibidores y estanterías son fundamentales para organizar ropa, mercado y otros productos.

Tabla 10. Necesidades y requerimientos del negocio

Tipo	Requerimiento
Energía	Parque solar
Conectividad	Internet satelital
Refrigeración	Congeladores
Tecnología	Computador
Organización	Estanterías, exhibidores, mesas y sillas
Operación	Surtido inicial
Hospedaje	Espacio limpio, ordenado y funcional

Además, el negocio necesitará elementos básicos de lencería, limpieza y organización para prestar un hospedaje aceptable.

13. VALOR DEL PROYECTO

El presupuesto disponible informado es de $8.000.000, pero al revisar el alcance del negocio, esa cifra parece suficiente solo para una primera etapa, no para una implementación completa con hospedaje bien adecuado.

Tabla 11. Inversión estimada para el proyecto

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$2.500.000
Internet satelital e instalación	$1.500.000
Congeladores	$2.000.000
Computador	$800.000
Estanterías, exhibidores, mesas y sillas	$1.500.000
Adecuación básica para hospedaje	$1.800.000
Surtido inicial	$1.500.000
Capital de trabajo	$700.000
Valor total estimado	**$12.300.000**

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

Concepto	Valor
Presupuesto disponible	$8.000.000
Valor estimado del proyecto	$12.300.000
Brecha aproximada	**$4.300.000**

La recomendación es iniciar por fases, comenzando por bebidas, mercado, conectividad y ropa, y luego fortalecer el componente de hospedaje.

14. PLAN OPERATIVO

El negocio funcionará con atención directa en sitio. En la mañana se hará limpieza, revisión de bebidas, orden del surtido y verificación del alojamiento. Durante el día se atenderá a la comunidad y

a personas de paso. En la tarde se reforzará la venta de ropa, mercado y bebidas, y se preparará el área de hospedaje para la noche.

Tabla 13. Rutina diaria de operación

Momento	Actividad principal
Apertura	Limpieza, orden y revisión del punto
Mañana	Venta de mercado, bebidas y primeros servicios
Mediodía y tarde	Mayor atención a clientes y reposición
Final de tarde	Organización del hospedaje y cierre parcial
Cierre	Caja, aseo y revisión del alojamiento

Semanalmente se debe revisar la salida de cada línea de producto y la ocupación del hospedaje.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de Variedades Antonela es positivo porque acerca bienes y servicios de difícil acceso a la comunidad. En lo social, mejora la disponibilidad de mercado, ropa, bebidas y conectividad. En lo territorial, fortalece la oferta de Puerto Príncipe como punto de apoyo al tránsito y a la vida comunitaria. En lo económico, crea una oportunidad de ingreso local y puede dinamizar el comercio del sector.

Además, el hospedaje aporta un valor extra, porque no solo abastece, sino que también ofrece una solución práctica para quienes deben pasar la noche o requieren descanso en el camino.

Tabla 14. Impactos esperados del proyecto

Tipo de impacto	Resultado esperado
Social	Más acceso a bienes y servicios básicos
Territorial	Mejor atención al tránsito y a la comunidad
Económico	Generación de ingresos y movimiento local
Comunitario	Punto útil para vecinos y viajeros

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, los turistas y las instituciones que eventualmente requieran el servicio. También participan actores institucionales relevantes para la formalización y para la operación del hospedaje.

Tabla 15. Mapa de 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
Turistas y viajeros	Externo	Cliente ocasional
Instituciones	Externo	Posibles clientes o aliados
DIAN	Institucional	Referencia para RUT y facturación
MINCIT / RNT / TRA	Institucional	Referencia para hospedaje turístico

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Variedades Antonela es una idea de negocio pertinente para la inspección de Puerto Príncipe porque responde a una necesidad real del territorio: acercar mercado, ropa, bebidas, conectividad y hospedaje a una zona donde la oferta es limitada y las distancias siguen siendo una dificultad. Su mayor fortaleza está en combinar varias líneas útiles en un solo punto, con una propuesta práctica para comunidad y viajeros.

El análisis también muestra que el negocio no debe empezar con una idea equivocada sobre su costo real. Con el presupuesto disponible puede iniciarse una fase básica, pero no una implementación completa del modelo. La mejor estrategia es crecer por etapas, comenzar por las líneas más viables y fortalecer luego el hospedaje con mayor orden y formalización. Si eso se logra, Variedades Antonela puede convertirse en un punto muy útil y reconocido para la comunidad de Puerto Príncipe.

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.

Rosalba Torres Lemus
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	Rosalba Torres Lemus
TIENDA	Variedades Antonela
FECHA	12/02/2026



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: 11-03-2026

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

Huella

RECIBE:

Firma:
Nombres: Rosalba Forero
CC: 40374698

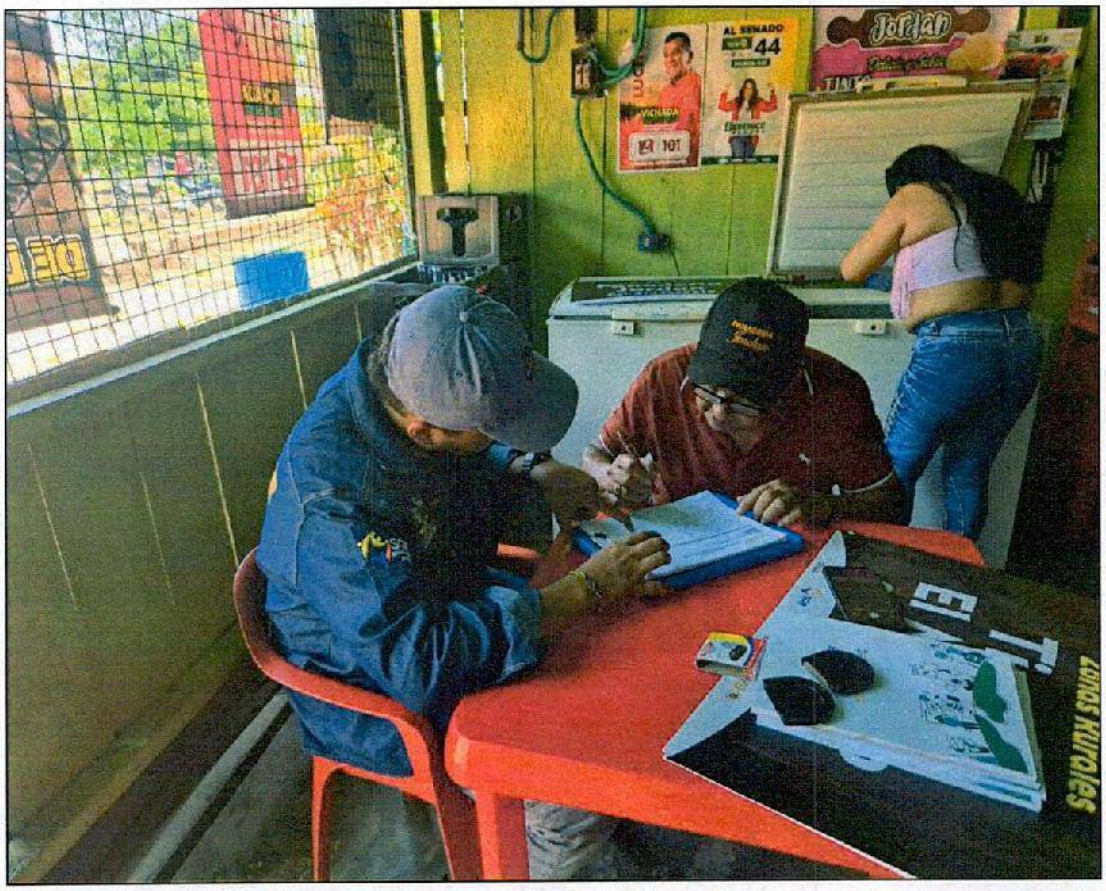


OBSERVACIONES:

Luis Dency de Jose Romero

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	Luis Dency de Jose Romero
TIENDA	Panaderia Jordan
FECHA	12/02/2026



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, Luis Dency de Jose Romero identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 74.846.331 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: Luis Dency de Jose Romero

CC: 74.846.331

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, Luis Dency de Jose Romero identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 74.846.331, 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 Principe a los 12 días del mes de febrero del año 2026.

RECIBE:

Firma: 

Nombres: Luis Dency de Jose Romero

CC: 74.846.331

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 12	MES 02	AÑO 2026		
Beneficiario	Luis Dency de Jose Romero				
Cédula	74.846.331	Sexo: ☐Mujer ☑Hombre			
Departamento:	Vichada	Municipio:	Cumaribo		
Vereda / Inspección:	Principe				
Dirección:	Centro	Teléfono de Contacto:	314436.9619		

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: Monopolio Ubicacion

Retos que enfrenta: Financiacion Logistica

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

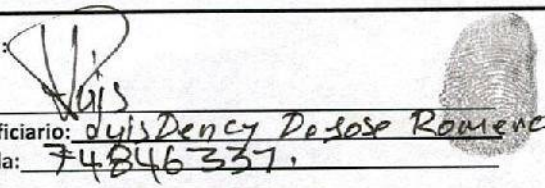
¿Desea apoyo para formalizar su tienda?
- ☑ Sí
- ☐ No

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 Plan Logistico
Compromisos del beneficiario:	Plan de accion
Observaciones:	Plan de financiamiento

Firma: 

Beneficiario: LuisDency De Jose Romero
Cédula: 74846331.

Firma: Zurima S H

Profesional: Zurima Salamanca
Cédula: 1.124.489.237

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, Luis Dency de Jose Romero, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 74.846.331 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 Principe a los 12 días del mes de febrero del año 2026.

RECIBE:

Firma: _____

Nombres: Luis Dency de Jose Romero

CC: 74.846.331

Huella



OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

PANADERÍA JORDAN

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: Luis Dency de Jose Romero

EMPRENDEDOR

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

FEBRERO DE 2026

GOBERNACIÓN DE VICHADA SGR ASOSUPRO fundacion servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

Panadería Jordan surge para responder a una necesidad real del sector de Puerto Príncipe: contar con un punto cercano donde la comunidad y las personas que transitan por la zona puedan encontrar productos de panadería, bebidas frías, mercado básico y conectividad, sin tener que recorrer largas distancias. En áreas rurales de Cumaribo, la dispersión geográfica y la baja oferta de servicios hacen que conseguir productos frescos y de consumo diario implique más tiempo, más gasto y menor oportunidad de compra.

La necesidad no es solo comercial. También es práctica y social. La población requiere un lugar donde pueda resolver compras rápidas, adquirir pan fresco, bebidas y algunos productos básicos, además de acceder a internet para tareas cotidianas. Para los transeúntes del sector, especialmente transportadores y viajeros, resulta útil encontrar un sitio confiable donde comprar algo listo para consumir y continuar su recorrido.

En ese sentido, el negocio no solo busca vender, sino convertirse en un punto de apoyo para la comunidad y para la movilidad del sector.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales serían la comunidad de la inspección, los transportadores y los turistas o viajeros. La comunidad local sería el grupo más estable, porque puede comprar pan, bebidas, mercado y usar los servicios de conectividad de manera frecuente. Los transportadores serían un cliente importante por la necesidad de compras rápidas, bebidas frías y alimentos de consumo inmediato. Los turistas o viajeros, aunque con menor frecuencia, también pueden demandar bebidas, panificados, mercado básico o internet.

Tabla 1. Segmentación de clientes y necesidades

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia esperada
Comunidad local	Pan, bebidas, mercado, conectividad	Alta
Transportadores	Panificados, bebidas frías, compras rápidas	Media-alta
Turistas o viajeros	Bebidas, panadería, conectividad	Media

Esta mezcla favorece al negocio porque combina una demanda diaria estable con ventas de paso.

3. COMPETENCIA

Según la información entregada, existen comercios cercanos aproximadamente a 20 kilómetros. Se identifican como competidores Cristofer Triana, con panadería y pastelería, y Esteban Escorcia, con licores. Esto muestra que sí hay oferta en la zona, pero no necesariamente un establecimiento que reúna en el mismo punto panadería, bebidas, mercado y conectividad.

Panadería Jordan puede diferenciarse por tres aspectos: ubicación estratégica, calidad del servicio y calidad de producción. En un contexto rural, la calidad del pan y la regularidad del servicio pesan

mucho, porque el cliente tiende a regresar al negocio que le garantiza producto fresco y atención cumplida.

Tabla 2. Comparación de la competencia y ventajas

Competidor	Oferta principal	Diferencia frente a Panadería Jordan
Cristofer Triana	Panadería y pastelería	Competencia directa en panificados
Esteban Escorcia	Licores	Menor integralidad de productos

4. IDEA DE NEGOCIO

Panadería Jordan es un emprendimiento rural orientado a la producción y comercialización de productos panificados, complementados con bebidas alcohólicas y no alcohólicas, mercado básico y servicio de conectividad. Su objetivo es atender a la comunidad de la inspección de Puerto Príncipe y a las personas que transitan por la zona.

La idea principal es aprovechar la demanda diaria de pan y productos frescos, que suelen ser de alta rotación, y combinarla con una oferta de bebidas y mercado que aumente el ticket promedio por cliente. A esto se suma el servicio de internet, que puede ser muy útil para la comunidad en temas escolares, familiares o de trámites.

No se trata solo de vender pan. Se trata de montar un negocio práctico, útil y bien ubicado, que permita resolver varias necesidades en un mismo lugar.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

La oferta del negocio se concentrará en cinco líneas principales:

1. bebidas alcohólicas,
2. bebidas no alcohólicas,
3. mercado básico,
4. productos panificados,
5. servicio de conectividad.

Como supuesto razonable, los productos panificados pueden incluir pan tradicional, pan de queso, panes dulces, panes salados y algunas preparaciones sencillas de pastelería o amasijos, dependiendo de la capacidad de producción del negocio.

Tabla 3. Líneas de productos y servicios

Línea	Productos o servicios
Bebidas alcohólicas	Cerveza y otras bebidas permitidas
Bebidas no alcohólicas	Agua, jugos, gaseosas, hidratantes
Mercado	Productos básicos de consumo diario
Panificación	Pan tradicional, panes especiales y productos frescos

Conectividad	Servicio de internet

Esta estructura le permite al negocio combinar productos de alta rotación con otros de apoyo al consumo diario.

6. PROCESOS TÉCNICOS

El primer proceso técnico es el abastecimiento, que comprende la compra de harina, levadura, azúcar, grasas, huevos, bebidas, productos de mercado y otros insumos para la operación del negocio. La calidad de las materias primas será fundamental para garantizar buena producción y fidelizar clientes.

El segundo proceso es la producción. Aquí el horno industrial será el equipo central. El proceso incluye mezclado, amasado, fermentación, horneado, enfriamiento y exhibición. La calidad de producción, que se plantea como una ventaja competitiva, dependerá de la constancia en estos pasos y del cuidado en la presentación del producto.

El tercer proceso es la conservación y exhibición. Los congeladores ayudarán a mantener bebidas frías, mientras que las vitrinas permitirán mostrar los productos panificados y protegerlos del ambiente. El cuarto proceso es la atención al cliente, que será directa en sitio. Finalmente, el quinto proceso es el control operativo, que incluye inventario, limpieza, manejo de caja y revisión de ventas.

Tabla 4. Procesos técnicos y operativos del negocio

Etapa	Actividad principal
Abastecimiento	Compra de materias primas, bebidas y surtido
Producción	Amasado, fermentación, horneado y acabado
Conservación	Refrigeración y exhibición
Atención	Venta directa y servicio al cliente
Control	Inventario, caja, limpieza y reposición

7. REQUISITOS LEGALES

En la parte legal, Panadería Jordan debe considerar principalmente la formalización tributaria y las condiciones sanitarias de expendio de alimentos. La DIAN informa que para usar el sistema de facturación electrónica se requiere estar inscrito en el RUT, contar con software de facturación electrónica y disponer de certificado de firma digital. También ofrece una opción de facturación gratuita para quienes deban cumplir esta obligación.

Tal como fue solicitado, en este plan se deja constancia de que se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica. Esta orientación es importante porque le permite al emprendedor comprender mejor los pasos básicos para organizar su negocio y avanzar en legalidad.

En materia sanitaria, el INVIMA cuenta con manuales de inspección, vigilancia y control sanitario para la preparación, almacenamiento, comercialización y expendio de alimentos y bebidas. Esto significa que, aunque el negocio sea pequeño, debe cuidar la limpieza del área de trabajo, la manipulación adecuada de materias primas, la protección del producto terminado y el almacenamiento correcto.

Tabla 5. Requisitos legales y administrativos del proyecto

Requisito o acción	Finalidad
RUT	Identificación tributaria del negocio
Organización para facturación electrónica, si aplica	Cumplimiento tributario
Buenas prácticas sanitarias	Manejo adecuado de alimentos y bebidas
Asistencia técnica brindada	Orientación sobre formalización, RUT y facturación

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El canal principal será la venta directa en sitio, porque la naturaleza del pan fresco favorece el consumo inmediato y la compra diaria. En zonas rurales, este canal suele ser el más fuerte.

El segundo canal será el voz a voz, que es especialmente importante en comunidades pequeñas. Si el negocio logra posicionarse por calidad de pan, cumplimiento y buena atención, la recomendación entre vecinos será una herramienta muy fuerte de crecimiento.

El tercer canal puede ser el encargo previo, especialmente para pedidos de pan en mayor cantidad, celebraciones pequeñas o necesidades puntuales de instituciones o familias.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

La proyección base entregada es de $450.000 por semana, lo que equivale aproximadamente a $1.800.000 mensuales. El precio promedio de $70.000 parece corresponder más a compras familiares o a varias unidades, y no a una compra mínima individual. Por eso, se plantean tres escenarios.

Tabla 6. Escenarios de proyección de ventas

Escenario	Venta semanal	Venta mensual estimada
Conservador	$450.000	$1.800.000
Medio	$800.000	$3.200.000
Fortalecido	$1.200.000	$4.800.000

Como supuesto de trabajo, el escenario conservador corresponde al arranque del negocio. El escenario medio sería más realista si el pan logra buena salida diaria y se sostiene una venta regular de bebidas y mercado. El escenario fortalecido dependería de una mejor consolidación de la línea de panadería y de pedidos frecuentes.

Tabla 7. Participación estimada por línea de negocio

Línea	Participación estimada
Panificados	40%
Bebidas	25%
Mercado	20%
Conectividad y otros	15%

Esta distribución muestra que el negocio debe apoyarse principalmente en la panadería, que es su producto más fuerte.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales se relacionan con parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas, surtido, horno industrial y vitrinas. Además, es necesario estimar los gastos de operación mensual.

Tabla 8. Gastos mensuales estimados de operación

Concepto	Valor estimado
Materias primas de panadería	$700.000
Reposición de bebidas y mercado	$500.000
Internet satelital	$250.000
Apoyo del ayudante	$1.000.000
Mantenimiento, gas, aseo e imprevistos	$350.000
Total mensual estimado	**$2.800.000**

Tabla 9. Resultado financiero por escenario de ventas

Escenario	Venta mensual	Gastos mensuales	Resultado aproximado
Conservador	$1.800.000	$2.800.000	-$1.000.000
Medio	$3.200.000	$2.800.000	$400.000
Fortalecido	$4.800.000	$2.800.000	$2.000.000

Esto deja una conclusión importante: el negocio necesita crecer más allá del escenario mínimo para sostenerse bien. La buena noticia es que la panadería, cuando logra clientela fija, puede crecer con rapidez.

11. TALENTO HUMANO

La estructura propuesta es sencilla: dueño y ayudante. El dueño se encargaría de la administración, supervisión de la producción, manejo de caja y relación con los clientes. El ayudante apoyaría en atención, orden del local, limpieza, reposición de producto y, si tiene conocimiento, en algunas tareas básicas de producción.

Tabla 10. Estructura de talento humano

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

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Panadería Jordan requiere una base técnica suficiente para producir y atender bien. El parque solar ayuda a garantizar continuidad operativa, el internet satelital permite prestar el servicio de conectividad, el horno industrial es el corazón del negocio, los congeladores ayudan con bebidas y las vitrinas permiten exhibir el producto.

Tabla 11. Necesidades y requerimientos del negocio

Tipo	Requerimiento
Energía	Parque solar
Conectividad	Internet satelital
Producción	Horno industrial
Refrigeración	Congeladores
Exhibición	Vitrinas y estanterías
Atención	Mesas, sillas, surtido
Tecnología	Computador

Además de estos equipos, el negocio necesita una rutina constante de limpieza, control de inventarios y buen manejo del producto fresco.

13. VALOR DEL PROYECTO

El presupuesto disponible informado es de $6.000.000, pero al revisar el tipo de negocio y los equipos requeridos, esa cifra parece suficiente solo para una primera fase básica, no para una implementación completa.

Tabla 12. Inversión estimada para el proyecto

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$2.500.000
Internet satelital e instalación	$1.500.000
Horno industrial	$2.500.000
Congeladores	$1.500.000
Computador	$800.000
Vitrinas, mesas, sillas y estanterías	$1.500.000
Surtido inicial y materias primas	$1.500.000
Capital de trabajo	$700.000
Valor total estimado	**$12.500.000**

Tabla 13. Comparación entre presupuesto disponible y valor estimado del proyecto

Concepto	Valor
Presupuesto disponible	$6.000.000
Valor estimado del proyecto	$12.500.000
Brecha aproximada	**$6.500.000**

La recomendación es iniciar por fases, priorizando producción básica de pan, bebidas e internet, y luego ampliar vitrinas, surtido y capacidad productiva.

14. PLAN OPERATIVO

El negocio funcionará con atención directa en sitio. En la mañana se realizará el alistamiento de insumos, producción de pan y organización del local. Durante el día se venderán panificados, bebidas y productos de mercado. En la tarde se podrá realizar una segunda hornada, reponer producto y atender encargos.

Tabla 14. Rutina diaria de operación

Momento	Actividad principal
Apertura	Limpieza, alistamiento y revisión de equipos
Mañana	Producción principal de pan y ventas tempranas
Mediodía	Venta de pan, bebidas y mercado
Tarde	Reposición, segunda producción y atención general
Cierre	Caja, aseo e inventario

Semanalmente se debe revisar qué productos se venden mejor, qué días hay más movimiento y cuáles son los costos más pesados.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de Panadería Jordan es positivo porque acerca bienes y servicios que hoy son de difícil acceso para la comunidad. En lo social, mejora la disponibilidad de pan fresco, bebidas y conectividad. En lo territorial, fortalece la oferta comercial de Puerto Príncipe. En lo económico, puede generar ingresos locales y dinamizar el pequeño comercio de la inspección.

Además, el producto panificado tiene una ventaja importante: si es bueno y constante, puede convertirse en un producto de consumo diario, lo que le da al negocio mayor posibilidad de permanencia.

Tabla 15. Impactos esperados del proyecto

Tipo de impacto	Resultado esperado
Social	Más acceso a bienes y servicios básicos
Territorial	Fortalecimiento de la oferta local
Económico	Generación de ingresos y movimiento comercial
Comunitario	Apoyo práctico a vecinos y transeúntes

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, los turistas y las instituciones que eventualmente puedan hacer pedidos o utilizar el servicio. También aparece la DIAN como actor institucional de referencia para temas tributarios.

Tabla 16. Mapa de 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
Turistas y viajeros	Externo	Cliente ocasional
Instituciones	Externo	Posibles clientes o aliados
DIAN	Institucional	Referencia para RUT y facturación

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Panadería Jordan es una idea de negocio pertinente para la inspección de Puerto Príncipe porque responde a una necesidad real del territorio: ofrecer pan fresco, bebidas, mercado y conectividad en una zona donde la oferta es limitada y las distancias pesan mucho en la vida cotidiana. Su mayor fortaleza está en la calidad de producción, la ubicación y la posibilidad de convertir el pan en un producto de consumo frecuente para la comunidad.

El análisis también muestra que el negocio no debe comenzar con una idea equivocada sobre su costo real. Con el presupuesto disponible es posible iniciar una fase básica, pero no la operación completa que requiere el modelo. La mejor estrategia es crecer por etapas, fortaleciendo primero la producción y la clientela fija. Si eso se logra, Panadería Jordan puede convertirse en un punto útil, estable y reconocido dentro de la inspección de Puerto Príncipe.

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.

Luis Dency de Jose Romero
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	Luis Dency de Jose Romero
TIENDA	Panaderia Jordan
FECHA	12/02/2026



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: 12-03-2026.

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

Huella

RECIBE:

Firma:

Nombres: Luis Darcy Dejose Romero.

CC: 74816337.

OBSERVACIONES:

Luz Aide Quinchia Soto

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	Luz Aide Quinchia Soto
TIENDA	Esquina La Paisa
FECHA	13/02/2026



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, Luz Aide Quinchia Soto identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 43.614.841 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: Luz Aide Soto
Nombres: Luz Aide Soto Quinchia
CC: 43.614.841

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, Luz Aide Quinchia Soto identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 43.614.841, 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 Príncipe a los 13 días del mes de marzo del año 2026.

RECIBE:

Firma: Luz Aide Soto

Nombres: Luz Aide Quinchia Soto

CC: 43.614.841

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 13	MES 02	AÑO 2026		
Beneficiario	Luz Aide Quinchia Soto				
Cédula	43614841	Sexo: ☐Mujer ☑Hombre			
Departamento:	Vichada	Municipio: Cumaribo			
Vereda / Inspección:	Principe				
Dirección:	Entrada caño.	Teléfono de Contacto: 3212672766			

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: Conexiones Contratacion

Retos que enfrenta: Logistica Financiacion

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:	Formalizacion
Observaciones:	Plan financiero

Firma:
Luz Aide Soto
Beneficiario: Luz Aide Soto
Cédula: 43614841

Firma:
Zurima S.H.
Profesional: Zurima Saldarriaga
Cédula: 1.124.482.237

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, Luz Aide Quinchia Soto, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 43.614.841 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 Puerto Príncipe a los 13 días del mes de febrero del año 2025.

RECIBE:

Huella



Firma: Luz Aide Soto

Nombres: Luz Aide Soto Quinchia

CC: 43.614.841

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

ESQUINA LA PAISA

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

Emprendedora: Luz Aide Quinchia Soto

EMPRENDEDORA

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

FEBRERO DE 2026

GOBERNACIÓN DE VICHADA SGR ASOSUPRO fundacion servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

Esquina La Paisa nace para responder a una necesidad concreta del sector de Puerto Príncipe: contar con un lugar cercano donde la comunidad y los transeúntes puedan adquirir bebidas frías, mercado básico, pan fresco y conectividad, sin tener que recorrer largas distancias. En territorios rurales como este, una compra sencilla puede convertirse en un gasto importante de tiempo y transporte cuando los servicios están dispersos.

La necesidad no es solamente comercial. También es práctica y social. La comunidad requiere un punto confiable para resolver compras diarias, y los transportadores o viajeros necesitan un lugar donde puedan hacer una parada rápida, comprar algo listo para consumir y continuar su recorrido. En un contexto rural del Vichada, donde las condiciones de acceso siguen siendo limitadas, este tipo de negocio aporta a mejorar la vida cotidiana del sector.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales serían la comunidad de la vereda o inspección, los transportadores y los turistas o viajeros. La comunidad local sería el grupo más constante, porque puede comprar pan, bebidas, mercado y usar el servicio de conectividad de manera frecuente. Los transportadores serían un cliente importante por la necesidad de bebidas frías, productos de consumo rápido y apoyo en conectividad. Los turistas o viajeros representarían una demanda complementaria, especialmente en panadería, bebidas y compras rápidas.

Tabla 1. Segmentación de clientes y necesidades

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia esperada
Comunidad local	Pan, bebidas, mercado, internet	Alta
Transportadores	Bebidas frías, panificados, conectividad	Media-alta
Turistas o viajeros	Bebidas, panadería, compras rápidas	Media

La ventaja de esta mezcla es que el negocio tendría una base local estable y, al mismo tiempo, ventas ligadas al movimiento de personas por la vía.

3. COMPETENCIA

Según la información entregada, los comercios más cercanos están aproximadamente a 20 kilómetros. Se identifican como competidores Alexander Arias, con panadería y bebidas, y José David Echevarría, con mini mercado. Esto significa que sí existe competencia, pero no necesariamente un negocio que reúna en un solo punto panadería, bebidas, mercado y conectividad.

La diferencia de Esquina La Paisa está en tres aspectos: la ubicación estratégica, la calidad del servicio y la posibilidad de combinar productos de consumo diario con pan fresco y acceso a internet. En zonas rurales, esa mezcla puede ser más valiosa que competir solo por precio.

Tabla 2. Comparación de la competencia y ventajas

Competidor	Oferta principal	Diferencia frente a Esquina La Paisa
Alexander Arias	Panadería y bebidas	Competencia directa en panificados
José David Echevarría	Mini mercado	Menor enfoque en pan fresco

4. IDEA DE NEGOCIO

Esquina La Paisa es un emprendimiento rural orientado a la producción y comercialización de productos de panadería, complementados con bebidas alcohólicas y no alcohólicas, mercado básico y servicio de conectividad. Su objetivo es atender de forma directa a la comunidad de Puerto Príncipe y a las personas que transitan por la zona.

La idea principal es aprovechar una necesidad diaria y permanente: la compra de pan fresco y productos de consumo rápido. A esto se suma la venta de bebidas, algunos artículos de mercado y el servicio de internet, lo que le da al negocio una función práctica más amplia. No se trata solo de vender pan, sino de consolidar un punto útil, bien ubicado y reconocido por la calidad del producto.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

El negocio ofrecerá cinco líneas principales:

1. bebidas alcohólicas,
2. bebidas no alcohólicas,
3. mercado básico,
4. productos de panadería,
5. servicio de conectividad a internet.

Como supuesto razonable, la línea de panadería puede incluir pan tradicional, pan de queso, pan dulce, pan salado y algunos productos sencillos de amasijo, de acuerdo con la capacidad de producción del horno.

Tabla 3. Líneas de productos y servicios

Línea	Productos o servicios
Bebidas alcohólicas	Cerveza y otras bebidas permitidas
Bebidas no alcohólicas	Agua, gaseosas, jugos, hidratantes
Mercado	Productos básicos de consumo diario
Panadería	Pan tradicional y productos frescos de horno
Conectividad	Servicio de internet

La combinación de estas líneas permite que el negocio tenga ingresos por consumo diario y por ventas rápidas de paso.

6. PROCESOS TÉCNICOS

El primer proceso técnico es el abastecimiento, que incluye la compra de harina, levadura, azúcar, grasas, bebidas, productos de mercado y demás insumos necesarios para la operación. El segundo proceso es la producción, donde el horno es el equipo central. Este proceso comprende mezclado, amasado, fermentación, horneado, enfriamiento y exhibición del producto.

El tercer proceso es la conservación y orden del punto. Los congeladores ayudarán a mantener bebidas frías y frescas. El cuarto proceso es la atención al cliente, que será directa en sitio. Finalmente, está el control operativo, que comprende inventario, reposición de surtido, limpieza y manejo de caja.

Tabla 4. Procesos técnicos y operativos del negocio

Etapa	Actividad principal
Abastecimiento	Compra de materias primas, bebidas y mercado
Producción	Amasado, fermentación, horneado y enfriamiento
Conservación	Refrigeración y exhibición
Atención	Venta directa en sitio
Control	Caja, limpieza e inventario

7. REQUISITOS LEGALES

En la parte legal, Esquina La Paisa debe considerar principalmente la formalización tributaria y las condiciones sanitarias asociadas a la venta de alimentos y bebidas. La DIAN informa que para usar el sistema de facturación electrónica se requiere estar inscrito en el RUT, contar con software de facturación electrónica y disponer de certificado de firma digital. También ofrece un sistema de facturación gratuita para quienes deban o deseen usar esa herramienta.

Tal como fue solicitado, en este plan se deja constancia de que se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica. Esta orientación es importante porque le permite al emprendedor iniciar con mayor claridad sobre sus obligaciones y los pasos básicos para formalizarse.

En materia sanitaria, el INVIMA cuenta con lineamientos técnicos para la inspección, vigilancia y control sanitario de expendios de alimentos y bebidas, incluidas tiendas de barrio, mini mercados y expendios de bebidas. Asimismo, el Ministerio de Salud dispone de una guía de inocuidad para establecimientos de expendio de alimentos y bebidas, donde se indica que los alimentos deben almacenarse de forma que se evite su contaminación y se asegure su correcta conservación. Esto significa que, aunque el negocio sea pequeño, debe cuidar limpieza, almacenamiento, manipulación de insumos y protección del producto terminado.

Tabla 5. Requisitos legales y administrativos del proyecto

Requisito o acción	Finalidad
RUT	Identificación tributaria del negocio
Organización para facturación electrónica, si aplica	Cumplimiento tributario
Buenas prácticas sanitarias	Manejo adecuado de alimentos y bebidas
Asistencia técnica brindada	Orientación sobre formalización, RUT y facturación

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El canal principal será la venta directa en sitio, porque la naturaleza del pan fresco y de las bebidas frías favorece el consumo inmediato. En zonas rurales, este suele ser el canal más fuerte.

El segundo canal será el voz a voz, que tiene mucha importancia en comunidades pequeñas. Si el negocio se posiciona por calidad de pan, buen servicio y cumplimiento, la recomendación entre vecinos puede convertirse en una ventaja fuerte. El tercer canal puede ser el encargo previo, especialmente para pedidos de pan en cantidades mayores o compras específicas de mercado.

9. Proyección de ventas

La proyección base entregada es de $600.000 por semana, lo que equivale aproximadamente a $2.400.000 mensuales. El precio promedio informado de $80.000 parece corresponder más a compras familiares o combinadas, y no a una compra individual mínima. Por eso, para este plan se plantean tres escenarios.

Tabla 6. Escenarios de proyección de ventas

Escenario	Venta semanal	Venta mensual estimada
Conservador	$600.000	$2.400.000
Medio	$950.000	$3.800.000
Fortalecido	$1.400.000	$5.600.000

Como supuesto de trabajo, el escenario conservador corresponde al arranque del negocio. El escenario medio sería alcanzable si el pan logra buena salida diaria y se sostienen las ventas de bebidas y mercado. El escenario fortalecido dependería de una producción constante, pedidos frecuentes y mayor reconocimiento en la inspección.

Tabla 7. Participación estimada por línea de negocio

Línea	Participación estimada
Panadería	40%
Bebidas	25%
Mercado	20%
Conectividad y otros	15%

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales están relacionados con el parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas, horno y surtido. Además, es necesario proyectar los gastos mensuales de operación.

Tabla 8. Gastos mensuales estimados de operación

Concepto	Valor estimado
Materias primas de panadería	$750.000
Reposición de bebidas y mercado	$600.000
Internet satelital	$250.000
Apoyo del ayudante	$1.000.000
Mantenimiento, gas, aseo e imprevistos	$350.000
Total mensual estimado	**$2.950.000**

Tabla 9. Resultado financiero por escenario de ventas

Escenario	Venta mensual	Gastos mensuales	Resultado aproximado
Conservador	$2.400.000	$2.950.000	-$550.000
Medio	$3.800.000	$2.950.000	$850.000
Fortalecido	$5.600.000	$2.950.000	$2.650.000

Esto muestra que el negocio necesita salir del escenario mínimo para trabajar con mayor estabilidad financiera.

11. TALENTO HUMANO

La estructura propuesta es sencilla: dueño y ayudante. El dueño se encargaría de la administración, supervisión de la producción, compras y manejo de caja. El ayudante apoyaría la atención al cliente, el orden del punto, la limpieza y parte de la operación diaria.

Tabla 10. Estructura de talento humano

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

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Esquina La Paisa requiere una base técnica suficiente para producir y atender bien. El parque solar ayuda a sostener la operación, el internet satelital permite prestar el servicio de conectividad, el horno es el equipo principal de la panadería y los congeladores apoyan la venta de bebidas frías. También se necesitan estanterías, mesas, sillas y surtido suficiente.

Tabla 11. Necesidades y requerimientos del negocio

Tipo	Requerimiento
Energía	Parque solar
Conectividad	Internet satelital
Producción	Horno
Refrigeración	Congeladores
Atención	Mesas, sillas y estanterías
Operación	Surtido inicial
Tecnología	Computador

Además de estos equipos, el negocio requiere una rutina de limpieza, control de inventarios y manejo constante del producto fresco.

13. VALOR DEL PROYECTO

El presupuesto disponible informado es de $6.000.000, pero al revisar el tipo de negocio y los equipos requeridos, esa cifra parece suficiente solo para una fase inicial básica.

Tabla 12. Inversión estimada para el proyecto

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$2.500.000
Internet satelital e instalación	$1.500.000
Horno	$2.000.000
Congeladores	$1.500.000
Computador	$800.000
Mesas, sillas y estanterías	$1.200.000
Surtido inicial y materias primas	$1.500.000
Capital de trabajo	$700.000
Valor total estimado	**$11.700.000**

Tabla 13. Comparación entre presupuesto disponible y valor estimado del proyecto

Concepto	Valor
Presupuesto disponible	$6.000.000
Valor estimado del proyecto	$11.700.000
Brecha aproximada	**$5.700.000**

La recomendación es iniciar por fases, priorizando producción básica de pan, bebidas e internet, y luego ampliar capacidad y surtido.

14. PLAN OPERATIVO

El negocio funcionará con atención directa en sitio. En la mañana se realizará el alistamiento de insumos, producción de pan y organización del local. Durante el día se venderán panificados,

bebidas y productos de mercado. En la tarde se podrá realizar una segunda producción si la demanda lo requiere, reponer producto y atender pedidos.

Tabla 14. Rutina diaria de operación

Momento	Actividad principal
Apertura	Limpieza, alistamiento y revisión de equipos
Mañana	Producción principal de pan y ventas tempranas
Mediodía	Venta de pan, bebidas y mercado
Tarde	Reposición, posible segunda producción y atención general
Cierre	Caja, aseo e inventario

Semanalmente se debe revisar qué productos se venden mejor, qué días hay más movimiento y cómo se comportan los costos de producción.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de Esquina La Paisa es positivo porque acerca bienes y servicios de difícil acceso a la comunidad. En lo social, mejora la disponibilidad de pan fresco, bebidas, mercado y conectividad. En lo territorial, fortalece la oferta comercial de Puerto Príncipe. En lo económico, puede generar ingresos locales y dinamizar el pequeño comercio de la inspección.

En un territorio rural del Vichada, donde las distancias pesan mucho en la vida diaria, un negocio de este tipo puede convertirse en un apoyo práctico para vecinos, estudiantes, familias y personas de paso.

Tabla 15. Impactos esperados del proyecto

Tipo de impacto	Resultado esperado
Social	Más acceso a bienes y servicios básicos
Territorial	Fortalecimiento de la oferta local
Económico	Generación de ingresos y movimiento comercial
Comunitario	Apoyo práctico a vecinos y transeúntes

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, los turistas y las instituciones que eventualmente puedan hacer pedidos o utilizar el servicio. También aparece la DIAN como actor institucional de referencia para temas tributarios.

Tabla 16. Mapa de 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
Turistas y viajeros	Externo	Cliente ocasional
Instituciones	Externo	Posibles clientes o aliados
DIAN	Institucional	Referencia para RUT y facturación

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Esquina La Paisa es una idea de negocio pertinente para la inspección de Puerto Príncipe porque responde a una necesidad real del territorio: ofrecer pan fresco, bebidas, mercado y conectividad en una zona donde la oferta es limitada y las distancias complican la vida diaria. Su principal fortaleza está en la combinación entre panadería y tienda básica, con una propuesta útil para la comunidad y para quienes transitan por el sector.

El análisis también muestra que el proyecto no debe comenzar con una idea equivocada sobre su costo real. Con el presupuesto disponible es posible iniciar una fase básica, pero no la operación completa que requiere el modelo. La mejor estrategia es crecer por etapas, fortalecer primero la producción y la clientela fija, y luego ampliar surtido y capacidad. Si eso se logra, Esquina La Paisa puede convertirse en un punto útil, estable y reconocido dentro de la inspección de Puerto Príncipe.

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.

Luz Aide Soto

Luz Aide Quinchia Soto
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	Luz Aide Quinchia Soto
TIENDA	Esquina La Paisa
FECHA	13/02/2026



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: 13-3-2026

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: Luz Aide Soto
Nombres: Luz Aide Soto
CC: 43614941

OBSERVACIONES: