Luz Herminda Alfonso Albarracin

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 Herminda Alfonso Albarracin
TIENDA	Varierades Yireht
FECHA	21/02/2026



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 Herminda Alfonso Albarracín identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 47435486 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: LUZ HERMINDA ALFONSO ALBARRACIN

CC: 47 435 486

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 Herminda Alfonso Albarracín identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 47435486, 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 21 días del mes de febrero del año 2026.

RECIBE:

Firma: _____

Nombres: LUZ HERMINDA ALFONSO ALBARRACIN

CC: 47 435 486

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 21	MES 02	AÑO 2026		
Beneficiario	Luz Herminda Alfonso Albarracín				
Cédula	47435486	Sexo: ☑ Mujer ☐ Hombre			
Departamento:	Vichada	Municipio:	Cumaribo.		
Vereda / Inspección:	Tres Matas				
Dirección:	Tres Matas	Teléfono de Contacto:	302 3424032.		

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: Buena atención

Retos que enfrenta: Falta de recursos

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: Llevar registro diario de ingresos y gastos

Compromisos del beneficiario: Usar adecuadamente los insumos

Observaciones:

Firma:

Beneficiario: LUZ HERMINDA ALFONSO A

Cédula: 47 435486



Firma:

Zurima S. H.

Profesional: Zurima Saldarriaga

Cédula: 1124489237.

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 Herminda Alfonso Albarracin, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 47435486 residente del municipio de _____, 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 21 días del mes de febrero del año 2026.

RECIBE:

Firma: _____

Nombres: LUZ HERMINDA ALFONSO ALBARRACIN

CC: 47 435 486

Huella

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

VARIERADES YIREHT

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 Herminda Alfonso Albarracin

EMPRENDEDORA

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

FEBRERO DE 2026

GOBERNACIÓN DE VICHADA SGR ASOSUPRO fundacion servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

Varierades Yireht nace para responder a una necesidad concreta de la inspección Tres Matas: contar con un punto cercano donde la comunidad y las personas que transitan por el sector puedan acceder a helados, bebidas frías no alcohólicas, cosméticos, maquillaje, cremas y conectividad, sin tener que desplazarse largas distancias. En zonas rurales apartadas, resolver una compra pequeña puede implicar más tiempo, gasto de transporte y pérdida de oportunidad, especialmente cuando se trata de productos refrescantes o de uso personal inmediato.

La necesidad no es solo comercial. También es práctica y social. La comunidad requiere un lugar confiable donde pueda conseguir productos de cuidado personal y artículos de uso diario sin depender de viajes largos. Al mismo tiempo, transportadores y turistas necesitan un punto de parada útil para refrescarse, comprar algo rápido y usar internet. Por eso, el negocio se plantea como una solución sencilla, pero muy útil para la vida diaria y para el tránsito por la zona.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales serían la comunidad de la vereda, los transportadores y los turistas. La comunidad local sería el grupo más constante, porque puede comprar helados, bebidas, cremas, maquillaje y otros cosméticos de forma frecuente. Los transportadores serían un cliente importante por la necesidad de productos fríos, compras rápidas y conectividad. Los turistas o viajeros tendrían una participación complementaria, especialmente en bebidas, helados, artículos personales e internet.

Tabla 1. Segmentación de clientes y necesidades

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia esperada
Comunidad de la vereda	Helados, bebidas, cosméticos, internet	Alta
Transportadores	Productos fríos, compras rápidas, conectividad	Media-alta
Turistas	Bebidas, helados, cuidado personal, internet	Media

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

3. COMPETENCIA

Según la información entregada, los competidores más cercanos están aproximadamente a 20 kilómetros. Se identifican Luis Díaz, con tienda de productos cosméticos, y Alexis Jiménez, con bebidas y helados. Esto indica que sí existe competencia parcial, pero no necesariamente un negocio que reúna en un mismo punto helados, bebidas no alcohólicas, cosméticos, maquillaje, cremas y conectividad.

La principal diferencia de Varierades Yireht está en la ubicación estratégica, la calidad del servicio y la variedad de cosméticos. Esa combinación puede ser importante en un territorio rural, porque el cliente valora resolver varias necesidades en un solo lugar y con buena atención.

Tabla 2. Comparación de la competencia y ventajas

Competidor	Oferta principal	Diferencia frente a Varierades Yireht
Luis Díaz	Productos cosméticos	Menor integración con helados y conectividad
Alexis Jiménez	Bebidas y helados	No integra línea amplia de cuidado personal

4. IDEA DE NEGOCIO

Varierades Yireht es un emprendimiento rural orientado a la venta de helados, productos cosméticos, maquillaje, cremas y bebidas no alcohólicas, complementado con servicios de conectividad a internet. Su propósito es atender a la comunidad de Tres Matas y a quienes se movilizan por el sector, ofreciendo productos refrescantes y de cuidado personal en un punto cercano y confiable.

La idea del negocio es sencilla, pero bien pensada para el contexto. En una zona donde el clima, la distancia y la baja oferta comercial influyen en el consumo, un punto de venta que combine productos fríos y artículos de cuidado personal puede tener buena aceptación. Si a eso se suma conectividad y atención cercana, el negocio puede convertirse en un lugar muy útil para vecinos, visitantes y transportadores.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

El negocio ofrecerá las siguientes líneas principales:

- bebidas no alcohólicas
- helados
- cosméticos
- maquillaje
- cremas
- servicios de conectividad

Como supuesto razonable, la línea de cosméticos puede incluir labiales, esmaltes, polvos, bases, cremas corporales, bloqueadores, productos para el cabello y artículos de aseo personal de fácil rotación. La conectividad serviría como un complemento de servicio que aumenta la utilidad del negocio para la comunidad.

Tabla 3. Líneas de productos y servicios

Línea	Productos o servicios
Bebidas no alcohólicas	Agua, gaseosas, jugos, hidratantes
Productos fríos	Helados
Cuidado personal	Cosméticos, maquillaje y cremas
Conectividad	Servicio de internet

6. PROCESOS TÉCNICOS

El primer proceso técnico es el abastecimiento, que incluye la compra de bebidas, helados, cosméticos, cremas, maquillaje y demás productos del surtido. Aquí será importante elegir proveedores confiables, especialmente en cosméticos, para asegurar calidad, buena presentación y seguridad para el cliente.

El segundo proceso es la conservación y exhibición. Los congeladores serán fundamentales para mantener los helados y las bebidas en buen estado. El exhibidor de cosméticos, las estanterías y las mesas ayudarán a presentar mejor los productos, evitar el desorden y facilitar la compra.

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

7. REQUISITOS LEGALES

En materia tributaria, la DIAN informa que para usar el sistema de facturación electrónica se requiere estar inscrito en el RUT, contar con software de facturación electrónica y disponer de certificado de firma digital. También ofrece una opción de facturación gratuita para quienes deban o quieran usarla. En coherencia con tu instrucción, en este plan se deja constancia de que se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto .con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica.

En materia sanitaria, aunque el negocio no es un restaurante, sí venderá bebidas y helados para consumo humano. La Resolución 2674 de 2013 establece requisitos sanitarios para actividades de fabricación, almacenamiento y expendio de alimentos, y el manual del INVIMA incluye dentro de la vigilancia sanitaria a tiendas de barrio, mini mercados y expendios de alimentos y bebidas. Esto implica mantener buenas condiciones de limpieza, refrigeración, almacenamiento y manipulación de los productos.

En cuanto a la línea de cosméticos, la normativa andina aplicable señala que estos productos requieren Notificación Sanitaria Obligatoria, NSO, para su comercialización o expendio en la Subregión Andina. Por eso, lo recomendable es surtirse con proveedores formales y productos que ya cuenten con esa condición sanitaria cuando aplique.

Tabla 4. Requisitos legales y administrativos del proyecto

Requisito o acción	Finalidad
RUT	Identificación tributaria del negocio
Facturación electrónica, si aplica	Cumplimiento tributario
Buenas prácticas sanitarias	Manejo adecuado de helados y bebidas
Compra a proveedores formales de cosméticos	Seguridad y trazabilidad del producto
Asistencia técnica brindada	Orientación sobre formalización, RUT y facturación

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal será la venta directa en sitio, porque el valor del negocio está en que el cliente llegue y resuelva una necesidad inmediata: comprar algo frío, adquirir un cosmético o usar el servicio de internet.

El segundo canal será el voz a voz, muy importante en zonas rurales. Un negocio con buena atención, productos bien presentados y servicio constante gana reputación rápidamente. El tercer canal puede ser el encargo previo, especialmente para clientes frecuentes que deseen reservar cosméticos, maquillaje o cremas específicas.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

La proyección base entregada es de $400.000 por semana, es decir, aproximadamente $1.600.000 mensuales. El precio promedio de $50.000 parece corresponder más a compras combinadas o familiares que a una compra individual mínima. Por eso, conviene proyectar tres escenarios.

Tabla 5. Escenarios de proyección de ventas

Escenario	Venta semanal	Venta mensual estimada
Conservador	$400.000	$1.600.000
Medio	$750.000	$3.000.000
Fortalecido	$1.100.000	$4.400.000

Como supuesto de trabajo, el escenario conservador corresponde al arranque del negocio. El escenario medio sería más realista si se logra buena salida diaria en helados, bebidas y cosméticos. El escenario fortalecido dependería de una clientela más estable y de una buena reputación en variedad y atención.

Tabla 6. Participación estimada por línea de negocio

Línea	Participación estimada
Helados y bebidas	35%
Cosméticos y maquillaje	35%
Cremas y cuidado personal	15%
Conectividad y otros	15%

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales se relacionan con parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas y exhibidor de cosméticos. Además, es importante estimar gastos mensuales de operación.

Tabla 7. Gastos mensuales estimados de operación

Concepto	Valor estimado
Compra de helados y bebidas	$400.000
Reposición de cosméticos, maquillaje y cremas	$500.000
Internet satelital	$250.000
Apoyo del ayudante	$1.000.000
Limpieza, mantenimiento e imprevistos	$200.000
Total mensual estimado	**$2.350.000**

Tabla 8. Resultado financiero por escenario de ventas

Escenario	Venta mensual	Gastos mensuales	Resultado aproximado
Conservador	$1.600.000	$2.350.000	-$750.000
Medio	$3.000.000	$2.350.000	$650.000
Fortalecido	$4.400.000	$2.350.000	$2.050.000

Esto muestra que el negocio necesita salir del escenario mínimo para sostenerse con más tranquilidad. La línea de cosméticos puede ayudar bastante a mejorar el margen, porque suele dejar mejor rentabilidad por unidad que los productos fríos.

11. TALENTO HUMANO

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

Tabla 9. Estructura de talento humano

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

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Varierades Yireht necesita una base técnica y física suficiente para operar con orden. El parque solar es importante para sostener los congeladores y la conectividad. El internet satelital es parte esencial del servicio ofrecido. El computador ayuda con el control del negocio y el servicio de internet. El exhibidor de cosméticos, las estanterías, mesas y sillas ayudan a organizar el punto de venta y dar mejor presentación a los productos.

Tabla 10. Necesidades y requerimientos del negocio

Tipo	Requerimiento	Uso principal
Energía	Parque solar	Mantener frío y operación

Conectividad	Internet satelital	Servicio de internet
Refrigeración	Congeladores	Conservación de helados y bebidas
Tecnología	Computador	Control básico y conectividad
Exhibición	Estanterías, mesas, sillas y exhibidor	Presentación del surtido
Operación	Surtido inicial	Arranque del negocio

13. VALOR DEL PROYECTO

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

Tabla 11. Inversión estimada para el proyecto

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$2.500.000
Internet satelital e instalación	$1.500.000
Congeladores	$1.500.000
Computador	$800.000
Estanterías, mesas y sillas	$1.000.000
Exhibidor de cosméticos	$800.000
Surtido inicial	$1.400.000
Capital de trabajo	$600.000
Valor total estimado	**$10.100.000**

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

Concepto	Valor
Presupuesto disponible	$6.000.000
Valor estimado del proyecto	$10.100.000
Brecha aproximada	**$4.100.000**

La recomendación es iniciar por fases, comenzando por bebidas, helados, algunos cosméticos de alta rotación y conectividad, y luego ampliar surtido y exhibición.

14. PLAN OPERATIVO

El negocio funcionará con atención directa en sitio. En la mañana se hará limpieza, revisión de congeladores, organización del surtido y exhibición de cosméticos. Durante la jornada se atenderá a la comunidad y a las personas de paso. En la tarde se realizará reposición, control de inventario y revisión de caja.

Tabla 13. Rutina diaria de operación

Momento	Actividad principal
Apertura	Limpieza, orden y revisión de equipos
Mañana	Alistamiento de helados, bebidas y surtido
Mediodía y tarde	Mayor flujo de ventas y uso de conectividad

Final de tarde	Reposición y control de inventario
Cierre	Caja, aseo y organización del local

Semanalmente se debe revisar qué productos tienen mejor salida, cuáles dejan mejor margen y cómo se comporta la demanda de la comunidad y de los viajeros.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de Varierades Yireht es positivo porque acercaría bienes y servicios de difícil acceso a la comunidad. En lo social, mejora el acceso a productos fríos, cuidado personal y conectividad. En lo territorial, fortalece la oferta comercial de Tres Matas. En lo económico, puede generar ingresos y dinamizar un tipo de negocio sencillo, pero muy útil para la vida diaria.

En un entorno rural del Vichada, donde las distancias pesan mucho en la vida cotidiana, un negocio de este tipo puede convertirse en un apoyo práctico para familias, vecinos y personas de paso. La combinación entre helados y cosméticos puede dar una identidad propia al negocio y diferenciarlo dentro del sector.

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 usar o recomendar el servicio. También aparece la DIAN como referente institucional importante para la formalización y el INVIMA o la autoridad sanitaria como referencia para alimentos y cosméticos cuando corresponda.

Tabla 14. 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	Externo	Cliente ocasional
Instituciones	Externo	Posibles aliadas o usuarias
DIAN	Institucional	Referencia para RUT y facturación
Autoridad sanitaria / INVIMA	Institucional	Referencia para alimentos y cosméticos

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Varierades Yireht es una idea de negocio pertinente para la inspección Tres Matas porque responde a una necesidad real del territorio: acercar helados, bebidas, cosméticos y conectividad a una zona donde la oferta comercial es limitada y las distancias dificultan las compras rápidas del día a día. Su principal fortaleza está en combinar productos refrescantes de alta rotación con una línea de cuidado personal que puede dar mejor margen y mayor diferenciación.

El análisis también muestra que el proyecto no debe comenzar con una expectativa equivocada sobre su costo real. Con el presupuesto disponible puede iniciarse una fase básica, pero no la dotación completa ideal. La mejor estrategia es crecer por etapas, fortalecer primero la venta de helados, bebidas, algunos cosméticos de alta salida y la conectividad, y luego ampliar surtido y capacidad. Si eso se logra, Varierades Yireht puede convertirse en un punto útil, cercano y bien valorado en Tres Matas.

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 Herminda Alfonso Albarracin
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	Luz Herminda Alfonso Albarracin
TIENDA	Varierades Yireht
FECHA	21/02/2026



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: 24/03/2026

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

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

ENTREGA:

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

RECIBE:

Huella



Firma:

Nombres: LUZ HERMINDA ALFONSO ALBARRACIN

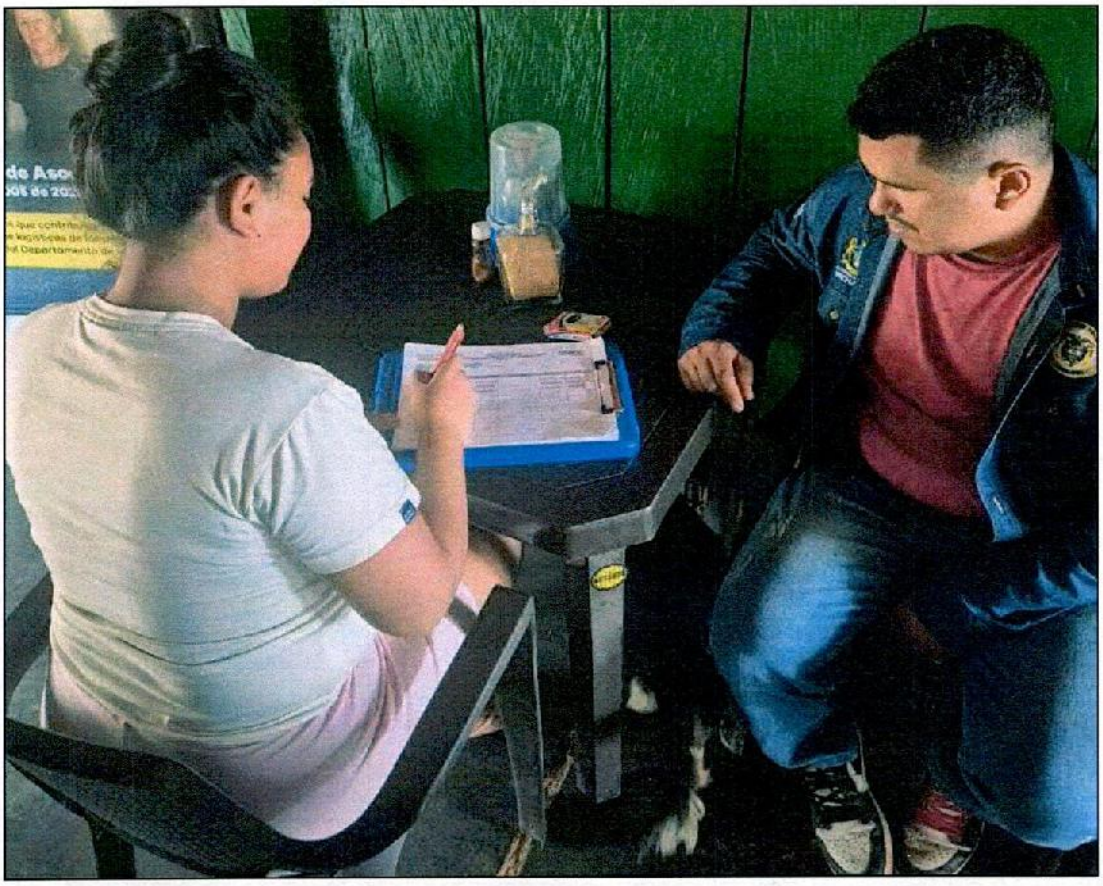
CC: 47 435 486

OBSERVACIONES:

Arabel Yesenia Muñoz Aponte

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	Arabel Yesenia Muñoz Aponte
TIENDA	Restaurante Brayan
FECHA	23/02/2026



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, Arabel Yesenia Muñoz Aponte identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 40.326.199 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 Yesenia Muñoz Aponte
Nombres: Arabel Yesenia Muñoz Aponte
CC: 40.326.199

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, Arabel Yesenia Muñoz Aponte identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 40.326.199, 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 Tres matas a los 23 días del mes de febrero del año 2026.

RECIBE:

Firma: Yesenia Muñoz Aponte

Nombres: Arabel Yesenia Muñoz Aponte

CC: 40.326.199

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 23	MES 02	AÑO 2026		
Beneficiario	Arabel Yesenia Muñoz Aponte				
Cédula	40.326.199		Sexo: ☑ Mujer ☐ Hombre		
Departamento:	Cumaribo	Municipio:	Cumaribo		
Vereda / Inspección:	Tres Matas				
Dirección:	Frente bomba	Teléfono de Contacto:	3004348965.		

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 servicios, ubicacion

Retos que enfrenta: logistica y financiamiento.

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

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

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE VERIFICACIÓN

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

COMPROMISOS DE LA VISITA

Acciones acordadas en la visita	Plan logistico
Compromisos del beneficiario:	Plan financiamiento
Observaciones:	Estructura costos

Firma:
Yesenia Muñoz Aponte
Beneficiario: Arabel Yesenia Muñoz Ponte
Cédula: 40.326.199.

Firma:
Zurima S.H
Profesional: Zurima Saldarriaga
Cédula: 1.124.939.237

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

Yo, Arabel Yesenia Muñoz Aponte, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 40.326.199 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 23 días del mes de febrero del año 2025.

RECIBE:

Huella



Firma: Yesenia Muñoz Aponte

Nombres: Arabel Yesenia Muñoz Aponte

CC: 40.326.199

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

RESTAURANTE BRAYAN

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: Arabel Yesenia Muñoz Aponte

EMPRENDEDORA

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

FEBRERO DE 2026

GOBERNACIÓN DE VICHADA SGR ASOSUPRO fundacion servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

Restaurante Brayan nace para responder a una necesidad concreta de la inspección Tres Matas: contar con un lugar cercano donde la comunidad y las personas que transitan por el sector puedan acceder a almuerzos, desayunos, hospedaje, bebidas frías no alcohólicas y conectividad, sin tener que desplazarse grandes distancias. En zonas rurales apartadas, resolver algo tan básico como comer, descansar o conectarse a internet puede tomar más tiempo, representar mayores costos y depender de condiciones de movilidad que no siempre son favorables.

La necesidad no es solo comercial. También es práctica y social. La comunidad requiere un punto confiable donde pueda conseguir alimentación preparada y algunos productos básicos de mercado. Los transportadores necesitan un lugar para hacer una parada, comer, refrescarse y, cuando sea necesario, descansar. Los turistas o viajeros también valoran un espacio sencillo, limpio y amable donde puedan atender necesidades básicas del recorrido.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales serían la comunidad de la vereda, los transportadores y los turistas. Como supuesto razonable, también podrían aparecer clientes ocasionales de instituciones que desarrollen actividades en la zona, aunque el foco principal seguirá siendo la comunidad y el tránsito por el sector.

La comunidad local sería la clientela más estable, porque puede consumir desayunos, almuerzos y bebidas de manera frecuente. Los transportadores tendrían especial importancia por la necesidad de comida rápida, descanso breve, conectividad y, en algunos casos, hospedaje. Los turistas serían un segmento complementario, especialmente si buscan un lugar sencillo para alimentarse y continuar el recorrido.

Tabla 1. Segmentación de clientes y necesidades

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia esperada
Comunidad de la vereda	Desayunos, almuerzos, mercado, bebidas, internet	Alta
Transportadores	Alimentación, bebidas frías, hospedaje, conectividad	Media-alta
Turistas	Alimentación, descanso, bebidas, internet	Media
Instituciones	Alimentación y apoyo logístico ocasional	Media-baja

3. COMPETENCIA

Según la información entregada, los negocios parecidos más cercanos están aproximadamente a 20 kilómetros. Se identifican Ariadna Obando, con hospedaje, y Selena Zárate, con restaurante. Esto muestra que sí existe competencia en el entorno, pero no necesariamente un establecimiento que

combine en un mismo punto restaurante, hospedaje, bebidas frías no alcohólicas, mercado y conectividad.

La diferencia de Restaurante Brayan está en la posibilidad de ofrecer varios servicios complementarios en un solo lugar: alimentación, descanso y conectividad. En un territorio rural, esa combinación tiene mucho valor, porque el cliente prefiere resolver varias necesidades en una sola parada.

Tabla 2. Comparación de la competencia y ventajas

Competidor	Oferta principal	Diferencia frente a Restaurante Brayan
Ariadna Obando	Hospedaje	Menor integración con restaurante y conectividad
Selena Zárate	Restaurante	No integra hospedaje

4. IDEA DE NEGOCIO

Restaurante Brayan es un emprendimiento rural orientado a la prestación de servicios de restaurante y hospedaje, complementado con la venta de bebidas frías no alcohólicas y servicios de conectividad a internet. Su propósito es atender a la comunidad de Tres Matas y a quienes se movilizan por el sector, ofreciendo un espacio sencillo, útil y bien ubicado para resolver necesidades básicas.

La idea del negocio se basa en una necesidad clara: en zonas rurales, las personas valoran mucho los lugares que les permiten comer, descansar y comunicarse en un solo sitio. Por eso, la propuesta no se limita a vender comidas, sino que busca brindar una atención integral y práctica para la comunidad y para los viajeros.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

El negocio ofrecerá las siguientes líneas principales:

- Almuerzos
- Bebidas no alcohólicas
- Hospedaje
- Mercado
- Desayunos
- Servicios de conectividad

Como supuesto razonable, la línea de "mercado" se entiende como apoyo complementario, con algunos productos básicos de consumo diario y de necesidad inmediata para viajeros o habitantes del sector. También es razonable considerar que la línea de "comidas" puede cubrir cenas sencillas o platos preparados al final del día, aunque en la información base ya aparecen desayunos y almuerzos como servicios centrales.

Tabla 3. Líneas de productos y servicios

Línea	Productos o servicios
Restaurante	Desayunos, almuerzos y comidas
Bebidas	Gaseosas, jugos, agua, hidratantes
Hospedaje	Alojamiento sencillo y funcional
Mercado	Productos básicos de uso inmediato
Conectividad	Servicio de internet

6. PROCESOS TÉCNICOS

El primer proceso técnico es el abastecimiento. Aquí se incluyen compras de alimentos, bebidas, productos de aseo, gas, insumos básicos de cocina y elementos necesarios para el hospedaje. Será importante mantener abastecimiento frecuente para asegurar frescura y evitar desperdicios.

El segundo proceso es la preparación de alimentos, que comprende alistamiento, lavado, corte, cocción, servido y limpieza. El tercer proceso es la conservación y almacenamiento, donde los congeladores y el parque solar serán claves para mantener bebidas frías y algunos productos sensibles. El cuarto proceso es la prestación del hospedaje, que requiere orden, limpieza, cambio de elementos básicos y revisión constante del estado del espacio. El quinto proceso es la atención al cliente, y el sexto proceso es el control operativo, que incluye caja, inventario, reposición y aseo general.

La normativa sanitaria colombiana exige que quienes preparan, almacenan y expenden alimentos cumplan requisitos de inocuidad y manejo adecuado. La Resolución 2674 de 2013 establece los requisitos sanitarios aplicables a actividades como preparación, almacenamiento y expendio de alimentos, y las guías de inocuidad para establecimientos gastronómicos desarrollan buenas prácticas para restaurantes.

7. REQUISITOS LEGALES

En materia tributaria, la DIAN informa que para usar el sistema de facturación electrónica se requiere estar inscrito en el RUT, contar con un software de facturación electrónica y disponer de certificado de firma digital. También ofrece una opción de facturación gratuita para quienes deban o quieran usarla. En coherencia con tu instrucción, en este plan se deja constancia de que se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica.

En materia sanitaria, por tratarse de un restaurante, el negocio debe cumplir condiciones de limpieza, almacenamiento, manipulación de alimentos, control de riesgos y protección del consumidor. La Resolución 2674 de 2013 aplica a quienes preparan, almacenan y expenden alimentos, y el Ministerio de Salud ha publicado guías de inocuidad para establecimientos gastronómicos como restaurantes.

En cuanto al hospedaje, si se presta como servicio turístico, el Registro Nacional de Turismo, RNT, es un requisito previo y obligatorio para la prestación del servicio. Además, la Tarjeta de Registro de Alojamiento, TRA, es obligatoria para establecimientos de alojamiento turístico y otros tipos de hospedaje turístico.

Tabla 4. Requisitos legales y administrativos del proyecto

Requisito o acción	Finalidad
RUT	Identificación tributaria del negocio
Facturación electrónica, si aplica	Cumplimiento tributario
Buenas prácticas sanitarias	Manejo adecuado de alimentos y bebidas
RNT, si el hospedaje opera como servicio turístico	Operación legal del alojamiento
TRA	Registro obligatorio de huéspedes
Asistencia técnica brindada	Orientación sobre formalización, RUT y facturación

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal será la atención directa en sitio, porque el valor del negocio está en que el cliente llegue y encuentre alimentación, bebidas, descanso y conectividad en un solo lugar.

El segundo canal será el voz a voz, muy importante en contextos rurales. Un restaurante con buena sazón, atención amable y orden gana reputación rápidamente. El tercer canal puede ser el encargo o reserva previa, especialmente para desayunos, almuerzos o alojamiento de clientes frecuentes, transportadores o pequeños grupos.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

La proyección base entregada es de $800.000 por semana, es decir, aproximadamente $3.200.000 mensuales. El precio promedio de $150.000 parece corresponder más a consumos combinados, cuentas familiares o una suma entre alimentación y hospedaje, y no a una compra mínima individual. Por eso, conviene proyectar tres escenarios.

Tabla 5. Escenarios de proyección de ventas

Escenario	Venta semanal	Venta mensual estimada
Conservador	$800.000	$3.200.000
Medio	$1.250.000	$5.000.000
Fortalecido	$1.800.000	$7.200.000

Como supuesto de trabajo, el escenario conservador corresponde al arranque del negocio. El escenario medio sería más realista si se sostiene una buena salida de desayunos, almuerzos y bebidas, junto con una ocupación básica del hospedaje. El escenario fortalecido dependería de una mejor reputación y de mayor flujo de viajeros.

Tabla 6. Participación estimada por línea de negocio

Línea	Participación estimada
Hospedaje	35%
Restaurante	40%
Bebidas	15%
Conectividad y otros	10%

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales se relacionan con parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas, surtido, vajillas y utensilios de servicio. Además, se deben estimar los gastos mensuales de funcionamiento.

Tabla 7. Gastos mensuales estimados de operación

Concepto	Valor estimado
Insumos de restaurante	$900.000
Reposición de bebidas y surtido de mercado	$500.000
Internet satelital	$250.000
Apoyo del ayudante	$1.000.000
Aseo, lencería básica y mantenimiento	$350.000
Gas, utensilios menores e imprevistos	$300.000
Total mensual estimado	**$3.300.000**

Tabla 8. Resultado financiero por escenario de ventas

Escenario	Venta mensual	Gastos mensuales	Resultado aproximado
Conservador	$3.200.000	$3.300.000	-$100.000
Medio	$5.000.000	$3.300.000	$1.700.000
Fortalecido	$7.200.000	$3.300.000	$3.900.000

Esto muestra que el negocio puede ser viable, pero necesita moverse rápido al menos hacia el escenario medio para trabajar con mayor tranquilidad.

11. TALENTO HUMANO

La estructura humana propuesta es sencilla: dueño y ayudante. El dueño se encargaría de la administración, las compras, el manejo de caja, la supervisión del restaurante y el control general del hospedaje. El ayudante apoyaría en cocina, atención al cliente, limpieza, organización del comedor y acondicionamiento básico del espacio de alojamiento.

Tabla 9. Estructura de talento humano

Cargo	Función principal	Cantidad
Dueño/a	Administración, compras y control general	1
Ayudante	Cocina, atención y apoyo operativo	1

Como supuesto razonable, si el negocio crece, podría requerirse apoyo ocasional adicional en cocina o limpieza en horas de mayor demanda.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Restaurante Brayan necesita una base técnica y física suficiente para operar con orden. El parque solar es importante para sostener la refrigeración y la conectividad. El internet satelital es esencial para el servicio ofrecido. Los congeladores ayudan a conservar bebidas e insumos sensibles. El computador permite apoyar la gestión del negocio y el servicio de internet. Las mesas, sillas, vajillas y utensilios son parte central de la atención.

Como supuesto lógico, aunque no aparece detallado en la lista original, un restaurante también requerirá equipo básico de cocina, como fogón, ollas, recipientes y elementos de preparación, porque sin ellos la operación no sería viable.

Tabla 10. Necesidades y requerimientos del negocio

Tipo	Requerimiento	Uso principal
Energía	Parque solar	Sostener operación y frío
Conectividad	Internet satelital	Servicio de internet
Refrigeración	Congeladores	Bebidas e insumos sensibles
Tecnología	Computador	Control básico y conectividad
Atención	Mesas, sillas, vajillas y utensilios	Servicio al cliente
Preparación	Equipo básico de cocina	Producción de alimentos
Operación	Surtido inicial	Arranque del negocio

13. VALOR DEL PROYECTO

El presupuesto disponible informado es de $8.000.000, pero al revisar el tipo de negocio y los equipos requeridos, esa cifra parece suficiente solo para una primera fase básica.

Tabla 11. Inversión estimada para el proyecto

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$2.500.000
Internet satelital e instalación	$1.500.000
Congeladores	$1.500.000
Computador	$800.000
Mesas, sillas y estanterías	$1.300.000
Vajillas, utensilios y equipo básico de cocina	$1.500.000
Adecuación básica de hospedaje	$1.500.000

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	Arabel Yesenia Muñoz Aponte
TIENDA	Restaurante Brayan
FECHA	23/02/2026



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: 25-3-2026

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: Yesenia Muñoz Aponte
Nombres: Anabel Yesenia Muñoz Aponte
CC: 40.326.799

OBSERVACIONES:

Valeria Alexandra Ayala Palacio

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	Valeria Alexandra Ayala Palacio
TIENDA	Pollos EL triunfa HD
FECHA	24/02/2026



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

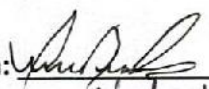
En el desarrollo del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, suscrito entre la **FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA** y **ASOSUPRO**, y como parte del proceso de fortalecimiento de capacidades logísticas y de emprendimiento de pequeños tenderos rurales, se firma la presente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

Yo, Valeria Alexandra Ayala identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.125.004.374 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: Valeria Alexandra Ayala

CC: 1.125.004.374

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, Valeria Alexandra Ayala identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.125.004.374, 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 Tres Palas a los 24 días del mes de febrero del año 2026.

RECIBE:

Firma: _____

Nombres: Valeria Alexandra Ayala

CC: 1.125.004.374

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."

fundacion servicios integrales y sociales

INFORMACIÓN GENERAL DE LA VISITA

Fecha de visita:	DIA 24	MES 02	AÑO 2026.		
Beneficiario	Valeria Alexandra Ayala Palacio				
Cédula	1.125.004.374		Sexo: ☑Mujer ☐Hombre		
Departamento:	Vichada	Municipio:			
Vereda / Inspección:	Tres Matas.				
Dirección:	Frente bomba	Teléfono de Contacto:			

VALIDACIÓN DE CONDICIONES GENERALES DEL NEGOCIO

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

COMPONENTES ESTRATÉGICOS ANALIZADOS

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

DIAGNOSTICO DEL NEGOCIO

Fortalezas actuales del negocio: Variedad
Ubicación

Retos que enfrenta: Financiamiento
Costos

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

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

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE VERIFICACIÓN

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

COMPROMISOS DE LA VISITA

Acciones acordadas en la visita

Compromisos del beneficiario:

Observaciones:

Firma:

Beneficiario: Valeria Alexandra Ayala P.
Cédula: 1.125.004.374

Firma:

Profesional: Zurima Sadarriaga
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, Valeria Alexandra Ayala, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1125004374 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 Tres Matas a los 24 días del mes de febrero del año 2026.

RECIBE:

Huella

Firma:

Nombres: Valeria Ayala

CC: 1.125.004.374

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

POLLOS EL TRIUNFA HD

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: Valeria Alexandra Ayala Palacio

EMPRENDEDORA

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

FEBRERO DE 2026

GOBERNACIÓN DE VICHADA SGR ASOSUPRO fundacion servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

Pollos El Triunfa HD nace para responder a una necesidad concreta de la inspección Tres Matas: contar con un punto cercano donde la comunidad y las personas que transitan por el sector puedan adquirir pollo crudo, bebidas alcohólicas, licor y conectividad, sin tener que desplazarse largas distancias. En sectores rurales apartados, comprar productos refrigerados o de consumo inmediato puede implicar más tiempo, mayor gasto en transporte y menos oportunidad para resolver necesidades rápidas del hogar o del camino.

La necesidad no es solo comercial. También es práctica y cotidiana. La comunidad requiere acceso más cercano a proteína de consumo frecuente, especialmente pollo crudo, mientras que transportadores y viajeros necesitan bebidas y un punto útil para detenerse, comprar y continuar su recorrido. Por eso, el negocio se plantea como un apoyo al abastecimiento local y como una solución sencilla para quienes se movilizan por la vía.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales serían la comunidad de la vereda, los transportadores y los turistas. La comunidad local sería el grupo más constante, porque puede comprar pollo crudo para el consumo del hogar y usar la conectividad cuando lo necesite. Los transportadores serían un cliente importante por la necesidad de compras rápidas, bebidas frías y un punto de apoyo durante el trayecto. Los turistas o viajeros tendrían una participación complementaria, especialmente en bebidas y conectividad.

Tabla 1. Segmentación de clientes y necesidades

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia esperada
Comunidad de la vereda	Pollo crudo, bebidas, internet	Alta
Transportadores	Bebidas, licor, compras rápidas, conectividad	Media-alta
Turistas	Bebidas, licor, internet	Media

Esta mezcla favorece al negocio porque combina una clientela local frecuente con una clientela de paso que puede aumentar el movimiento diario.

3. COMPETENCIA

Según la información entregada, los competidores más cercanos están aproximadamente a 20 kilómetros. Se identifican Gabriel Lameda, con licorera, y Carolina Castiblanco, con pollo crudo y huevos. Esto significa que sí existe competencia parcial, pero no necesariamente un negocio que reúna en un solo punto pollo crudo, licor, bebidas y conectividad.

La principal diferencia de Pollos El Triunfa HD está en la ubicación estratégica y en la calidad del servicio. Aunque la oferta es sencilla, su fortaleza está en combinar productos de alta demanda con atención cercana y rápida, algo muy valioso en zonas rurales donde el cliente prefiere resolver varias necesidades en una sola parada.

Tabla 2. Comparación de la competencia y ventajas

Competidor	Oferta principal	Diferencia frente a Pollos El Triunfa HD
Gabriel Lameda	Licorera	Menor enfoque en proteína y conectividad
Carolina Castiblanco	Pollo crudo y huevos	Menor integración con bebidas y licor

4. IDEA DE NEGOCIO

Pollos El Triunfa HD es un emprendimiento rural orientado a la venta de pollo crudo, complementado con bebidas alcohólicas, licor y servicios de conectividad. Su propósito es atender a la comunidad de Tres Matas y a quienes se movilizan por el sector, ofreciendo productos esenciales de consumo frecuente y de salida rápida en un punto cercano y confiable.

La idea del negocio es práctica y ajustada al contexto. En una zona donde la distancia dificulta el acceso a ciertos productos, un punto de venta especializado en pollo crudo puede tener buena aceptación. Si además se suman bebidas y conectividad, el negocio gana utilidad y puede construir una base de clientes más estable.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

El negocio ofrecerá las siguientes líneas principales:

- Bebidas alcohólicas
- Licor
- Pollo crudo
- Servicios de conectividad

Como supuesto razonable, la línea de bebidas alcohólicas y licor puede trabajar con presentaciones de alta rotación y precios acordes con el consumo local. El pollo crudo se vendería por unidad o por porciones, según las condiciones de compra y conservación del producto.

Tabla 3. Líneas de productos y servicios

Línea	Productos o servicios
Bebidas alcohólicas	Cerveza y otras bebidas permitidas
Licor	Presentaciones de alta rotación
Proteína animal	Pollo crudo
Conectividad	Servicio de internet

6. PROCESOS TÉCNICOS

El primer proceso técnico es el abastecimiento, que incluye la compra de pollo crudo, bebidas, licor, empaques y demás insumos del negocio. Será importante trabajar con proveedores confiables y con una frecuencia de reposición que evite pérdidas y desabastecimiento.

El segundo proceso es la conservación y exhibición. Los congeladores y el exhibidor de carne son fundamentales para mantener el pollo en condiciones adecuadas. La estantería servirá para organizar bebidas y licor. El parque solar será importante para sostener la cadena de frío y el servicio de conectividad.

El tercer proceso es el alistamiento y expendio, que comprende empaque, porcionado básico si aplica, entrega del producto y cobro. El cuarto proceso es la atención al cliente, que será directa en sitio. El quinto proceso es el control operativo, que incluye caja, limpieza, reposición, rotación del producto y verificación del estado del pollo refrigerado.

En el componente sanitario, el INVIMA dispone de actas oficiales de inspección sanitaria para expendios de carne y productos cárnicos comestibles, en las que se evalúan condiciones de instalaciones, equipos, prácticas higiénicas y estado del personal. Eso muestra que en este negocio el manejo del pollo crudo debe tener especial cuidado en cadena de frío, limpieza, equipos y manipulación.

7. REQUISITOS LEGALES

En materia tributaria, la DIAN informa que para usar el sistema de facturación electrónica se requiere estar inscrito en el RUT, contar con software de facturación electrónica y disponer de certificado de firma digital. También ofrece un sistema de facturación gratuita para quienes deban o quieran usarlo. En coherencia con tu instrucción, en este plan se deja constancia de que se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica.

En materia sanitaria, el negocio debe observar los requisitos aplicables al expendio de alimentos, especialmente por tratarse de pollo crudo. La Resolución 2674 de 2013 establece los requisitos sanitarios que deben cumplir las personas naturales o jurídicas que fabriquen, procesen, preparen, almacenen, transporten, distribuyan o expendan alimentos. Además, el INVIMA mantiene instrumentos de inspección sanitaria específicos para expendios de carne y productos cárnicos comestibles.

Tabla 4. Requisitos legales y administrativos del proyecto

Requisito o acción	Finalidad
RUT	Identificación tributaria del negocio
Facturación electrónica, si aplica	Cumplimiento tributario
Buenas prácticas sanitarias	Manejo adecuado del pollo crudo
Condiciones sanitarias para expendio cárnico	Protección del consumidor y legalidad operativa
Asistencia técnica brindada	Orientación sobre formalización, RUT y facturación

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal será la venta directa en sitio, porque la utilidad del negocio depende de que el cliente llegue y resuelva una necesidad inmediata: comprar pollo, adquirir una bebida o usar el servicio de conectividad.

El segundo canal será el voz a voz, muy importante en zonas rurales. Un negocio con buena atención, producto bien conservado y servicio constante gana reputación rápidamente. El tercer canal puede ser el encargo previo, especialmente para compras frecuentes de pollo o pedidos por volumen para reuniones familiares o actividades comunitarias.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

La proyección base entregada es de $500.000 por semana, es decir, aproximadamente $2.000.000 mensuales. El precio promedio de $80.000 parece corresponder más a compras combinadas o familiares que a una compra individual mínima. Por eso, conviene proyectar 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	$1.300.000	$5.200.000

Como supuesto de trabajo, el escenario conservador corresponde al arranque del negocio. El escenario medio sería más realista si se logra buena salida en pollo crudo, bebidas y licor. El escenario fortalecido dependería de una clientela más estable y de una buena rotación del pollo con adecuado manejo de conservación.

Tabla 6. Participación estimada por línea de negocio

Línea	Participación estimada
Pollo crudo	45%
Bebidas alcohólicas y licor	35%
Conectividad y otros	20%

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales se relacionan con parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas, exhibidor de carne, empaques y surtido. Además, es importante estimar los gastos mensuales de operación.

Tabla 7. Gastos mensuales estimados de operación

Concepto	Valor estimado
Compra de pollo crudo	$700.000
Reposición de bebidas y licor	$500.000
Internet satelital	$250.000
Apoyo del ayudante	$1.000.000
Empaques, aseo e imprevistos	$250.000
Total mensual estimado	**$2.700.000**

Tabla 8. Resultado financiero por escenario de ventas

Escenario	Venta mensual	Gastos mensuales	Resultado aproximado
Conservador	$2.000.000	$2.700.000	-$700.000
Medio	$3.600.000	$2.700.000	$900.000
Fortalecido	$5.200.000	$2.700.000	$2.500.000

Esto muestra que el negocio necesita salir del escenario mínimo para sostenerse con más tranquilidad. La línea de pollo crudo será clave para el ingreso, pero también para el costo, por lo que su rotación deberá manejarse con cuidado.

11. TALENTO HUMANO

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

Tabla 9. Estructura de talento humano

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

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Pollos El Triunfa HD necesita una base técnica y física suficiente para operar con orden. El parque solar es importante para sostener los congeladores y la conectividad. El internet satelital es parte esencial del servicio ofrecido. El computador ayuda con el control del negocio y el servicio de internet. El exhibidor de carne, las estanterías, mesas y sillas ayudan a organizar el punto de venta.

Tabla 10. Necesidades y requerimientos del negocio

Tipo	Requerimiento	Uso principal
Energía	Parque solar	Mantener cadena de frío y operación
Conectividad	Internet satelital	Servicio de internet
Refrigeración	Congeladores y exhibidor de carne	Conservación del pollo
Tecnología	Computador	Control básico y conectividad

Exhibición	Estanterías, mesas y sillas	Organización del surtido
Operación	Empaques y surtido inicial	Arranque del negocio

13. VALOR DEL PROYECTO

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

Tabla 11. Inversión estimada para el proyecto

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$2.500.000
Internet satelital e instalación	$1.500.000
Congeladores	$1.500.000
Computador	$800.000
Exhibidor de carne y estanterías	$1.300.000
Mesas y sillas	$700.000
Surtido inicial	$1.400.000
Capital de trabajo	$600.000
Valor total estimado	**$10.300.000**

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

Concepto	Valor
Presupuesto disponible	$6.000.000
Valor estimado del proyecto	$10.300.000
Brecha aproximada	**$4.300.000**

La recomendación es iniciar por fases, comenzando por pollo crudo, bebidas, licor y conectividad, y luego fortalecer exhibición y capacidad de conservación.

14. PLAN OPERATIVO

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

Tabla 13. Rutina diaria de operación

Momento	Actividad principal
Apertura	Limpieza, orden y revisión de equipos
Mañana	Alistamiento de pollo, bebidas y ventas tempranas
Mediodía y tarde	Mayor flujo de ventas y uso de conectividad
Final de tarde	Reposición y control de inventario
Cierre	Caja, aseo y organización del local

Semanalmente se debe revisar qué productos tienen mejor salida, cuáles dejan mejor margen y cómo se comporta la demanda de la comunidad y de los viajeros.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de Pollos El Triunfa HD es positivo porque acercaría bienes y servicios de difícil acceso a la comunidad. En lo social, mejora el acceso a proteína animal, bebidas y conectividad. En lo territorial, fortalece la oferta comercial de Tres Matas. En lo económico, puede generar ingresos y dinamizar un tipo de negocio muy útil para la vida diaria.

En un entorno rural del Vichada, donde las distancias pesan mucho en la vida cotidiana, un negocio de este tipo puede convertirse en un apoyo práctico para familias, vecinos y personas de paso. El componente de pollo crudo puede ser especialmente valioso por tratarse de un producto de consumo frecuente.

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 usar o recomendar el servicio. También aparecen la DIAN y las autoridades sanitarias como referentes institucionales importantes para la formalización y el manejo del producto.

Tabla 14. 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	Externo	Cliente ocasional
Instituciones	Externo	Posibles aliadas o usuarias
DIAN	Institucional	Referencia para RUT y facturación
Autoridad sanitaria	Institucional	Referencia para expendio cárnico

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Pollos El Triunfa HD es una idea de negocio pertinente para la inspección Tres Matas porque responde a una necesidad real del territorio: acercar pollo crudo, bebidas, licor y conectividad a una zona donde la oferta comercial es limitada y las distancias dificultan las compras rápidas del día a día. Su principal fortaleza está en combinar una proteína de alta demanda con bebidas y un servicio de internet que agrega utilidad.

El análisis también muestra que el proyecto no debe comenzar con una expectativa equivocada sobre su costo real. Con el presupuesto disponible puede iniciarse una fase básica, pero no la dotación completa ideal. La mejor estrategia es crecer por etapas, fortalecer primero la venta de pollo, bebidas y conectividad, y luego ampliar la capacidad de conservación y exhibición. Si eso se

logra, Pollos El Triunfa HD puede convertirse en un punto útil, cercano y bien valorado en Tres Matas.

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.

Valeria Alexandra Ayala Palacio
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	Valeria Alexandra Ayala Palacio
TIENDA	Pollos EL triunfa HD
FECHA	24/02/2026



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: 26-03-2026

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

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

ENTREGA:

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

RECIBE:

Huella



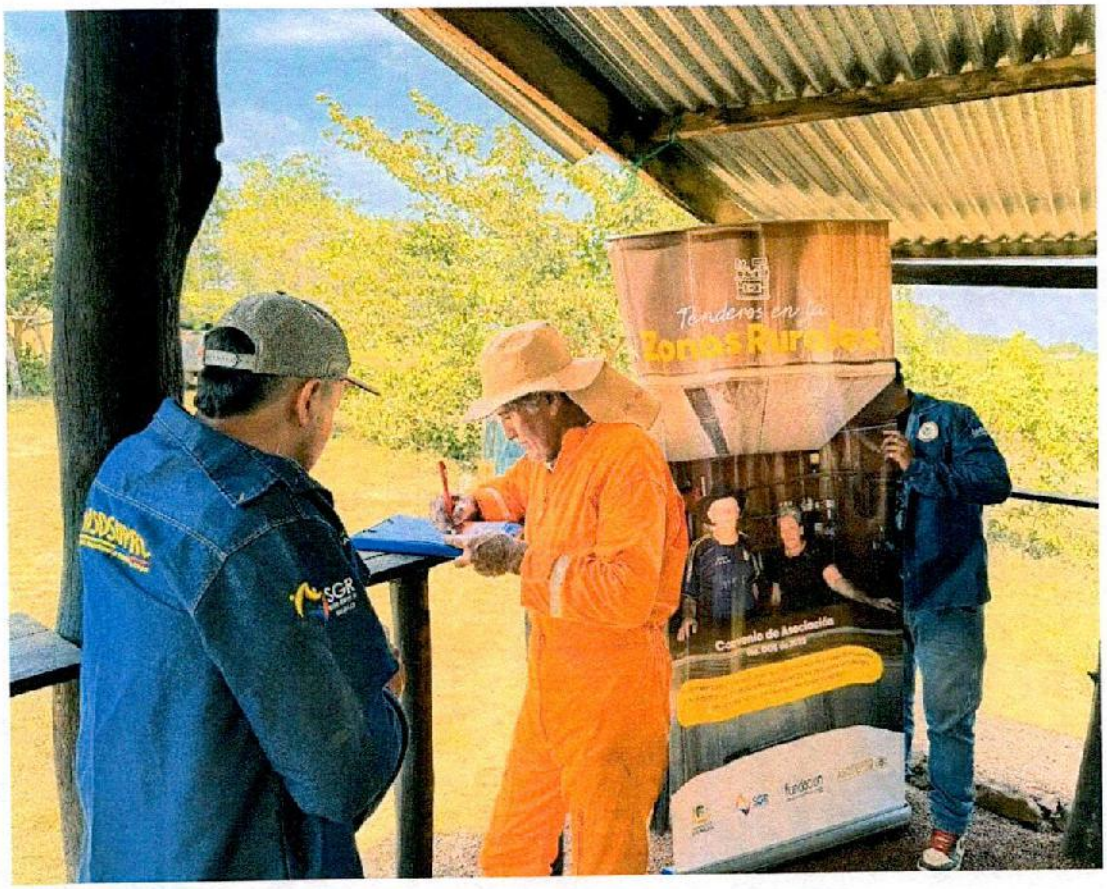
Firma:
Nombres: Valeria Alexandra Ayala Palacio
CC: 1.125.004-374

OBSERVACIONES:

Leonardo Cristiano Riaño

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	Leonardo Cristiano Riaño
TIENDA	Tienda Donde Leo
FECHA	14/01/2026



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

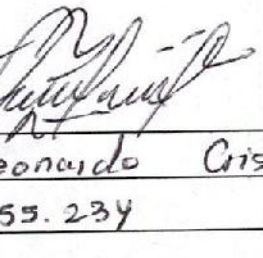
En el desarrollo del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, suscrito entre la **FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA** y **ASOSUPRO**, y como parte del proceso de fortalecimiento de capacidades logísticas y de emprendimiento de pequeños tenderos rurales, se firma la presente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

Yo, Leonardo Cristiano Riaño identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 18.255.234. 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: Leonardo Cristiano Riaño

CC: 18.255.234

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, Leonardo Cristiano Riaño identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 18.255.234, 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 Primavera a los 14 días del mes de enero del año 2025.

RECIBE:

Firma: _____

Nombres: Leonardo Cristiano Riaño

CC: 18.255.234

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 14	MES 1	AÑO 2026		
Beneficiario	Leonardo Cristiano Riaño				
Cédula	18.255.234	Sexo: ☐Mujer ☑Hombre			
Departamento:	Vichada	Municipio:	Primavera		
Vereda / Inspección:	Soledad II				
Dirección:	Via	Teléfono de Contacto:	3153076031		

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

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE VERIFICACIÓN

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

COMPROMISOS DE LA VISITA

Acciones acordadas en la visita	Publicidad
Compromisos del beneficiario:	Plan accion
Observaciones:	Plan estrategico

Firma:

Beneficiario: Leonardo Cristiano Riaño
Cédula: 18255234 CPV.

Firma:

Profesional: Alejandro Algecira
Cédula: 1041123333

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, Leonardo Cristiano Riaño, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 18.255.234 residente del municipio de Primavera, 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 Primavera a los 14 días del mes de enero del año 2026.

RECIBE:

Firma: _____

Nombres: Leonardo Cristiano Riaño

CC: 18.255.234

Huella



OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

TIENDA DONDE LEO

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: Leonardo Cristiano Riaño

EMPRENDEDOR

Ubicación: Vía Finca Caracol – La Primavera, vereda La Soledad II, municipio de La Primavera, departamento del Vichada, Colombia.

FEBRERO DE 2026

GOBERNACIÓN DE VICHADA SGR ASOSUPRO fundacion servicios integrales y sociales

1. Problema o necesidad

Tienda Donde Leo nace para responder a una necesidad concreta del sector rural donde se ubica: contar con un punto cercano donde la comunidad y las personas que transitan por la vía puedan adquirir productos básicos, bebidas frías, hielo, miel y conectividad, sin tener que desplazarse largas distancias. En zonas rurales apartadas, una compra pequeña puede implicar tiempo, mayores costos de transporte y menor facilidad para resolver necesidades diarias.

La necesidad no es solo comercial. También es práctica y cotidiana. Los habitantes de la vereda requieren un lugar confiable donde puedan comprar productos de consumo frecuente, especialmente bebidas, mercado y hielo. Los transportadores y viajeros necesitan una parada útil para refrescarse, comprar algo rápido y resolver asuntos de comunicación. En ese sentido, la tienda busca convertirse en un punto de apoyo para la vida diaria del sector y para el tránsito por la zona.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales serían la comunidad de la vereda, los transportadores y los turistas. La comunidad local sería el grupo más estable, porque puede comprar mercado, miel, bebidas, hielo y utilizar la conectividad de forma frecuente. Los transportadores serían un cliente importante por la necesidad de productos fríos, compras rápidas y acceso a internet. Los turistas o viajeros tendrían una participación complementaria, especialmente en bebidas, hielo y productos de paso.

Tabla 1. Segmentación de clientes y necesidades

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia esperada
Comunidad de la vereda	Mercado, miel, bebidas, hielo, internet	Alta
Transportadores	Bebidas frías, hielo, compras rápidas, conectividad	Media-alta
Turistas o viajeros	Bebidas, hielo, miel, internet	Media

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

3. COMPETENCIA

Según la información suministrada, los negocios parecidos más cercanos están aproximadamente a 20 kilómetros. Se identifican como competidores Michel Dayana Castro, con bebidas y hielo, y Juan Andrés Acero, con restaurante. Esto muestra que sí existe oferta parcial en el entorno, pero no necesariamente un establecimiento que reúna en un mismo lugar mercado, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, miel, hielo y conectividad.

La principal diferencia de Tienda Donde Leo estaría en la ubicación estratégica, la calidad del servicio y la posibilidad de resolver varias necesidades en una sola parada. En una zona rural, esa combinación tiene mucho valor porque el cliente prefiere ahorrar tiempo y desplazamientos.

Tabla 2. Comparación de la competencia y ventajas

Competidor	Oferta principal	Diferencia frente a Tienda Donde Leo
Michel Dayana Castro	Bebidas y hielo	Menor variedad de productos
Juan Andrés Acero	Restaurante	Menor enfoque en tienda de abastecimiento

4. IDEA DE NEGOCIO

Tienda Donde Leo es un emprendimiento rural orientado a la venta de productos de consumo básico, especialmente mercado, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, miel e hielo, complementado con servicios de conectividad. Su propósito es atender a la comunidad de la vereda La Soledad II y a quienes transitan por la vía, ofreciendo productos esenciales y de salida rápida en un punto cercano y confiable.

La idea del negocio es práctica y ajustada al territorio. En un entorno donde el clima, la distancia y la limitada oferta comercial influyen en la vida cotidiana, un punto de venta con bebidas frías, hielo, miel y mercado puede tener buena aceptación. Si además brinda internet, el negocio gana valor y utilidad para la población local y para las personas de paso.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

El negocio ofrecerá las siguientes líneas principales:

- Bebidas alcohólicas
- Bebidas no alcohólicas
- Mercado
- Miel
- Hielo
- Servicios de conectividad

Como supuesto razonable, la línea de mercado puede incluir productos básicos de alta rotación, como arroz, aceite, azúcar, panela, granos, galletas, enlatados y artículos de consumo diario. La miel puede presentarse como un producto diferenciado que dé identidad al negocio, especialmente si se maneja con buena presentación y calidad.

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
Producto diferencial	Miel
Refrescantes	Hielo

Servicio complementario	Conectividad a internet

6. PROCESOS TÉCNICOS

El primer proceso técnico es el abastecimiento, que incluye la compra de bebidas, mercado, empaques, hielo y demás productos necesarios para la operación. Aquí será importante trabajar con proveedores confiables y con un control básico de inventario para evitar quedarse sin productos de alta salida.

El segundo proceso es la conservación y almacenamiento. Los congeladores y el parque solar cumplen una función importante para mantener las bebidas frías y conservar el hielo. La miel, aunque no requiere frío permanente en todos los casos, sí necesita almacenamiento limpio, ordenado y protegido. El tercer proceso es la atención al cliente, que será directa en sitio. El cuarto proceso es el servicio de conectividad, que dependerá del internet satelital, el computador y la continuidad energética. El quinto proceso es el control operativo, que incluye caja, limpieza, reposición y revisión de inventario.

Como el negocio manejará alimentos y bebidas, la Resolución 2674 de 2013 establece requisitos sanitarios para actividades como preparación, almacenamiento, transporte y expendio de alimentos. Además, los lineamientos sanitarios del Ministerio de Salud e INVIMA exigen buenas prácticas de higiene, conservación y exhibición cuando se comercializan alimentos para consumo humano.

7. REQUISITOS LEGALES

En materia tributaria, la DIAN informa que para utilizar 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 de facturación gratuita para quienes deban o quieran utilizarlo. En coherencia con tu instrucción, en este plan se deja constancia de que se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica.

En materia sanitaria, aunque el negocio no es un restaurante, sí venderá bebidas, hielo, miel y productos de mercado para consumo humano. Por eso, debe mantener condiciones adecuadas de limpieza, conservación, almacenamiento y manipulación. La Resolución 2674 de 2013 y el normograma sanitario de alimentos y bebidas del Ministerio de Salud sirven como base para orientar estas obligaciones.

Tabla 4. Requisitos legales y administrativos del proyecto

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

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal será la venta directa en sitio, porque el valor del negocio está en que el cliente llegue y resuelva una necesidad inmediata: comprar bebidas, hielo, miel, mercado o usar internet.

El segundo canal será el voz a voz, muy importante en contextos rurales. Un negocio con buena atención, surtido útil y cumplimiento genera confianza rápidamente. El tercer canal puede ser el encargo previo, especialmente para pedidos de hielo, compras de mercado o reservas frecuentes de clientes cercanos.

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 $60.000 parece corresponder más a compras combinadas o familiares que a una compra mínima individual. Por eso, conviene proyectar tres escenarios.

Tabla 5. Escenarios de proyección de ventas

Escenario	Venta semanal	Venta mensual estimada
Conservador	$350.000	$1.400.000
Medio	$700.000	$2.800.000
Fortalecido	$1.050.000	$4.200.000

Como supuesto de trabajo, el escenario conservador corresponde al arranque del negocio. El escenario medio sería más realista si se logra buena salida en bebidas, hielo, miel y productos de mercado. El escenario fortalecido dependería de una clientela más estable y de una mejor reputación en atención y surtido.

Tabla 6. Participación estimada por línea de negocio

Línea	Participación estimada
Bebidas	30%
Mercado	25%
Hielo	20%
Miel	10%
Conectividad y otros	15%

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales se relacionan con parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas, empaques y surtido. Además, es importante estimar los gastos mensuales de operación.

Tabla 7. Gastos mensuales estimados de operación

Concepto	Valor estimado
Compra de bebidas y mercado	$450.000

Compra o reposición de hielo y miel	$250.000
Internet satelital	$250.000
Apoyo del ayudante	$1.000.000
Empaques, aseo e imprevistos	$200.000
Total mensual estimado	**$2.150.000**

Tabla 8. Resultado financiero por escenario de ventas

Escenario	Venta mensual	Gastos mensuales	Resultado aproximado
Conservador	$1.400.000	$2.150.000	-$750.000
Medio	$2.800.000	$2.150.000	$650.000
Fortalecido	$4.200.000	$2.150.000	$2.050.000

Esto muestra que el negocio necesita salir del escenario mínimo para sostenerse con más tranquilidad. La buena rotación de bebidas y hielo puede ayudar bastante a mejorar el movimiento diario.

11. TALENTO HUMANO

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

Tabla 9. Estructura de talento humano

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

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Tienda Donde Leo necesita una base técnica y física suficiente para operar con orden. El parque solar es importante para sostener los congeladores y la conectividad. El internet satelital es parte esencial del servicio ofrecido. El computador ayuda con el control básico del negocio y el acceso a internet. Las estanterías, mesas y sillas permiten organizar el punto de venta y dar mayor comodidad. Los empaques son útiles para la entrega del hielo, la miel y otros productos.

Tabla 10. Necesidades y requerimientos del negocio

Tipo	Requerimiento	Uso principal
Energía	Parque solar	Mantener frío y operación
Conectividad	Internet satelital	Servicio de internet
Refrigeración	Congeladores	Conservación de bebidas y hielo
Tecnología	Computador	Control básico y conectividad
Organización	Estanterías, mesas y sillas	Orden y atención
Operación	Empaques y surtido inicial	Arranque del negocio

13. VALOR DEL PROYECTO

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

Tabla 11. Inversión estimada para el proyecto

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$2.500.000
Internet satelital e instalación	$1.500.000
Congeladores	$1.500.000
Computador	$800.000
Estanterías, mesas y sillas	$1.000.000
Surtido inicial	$1.400.000
Empaques y capital de trabajo	$600.000
Valor total estimado	**$9.300.000**

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

Concepto	Valor
Presupuesto disponible	$6.000.000
Valor estimado del proyecto	$9.300.000
Brecha aproximada	**$3.300.000**

La recomendación es iniciar por fases, comenzando por bebidas, hielo, conectividad y una línea básica de mercado, y luego fortalecer la miel y ampliar el surtido.

14. PLAN OPERATIVO

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

Tabla 13. Rutina diaria de operación

Momento	Actividad principal
Apertura	Limpieza, orden y revisión de equipos
Mañana	Alistamiento de bebidas, hielo y mercado
Mediodía y tarde	Mayor flujo de ventas y uso de conectividad
Final de tarde	Reposición y control de inventario
Cierre	Caja, aseo y organización del local

Semanalmente se debe revisar qué productos tienen mejor salida, cuáles dejan mejor margen y cómo se comporta la demanda de la comunidad y de los viajeros.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de Tienda Donde Leo es positivo porque acercaría bienes y servicios de difícil acceso a la comunidad. En lo social, mejora el acceso a bebidas, hielo, mercado, miel y conectividad. En lo territorial, fortalece la oferta comercial de la vereda La Soledad II y su entorno. En lo económico, puede generar ingresos y dinamizar un pequeño centro de abastecimiento muy útil para la vida diaria.

En una zona rural del Vichada, donde las distancias pesan mucho en la vida cotidiana, un negocio de este tipo puede convertirse en un apoyo práctico para familias, vecinos y personas de paso. La miel, además, puede dar una identidad propia al negocio si se maneja con buena presentación y constancia.

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 usar o recomendar el servicio. También aparece la DIAN como referente institucional importante para la formalización y el Ministerio de Salud o la autoridad sanitaria como referencia para alimentos y bebidas.

Tabla 14. 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	Externo	Cliente ocasional
Instituciones	Externo	Posibles aliadas o usuarias
DIAN	Institucional	Referencia para RUT y facturación
Autoridad sanitaria	Institucional	Referencia para alimentos y bebidas

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Tienda Donde Leo es una idea de negocio pertinente para la vía Finca Caracol – La Primavera, en la vereda La Soledad II, porque responde a una necesidad real del territorio: acercar bebidas, hielo, miel, mercado y conectividad a una zona donde la oferta comercial es limitada y las distancias dificultan el acceso diario a bienes básicos. Su principal fortaleza está en combinar productos de alta rotación con un servicio de internet que agrega utilidad.

El análisis también muestra que el proyecto no debe comenzar con una expectativa equivocada sobre su costo real. Con el presupuesto disponible puede iniciarse una fase básica, pero no la dotación completa ideal. La mejor estrategia es crecer por etapas, fortalecer primero bebidas, hielo,

mercado y conectividad, y luego ampliar surtido y capacidad. Si eso se logra, Tienda Donde Leo puede convertirse en un punto útil, cercano y bien valorado en el sector.

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

Leonardo Cristiano Riaño
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	Leonardo Cristiano Riaño
TIENDA	Tienda Donde Leo
FECHA	14/01/2026



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

Fecha: 4-2-2026

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:
Nombres: Leonardo Cristiano Riaño
CC: 1825234 CNV

OBSERVACIONES:

Omaira Hernandez Tarache

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

NOMBRE DEL PROYECTO	**IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES QUE CONTRIBUYAN AL EMPRENDIMIENTO Y AUMENTO DE CAPACIDADES LOGÍSTICAS DE LOS PEQUEÑOS TENDEROS EN LA ZONA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE VICHADA**
ACTIVIDAD	REALIZAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LAS UNIDADES PRODUCTIVAS POPULARES EN LAS ZONAS RURALES.
DESCRIPCIÓN	DESARROLLAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LA ESTRUCTURACIÓN Y VIABILIDAD DE PLANES DE NEGOCIO ENFOCADOS A LA ECONOMÍA POPULAR O TIENDAS RURALES DEL DEPARTAMENTO.
BENEFICIARIO	Omaira Hernandez Tarache
TIENDA	Tienda La Fortaleza
FECHA	14/01/2026



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

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

Yo, Omaira Hernandez Tarache identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 41.250.177 manifiesto mi compromiso de:

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

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

RECIBE:

Firma: Omaira Hernandez
Nombres: Omaira Hernandez Tarache
CC: 41.250.177

OBSERVACIONES:

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

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

Yo, Omaira Hernandez Tarache identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 41.250.177, 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 Primavera a los 14 días del mes de enero del año 2026.

RECIBE:

Firma: Omaira Hernandez

Nombres: Omaira Hernandez Tarache

CC: 41.250.177

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 14	MES 1	AÑO 2026		
Beneficiario	Omaira Hernandez Tarache				
Cédula	41.250.177	Sexo: ☒ Mujer ☐ Hombre			
Departamento:	Vichada	Municipio: Primavera			
Vereda / Inspección:	Soledad				
Dirección:	Via Principal	Teléfono de Contacto: 3133904228			

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: Produccion	☒ Sí / ☐ No	

DIAGNOSTICO DEL NEGOCIO

Fortalezas actuales del negocio: Ubicacion Comunidad	Documentos que posee: ☐ RUT ☐ Cámara de Comercio ☐ Certificado de uso de suelos	¿Desea apoyo para formalizar su tienda? ☒ Sí ☐ No
Retos que enfrenta: Financiamiento Estrategia		

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE VERIFICACIÓN

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

COMPROMISOS DE LA VISITA

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

Firma:
Omaira Hernandez
Beneficiario: Omaira Hernandez
Cédula: 41250177

Firma:
Profesional: Rusbell Diaz
Cédula: 1.121.817.916

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

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

Yo, Omaira Hernandez Tarache, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 41.250.177 residente del municipio de Primavera, 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 Primavera a los 14 días del mes de enero del año 2026.

RECIBE:

Huella



Firma: Omaira Hernandez

Nombres: Omaira Hernandez Tarache

CC: 41.250.177

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

TIENDA LA FORTALEZA

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: Omaira Hernández Tarache

EMPRENDEDORA

Ubicación: Inspección La Soledad II, municipio de La Primavera, departamento de Vichada, Colombia.

FEBRERO DE 2026

VICHADA SGR ASOSUPRO fundacion servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

En el sector del caño Terecay existe una necesidad evidente de contar con un punto cercano donde la comunidad y los transeúntes puedan acceder a productos de consumo básico, bebidas frías, alimentos preparados, conectividad y apoyo en sus desplazamientos. Actualmente, quienes viven o transitan por esta zona deben recorrer largas distancias para adquirir mercado, refrigerios, alimentos listos para consumir o servicios elementales como acceso a internet o apoyo logístico en el cruce del caño. Esta situación genera incomodidad, pérdida de tiempo y mayores costos de transporte.

La necesidad se hace más notoria por tratarse de una zona rural en la que las distancias entre viviendas, fincas y puntos de comercio suelen ser amplias. Además, las condiciones climáticas propias del territorio, como el calor y los recorridos prolongados, aumentan la demanda de bebidas frías, alimentos preparados y espacios de atención o descanso. En este contexto, no disponer de una tienda cercana afecta tanto a la comunidad residente como a conductores, trabajadores del campo, visitantes e incluso a entidades que adelantan actividades en el sector.

Por otra parte, la conectividad se ha vuelto una necesidad cotidiana. En muchos entornos rurales, el acceso a internet o a medios de comunicación no es constante ni fácil de obtener, lo que limita gestiones personales, laborales y comerciales. Por ello, una tienda que ofrezca este tipo de apoyo, sumado al suministro de productos básicos y al servicio del cruce del caño Terecay, responde a una demanda concreta y mejora las condiciones de vida y movilidad en el territorio.

En síntesis, el problema central que busca atender Tienda La Fortaleza es la escasa oferta cercana y oportuna de bienes y servicios esenciales en un punto de tránsito y residencia rural, donde la población necesita soluciones prácticas, accesibles y permanentes.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes potenciales de Tienda La Fortaleza son diversos, lo cual representa una ventaja para el negocio, ya que no depende de un solo tipo de comprador. El primer grupo está conformado por la comunidad de la vereda, integrada por familias, trabajadores rurales, residentes permanentes y vecinos del sector. Este grupo demandará principalmente productos de mercado, bebidas, paquetes, alimentos preparados y, en algunos casos, servicios de conectividad para comunicaciones o consultas básicas.

Un segundo grupo importante corresponde a los transportadores y personas que transitan por la vía. Se trata de conductores de vehículos particulares, motos, vehículos de carga o transporte de productos, quienes valoran especialmente la rapidez en la atención, la disponibilidad de bebidas frías, comidas listas para consumir y un punto confiable de apoyo durante sus recorridos. Para ellos, la tienda puede convertirse en una parada habitual.

También se identifican como clientes potenciales las instituciones que desarrollan actividades en la zona, tales como entidades públicas, brigadas, equipos de trabajo rural, personal técnico o visitantes

institucionales. Aunque sus compras pueden ser menos frecuentes, suelen representar consumos grupales o pedidos puntuales de refrigerios, bebidas, almuerzos o apoyos logísticos.

Otro segmento corresponde a los turistas y visitantes ocasionales, quienes pueden requerir alimentos, bebidas, orientación, conectividad y servicios complementarios durante su paso por el territorio. Este tipo de cliente suele valorar la ubicación, la amabilidad y la posibilidad de resolver varias necesidades en un solo lugar.

Tabla 1. Tipos de clientes

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia estimada
Comunidad de la vereda	Mercado, bebidas, paquetes, conectividad	Alta
Transportadores	Bebidas frías, comidas rápidas, descanso, apoyo en ruta	Alta
Instituciones	Refrigerios, almuerzos, compras ocasionales, apoyo logístico	Media
Turistas y visitantes	Alimentos, bebidas, orientación y conectividad	Media

La diversidad de clientes permite pensar en un negocio con movimiento constante, donde unas ventas compensan otras según el día, la temporada o las dinámicas del territorio.

3. COMPETENCIA

Según la información suministrada, la competencia más cercana se encuentra aproximadamente a 20 kilómetros, lo que ya representa una ventaja para Tienda La Fortaleza. Los negocios identificados son el de Rogelio Plazas, enfocado en mercado y bebidas, y el de Leonardo Cristiano, que ofrece alimentación, mercado y bebidas. Aunque ambos cubren parte de las necesidades del sector, la distancia limita la conveniencia para quienes requieren atención inmediata o no desean desplazarse tanto.

Desde el punto de vista comercial, la competencia demuestra que sí existe demanda por este tipo de servicios; sin embargo, también deja ver que aún hay espacio para una propuesta mejor ubicada y con una atención más integral. Tienda La Fortaleza no solo ofrecería productos de mercado y bebidas, sino también alimentos preparados, conectividad y el servicio de cruce del caño Terecay, lo que amplía su propuesta de valor frente a los negocios existentes.

Otro aspecto importante es que, en zonas rurales, la fidelización de los clientes depende mucho del trato, la confianza, la disponibilidad del surtido y la cercanía. En ese sentido, aunque existan otros comercios, una tienda con buena atención, horarios adecuados, orden en la presentación y disposición permanente puede posicionarse rápidamente como la opción preferida del sector.

La competencia, entonces, no debe verse como un obstáculo mayor, sino como una referencia del mercado. El reto de Tienda La Fortaleza será diferenciarse por su ubicación estratégica, variedad

básica bien pensada, servicio amable y capacidad para resolver necesidades inmediatas de diferentes tipos de usuarios.

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en crear y operar Tienda La Fortaleza como un establecimiento rural de atención directa que combine la venta de productos de consumo frecuente con la prestación de servicios complementarios de alta necesidad en el sector. En esencia, el negocio busca ser un punto de abastecimiento y apoyo para la comunidad de la Vereda La Soledad II y para todas las personas que transitan por la vía cercana a la finca La Fortaleza y al caño Terecay.

La propuesta contempla la comercialización de mercado, bebidas frías, paquetes y alimentos preparados, junto con la oferta de servicios de conectividad y el servicio de cruce del caño Terecay, lo cual convierte a la tienda en un negocio multipropósito. Esta combinación permite responder a necesidades inmediatas y variadas, aumentando las posibilidades de venta y reduciendo la dependencia de un solo producto.

La fortaleza principal de la idea radica en que se desarrolla en un lugar donde la demanda no necesariamente requiere una infraestructura compleja, sino más bien presencia constante, buena atención, productos útiles y capacidad de adaptación a lo que el cliente necesita en cada momento. En este tipo de entornos, un negocio sencillo, bien organizado y con sentido práctico puede alcanzar estabilidad y crecimiento progresivo.

Además, el nombre Tienda La Fortaleza transmite una idea de respaldo, permanencia y confianza, elementos valiosos para una actividad comercial en una zona rural. Se trata de una propuesta que puede comenzar en una escala manejable y luego ampliarse con nuevos productos o servicios conforme aumente la clientela y se consolide el flujo de caja.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

Tienda La Fortaleza ofrecerá una mezcla de productos y servicios básicos, pensados para cubrir necesidades cotidianas y de tránsito. Dentro de los productos se encuentran las bebidas frías, que en un clima cálido y en una zona de recorrido resultan altamente demandadas. Estas pueden incluir agua, gaseosas, jugos, hidratantes y otros refrescos de rápida rotación.

También se ofrecerán productos de mercado, entendidos como artículos de primera necesidad y consumo frecuente: arroz, aceite, azúcar, café, panela, pastas, enlatados, galletas, huevos, productos de aseo básico y otros elementos de uso cotidiano. La idea no es empezar con un surtido excesivo, sino con una selección útil y de salida constante, ajustada al comportamiento del cliente.

En la línea de consumo rápido se encuentran los paquetes y snacks, que son productos prácticos para los transeúntes y para compras pequeñas. Asimismo, el negocio incluirá alimentos preparados, como desayunos, almuerzos y preparaciones sencillas que puedan ofrecerse con buena calidad, higiene y

sabor casero. Esta línea tiene potencial porque genera mayor valor agregado frente a la simple reventa de productos empacados.

A lo anterior se suma el servicio de conectividad, que puede incluir acceso a internet, apoyo para comunicaciones o pequeñas gestiones digitales, dependiendo de la disponibilidad técnica. Finalmente, se prestará el servicio del cruce del caño Terecay, el cual representa una utilidad práctica para la movilidad de personas o bienes en el sector y diferencia de manera importante al negocio.

Tabla 2. Portafolio inicial

Línea	Descripción
Bebidas frías	Agua, gaseosas, jugos, bebidas hidratantes
Mercado	Productos básicos de canasta y artículos de uso diario
Paquetes	Mecatos, galletas, snacks y productos de antojo
Alimentos preparados	Desayunos, almuerzos y comidas sencillas
Conectividad	Acceso a internet y apoyo básico de comunicación
Servicio de cruce	Apoyo en el cruce del caño Terecay

La combinación de estas líneas hace que el negocio tenga movimiento en diferentes momentos del día y pueda atender tanto compras pequeñas como necesidades más completas.

6. PROCESOS TÉCNICOS

El funcionamiento técnico del negocio será relativamente sencillo, pero requerirá orden y disciplina para garantizar calidad en el servicio. El primer proceso corresponde a la compra y abastecimiento, que implica identificar proveedores de confianza, adquirir productos con buena relación entre precio y calidad, organizar los pedidos y asegurar que nunca falten los artículos de mayor rotación. En el caso de bebidas, alimentos y mercado, será importante revisar fechas de vencimiento, condiciones del empaque y tiempos de reposición.

El segundo proceso es el de almacenamiento y conservación. Los productos secos deberán ubicarse en estanterías limpias, ventiladas y protegidas de humedad o plagas. Las bebidas frías y otros productos perecederos deberán mantenerse en congeladores o equipos de refrigeración. Para esto, el parque solar y la organización de la energía disponible serán fundamentales, especialmente por tratarse de una zona donde la continuidad del servicio puede depender de una buena planeación.

En cuanto a los alimentos preparados, el proceso debe incluir compra de insumos frescos, lavado, preparación, cocción, empaque o servido, y limpieza posterior. Será necesario mantener una cocina funcional, contar con gas, utensilios adecuados y buenas prácticas de higiene, tanto en la manipulación de alimentos como en el aseo del lugar. Una preparación sencilla, bien presentada y segura puede convertirse en una de las líneas más fuertes del negocio.

Respecto al servicio de conectividad, el proceso dependerá del internet satelital y de un computador o equipo de apoyo. Este servicio deberá prestarse con orden, definiendo tiempos, cuidados de los equipos y uso responsable. Para el servicio del cruce del caño Terecay, será importante establecer una forma de atención clara, segura y organizada, procurando que el cliente perciba responsabilidad y cumplimiento.

Flujo básico de operación

1. Compra de surtido e insumos.
2. Recepción y organización de productos.
3. Conservación y control del inventario.
4. Atención al cliente en sitio.
5. Venta de productos y prestación de servicios.
6. Registro simple de ingresos y reposición de mercancía.
7. Limpieza, cierre diario y revisión de pendientes.

Estos procesos no requieren una estructura compleja, pero sí constancia y buena administración para evitar pérdidas y sostener la calidad del servicio.

7. REQUISITOS LEGALES

Para que Tienda La Fortaleza funcione de manera organizada y con proyección de crecimiento, es importante avanzar hacia la formalización del negocio. Dentro de los aspectos básicos se encuentra la definición de la actividad económica, la identificación del propietario o responsable, el cumplimiento de requisitos tributarios y, en caso de fortalecerse más adelante, la posibilidad de inscripción en la cámara de comercio correspondiente, según la modalidad que resulte aplicable.

De igual manera, será necesario contar con el Registro Único Tributario (RUT), que permite identificar el negocio ante la administración tributaria y desarrollar actividades económicas de forma más organizada. Dependiendo del nivel de ventas, de la forma de operación y de la evolución del negocio, también se deberá revisar la obligación de expedir soporte de venta o avanzar en mecanismos de facturación acordes con la normatividad vigente.

En relación con la comercialización de alimentos preparados, es importante aplicar medidas de higiene, manejo adecuado de insumos, limpieza del lugar, conservación de alimentos y buenas prácticas básicas de manipulación. Aunque el negocio sea pequeño, debe procurar condiciones que protejan la salud del consumidor y transmitan confianza. También conviene revisar, con apoyo institucional si es posible, los permisos o recomendaciones que apliquen a nivel local para su correcto funcionamiento.

De forma expresa, se deja constancia de que se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica, como apoyo para orientar el proceso de organización legal del negocio. Esta asistencia aporta elementos iniciales para que la unidad productiva pueda avanzar con mayor claridad en su proceso de formalización.

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización de Tienda La Fortaleza será la atención directa en sitio, ya que el negocio está pensado para aprovechar su ubicación estratégica y responder de manera inmediata

a las necesidades del cliente. En contextos rurales y de tránsito, la venta presencial sigue siendo el canal más efectivo, sobre todo cuando el consumidor busca rapidez, cercanía y confianza.

Sin embargo, el negocio puede fortalecer sus ventas mediante canales complementarios sencillos. Uno de ellos es la promoción voz a voz, que en zonas rurales tiene gran importancia. Un cliente satisfecho recomienda el lugar a otros vecinos, transportadores o visitantes, y así se construye reputación sin necesidad de grandes inversiones en publicidad.

También puede utilizarse mensajería móvil o redes sociales básicas, siempre que las condiciones de conectividad lo permitan. Por ejemplo, se pueden recibir pedidos sencillos por llamadas o mensajes, informar sobre disponibilidad de almuerzos, bebidas o servicios, e incluso coordinar atención a grupos o instituciones. Esto no reemplaza el canal principal, pero ayuda a aumentar visibilidad y mejorar la organización.

Tabla 3. Canales comerciales

Canal	Uso principal
Atención en sitio	Venta directa de productos y servicios
Voz a voz	Posicionamiento y recomendación local
Llamadas y mensajes	Pedidos e información previa
Contacto con instituciones	Atención ocasional a grupos o jornadas

El negocio debe enfocarse en que cada cliente tenga una buena experiencia, porque en este tipo de mercado la mejor estrategia comercial suele ser la recomendación basada en confianza y cumplimiento.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

Con base en la información suministrada, se toma como referencia una venta semanal estimada de $470.000. A partir de este dato, es posible construir una proyección básica mensual y anual, entendiendo que se trata de valores estimados y que pueden variar según la temporada, el clima, el flujo de personas y la capacidad del negocio para posicionarse.

Si el negocio vende aproximadamente $470.000 por semana, en un mes promedio de cuatro semanas alcanzaría ingresos cercanos a $1.880.000. En un año, esta cifra equivaldría aproximadamente a $22.560.000. No obstante, como el negocio tiene potencial de crecimiento, es razonable proyectar un aumento gradual conforme mejore el surtido, se consolide la clientela y se fortalezcan los servicios de alimentos y conectividad.

Para un primer año de operación, puede plantearse un escenario moderado de crecimiento progresivo. Por ejemplo, durante los primeros meses las ventas podrían mantenerse cerca del promedio base, pero hacia el segundo semestre aumentar por reconocimiento del punto y mayor frecuencia de compra de clientes recurrentes.

Tabla 4. Proyección de ventas estimadas

Periodo	Venta estimada

Semana	$470.000
Mes	$1.880.000
Año	$22.560.000

Tabla 5. Proyección simple por crecimiento gradual

Concepto	Valor estimado
Ventas base anuales	$22.560.000
Crecimiento estimado del 10% en consolidación	$2.256.000
Ventas anuales potenciales	$24.816.000

Estas cifras son una base razonable para un negocio en etapa inicial. En la práctica, si la línea de alimentos preparados y el servicio de cruce tienen buena acogida, los ingresos podrían ser mayores.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales del negocio están relacionados con la inversión inicial en equipos, adecuación básica y surtido, así como con los gastos periódicos de funcionamiento. Dentro de los costos de montaje se encuentran el parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas, cocina, gas y surtido inicial. Estos elementos permiten que el negocio pueda operar de manera estable y atender de forma adecuada las diferentes líneas de servicio.

Además de la inversión inicial, existen gastos mensuales que deben considerarse para no afectar la rentabilidad. Entre ellos están la reposición del mercado y bebidas, la compra de insumos para alimentos preparados, el mantenimiento de equipos, el pago del servicio de conectividad, el gas, el transporte de mercancías y pequeños gastos de aseo, empaque o atención. En negocios rurales, también es importante prever sobrecostos por distancia o por dificultades de acceso a proveedores.

A continuación, se presenta una estimación razonable de costos y gastos, construida como supuesto financiero básico para efectos del plan:

Tabla 6. Inversión inicial estimada

Concepto	Valor estimado
Parque solar	$2.500.000
Internet satelital e instalación	$900.000
Congeladores	$1.500.000
Computador	$1.200.000
Estanterías	$700.000
Mesas y sillas	$600.000
Cocina y utensilios	$900.000
Gas y elementos iniciales	$300.000
Surtido inicial	$1.900.000
Total, estimado	**$10.500.000**

Tabla 7. Gastos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado
Reposición de surtido	$900.000
Insumos para alimentos	$300.000
Internet	$180.000
Gas y cocina	$120.000
Transporte de mercancía	$150.000
Aseo y otros gastos menores	$80.000
Apoyo de ayudante (si aplica pago parcial)	$250.000
Total, mensual estimado	**$1.980.000**

Estas cifras son aproximadas y pueden variar. En todo caso, reflejan que el negocio debe manejar con cuidado la rotación del inventario y priorizar compras útiles para evitar que el capital se quede inmovilizado en productos de poca salida.

11. TALENTO HUMANO

El talento humano proyectado para este negocio es sencillo pero suficiente para la etapa inicial. Según la información entregada, se requiere del dueño y un ayudante. Esta estructura es adecuada para un emprendimiento pequeño, pues permite distribuir funciones sin generar una carga laboral excesiva ni elevar demasiado los costos operativos.

El dueño o propietaria tendría a cargo la dirección general del negocio: administración del dinero, compra de insumos, decisiones de surtido, trato con proveedores, control básico de inventario y supervisión de la atención. También sería importante que esta persona lidere el servicio al cliente, dado que en este tipo de negocio la confianza personal es determinante para fidelizar compradores.

El ayudante apoyaría las labores de atención en mostrador, organización del establecimiento, preparación o apoyo en alimentos, limpieza, acomodo del surtido y colaboración en actividades relacionadas con el servicio al cliente. Si el flujo de personas aumenta en algunos horarios, este apoyo será clave para mantener la agilidad y evitar que el cliente espere demasiado.

Aunque el negocio inicia con una estructura pequeña, en el futuro podría evaluarse la vinculación de una persona adicional, especialmente si crece la línea de alimentos preparados o si aumentan los servicios relacionados con conectividad y cruce del caño. En todo caso, desde el comienzo debe promoverse una atención respetuosa, responsable y ordenada.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Para poner en marcha Tienda La Fortaleza se requieren condiciones mínimas de infraestructura, equipos, abastecimiento y organización. En primer lugar, se necesita un espacio físico adecuado, limpio, accesible y visible desde la vía, que permita exhibir productos, atender clientes y desarrollar la preparación de alimentos sin desorden. El lugar debe inspirar confianza y facilitar la circulación de personas.

En segundo lugar, son indispensables ciertos equipos y herramientas: parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas, cocina y gas. Estos recursos no son accesorios, sino parte esencial del modelo de negocio, porque permiten refrigerar bebidas, prestar conectividad, almacenar productos, atender clientes y ofrecer alimentos preparados en condiciones aceptables.

También se requiere un surtido inicial bien seleccionado, con prioridad en productos de alta rotación y consumo frecuente. No se recomienda empezar con exceso de referencias; es mejor conocer primero el comportamiento de la clientela y luego ampliar el surtido según la demanda real. Asimismo, será necesario contar con recipientes, utensilios, elementos de limpieza, empaques y un control básico de cuentas.

Otro requerimiento importante es la disponibilidad de proveedores confiables y una planificación de reposición. En áreas rurales, una falla en el abastecimiento puede afectar varios días de ventas, por lo que se necesita organización para evitar quedarse sin productos clave. Igualmente, será útil fortalecer conocimientos básicos en administración del negocio, fijación de precios, servicio al cliente y formalización.

13. VALOR DEL PROYECTO

El valor inicial estimado del proyecto, según la información entregada, es de diez millones quinientos mil pesos ($10.500.000). Esta cifra resulta coherente para una etapa de arranque en pequeña escala, especialmente si se distribuye entre equipos básicos, adecuación mínima y surtido inicial. No se trata de una inversión exagerada, pero sí suficiente para comenzar con una estructura funcional y competitiva dentro del contexto rural.

Desde el punto de vista financiero, el valor del proyecto representa una apuesta razonable, considerando que el negocio integra varias fuentes de ingreso: venta de mercado, bebidas, paquetes, alimentos preparados, conectividad y cruce del caño. Esta diversificación es positiva porque reduce el riesgo de depender de una sola línea de ventas.

Además del valor monetario, el proyecto tiene un valor práctico y social importante. No solo busca generar ingresos para sus propietarios, sino cubrir necesidades reales del territorio. En ese sentido, la inversión no debe mirarse únicamente como un gasto, sino como la base para crear un punto de servicio estable que aporte bienestar a la comunidad.

A medida que el negocio avance, el valor del proyecto podría aumentar por mejora de infraestructura, ampliación del surtido, adquisición de nuevos equipos o fortalecimiento de canales comerciales. Por ello, es importante administrar bien el capital inicial y recuperar progresivamente la inversión mediante una operación disciplinada.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo de Tienda La Fortaleza debe ser práctico, claro y ajustado a la realidad del negocio. En una primera fase, se desarrollará la adecuación del espacio, instalación de equipos, compra del

surtido inicial y organización del área de atención. Esta etapa debe centrarse en dejar listo el establecimiento para empezar operaciones con orden, buena presentación y capacidad básica de respuesta.

En una segunda fase, se dará inicio a la operación diaria, que incluirá apertura del negocio, revisión del inventario, enfriamiento de bebidas, preparación de alimentos según demanda, atención continua al público y registro simple de ventas. Es importante definir horarios que coincidan con los momentos de mayor tránsito y consumo, especialmente en la mañana, al mediodía y en horas de calor.

La tercera fase corresponde al seguimiento y ajuste. Durante los primeros meses será clave observar cuáles productos se venden más, qué horarios tienen mayor movimiento, cuáles gastos están siendo más altos y qué oportunidades de mejora aparecen. Esta observación permitirá ajustar precios, mejorar el surtido y fortalecer el servicio.

Tabla 8. Plan operativo básico

Actividad	Responsable	Frecuencia
Compra de mercancía e insumos	Dueño	Semanal o quincenal
Organización del surtido	Dueño y ayudante	Diaria
Preparación de alimentos	Dueño y/o ayudante	Diaria
Atención al cliente	Dueño y ayudante	Permanente
Control de caja y ventas	Dueño	Diario
Limpieza y orden	Dueño y ayudante	Diario
Revisión de inventario	Dueño	Semanal

Un plan operativo sencillo pero constante puede hacer una gran diferencia en la sostenibilidad del negocio, sobre todo en etapas iniciales.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto principal esperado con Tienda La Fortaleza es brindar bienes y servicios que actualmente son de difícil acceso para la comunidad y para quienes transitan por el sector. Este impacto se refleja en una mejora concreta de la vida cotidiana: menor necesidad de desplazarse largas distancias, mayor facilidad para conseguir alimentos, bebidas y artículos básicos, y disponibilidad de un punto de apoyo en una zona estratégica.

El negocio también puede generar un impacto económico local, aunque sea en pequeña escala. Por un lado, crea una fuente de ingreso para sus propietarios y, por otro, aporta dinamismo al entorno al facilitar el tránsito, el consumo y la permanencia de personas en el sector. A medida que se consolide, incluso puede convertirse en referencia para la prestación de otros servicios complementarios.

Desde el punto de vista social, el alcance del proyecto va más allá de vender productos. La tienda puede convertirse en un espacio reconocido por su atención, por resolver necesidades inmediatas y por ofrecer un trato cercano y humano. En territorios rurales, este tipo de negocios cumple un papel importante como punto de encuentro, apoyo y orientación para la comunidad.

En cuanto al alcance geográfico, el proyecto beneficiará principalmente a la población de la Vereda La Soledad II, pero también tendrá influencia sobre transportadores, visitantes, instituciones y turistas que circulen por la vía y requieran atención rápida y confiable.

16. MAPA DE ACTORES

El negocio se relaciona con diferentes actores del territorio, cada uno con un papel específico en su funcionamiento o en su impacto. El actor principal es la comunidad, ya que constituye la base de clientes permanentes y el entorno social en el cual se inserta el negocio. La aceptación de la comunidad será fundamental para la permanencia y crecimiento de la tienda.

Otro actor importante son los transportadores, quienes representan una clientela frecuente por la ubicación del establecimiento. Su comportamiento puede influir en el nivel diario de ventas, especialmente en bebidas, paquetes y alimentos preparados. Asimismo, los transeúntes y turistas son actores relevantes, porque aportan compras ocasionales y ayudan a posicionar el lugar como punto de referencia en la zona.

Las instituciones también hacen parte del mapa de actores, en la medida en que pueden requerir servicios del negocio durante visitas, jornadas de trabajo o actividades en el sector. Adicionalmente, se encuentran los proveedores, quienes, aunque no fueron mencionados expresamente en la información base, son un actor indispensable para garantizar surtido y continuidad del negocio.

Tabla 9. Mapa de actores

Actor	Relación con el negocio	Nivel de importancia
Comunidad de la vereda	Cliente principal y entorno de apoyo	Alto
Transportadores	Cliente frecuente por ubicación estratégica	Alto
Transeúntes	Compradores ocasionales	Medio
Turistas	Consumidores eventuales	Medio
Instituciones	Posibles compradores y aliados ocasionales	Medio
Proveedores	Suministro de productos e insumos	Alto
Propietario y ayudante	Operación directa del negocio	Alto

El éxito del negocio dependerá de mantener una buena relación con todos estos actores, especialmente con la comunidad y con los clientes frecuentes.

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Tienda La Fortaleza es una propuesta de negocio viable, pertinente y coherente con las necesidades del territorio donde se proyecta desarrollar. Su principal fortaleza está en la ubicación estratégica y en la posibilidad de ofrecer, en un solo punto, productos básicos, bebidas frías, alimentos preparados, conectividad y servicio de cruce del caño Terecay. Esta combinación permite atender varias necesidades reales de la comunidad y de las personas que transitan por el sector.

Aunque se trata de un negocio de escala pequeña, su potencial es importante porque responde a una carencia concreta del entorno: la falta de acceso cercano a bienes y servicios esenciales. Además, la distancia de la competencia más próxima y la atención directa en sitio favorecen su posicionamiento. Con una inversión inicial razonable, una administración ordenada y un surtido bien seleccionado, el negocio puede alcanzar estabilidad y crecimiento progresivo.

En conclusión, este plan muestra que Tienda La Fortaleza no solo puede ser una fuente de ingresos para sus propietarios, sino también un aporte valioso para la calidad de vida, la movilidad y el abastecimiento de la comunidad rural. Se trata de un proyecto con sentido práctico, impacto local y posibilidades reales de consolidación si se maneja con responsabilidad, constancia y buen servicio.

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

Omaira Hernandez

Omaira Hernández Tarache
Emprendedora

Rusbell Giovanni Diaz Jaimes
Orientador de emprendimiento

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

NOMBRE DEL PROYECTO	**IMPLEMENTACIÓN DE ACCIONES QUE CONTRIBUYAN AL EMPRENDIMIENTO Y AUMENTO DE CAPACIDADES LOGÍSTICAS DE LOS PEQUEÑOS TENDEROS EN LA ZONA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE VICHADA**
ACTIVIDAD	REALIZAR ASISTENCIA TÉCNICA PARA LAS UNIDADES PRODUCTIVAS POPULARES EN LAS ZONAS RURALES.
DESCRIPCIÓN	ENTREGA DE LA GUIA METODOLÓGICA PARA LA ESTRUCTURACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO Y SU DESARROLLO.
BENEFICIARIO	Omaira Hernandez Tarache
TIENDA	Tienda La Fortaleza
FECHA	14/01/2026



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

Fecha: 5-2-2026

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: Omaira Fernandez

Nombres: Omaira Fernandez

CC: 41250177

OBSERVACIONES:

Betulia Fuentes Conde

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	Betulia Fuentes Conde
TIENDA	Tienda Pinielito
FECHA	7/01/2026



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

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

Yo, Betulia Fuentes Conde identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 30.939.126 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: Betulia Fuentes C
Nombres: Betulia Fuentes Conde
CC: 30.939.126.

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, Betulia Fuentes Conde identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 30.939.126, 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 Santa Barbara a los 7 días del mes de enero del año 2026.

RECIBE:

Firma: Betulia Fuentes C

Nombres: Betulia Fuentes Conde

CC: 30.939.126

OBSERVACIONES:

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

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

INFORMACIÓN GENERAL DE LA VISITA

Fecha de visita:	DIA 7	MES 1	AÑO 2026		
Beneficiario	Betulia Fuentes Conde				
Cédula	30.939.126	Sexo: ☑Mujer ☐Hombre			
Departamento:	Vichada	Municipio: Primavera			
Vereda / Inspección:	Santa Barbara				
Dirección:	Via Principal	Teléfono de Contacto: 3023378476			

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: Publicidad	☑ Sí / ☐ No	

DIAGNOSTICO DEL NEGOCIO

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

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 publicitario
Observaciones:	Plan de acciones

Firma:
Betulia Fuentes C
Beneficiario: Betulia Fuentes C
Cédula: 30939126

Firma:
Profesional: Rusbell Diaz
Cédula: 1.121.817.916

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, Betulia Fuentes Conde, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 30.939.126 residente del municipio de Primavera, 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 Santa Barbara a los 7 días del mes de enero del año 2025.

RECIBE:

Firma: Betulia Fuentes Co

Nombres: Betulia Fuentes Conde

CC: 30.939.126

Huella



OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

TIENDA PINIELITO

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: Betulia Fuentes Conde
EMPRENDEDORA

Ubicación: Inspección de Santa Barbara de Agua verde, municipio de La Primavera, departamento de Vichada, Colombia.

FEBRERO DE 2026

1. PROBLEMA O NECESIDAD

En el sector donde se ubica la finca Pinielito y la Inspección de Santa Bárbara de Agua Verde existe la necesidad de contar con un punto cercano que ofrezca alimentos preparados, productos básicos de consumo, bebidas frías y servicios de conectividad. Actualmente, muchas personas de la comunidad y quienes transitan por la vía deben desplazarse a otros lugares para adquirir estos bienes o resolver necesidades básicas, lo cual genera pérdida de tiempo, mayores gastos y dificultades, especialmente en jornadas de trabajo, desplazamiento o permanencia prolongada en la zona.

Esta situación afecta principalmente a la población rural, que muchas veces necesita resolver compras pequeñas, consumir alimentos preparados o acceder a medios de comunicación sin tener que recorrer distancias considerables. En contextos como el del Vichada, donde las distancias son amplias y las condiciones de acceso pueden ser limitadas, un negocio local bien ubicado puede representar una solución real y muy útil para la comunidad.

Además, el entorno territorial y climático favorece la necesidad de contar con bebidas frías y comidas listas para consumir, ya que el calor, los trayectos y las actividades diarias aumentan la demanda de este tipo de productos. A esto se suma el hecho de que la conectividad se ha convertido en una necesidad cotidiana, tanto para la comunicación personal como para gestiones básicas, consultas o coordinación de actividades.

En conclusión, el problema principal que busca atender Tienda Pinielito es la falta de acceso cercano y oportuno a productos y servicios esenciales, en un lugar donde la comunidad y los transeúntes requieren soluciones prácticas, constantes y al alcance de su realidad.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes de Tienda Pinielito pueden agruparse en varios segmentos, lo que constituye una ventaja importante, pues permite que el negocio tenga diferentes fuentes de demanda. El primer grupo está conformado por la comunidad de la vereda y de la inspección, es decir, las familias residentes, trabajadores del campo, vecinos y personas que viven o desarrollan sus actividades en la zona. Este será el grupo más frecuente y el que demandará de manera más constante productos básicos, huevos, bebidas, comidas y apoyo en conectividad.

Un segundo grupo relevante es el de los transportadores, quienes por sus recorridos necesitan lugares donde detenerse a consumir bebidas frías, desayunos, almuerzos o cenas, y en algunos casos adquirir productos rápidos o hacer uso de un servicio de conectividad. Este segmento valora especialmente la rapidez, la ubicación y la buena atención.

También se encuentran las instituciones, entendidas como entidades o grupos que llegan al territorio para realizar visitas, jornadas de trabajo, actividades comunitarias o acompañamiento a procesos locales. Estas pueden requerir compras ocasionales, refrigerios, almuerzos o apoyo logístico, representando una oportunidad adicional para el negocio.

Finalmente, los turistas y visitantes ocasionales constituyen un grupo importante, especialmente si el punto es visible y se reconoce como un lugar confiable para abastecerse o alimentarse. Aunque este segmento puede ser menos constante, aporta movimiento al negocio y fortalece su reconocimiento.

Tabla 1. Clientes principales

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia estimada
Comunidad de la zona	Huevos, mercado básico, bebidas, comidas, conectividad	Alta
Transportadores	Desayunos, almuerzos, cenas, bebidas frías, descanso	Alta
Instituciones	Consumos grupales, alimentos y apoyo ocasional	Media
Turistas y visitantes	Bebidas, alimentos y servicios básicos	Media

La variedad de clientes ayuda a que el negocio tenga movimiento durante distintos momentos del día y del mes, reduciendo el riesgo de depender de un solo tipo de comprador.

3. COMPETENCIA

Según la información entregada, la competencia más cercana se encuentra a una distancia aproximada de 20 kilómetros, lo cual representa una condición favorable para Tienda Pinielito. Los negocios identificados son el de Ana Carlina, dedicado a mercado y bebidas, y el de Jaime Tabaco, enfocado en paquetería y bebidas. Estos establecimientos cubren parte de la demanda del sector, pero la distancia reduce su capacidad de atender de manera inmediata a quienes requieren soluciones cercanas.

La existencia de competencia indica que sí hay mercado para este tipo de actividad comercial. Sin embargo, Tienda Pinielito puede diferenciarse al ofrecer una propuesta más integral, que no se limita a la venta de productos empacados, sino que incluye huevos de granja, alimentos preparados y servicios de conectividad, además de bebidas frías. Esta combinación amplía el alcance del negocio y responde a necesidades más completas del cliente.

Otro factor diferenciador importante es la cercanía y el trato al cliente. En los entornos rurales, la confianza, la amabilidad y la disponibilidad del servicio tienen un gran peso en la decisión de compra. Un establecimiento organizado, limpio, con atención oportuna y productos útiles puede posicionarse con rapidez, incluso si existen otros negocios en la región.

Por ello, más que una amenaza, la competencia representa una referencia del mercado. El reto de Tienda Pinielito será consolidarse como la opción más práctica y confiable del sector, aprovechando su ubicación estratégica y la calidad del servicio como elementos centrales de diferenciación.

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en crear y operar Tienda Pinielito como un establecimiento rural de atención directa, orientado a la venta de productos de consumo frecuente y a la prestación de servicios complementarios de alta necesidad. El negocio se ubicará en un punto estratégico de tránsito y residencia, permitiendo atender tanto a la comunidad de la zona como a quienes circulan por la vía principal de acceso.

Su propuesta principal es vender huevos de granja, bebidas frías, desayunos, almuerzos, cenas y servicios de conectividad, bajo un modelo sencillo pero funcional, enfocado en resolver necesidades inmediatas. Esta combinación de productos y servicios es adecuada para el contexto rural, ya que mezcla artículos de consumo básico con opciones de alimentación preparada y apoyo en comunicación.

La esencia del negocio no está en ofrecer una gran cantidad de referencias, sino en brindar lo que la comunidad realmente necesita, con buena presentación, trato amable y constancia en la atención. En este tipo de territorios, un negocio pequeño, pero bien manejado puede consolidarse como un punto de referencia importante para el entorno.

La denominación Tienda Pinielito le da identidad propia al proyecto y puede asociarse con cercanía, confianza y pertenencia al territorio. A futuro, si el negocio se fortalece, tendrá la posibilidad de ampliar su surtido, incorporar nuevos servicios o mejorar su infraestructura, pero su base seguirá siendo la misma: atender necesidades reales del sector con una oferta práctica y accesible.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

Tienda Pinielito ofrecerá una línea de productos y servicios pensada para responder a la demanda más frecuente del territorio. En primer lugar, se encuentran las bebidas frías, que son altamente necesarias en zonas de clima cálido y de tránsito constante. Estas pueden incluir agua, gaseosas, jugos y otros refrescos de rápida rotación.

Un producto distintivo del negocio será la venta de huevos de granja, los cuales tienen buena aceptación por su utilidad en el consumo diario y por ser un alimento de compra frecuente. Esta línea puede convertirse en uno de los elementos más representativos del establecimiento, especialmente si se mantiene una oferta constante y buena calidad.

Otro componente importante son los alimentos preparados, especialmente desayunos, almuerzos y cenas. Esta línea agrega valor al negocio porque no solo revende productos, sino que ofrece comida lista para consumir, algo muy útil para trabajadores, transportadores, visitantes y personas que no tienen otra opción cercana de alimentación. La preparación debe ser sencilla, con buen sabor, higiene y porciones acordes con el precio.

Finalmente, se prestarán servicios de conectividad, los cuales pueden incluir acceso a internet o apoyo básico para comunicaciones y consultas. Este servicio es muy útil en entornos rurales donde la conexión no siempre es fácil, y puede convertirse en una razón adicional para que las personas visiten el negocio.

Tabla 2. Portafolio inicial

Línea de producto o servicio	Descripción
Bebidas frías	Agua, gaseosas, jugos y refrescos
Huevos de granja	Venta directa para consumo familiar o individual
Alimentos preparados	Desayunos, almuerzos y cenas
Servicios de conectividad	Acceso a internet y apoyo en comunicaciones

La combinación de estas líneas permite que el negocio tenga ventas en diferentes momentos del día, desde la mañana hasta la noche, y atienda necesidades tanto de residentes como de visitantes.

6. PROCESOS TÉCNICOS

El funcionamiento técnico de Tienda Pinielito será sencillo, pero debe realizarse con orden para garantizar buen servicio y sostenibilidad. El primer proceso es el de abastecimiento, que consiste en adquirir de manera periódica los productos básicos, bebidas, insumos para preparación de alimentos y demás elementos necesarios para operar. Para ello será importante contar con proveedores confiables y programar compras de acuerdo con la rotación del negocio.

El segundo proceso corresponde al almacenamiento y conservación. Los productos secos deberán organizarse en estanterías limpias y ventiladas, mientras que las bebidas frías y otros productos que requieran refrigeración deberán mantenerse en congeladores. En este punto será fundamental el uso adecuado del parque solar y la administración cuidadosa de la energía disponible.

Respecto a los alimentos preparados, el proceso técnico incluirá compra de insumos, selección y limpieza, preparación, cocción, servido y limpieza posterior. La cocina debe mantenerse aseada y organizada, y será importante tener buenas prácticas de manipulación de alimentos. Aunque el negocio sea pequeño, la calidad y la higiene de las comidas serán decisivas para la fidelización del cliente.

En cuanto al servicio de conectividad, este dependerá del internet satelital y del equipo disponible, como computador o dispositivos de apoyo. Para que el servicio sea útil, debe existir orden en su uso, mantenimiento básico de los equipos y una atención responsable.

Flujo básico del negocio

1. Compra y recepción de mercancía e insumos.
2. Organización del surtido y conservación de productos.
3. Preparación de alimentos según demanda.
4. Atención al cliente en sitio.
5. Cobro, registro simple de ventas y control del inventario.
6. Limpieza diaria y revisión de necesidades de reposición.

Con procesos claros y bien organizados, el negocio puede evitar pérdidas, mantener calidad y operar de manera constante.

7. REQUISITOS LEGALES

Para que Tienda Pinielito avance de manera organizada y con mejores posibilidades de crecimiento, es importante considerar su proceso de formalización. Dentro de los aspectos básicos se encuentra la identificación clara de la actividad económica, la definición del responsable del negocio y el cumplimiento de requisitos tributarios mínimos. A futuro, según la proyección del emprendimiento, podría evaluarse su inscripción formal ante la entidad correspondiente para fortalecer su reconocimiento comercial.

Uno de los requisitos más importantes es contar con el Registro Único Tributario (RUT), ya que este permite desarrollar la actividad económica de manera organizada y facilita procesos posteriores relacionados con compras, ventas, soporte de operaciones y posibles relaciones comerciales con terceros. También será necesario revisar la obligación de soportar adecuadamente las ventas, según el nivel y evolución del negocio.

En el caso de los alimentos preparados, se recomienda cumplir con condiciones básicas de higiene, manipulación adecuada de alimentos, limpieza del espacio y conservación apropiada de insumos y productos. Aunque se trate de un negocio pequeño, debe procurar una atención segura y responsable para proteger al consumidor y fortalecer la confianza del cliente.

De manera expresa, se deja constancia de que se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica, como apoyo para orientar adecuadamente el proceso de organización legal del negocio. Este acompañamiento representa un paso importante para que la unidad productiva pueda consolidarse con mayor orden y proyección.

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización será la venta directa en sitio, ya que el negocio se basa en atender de forma inmediata a la comunidad y a quienes transitan por la vía principal. Este canal es el más apropiado para el tipo de negocio, porque permite cercanía con el cliente, respuesta rápida y control directo sobre la atención y la calidad del servicio.

Además de la atención presencial, el negocio puede fortalecerse a través del voz a voz, que en sectores rurales es una herramienta muy poderosa. La recomendación entre vecinos, transportadores y visitantes ayudará a que Tienda Pinielito sea reconocida como un lugar confiable, con buena comida, productos útiles y atención amable.

Otro canal complementario es la comunicación por celular o mensajería, si las condiciones de conectividad lo permiten. Esto facilitaría informar sobre disponibilidad de desayunos, almuerzos, cenas o productos específicos, y permitiría coordinar pedidos sencillos con clientes frecuentes o instituciones.

Tabla 3. Canales comerciales

Canal	Función
Atención directa en sitio	Venta principal de productos y servicios
Voz a voz	Promoción local y recomendación
Llamadas o mensajes	Coordinación de pedidos e información
Relación con instituciones	Venta ocasional a grupos o jornadas

La estrategia comercial debe centrarse en la calidad del servicio, porque en este tipo de entorno la mejor publicidad es la satisfacción del cliente.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

De acuerdo con la información suministrada, la venta estimada del negocio es de $400.000 por semana. A partir de esta base, se puede hacer una proyección mensual y anual, entendiendo que son valores aproximados que pueden variar según la temporada, la afluencia de personas, el comportamiento del clima y el posicionamiento del negocio.

Tomando como referencia cuatro semanas por mes, la tienda podría alcanzar ingresos mensuales cercanos a $1.600.000. En un año, esto equivaldría aproximadamente a $19.200.000. Esta proyección es prudente y corresponde a una etapa inicial del negocio, donde se parte de ventas moderadas mientras se consolida la clientela.

No obstante, es razonable pensar en un crecimiento gradual durante el primer año, especialmente si la línea de alimentos preparados tiene buena acogida y si el negocio logra posicionarse como un punto confiable de abastecimiento. Bajo un escenario moderado, podría plantearse un crecimiento aproximado del 10% al cierre del año.

Tabla 4. Proyección de ventas

Periodo	Venta estimada
Semana	$400.000
Mes	$1.600.000
Año	$19.200.000

Tabla 5. Proyección anual con crecimiento moderado

Concepto	Valor estimado
Ventas base anuales	$19.200.000
Crecimiento proyectado del 10%	$1.920.000
Ventas anuales potenciales	$21.120.000

Estas cifras son supuestos razonables para fines del plan. El comportamiento real dependerá del manejo del negocio, la constancia en la atención y la capacidad de mantener un surtido atractivo.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales del negocio están relacionados con la inversión inicial necesaria para ponerlo en funcionamiento y con los gastos periódicos de operación. Según la información suministrada, se requieren recursos como parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas, surtido, cocina y gas. Estos elementos constituyen la base física y técnica para la atención al público y la prestación de los servicios ofrecidos.

Además de la inversión inicial, deben considerarse gastos mensuales como reposición de surtido, compra de insumos para preparación de alimentos, pago de conectividad, gas, transporte, aseo y apoyo del ayudante. En zonas rurales es importante administrar bien los costos de abastecimiento, porque las distancias pueden elevar el valor de la reposición de mercancía.

A continuación, se presenta una estimación razonable, construida como supuesto financiero para el desarrollo del plan:

Tabla 6. Inversión inicial estimada

Concepto	Valor estimado
Parque solar	$1.800.000
Internet satelital e instalación	$800.000
Congeladores	$1.100.000
Computador	$1.000.000
Estanterías	$500.000
Mesas y sillas	$450.000
Cocina y utensilios	$700.000
Gas y elementos iniciales	$250.000
Surtido inicial	$1.400.000
Total, estimado	**$8.000.000**

Tabla 7. Gastos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado
Reposición de surtido	$700.000
Insumos para alimentos	$280.000
Internet	$170.000
Gas	$100.000
Transporte de mercancía	$120.000
Aseo y gastos menores	$70.000
Apoyo de ayudante	$220.000
Total, mensual estimado	**$1.660.000**

Estas cifras son referenciales y pueden cambiar según los proveedores, la frecuencia de compra y el crecimiento del negocio. Aun así, permiten visualizar de manera realista el nivel de inversión y el esfuerzo económico requerido.

11. TALENTO HUMANO

Para el funcionamiento inicial de Tienda Pinielito se proyecta un equipo humano básico conformado por el dueño y un ayudante. Esta estructura es adecuada para una unidad productiva pequeña, ya que permite atender el negocio sin generar costos excesivos en la etapa de arranque.

El dueño será la persona encargada de la administración general, la compra de mercancía, el manejo del dinero, la supervisión de la atención y la toma de decisiones sobre el funcionamiento del establecimiento. También tendrá un papel central en el trato al cliente, aspecto muy importante para generar confianza y lograr que las personas regresen.

Por su parte, el ayudante apoyará las labores de atención, organización del local, limpieza, acomodo del surtido y, si se requiere, colaboración en la preparación de alimentos. Su presencia resulta útil

especialmente en momentos de mayor afluencia, como horas de comida o jornadas con mayor tránsito por la vía.

Aunque el negocio inicia con dos personas, en el futuro podría evaluarse la necesidad de fortalecer el equipo si crecen las ventas, la demanda de alimentos o la prestación de servicios complementarios. Lo importante desde el inicio será mantener una atención cordial, ordenada y constante.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

El negocio requiere, en primer lugar, un espacio físico adecuado, visible, limpio y cómodo para atender al público. Este lugar debe permitir la exhibición del surtido, la ubicación de mesas y sillas, la preparación de alimentos y el funcionamiento de los equipos sin generar desorden o incomodidad para el cliente.

También son indispensables los equipos y recursos físicos ya identificados: parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, cocina, mesas, sillas, gas y surtido inicial. Estos recursos garantizan el funcionamiento básico del negocio y permiten que la oferta se mantenga de forma estable.

Otra necesidad importante es contar con capital de trabajo, es decir, dinero disponible para reponer mercancía, comprar insumos, cubrir gastos pequeños y sostener la operación diaria mientras el negocio alcanza mayor estabilidad. Sin este respaldo, incluso un negocio bien ubicado puede tener dificultades para mantenerse.

Además, se requiere organización administrativa básica, manejo responsable del dinero, control de inventario y disposición para fortalecer conocimientos en atención al cliente, formalización y operación comercial. Estas habilidades no necesariamente exigen formación técnica avanzada, pero sí compromiso y disciplina.

13. VALOR DEL PROYECTO

El valor estimado del proyecto es de ocho millones de pesos ($8.000.000), cifra que, de acuerdo con las características del negocio, resulta razonable para una etapa inicial. Este monto permite cubrir una instalación básica, la compra de equipos esenciales y un surtido inicial suficiente para empezar a operar.

Desde una perspectiva económica, se trata de una inversión moderada, especialmente si se considera que el negocio combina varias líneas de ingreso: venta de bebidas frías, huevos de granja, alimentos preparados y servicios de conectividad. Esa diversificación mejora las posibilidades de recuperación de la inversión, porque no depende de un solo producto o servicio.

Además del valor monetario, el proyecto tiene un valor social importante. En una zona donde los bienes y servicios básicos no están fácilmente disponibles, la creación de una tienda cercana aporta comodidad, ahorro de tiempo y mejora en el acceso para la comunidad y los visitantes. Por ello, el valor del proyecto también debe entenderse como una inversión en bienestar local.

A futuro, si el negocio crece y se fortalece, podrá requerir nuevas inversiones en equipos, ampliación de surtido o adecuaciones adicionales, aumentando así su valor comercial y su capacidad de generar ingresos.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo de Tienda Pinielito se desarrollará de manera práctica y gradual. En una primera etapa, se realizará la adecuación del espacio, la instalación de equipos, la organización de la cocina y del área de atención, y la compra del surtido inicial. Esta fase debe dejar listo el negocio para iniciar operaciones con una imagen ordenada y funcional.

Posteriormente, se dará inicio a la operación diaria, la cual incluirá apertura del establecimiento, revisión de existencias, organización de productos, enfriamiento de bebidas, preparación de desayunos, almuerzos o cenas según demanda, y atención al público durante el horario definido. La idea es que el negocio tenga disponibilidad en los momentos de mayor necesidad de los clientes.

Una tercera etapa será la de seguimiento y ajuste, en la cual se revisará cuáles productos tienen mayor rotación, cuáles generan mejor ganancia, qué horarios son más fuertes y qué aspectos pueden mejorarse. Esta evaluación permitirá hacer correcciones y fortalecer la sostenibilidad del negocio.

Tabla 8. Plan operativo básico

Actividad	Responsable	Frecuencia
Compra de mercancía e insumos	Dueño	Semanal o quincenal
Organización del local	Dueño y ayudante	Diaria
Preparación de alimentos	Dueño y/o ayudante	Diaria
Atención al cliente	Dueño y ayudante	Permanente
Control de ventas y caja	Dueño	Diario
Limpieza y aseo	Dueño y ayudante	Diario
Revisión de inventario	Dueño	Semanal

Este plan operativo es sencillo, pero suficiente para que el negocio funcione con orden y pueda sostenerse desde su etapa inicial.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado con Tienda Pinielito es principalmente social y económico. En lo social, el negocio permitirá que la comunidad y los transeúntes tengan acceso más cercano a productos y servicios que actualmente son difíciles de conseguir en la zona. Esto mejora la calidad de vida, reduce desplazamientos innecesarios y facilita el desarrollo de actividades cotidianas.

En lo económico, el negocio representa una oportunidad de generación de ingresos para sus propietarios y de dinamización local. Al existir un punto comercial activo, se fortalece el movimiento económico del sector y se crea una alternativa útil para quienes requieren consumir o abastecerse sin salir de la zona.

El alcance del proyecto se extiende no solo a los habitantes más cercanos, sino también a transportadores, instituciones, visitantes y turistas que pasen por el sector. Esto amplía el impacto del negocio ,y le permite convertirse en un punto reconocido dentro del entorno local.

Además, el proyecto puede consolidarse como un espacio de apoyo y servicio, donde la gente no solo compra, sino que encuentra una atención amable y una solución práctica a necesidades inmediatas. Ese valor humano también forma parte del impacto esperado.

16. MAPA DE ACTORES

El negocio se relaciona con diferentes actores del territorio, cada uno con un papel importante dentro de su funcionamiento y proyección. El primer actor es la comunidad, que constituye el principal grupo beneficiario y uno de los clientes más frecuentes. Su aceptación del negocio será determinante para la estabilidad de las ventas.

En segundo lugar, están los transportadores, que representan una clientela de paso con alto potencial de consumo en bebidas, alimentos y otros productos de necesidad inmediata. También se encuentran los transeúntes y turistas, quienes, aunque compran de manera ocasional, aportan movimiento y reconocimiento al negocio.

Las instituciones forman otro actor importante, ya que pueden requerir compras específicas o consumir servicios durante jornadas de trabajo o visitas al territorio. Por otra parte, aunque no fueron mencionados de manera expresa en la información base, también deben considerarse los proveedores, porque son quienes harán posible el abastecimiento del negocio.

Tabla 9. Mapa de actores

Actor	Relación con el negocio	Importancia
Comunidad	Cliente principal y beneficiaria directa	Alta
Transportadores	Cliente frecuente por ubicación del negocio	Alta
Instituciones	Posibles compradores ocasionales	Media
Transeúntes	Consumidores eventuales	Media
Turistas	Visitantes con compras ocasionales	Media
Proveedores	Suministro de productos e insumos	Alta
Dueño y ayudante	Operación y administración del negocio	Alta

El éxito de Tienda Pinielito dependerá de mantener relaciones positivas con estos actores y de responder adecuadamente a las necesidades de cada uno.

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Tienda Pinielito se presenta como una propuesta de negocio viable, pertinente y ajustada a las necesidades reales del territorio donde se proyecta su funcionamiento. Su mayor fortaleza radica en la combinación de una ubicación estratégica, una oferta útil de productos y servicios, y una atención directa pensada para resolver necesidades inmediatas de la comunidad y de quienes transitan por la zona.

El negocio tiene condiciones favorables para consolidarse, ya que responde a una carencia concreta del entorno: la falta de acceso cercano a alimentos preparados, bebidas frías, huevos de granja y conectividad. Además, la distancia con la competencia más cercana le permite posicionarse como una alternativa práctica y confiable para el sector.

Desde el punto de vista financiero, el proyecto parte de una inversión moderada y de una proyección de ventas prudente, lo que lo convierte en una iniciativa manejable en su etapa inicial. Con una buena administración, control del surtido, atención amable y constancia en el servicio, Tienda Pinielito puede crecer de manera progresiva y convertirse en un punto importante para la comunidad.

En conclusión, este plan muestra que Tienda Pinielito no solo representa una oportunidad de ingreso para sus propietarios, sino también una respuesta concreta a necesidades del territorio, con impacto social, utilidad práctica y posibilidades reales de 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.

Betulia Fuentes C.

Betulia Fuentes Conde
Emprendedora

Rusbell Giovanni Diaz Jaimes
Orientador 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	Betulia Fuentes Conde
TIENDA	Tienda Pinielito
FECHA	7/01/2026



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

Fecha: 20-1-2026

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

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

ENTREGA:

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

RECIBE:

Huella

Firma: Betulia Fuentes C
Nombres: Betulia Fuentes C
CC: 30 939 926

OBSERVACIONES:

Iris Ceneila Carvajal Hernandez

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	Iris Ceneila Carvajal Hernandez
TIENDA	Tienda Donde Iris Carvajal
FECHA	8/01/2026



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

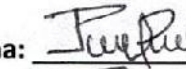
En el desarrollo del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, suscrito entre la **FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA** y **ASOSUPRO**, y como parte del proceso de fortalecimiento de capacidades logísticas y de emprendimiento de pequeños tenderos rurales, se firma la presente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

Yo, Iris Ceneila Carvajal identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.125.549.051 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: Iris Ceneila Carvajal

CC: 1.125.549.051

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, Iris Ceneila Carvajal identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.125.549.051, 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 Santa Barbara a los 8 días del mes de enero del año 2026.

RECIBE:

Firma: _____

Nombres: Iris Ceneila Carvajal

CC: 1.125.549.051

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 8	MES 1	AÑO 2026	
Beneficiario	Iris Cenella Carvajal Hernandez				
Cédula	1.125.549.051			Sexo: ☑ Mujer ☐ Hombre	
Departamento:	Vichada		Municipio: Primavera		
Vereda / Inspección:	Santa Barbara				
Dirección:	Centro		Teléfono de Contacto: 3177109117		

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

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 Estrategico
Observaciones:	Plan financiamiento

Firma:
Beneficiario: Iris Carvajal H.
Cédula: 1.125.549.051

Firma:
Profesional: Rusbell Diaz
Cédula: 1.121.817.916

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, Iris Ceneila Carvajal, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.125.549.051 residente del municipio de Primavera, 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 Primavera a los 8 días del mes de enero del año 2026.

RECIBE:

Huella



Firma:

Nombres: Iris Ceneila Carvajal

CC: 1.125.549.051

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

TIENDA DONDE IRIS CARVAJAL

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: Iris Ceneila Carvajal Hernández

EMPRENDEDOR

Ubicación: Inspección de Santa Barbara de Agua verde, municipio de La Primavera, departamento de Vichada, Colombia.

FEBRERO DE 2026

1. PROBLEMA O NECESIDAD

En el sector de la Inspección de Santa Bárbara de Agua Verde se evidencia la necesidad de contar con un establecimiento cercano que ofrezca productos básicos como helados, artículos de mercado, ropa y servicios de conectividad. Esta necesidad surge porque la población del área y quienes transitan por la zona no siempre disponen de un punto accesible donde puedan adquirir estos bienes y servicios de manera rápida y confiable.

La falta de un comercio cercano obliga a muchas personas a desplazarse mayores distancias para comprar artículos de uso cotidiano, prendas necesarias o productos de consumo inmediato. Esta situación genera gastos adicionales, pérdida de tiempo e incomodidad, especialmente en un contexto rural donde las distancias suelen ser amplias y las opciones comerciales pueden estar dispersas. Para las familias, los trabajadores, los transportadores y los visitantes, contar con una tienda próxima significa resolver necesidades básicas sin afectar tanto su tiempo ni sus recursos.

También existe una necesidad creciente de servicios de conectividad, ya que las comunicaciones se han convertido en una herramienta indispensable para la vida cotidiana, las gestiones personales, los estudios, el trabajo y el contacto con otras personas. En zonas donde la conexión no siempre es sencilla o estable, un punto que brinde este servicio puede ser de gran utilidad y mejorar la relación de la comunidad con medios digitales básicos.

De igual manera, la oferta de helados tiene relevancia por las condiciones climáticas del territorio, donde el calor favorece el consumo de productos fríos y de refresco. La incorporación de ropa al negocio responde a una necesidad práctica, pues muchas veces los habitantes o visitantes requieren adquirir prendas básicas sin tener que trasladarse a centros urbanos o puntos más lejanos. En consecuencia, el problema que busca resolver Tienda Donde Iris Carvajal es la falta de acceso cercano, oportuno y suficiente a bienes y servicios esenciales dentro del sector.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes de Tienda Donde Iris Carvajal son variados, lo cual fortalece la viabilidad del negocio porque permite atender diferentes necesidades y no depender de un solo tipo de comprador. El primer grupo está conformado por la comunidad de la vereda y del entorno cercano, es decir, las familias, residentes, trabajadores rurales y personas que viven de manera permanente en el sector. Este segmento será probablemente el más constante, ya que demandará artículos de mercado, algunos productos de vestir, helados y servicios de conectividad para resolver necesidades cotidianas.

Un segundo grupo importante es el de los transportadores, quienes, debido a sus desplazamientos por la zona, pueden requerir productos de consumo rápido, artículos básicos, refrescos y acceso a conectividad. Este segmento suele valorar especialmente la cercanía, la rapidez en la atención y la facilidad para resolver varias necesidades en un mismo lugar.

También se identifican como clientes potenciales las instituciones, entendidas como entidades públicas, grupos de trabajo, brigadas o visitantes institucionales que desarrollan actividades en la zona. Aunque este grupo no compre todos los días, sí puede representar ventas importantes en determinados momentos, especialmente en productos de consumo, conectividad o compras ocasionales de dotación básica.

Finalmente, los turistas y visitantes constituyen un segmento relevante. En su paso por la región, estas personas pueden requerir productos refrescantes, artículos de uso inmediato, orientación o apoyo en comunicación. Un negocio bien presentado y reconocido por su buena atención puede captar de manera positiva este tipo de clientela.

Tabla 1. Tipos de clientes

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia estimada
Comunidad del sector	Mercado, ropa básica, helados, conectividad	Alta
Transportadores	Productos rápidos, refrescos, apoyo en comunicación	Alta
Instituciones	Compras ocasionales, apoyo logístico y conectividad	Media
Turistas y visitantes	Helados, productos de uso frecuente, conectividad	Media

La diversidad de clientes permite al negocio mantener movimiento durante distintos días y horarios, y favorece la estabilidad comercial en el tiempo.

3. COMPETENCIA

De acuerdo con la información suministrada, los negocios parecidos más cercanos se encuentran aproximadamente a 20 kilómetros, lo que representa una ventaja estratégica para Tienda Donde Iris Carvajal. Entre los competidores identificados se encuentra Paulina Medina, quien ofrece mercado y bebidas, y Ariel Santamaría, enfocado en ropa. Esto muestra que ya existe una demanda real por este tipo de productos, pero también evidencia que la oferta se encuentra dispersa y no necesariamente concentrada en un solo punto accesible para la comunidad.

La distancia con la competencia favorece el surgimiento del nuevo negocio, ya que las personas del sector suelen preferir establecimientos cercanos donde puedan resolver sus necesidades sin tener que hacer recorridos largos. Además, Tienda Donde Iris Carvajal tiene la ventaja de combinar líneas de negocio distintas en un mismo establecimiento: mercado, helados, ropa y conectividad. Esa mezcla hace que la propuesta sea más integral que la de negocios que solo ofrecen una parte de estos productos.

Otro aspecto clave en la competencia es la percepción del cliente frente a la atención. En zonas rurales, la confianza, el trato amable y la disponibilidad de productos pesan mucho en la fidelización. Un negocio con una buena ubicación, orden en el surtido, atención cordial y constancia en el servicio puede posicionarse rápidamente, incluso aunque existan otros comercios en el área.

Por lo tanto, la competencia no debe verse como una barrera mayor, sino como una señal de que sí existe mercado. El reto será consolidar una propuesta cercana, útil y bien atendida, que ofrezca una experiencia práctica y agradable al cliente.

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en la creación y funcionamiento de Tienda Donde Iris Carvajal como un establecimiento comercial rural de atención directa, dedicado a la venta de helados, productos de mercado, prendas de vestir y servicios de conectividad. Su propósito es convertirse en un punto cercano y accesible para la comunidad y los transeúntes, donde puedan encontrar bienes de uso frecuente y apoyo en comunicación sin necesidad de desplazarse a lugares lejanos.

La propuesta se caracteriza por integrar productos de consumo inmediato, productos de uso diario y una línea de bienes no alimenticios como la ropa, lo que amplía el atractivo del negocio y le da mayor alcance. A esto se suma el servicio de conectividad, que aporta un componente útil y actual, especialmente en contextos rurales donde el acceso a internet o a medios de comunicación puede resultar limitado.

La esencia del negocio no está en ser un comercio grande, sino en ser un establecimiento práctico, bien ubicado, confiable y cercano. La combinación de varias líneas de oferta permite que el cliente pueda resolver distintas necesidades en un solo lugar. Esta característica es importante en el contexto territorial donde se desarrollará el proyecto, ya que un punto integral de abastecimiento tiene mayores posibilidades de posicionamiento.

El nombre Tienda Donde Iris Carvajal aporta identidad y cercanía, lo cual puede fortalecer la relación con la comunidad y la confianza del cliente. A futuro, si el negocio se consolida, podrá ampliar el surtido, mejorar la infraestructura o incluir nuevas líneas, pero su base seguirá siendo ofrecer soluciones accesibles y útiles para el territorio.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

Tienda Donde Iris Carvajal ofrecerá una gama de productos y servicios pensados para responder a necesidades cotidianas y de tránsito. Uno de los productos principales serán los helados, que tienen alta aceptación en territorios de clima cálido y pueden generar ventas constantes, especialmente en horas de mayor temperatura. Esta línea tiene la ventaja de atraer tanto a niños como a jóvenes y adultos, convirtiéndose en un producto de consumo rápido y atractivo.

Otro componente importante del portafolio es el mercado, entendido como productos básicos de consumo frecuente. Aquí pueden incluirse artículos como arroz, azúcar, aceite, café, panela, galletas, granos, productos de aseo básico, bebidas y otros elementos necesarios para el consumo diario. La idea será iniciar con un surtido razonable y ajustado a la demanda del sector, priorizando productos de alta rotación.

En cuanto a las prendas de vestir, el negocio puede ofrecer ropa básica y útil para la población del entorno, tales como camisetas, pantalonetas, ropa para trabajo diario, prendas sencillas de uso frecuente y algunos artículos de temporada o necesidad inmediata. Esta línea es interesante porque permite atender requerimientos distintos a los de la tienda tradicional y puede generar un ticket de venta más alto en determinados momentos.

Finalmente, se prestarán servicios de conectividad, que pueden incluir acceso a internet, apoyo en consultas, comunicación básica o pequeños trámites sencillos, según la capacidad instalada. Este

servicio refuerza el valor práctico del establecimiento y amplía las razones por las cuales los clientes visitan el negocio.

Tabla 2. Portafolio inicial

Línea	Descripción
Helados	Productos fríos de consumo rápido y refrescante
Mercado	Artículos básicos de canasta y uso diario
Ropa	Prendas de vestir de uso frecuente y necesidad inmediata
Conectividad	Acceso a internet y apoyo básico en comunicación

La oferta propuesta es coherente con las necesidades del contexto y permite al negocio captar distintos perfiles de consumidor.

6. PROCESOS TÉCNICOS

Para el adecuado funcionamiento de Tienda Donde Iris Carvajal será necesario establecer procesos técnicos sencillos, pero organizados. El primer proceso corresponde al abastecimiento, que incluye la identificación de proveedores, compra de mercancía, transporte de productos hasta el punto de venta y revisión del estado de los artículos. Será importante seleccionar productos útiles, con buena rotación y acordes con la capacidad de inversión inicial.

El segundo proceso es el de almacenamiento y conservación. Los productos de mercado y ropa deberán organizarse en estanterías o espacios limpios y bien clasificados, de manera que el cliente pueda verlos con facilidad y que se mantengan en buen estado. En el caso de los helados, será indispensable contar con congeladores funcionales y un manejo adecuado de la energía, para evitar pérdidas por descongelamiento o daños del producto.

El proceso de atención al cliente será central en el negocio. Consiste en recibir al comprador, identificar su necesidad, orientarlo en la compra, entregar el producto o prestar el servicio, realizar el cobro y mantener una actitud cordial. La calidad en este proceso será determinante, ya que en negocios rurales la recomendación depende mucho del buen trato y la confianza que se genera.

En el caso del servicio de conectividad, el proceso requerirá tener disponible el internet satelital, el computador y un orden básico en el uso del servicio. Se deberá procurar que la atención sea clara, responsable y respetuosa, especialmente cuando el cliente necesite apoyo para una consulta o gestión sencilla.

Flujo básico de operación

1. Compra y recepción de mercancía.
2. Clasificación y organización del surtido.
3. Conservación de helados en congeladores.
4. Atención directa al cliente.
5. Prestación del servicio de conectividad.
6. Cobro y registro simple de ventas.
7. Limpieza, revisión de inventario y reposición.

Aunque son procesos simples, su buen manejo permitirá reducir pérdidas, mejorar la experiencia del cliente y mantener el negocio en funcionamiento estable.

7. REQUISITOS LEGALES

Para que Tienda Donde Iris Carvajal funcione de manera ordenada y con posibilidades de crecimiento, es importante considerar su proceso de formalización empresarial. Entre los aspectos básicos se encuentra la identificación de la actividad económica, la definición del responsable del negocio, el cumplimiento de obligaciones mínimas y la revisión de los trámites que correspondan según la forma en que opere el establecimiento.

Uno de los pasos fundamentales es contar con el Registro Único Tributario (RUT), ya que este permite identificar el negocio ante la administración tributaria y facilita el desarrollo de la actividad económica de manera organizada. Dependiendo del crecimiento del negocio y de la forma de comercialización, también será importante revisar el manejo de soportes de venta y los requerimientos asociados a la operación comercial.

En cuanto a los productos ofrecidos, se deben mantener condiciones adecuadas de almacenamiento, orden e higiene, especialmente en la línea de helados y en los espacios de atención al público. Aunque el negocio no se plantea inicialmente como una estructura compleja, sí debe procurar buenas prácticas que inspiren confianza y permitan un funcionamiento responsable.

De forma expresa, se deja constancia de que se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica, como apoyo para orientar el proceso de organización legal del negocio. Este acompañamiento representa una base importante para que el emprendimiento pueda avanzar con mayor claridad en su formalización y manejo administrativo.

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización de Tienda Donde Iris Carvajal será la atención directa en sitio, ya que el negocio se fundamenta en la cercanía con la comunidad y en la atención inmediata a quienes pasan por el sector. Este canal es apropiado porque permite exhibir productos, orientar al cliente y concretar la venta de manera sencilla y rápida.

Además de la venta presencial, el negocio puede apoyarse en el voz a voz, que en zonas rurales tiene un papel determinante. Cuando los clientes perciben buen servicio, precios razonables y disponibilidad de productos, suelen recomendar el negocio a familiares, vecinos, transportadores o conocidos, fortaleciendo así su posicionamiento sin necesidad de grandes inversiones publicitarias.

De manera complementaria, si las condiciones de conectividad lo permiten, podrían utilizarse llamadas o mensajes para informar sobre disponibilidad de productos, separar algunos artículos o coordinar compras sencillas. Este canal puede ser útil especialmente para clientes frecuentes o instituciones que necesiten apoyo previo a su llegada.

Tabla 3. Canales comerciales

Canal	Función principal
Atención directa en sitio	Venta principal de productos y servicios
Voz a voz	Recomendación y posicionamiento local
Llamadas y mensajes	Información, reserva o coordinación básica
Relación con instituciones	Venta ocasional y apoyo en jornadas

La mejor estrategia comercial para este tipo de negocio será combinar buena atención, presencia constante y cercanía con el cliente.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

Con base en la información suministrada, se toma como referencia una venta semanal estimada de $600.000. A partir de este dato, es posible realizar una proyección básica mensual y anual, entendiendo que se trata de cifras aproximadas y razonables, sujetas al comportamiento real del mercado, la temporada, el flujo de personas y la consolidación progresiva del negocio.

Si el negocio vende alrededor de $600.000 por semana, en un mes promedio de cuatro semanas podría alcanzar ingresos cercanos a $2.400.000. En términos anuales, esta cifra representaría aproximadamente $28.800.000. Esta proyección muestra un panorama favorable, especialmente si se tiene en cuenta que el negocio combina varias líneas de ingresos y que parte de una necesidad real del territorio.

Es razonable pensar que durante los primeros meses las ventas puedan ser variables mientras el negocio se posiciona. Sin embargo, si la tienda logra consolidarse por su ubicación y servicio, podría alcanzar un crecimiento gradual. Para efectos del presente plan, puede proyectarse un crecimiento conservador del 10 % durante el primer año, siempre que exista reposición adecuada del surtido y atención constante.

Tabla 4. Proyección de ventas

Periodo	Venta estimada
Semana	$600.000
Mes	$2.400.000
Año	$28.800.000

Tabla 5. Proyección anual con crecimiento moderado

Concepto	Valor estimado
Ventas base anuales	$28.800.000
Crecimiento proyectado del 10 %	$2.880.000
Ventas anuales potenciales	$31.680.000

Estas cifras son supuestos financieros razonables para la planeación y no deben entenderse como valores exactos, sino como una guía útil para visualizar la capacidad de generación de ingresos del negocio.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales del negocio se concentran en la adquisición de equipos, la adecuación básica del espacio y la compra del surtido inicial. Según la información entregada, se requieren recursos físicos como parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas y surtido, los cuales son indispensables para iniciar la operación y prestar los servicios ofrecidos.

Además de la inversión inicial, deben contemplarse gastos periódicos como reposición de mercancía, mantenimiento de equipos, pago del servicio de internet, transporte de productos, gastos de aseo y pequeños apoyos operativos. En negocios rurales es importante planificar bien estos costos, porque las dificultades de acceso o la distancia con los proveedores pueden incrementar el valor de algunas compras.

A continuación, se presenta una estimación financiera razonable para efectos del plan:

Tabla 6. Inversión inicial estimada

Concepto	Valor estimado
Parque solar	$1.700.000
Internet satelital e instalación	$750.000
Congeladores	$1.200.000
Computador	$1.000.000
Estanterías	$500.000
Mesas y sillas	$400.000
Surtido inicial de mercado	$1.200.000
Surtido inicial de ropa	$500.000
Surtido inicial de helados	$250.000
Total estimado	**$7.500.000**

Tabla 7. Gastos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado
Reposición de surtido de mercado	$700.000
Reposición de ropa	$250.000
Reposición de helados	$180.000
Internet	$170.000
Transporte de mercancía	$120.000
Aseo y gastos menores	$60.000
Apoyo de ayudante	$220.000
Total mensual estimado	**$1.700.000**

Estos valores son aproximados y pueden cambiar dependiendo de la dinámica del negocio y de los precios reales de compra. Aun así, permiten visualizar un escenario financiero coherente con la inversión disponible.

11. TALENTO HUMANO

El negocio requerirá, en su etapa inicial, de una estructura humana sencilla conformada por el dueño y un ayudante. Esta organización es apropiada para un emprendimiento pequeño, ya que permite atender el negocio de manera constante sin asumir costos laborales demasiado altos en el arranque.

El dueño será responsable de la administración general del establecimiento, la compra y reposición del surtido, el control de los ingresos, la toma de decisiones y la supervisión de la atención al cliente. También tendrá un papel importante en la organización del local y en el seguimiento del comportamiento de las ventas.

El ayudante apoyará en las tareas diarias, como atención al público, organización de productos, limpieza, acomodo del surtido y apoyo en la prestación del servicio de conectividad, cuando se requiera. Su presencia será especialmente útil en momentos de mayor movimiento o cuando el negocio necesite atención simultánea a varias personas.

Más allá del número de personas, el talento humano debe caracterizarse por el buen trato, la responsabilidad, el orden y la honestidad. En negocios de esta naturaleza, la calidad humana es uno de los factores que más influye en la permanencia del cliente.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Para poner en funcionamiento Tienda Donde Iris Carvajal se requiere, en primer lugar, un espacio físico adecuado, visible y cómodo, que permita la exhibición de productos, la ubicación de congeladores, la organización de la ropa y la atención al público sin generar desorden. El lugar debe ser limpio, seguro y agradable para el cliente.

También son necesarios los equipos y herramientas básicas ya señalados: parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas y surtido inicial. Estos recursos constituyen la base material del negocio y hacen posible la operación de cada una de sus líneas.

Otro requerimiento importante es contar con capital de trabajo, es decir, recursos para reponer mercancía, cubrir gastos menores y mantener la operación mientras las ventas se estabilizan. Sin una adecuada planeación de este aspecto, el negocio puede enfrentar dificultades incluso si tiene buena demanda.

Además, el proyecto requiere organización administrativa básica, control sencillo de inventario, manejo responsable del dinero y disposición para fortalecer conocimientos en servicio al cliente y formalización. Estos elementos, aunque parezcan simples, son fundamentales para sostener el negocio a mediano plazo.

13. VALOR DEL PROYECTO

El valor estimado del proyecto es de siete millones quinientos mil pesos ($7.500.000), cifra que resulta razonable para el tipo de negocio planteado y para una etapa inicial de funcionamiento. Este monto permite adquirir los equipos básicos, adecuar el espacio y contar con un surtido inicial suficiente para empezar a operar con una oferta variada.

Desde el punto de vista económico, la inversión es moderada y manejable, especialmente si se tiene en cuenta que el negocio no depende de una sola línea, sino que combina productos de mercado, helados, ropa y conectividad. Esta diversidad de ingresos puede mejorar la capacidad de recuperación de la inversión y hacer más estable la operación.

Además del valor económico, el proyecto tiene un valor social importante, porque busca acercar bienes y servicios de difícil acceso a la comunidad del sector. En ese sentido, la inversión también representa una apuesta por mejorar la disponibilidad local de productos básicos y por generar una solución útil para el territorio.

Si el negocio logra consolidarse, su valor podrá aumentar con nuevas inversiones en surtido, equipos o mejoras de infraestructura, fortaleciendo así su capacidad productiva y comercial.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo de Tienda Donde Iris Carvajal debe desarrollarse de manera ordenada y práctica. En una primera fase se realizará la adecuación del local, la instalación de los equipos, la organización del área de exhibición y la compra del surtido inicial. Esta etapa busca dejar listo el establecimiento para comenzar actividades con buena presentación y funcionalidad.

En una segunda fase se dará inicio a la operación diaria, la cual incluirá apertura del negocio, revisión de productos, enfriamiento de helados, atención al público, prestación del servicio de conectividad, registro básico de ventas y control del inventario. Es importante definir horarios estables y visibles, de manera que la comunidad identifique el establecimiento como un punto confiable.

La tercera fase será la de seguimiento y ajuste, donde se revisará qué productos tienen más demanda, cuáles requieren mayor reposición, qué horarios concentran más clientes y qué cambios deben realizarse para mejorar las ventas. Esta revisión será clave para ajustar el surtido y fortalecer el negocio con base en la experiencia real.

Tabla 8. Plan operativo básico

Actividad	Responsable	Frecuencia
Compra de mercancía	Dueño	Semanal o quincenal
Organización del surtido	Dueño y ayudante	Diaria
Conservación de helados	Dueño y ayudante	Diaria
Atención al cliente	Dueño y ayudante	Permanente
Prestación del servicio de conectividad	Dueño	Según demanda
Control de caja y ventas	Dueño	Diario
Limpieza del local	Dueño y ayudante	Diario

Este plan operativo permite iniciar el negocio con una estructura clara y con funciones fáciles de administrar.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El principal impacto esperado con Tienda Donde Iris Carvajal es brindar servicios y bienes que son de difícil acceso para la comunidad. Esto representa una mejora directa en la vida cotidiana de los habitantes del sector, ya que tendrán un punto cercano para adquirir productos básicos, helados, ropa y apoyo en conectividad, sin necesidad de realizar desplazamientos largos.

En el aspecto económico, el proyecto generará una fuente de ingresos para sus propietarios y aportará al movimiento comercial de la zona. Un negocio activo, visible y útil puede dinamizar el entorno y convertirse en un punto de referencia para residentes y visitantes. Asimismo, el negocio puede contribuir a que parte del consumo local se quede en el mismo territorio, favoreciendo la economía de proximidad.

En lo social, el establecimiento puede fortalecer la sensación de cercanía y apoyo comunitario, al convertirse en un espacio donde las personas no solo compran, sino que encuentran atención, orientación y un servicio accesible. Este valor humano es importante en sectores rurales, donde la relación entre comercio y comunidad suele ser muy cercana.

En cuanto a su alcance, el negocio beneficiará principalmente a la población local de Santa Bárbara de Agua Verde y sus alrededores, pero también tendrá impacto sobre transportadores, instituciones, turistas y otros transeúntes que circulen por la zona.

16. MAPA DE ACTORES

El desarrollo del negocio involucra distintos actores que cumplen un papel importante en su operación y sostenibilidad. El primer actor es la comunidad, que constituye el grupo principal de clientes y beneficiarios directos. Su aceptación del negocio será determinante para el posicionamiento y la estabilidad de las ventas.

Otro actor relevante son los transportadores, quienes por su tránsito frecuente pueden generar compras recurrentes, especialmente de productos rápidos, helados o apoyo en conectividad. También se encuentran los transeúntes y turistas, que aunque realizan compras ocasionales, aportan movimiento y reconocimiento al establecimiento.

Las instituciones conforman otro grupo de interés, ya que pueden requerir bienes o servicios durante actividades o visitas al territorio. Del mismo modo, deben considerarse los proveedores, pues son fundamentales para garantizar el abastecimiento del surtido y la continuidad del negocio.

Tabla 9. Mapa de actores

Actor	Relación con el negocio	Importancia
Comunidad	Cliente principal y beneficiaria directa	Alta
Transportadores	Cliente frecuente por ubicación estratégica	Alta
Instituciones	Compradores ocasionales y posibles aliados	Media
Transeúntes	Consumidores eventuales	Media
Turistas	Visitantes con consumo ocasional	Media
Proveedores	Suministro de mercancía y equipos	Alta

Dueño y ayudante	Operación y administración	Alta

La relación positiva con estos actores será clave para que el negocio funcione de manera estable y pueda crecer con el tiempo.

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Tienda Donde Iris Carvajal es una propuesta de negocio viable, pertinente y ajustada a las necesidades del entorno donde se plantea su funcionamiento. Su fortaleza principal está en la combinación de una ubicación estratégica, una oferta variada de productos útiles y un modelo de atención directa que responde a las condiciones reales del sector.

El negocio tiene potencial porque busca resolver una necesidad concreta: la falta de un establecimiento cercano que ofrezca helados, mercado, ropa y conectividad en la zona de Santa Bárbara de Agua Verde. Esta necesidad, unida a la distancia con la competencia más próxima, crea una oportunidad favorable para posicionar el negocio como un punto confiable y accesible para la comunidad y los visitantes.

Desde lo financiero, el proyecto parte de una inversión moderada y de una proyección de ventas razonable, lo que lo hace manejable para una etapa inicial. Con buena administración, reposición oportuna del surtido, organización del local y excelente atención al cliente, Tienda Donde Iris Carvajal puede sostenerse y crecer de manera progresiva.

En conclusión, este plan demuestra que el proyecto no solo tiene posibilidades de generar ingresos, sino también de aportar bienestar, cercanía y acceso a bienes y servicios básicos en un territorio donde estas soluciones son valiosas y necesarias.

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.

Iris Ceneila Carvajal Hernández
Emprendedora

Rusbell Giovanni Diaz Jaimes
Orientador 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	Iris Ceneila Carvajal Hernandez
TIENDA	Tienda Donde Iris Carvajal
FECHA	8/01/2026



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

Fecha: 21-1-2026

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

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

ENTREGA:

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

RECIBE:

Huella

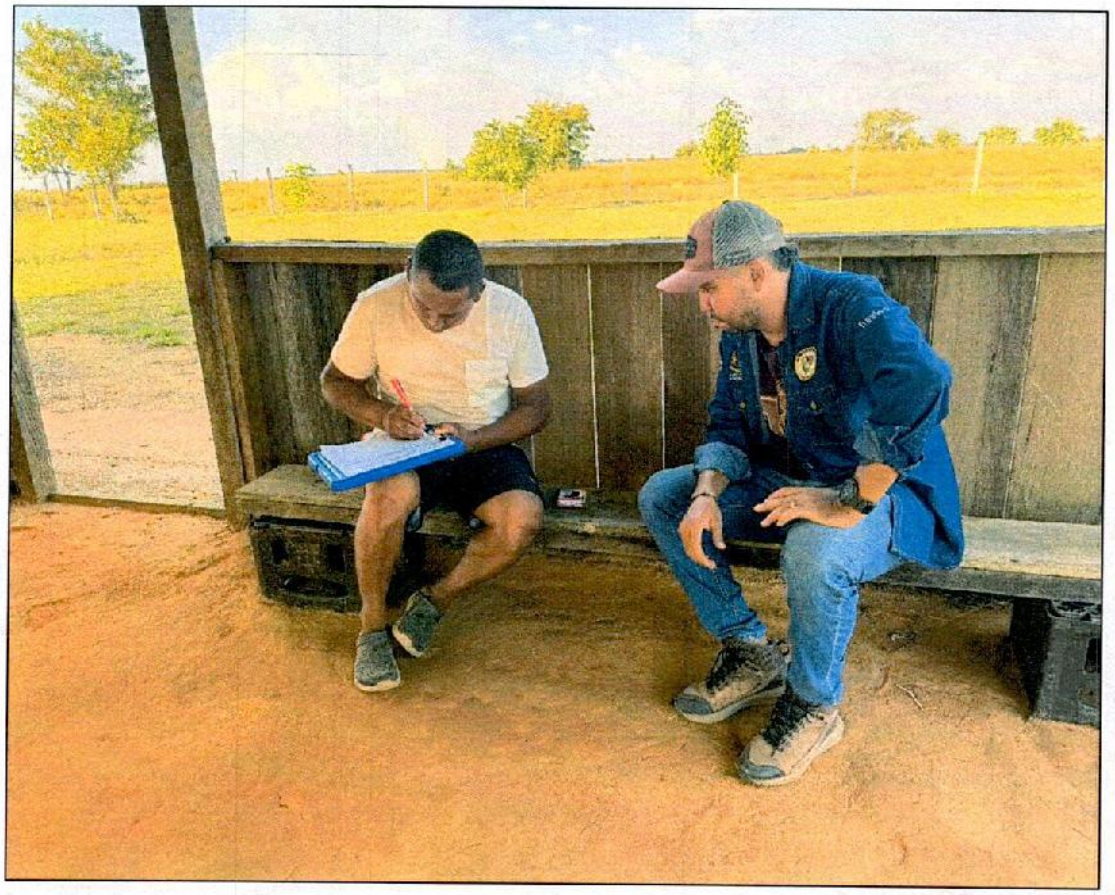
Firma:
Nombres: Ana Carvajal H.
CC: 1.125.549.051

OBSERVACIONES:

Luis Alfredo Mosquera Paredes

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 Alfredo Mosquera Paredes
TIENDA	Tienda Villa Carola
FECHA	9/01/2026



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

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

Yo, Luis Alfredo Mosquera identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 18.255.153 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: Alfredo Mosquera
Nombres: Luis Alfredo Mosquera
CC: 18.255.153

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 Alfredo Mosquera identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 18.255.153, 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 Primavera a los 9 días del mes de enero del año 2025.

RECIBE:

Firma: Alfredo Mosquera

Nombres: Luis Alfredo Mosquera

CC: 18.255.153.

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 9	MES 1	AÑO 2026.	
Beneficiario	Luis Alfredo Mosquera Paredes				
Cédula	18.255.153			Sexo: ☐Mujer ☑Hombre	
Departamento:	Vichada		Municipio:	Primavera	
Vereda / Inspección:	Buena Vista				
Dirección:	Cerca a inspeccion		Teléfono de Contacto:	3108293047	

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: Produccion	☑ Sí / ☐ No	

DIAGNOSTICO DEL NEGOCIO

Fortalezas actuales del negocio: Ubicacion Variedad

Retos que enfrenta: Financiacion Conocimiento

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	Formular financiamiento
Compromisos del beneficiario:	DOFA
Observaciones:	Hacer plan de accion

Firma:
Alfredo Mosquera
Beneficiario: Luis Alfredo Mosquera
Cédula: 18.255.153

Firma:
Profesional: Rusbell Diaz
Cédula: 1.121.817.916.

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 Alfredo Mosquera Paredes, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 18 255 153 residente del municipio de Primavera, 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 Primavera a los 9 días del mes de enero del año 2026.

RECIBE:

Huella



Firma: AlFredo Mosquera

Nombres: Luis Alfredo Mosquera

CC: 18.255.153

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

TIENDA VILLA CAROLA

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 Alfredo Mosquera Paredes
EMPRENDEDOR

Ubicación: Inspección Buena Vista, municipio de La Primavera, departamento de Vichada, Colombia.

FEBRERO DE 2026

VICHADA SGR ASOSUPRO fundacion servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

En el sector de la vereda Buena Vista, finca Villa Carola, se presenta la necesidad de contar con un establecimiento cercano que ofrezca productos de mercado, bebidas frías y servicios de conectividad, ya que la comunidad y los transeúntes no siempre disponen de un punto accesible para adquirir estos bienes y servicios de manera rápida y oportuna. Esta situación se convierte en una dificultad diaria para quienes viven o trabajan en la zona, pues muchas veces deben recorrer trayectos más largos para conseguir productos básicos o para acceder a medios de comunicación.

La necesidad se acentúa por tratarse de un entorno rural, donde la dispersión de las viviendas y las distancias entre los puntos comerciales pueden hacer más costosa y demorada la compra de artículos esenciales. Esto afecta especialmente a las familias, a los trabajadores del campo y a quienes se movilizan por la zona, ya que no siempre cuentan con tiempo o recursos para desplazarse a otros sectores a comprar productos de uso frecuente.

Además, el clima y las condiciones de tránsito hacen que las bebidas frías sean un producto de alta necesidad y rotación. De igual forma, la conectividad se ha convertido en un servicio importante para la vida cotidiana, ya sea para hacer llamadas, enviar mensajes, consultar información o apoyar trámites sencillos. No contar con este servicio cerca limita las posibilidades de comunicación y de respuesta frente a situaciones básicas del día a día.

En consecuencia, Tienda Villa Carola busca responder a una necesidad concreta del territorio: la falta de un punto cercano, útil y confiable para adquirir productos básicos y acceder a servicios esenciales sin tener que asumir mayores desplazamientos, costos y demoras.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes potenciales de Tienda Villa Carola son diversos, lo cual favorece la sostenibilidad del negocio, ya que no dependerá exclusivamente de un solo grupo de compradores. En primer lugar, se encuentra la comunidad de la vereda, integrada por familias, residentes permanentes, trabajadores rurales y personas que realizan sus actividades diarias en el sector. Este será el segmento más constante, pues requerirá productos de mercado, bebidas y, en algunos casos, servicios de conectividad para resolver necesidades cotidianas.

Un segundo grupo importante está conformado por los transportadores, quienes por sus recorridos en la zona pueden necesitar bebidas frías, artículos rápidos de consumo o apoyo en comunicación. La ubicación estratégica del negocio hace que este segmento pueda representar una fuente frecuente de ventas, especialmente si se brinda una atención ágil y amable.

También hacen parte del mercado potencial las instituciones, entendidas como entidades, equipos de trabajo, brigadas o personas que desarrollan visitas o actividades en el territorio. Aunque su frecuencia de compra puede ser menor, pueden generar consumos importantes en ciertos momentos, sobre todo cuando requieren abastecimiento rápido o servicios básicos durante su permanencia en el lugar.

Por último, los turistas y visitantes también constituyen un segmento relevante. Aunque su presencia puede ser ocasional, representan una oportunidad de venta en bebidas, mercado de paso y servicios

de conectividad. Este tipo de cliente valora mucho la buena atención, el orden del establecimiento y la posibilidad de resolver varias necesidades en un solo lugar.

Tabla 1. Tipos de clientes

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia estimada
Comunidad de la vereda	Mercado, bebidas, conectividad	Alta
Transportadores	Bebidas frías, compras rápidas, comunicación	Alta
Instituciones	Abastecimiento ocasional, apoyo logístico	Media
Turistas y visitantes	Refrescos, compras de paso, conectividad	Media

La diversidad de clientes le da al negocio una base amplia de demanda y le permite adaptarse a distintos momentos del día o de la semana.

3. COMPETENCIA

Según la información suministrada, la competencia más cercana se encuentra aproximadamente a 20 kilómetros, lo cual representa una ventaja importante para Tienda Villa Carola. Los comercios identificados son el de Pedro Pablo Rey, dedicado a mercado y bebidas, y el de Maribel Huertas, quien ofrece huevos, mercado y bebidas frías. Estos negocios cubren parte de la demanda del sector, pero su ubicación distante limita la facilidad de acceso para quienes requieren atención inmediata.

La existencia de competidores confirma que en la zona sí hay mercado para este tipo de negocio. Sin embargo, también evidencia que la oferta disponible no está lo suficientemente cercana para todos los habitantes y transeúntes del sector. Tienda Villa Carola puede aprovechar esa oportunidad ofreciendo una atención más próxima, oportuna y ajustada a las necesidades cotidianas de la comunidad.

Otro factor relevante frente a la competencia es que en el comercio rural no solo cuenta el producto, sino también la confianza, la cercanía y la calidad del servicio. Un establecimiento con buena organización, surtido útil, trato respetuoso y permanencia en la atención puede ganarse rápidamente la preferencia del cliente, incluso frente a negocios que ya existan en otros puntos de la zona.

En este sentido, la competencia no debe verse como una amenaza que impida el desarrollo del proyecto, sino como una referencia que demuestra la existencia de demanda. La oportunidad de Tienda Villa Carola está en posicionarse como un punto más cercano, más práctico y más confiable para los clientes del sector.

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en crear y operar Tienda Villa Carola como un establecimiento rural de atención directa, enfocado en la comercialización de productos de mercado y bebidas frías, complementado con la prestación de servicios de conectividad. Su propósito es brindar a la comunidad y a los transeúntes un punto cercano, accesible y confiable donde puedan atender necesidades básicas de consumo y comunicación.

La propuesta parte de una lógica sencilla pero funcional: ofrecer productos esenciales de buena rotación, en un lugar estratégico, con un servicio amable y constante. En contextos rurales como el de La Primavera, los negocios que mejor funcionan no siempre son los más grandes, sino aquellos que comprenden bien las necesidades del entorno y saben responder a ellas con orden y oportunidad.

La inclusión de servicios de conectividad dentro del negocio le aporta un valor adicional importante, ya que no se limita a vender artículos físicos, sino que ofrece también una solución práctica a una necesidad actual. Esta combinación mejora la propuesta de valor del establecimiento y aumenta las razones por las cuales una persona puede visitarlo.

El nombre Tienda Villa Carola le da identidad propia al negocio y lo vincula directamente con su ubicación, lo cual fortalece su reconocimiento local. A medida que el negocio se consolide, podrá ampliar su surtido o fortalecer sus servicios, pero en su etapa inicial la clave será mantener una oferta útil, manejable y bien atendida.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

Tienda Villa Carola ofrecerá una línea de productos y servicios básicos, pensados para cubrir necesidades reales y frecuentes del sector. En primer lugar, se encuentran las bebidas frías, que son de alta demanda en territorios de clima cálido y en zonas donde las personas realizan desplazamientos o jornadas de trabajo. Esta línea puede incluir agua, gaseosas, jugos y otras bebidas refrescantes que tengan buena salida comercial.

También se ofrecerán productos de mercado, entendidos como artículos de consumo diario y primera necesidad. Dentro de esta categoría pueden incluirse arroz, azúcar, aceite, café, panela, galletas, granos, productos de aseo básico, enlatados, huevos en caso de incluirse a futuro, y otros artículos que respondan a las necesidades de la comunidad. Lo ideal será iniciar con un surtido básico pero útil, priorizando productos de mayor rotación.

A esto se suma la prestación de servicios de conectividad, apoyados en internet satelital y computador. Este servicio puede incluir acceso básico a internet, apoyo en comunicación o pequeñas consultas, dependiendo de las condiciones técnicas disponibles. En un entorno rural, este componente puede ser muy valioso y generar visitas adicionales al establecimiento.

Tabla 2. Portafolio inicial

Línea	Descripción
Bebidas frías	Agua, gaseosas, jugos y refrescos
Mercado	Productos básicos de consumo diario
Conectividad	Acceso a internet y apoyo básico de comunicación

Esta combinación de productos y servicios es coherente con el contexto, manejable para una etapa inicial y suficientemente útil para atender a diferentes perfiles de clientes.

6. PROCESOS TÉCNICOS

El funcionamiento técnico de Tienda Villa Carola será sencillo, pero requerirá organización para evitar pérdidas, mantener calidad y ofrecer una buena atención. El primer proceso será el abastecimiento, que comprende la compra de productos, la relación con proveedores, el transporte hasta el punto de venta y la recepción del surtido. Será importante planificar bien la frecuencia de compra para que no falten productos clave ni se acumulen artículos de baja rotación.

El segundo proceso corresponde al almacenamiento y conservación. Los productos de mercado deberán organizarse en estanterías, en espacios limpios y ventilados, con buena clasificación para facilitar la atención al cliente. Las bebidas frías, por su parte, deberán mantenerse en congeladores o equipos de refrigeración adecuados, para asegurar su conservación y disponibilidad.

Otro proceso central será el de atención al cliente, que incluye recibir al comprador, identificar lo que necesita, orientarlo en la compra, entregar el producto o prestar el servicio, realizar el cobro y resolver inquietudes con amabilidad. En este tipo de negocio, el trato que se brinda a las personas es un factor decisivo para que vuelvan o recomienden el lugar.

Respecto al servicio de conectividad, su operación dependerá del internet satelital, del computador y de una atención ordenada. Será necesario establecer un manejo responsable del equipo y del tiempo de uso, de modo que el servicio sea útil, práctico y sostenible.

FLUJO BÁSICO DE OPERACIÓN

1. Compra y recepción de mercancía.
2. Organización del surtido en estanterías y congeladores.
3. Atención al cliente en sitio.
4. Venta de productos y prestación del servicio de conectividad.
5. Cobro y registro simple de ingresos.
6. Limpieza del lugar y revisión de inventario.
7. Reposición periódica de productos.

La correcta ejecución de estos procesos permitirá que el negocio funcione con mayor orden y tenga mejores posibilidades de permanencia.

7. REQUISITOS LEGALES

Para que Tienda Villa Carola funcione de manera organizada y con proyección de crecimiento, es importante considerar los aspectos básicos de formalización empresarial. Entre ellos se encuentra la identificación de la actividad económica, la definición del responsable del negocio y el cumplimiento de requisitos tributarios básicos que permitan desarrollar la actividad comercial de manera ordenada.

Uno de los elementos fundamentales es contar con el Registro Único Tributario (RUT), ya que este permite identificar el negocio ante la administración tributaria y facilita la realización de operaciones económicas con mayor formalidad. También será importante revisar, según el crecimiento del negocio, las obligaciones relacionadas con soportes de venta y mecanismos de facturación que resulten aplicables.

En materia operativa, el negocio debe procurar condiciones adecuadas de orden, limpieza, conservación de productos y atención responsable al público. Aunque se trate de una tienda pequeña, estas prácticas son importantes para generar confianza, proteger los productos y dar una imagen seria del establecimiento.

De forma expresa, se deja constancia de que se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica, como apoyo para orientar el proceso de organización legal del negocio. Este acompañamiento fortalece la base del emprendimiento y facilita su proyección a futuro.

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización de Tienda Villa Carola será la atención directa en sitio, ya que la esencia del negocio está en servir a la comunidad y a los transeúntes desde un punto físico cercano y visible. Este canal es el más adecuado para la etapa inicial, porque permite contacto directo con el cliente, solución inmediata de necesidades y mayor control sobre la venta y el servicio.

También será importante la voz a voz, que en entornos rurales tiene gran valor. Cuando una tienda ofrece buen trato, productos útiles y atención constante, los mismos clientes se encargan de recomendarla a vecinos, conductores, visitantes o conocidos. Este mecanismo puede ser uno de los principales medios de posicionamiento del negocio sin necesidad de hacer grandes gastos en publicidad.

De forma complementaria, si la conectividad lo permite, el negocio podrá apoyarse en llamadas o mensajes para informar sobre disponibilidad de productos, reservar algunos artículos o atender solicitudes sencillas de clientes frecuentes. Esto puede ser útil sobre todo con instituciones o con personas de la comunidad que necesiten confirmar previamente algún producto.

Tabla 3. Canales comerciales

Canal	Función principal
Atención en sitio	Venta directa de productos y servicios
Voz a voz	Promoción y recomendación local
Llamadas y mensajes	Información, reservas o coordinación básica
Relación con instituciones	Atención ocasional y ventas puntuales

La comercialización deberá centrarse en la cercanía, el buen servicio y la confianza, que son los factores más valiosos en este tipo de negocio.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

Con base en la información suministrada, se toma como referencia una venta semanal estimada de $360.000. A partir de este dato, es posible elaborar una proyección mensual y anual, entendiendo que se trata de cifras aproximadas y razonables para una etapa inicial del negocio.

Si Tienda Villa Carola logra vender alrededor de $360.000 por semana, sus ingresos mensuales podrían ubicarse cerca de $1.440.000, tomando como base cuatro semanas por mes. En términos anuales, esta cifra equivaldría aproximadamente a $17.280.000. Esta proyección es prudente y coherente con el tamaño del negocio, la oferta planteada y el contexto rural en el que se desarrollará.

No obstante, es razonable pensar que el negocio pueda experimentar un crecimiento progresivo conforme sea más conocido por la comunidad y los transeúntes. Si mantiene un buen servicio, reposición adecuada del surtido y organización constante, podría incrementarse gradualmente el volumen de ventas durante el primer año.

Tabla 4. Proyección de ventas

Periodo	Venta estimada
Semana	$360.000
Mes	$1.440.000
Año	$17.280.000

Tabla 5. Proyección anual con crecimiento moderado

Concepto	Valor estimado
Ventas base anuales	$17.280.000
Crecimiento proyectado del 10 %	$1.728.000
Ventas anuales potenciales	$19.008.000

Estas cifras son supuestos financieros razonables y sirven como base para planear el negocio, controlar expectativas y evaluar su sostenibilidad.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales del negocio están asociados a la compra de los equipos, herramientas y recursos físicos necesarios para iniciar operaciones. Según la información base, se requieren parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas y surtido. Estos elementos conforman la inversión inicial básica para que la tienda pueda operar de manera adecuada.

Además de la inversión inicial, el negocio tendrá gastos de funcionamiento mensuales, tales como reposición de mercancía, pago del internet, transporte de productos, mantenimiento básico de equipos, aseo y apoyo del ayudante. En el contexto rural, es importante considerar que algunos costos pueden verse afectados por las distancias o por la disponibilidad de proveedores.

A continuación, se presenta una estimación razonable de costos para efectos del plan:

Tabla 6. Inversión inicial estimada

Concepto	Valor estimado
Parque solar	$1.600.000
Internet satelital e instalación	$700.000
Congeladores	$1.100.000
Computador	$900.000
Estanterías	$450.000
Mesas y sillas	$350.000
Surtido inicial	$1.900.000
Total estimado	**$7.000.000**

Tabla 7. Gastos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado
Reposición de surtido	$750.000
Internet	$170.000
Transporte de mercancía	$120.000
Mantenimiento y energía operativa	$80.000
Aseo y otros gastos menores	$60.000
Apoyo de ayudante	$220.000
Total mensual estimado	**$1.400.000**

Estos valores son aproximados y deben entenderse como una base de planeación. En la práctica, podrán ajustarse según el comportamiento real del negocio y la rotación de los productos.

11. TALENTO HUMANO

El negocio requerirá en su etapa inicial una estructura sencilla, conformada por el dueño y un ayudante. Esta organización resulta adecuada para el tamaño del emprendimiento y permite distribuir tareas sin generar una carga excesiva de costos laborales.

El dueño será responsable de la administración general de la tienda, la compra de mercancía, el control de ingresos, la supervisión del surtido y la toma de decisiones sobre el funcionamiento del negocio. También será quien lidere la atención al cliente y el manejo general del servicio de conectividad.

El ayudante apoyará en la organización del local, atención al público, limpieza, acomodo del surtido, revisión de bebidas y colaboración en las labores diarias del establecimiento. Su participación será clave para mantener la agilidad del servicio, especialmente en momentos de mayor movimiento.

Más allá de la cantidad de personal, el negocio necesitará personas responsables, ordenadas, respetuosas y con buena disposición de servicio. En un entorno rural, estas cualidades tienen un peso importante en la fidelización de los clientes.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Para poner en funcionamiento Tienda Villa Carola se requiere, en primer lugar, un espacio físico adecuado, visible y bien organizado, que permita atender clientes, ubicar el surtido, instalar los equipos y conservar las bebidas frías en buen estado. Este lugar debe ser limpio, cómodo y funcional.

También se necesitan los equipos y recursos físicos descritos en la información base: parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas y surtido inicial. Sin estos elementos el negocio no podría ofrecer de manera adecuada sus productos y servicios.

Otro requerimiento importante es contar con capital de trabajo, es decir, recursos para reponer mercancía, cubrir gastos mensuales y mantener la operación durante las primeras semanas o meses mientras se estabiliza la demanda. Esto es fundamental para evitar que el negocio se quede sin inventario o sin capacidad de respuesta.

Además, será necesario tener organización en el manejo de cuentas, control simple de inventario, planeación básica de compras y disposición para seguir fortaleciendo conocimientos en atención al cliente, formalización y administración del negocio.

13. VALOR DEL PROYECTO

El valor estimado del proyecto es de siete millones de pesos ($7.000.000), cifra que resulta coherente con la dimensión del negocio, el tipo de productos que ofrecerá y la inversión básica requerida para su montaje. Este monto permite cubrir los equipos principales y un surtido inicial que haga posible arrancar operaciones de manera funcional.

Desde el punto de vista financiero, es una inversión moderada, manejable y adecuada para un negocio rural pequeño. Aunque el negocio tiene una estructura sencilla, su importancia no radica únicamente en el valor económico, sino en la utilidad que representa para la comunidad y el potencial de crecimiento que puede desarrollar con una buena administración.

Además del valor monetario, el proyecto tiene un valor social y territorial relevante. La tienda aportará al acceso cercano a bienes y servicios que hoy no siempre están disponibles en el sector, mejorando así la vida cotidiana de la comunidad y de quienes transitan por la zona.

Si el negocio logra consolidarse, su valor podrá aumentar con el tiempo mediante mejoras de infraestructura, ampliación del surtido o fortalecimiento de sus servicios.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo de Tienda Villa Carola debe desarrollarse en varias etapas prácticas. En una primera fase se realizará la adecuación del espacio, instalación de equipos, organización de estanterías y congeladores, y compra del surtido inicial. Esta etapa debe dejar listo el negocio para iniciar operaciones con orden y buena presentación.

En una segunda fase comenzará la operación diaria, la cual incluirá apertura del establecimiento, revisión del surtido, enfriamiento de bebidas, atención al público, prestación del servicio de conectividad, registro básico de ventas y organización del lugar durante la jornada. Será importante mantener horarios consistentes que faciliten el reconocimiento del negocio por parte de los clientes.

La tercera fase será la de seguimiento y ajuste, donde se revisará qué productos tienen mayor demanda, cuáles necesitan reposición más frecuente, qué momentos del día concentran más clientes y qué mejoras pueden implementarse en la operación. Este análisis permitirá fortalecer el negocio de forma progresiva.

Tabla 8. Plan operativo básico

Actividad	Responsable	Frecuencia
Compra de mercancía	Dueño	Semanal o quincenal
Organización del surtido	Dueño y ayudante	Diaria
Atención al cliente	Dueño y ayudante	Permanente
Prestación de conectividad	Dueño	Según demanda
Control de caja y ventas	Dueño	Diario
Limpieza del local	Dueño y ayudante	Diario
Revisión de inventario	Dueño	Semanal

Este plan operativo es simple, pero suficiente para una etapa inicial y permite administrar el negocio con claridad y constancia.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado con Tienda Villa Carola es principalmente social y económico. En lo social, el negocio permitirá que la comunidad de la vereda Buena Vista y los transeúntes tengan acceso cercano a bienes y servicios que hoy resultan de difícil acceso o implican desplazamientos más largos. Esto representa una mejora concreta en comodidad, tiempo y oportunidad.

En lo económico, el proyecto será una fuente de ingreso para sus propietarios y aportará al movimiento comercial del sector. La existencia de una tienda local puede dinamizar el consumo de proximidad y fortalecer pequeñas economías rurales, lo cual resulta valioso en contextos donde la oferta comercial es limitada.

También se espera un impacto positivo en términos de acceso a conectividad, ya que este servicio puede facilitar la comunicación de los habitantes y visitantes del sector. Aunque parezca un servicio sencillo, en áreas rurales puede marcar una diferencia importante en la vida diaria y en la capacidad de resolver gestiones básicas.

El alcance del proyecto beneficiará principalmente a la comunidad local, pero también llegará a transportadores, instituciones, turistas y visitantes que circulen por la zona. Por ello, su impacto no será solo interno, sino también territorial.

16. MAPA DE ACTORES

El negocio se relaciona con distintos actores del territorio, cada uno con una función o influencia específica en su desarrollo. El primer actor es la comunidad, que será la principal beneficiaria y el grupo de clientes más constante. Su aceptación y respaldo serán fundamentales para la estabilidad del negocio.

Otro actor importante son los transportadores, quienes por su tránsito frecuente pueden generar compras recurrentes, especialmente en bebidas y productos de consumo rápido. También se encuentran los turistas y transeúntes, quienes representan ventas ocasionales y aportan visibilidad al establecimiento.

Las instituciones también forman parte del mapa de actores, ya que pueden requerir bienes o servicios del negocio en el marco de visitas, brigadas o actividades en el territorio. Además, deben considerarse los proveedores, porque de ellos depende la reposición del surtido y la continuidad de la operación.

Tabla 9. Mapa de actores

Actor	Relación con el negocio	Nivel de importancia
Comunidad	Cliente principal y beneficiaria directa	Alta
Transportadores	Cliente frecuente por ubicación estratégica	Alta
Instituciones	Compradores ocasionales y posibles aliados	Media
Turistas y transeúntes	Consumidores eventuales	Media
Proveedores	Abastecimiento de productos y equipos	Alta
Dueño y ayudante	Operación y administración del negocio	Alta

La buena relación con estos actores será esencial para que el negocio funcione, se posicione y crezca en el tiempo.

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Tienda Villa Carola es una propuesta de negocio viable, útil y coherente con las necesidades del entorno donde se proyecta su desarrollo. Su principal fortaleza radica en que busca resolver una necesidad concreta de la comunidad: contar con un punto cercano y confiable para adquirir productos de mercado, bebidas frías y servicios de conectividad.

El proyecto tiene posibilidades reales de consolidarse porque se apoya en una ubicación estratégica, una oferta básica de alta utilidad y un modelo de atención directa que responde a la realidad del territorio. Además, la distancia de la competencia más próxima le da una oportunidad favorable para posicionarse como referencia en el sector.

Desde el punto de vista económico, el negocio parte de una inversión moderada y de una proyección prudente de ventas, lo que permite pensar en una operación manejable durante la etapa inicial. Con buena administración, orden en el surtido, atención amable y reposición oportuna, Tienda Villa Carola puede sostenerse y crecer gradualmente.

En conclusión, este plan demuestra que el proyecto no solo tiene valor como fuente de ingreso para sus propietarios, sino también como una respuesta práctica a necesidades reales de la comunidad, con impacto positivo en el acceso a bienes, servicios y conectividad dentro del territorio.

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

Alfredo Mosquera

Luis Alfredo Mosquera Paredes
Emprendedor

Rusbell Giovanni Diaz Jaimes
Orientador 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 Alfredo Mosquera Paredes
TIENDA	Tienda Villa Carola
FECHA	9/01/2026



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

Fecha: 24-1-2026

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

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

ENTREGA:

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

RECIBE:

Huella



Firma: Alfredo Mosquera
Nombres: Alfredo Mosquera
CC: 1.121.817.916

OBSERVACIONES:

Odilia Tumay Solano

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	Odilia Tumay Solano
TIENDA	Variedades Tania Sofia
FECHA	16/01/2026



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

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

Yo, Odilia Tumay Solano identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 30.020.693 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: Odilia Tumay Solano

CC: 30.020.693

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, Odilia Tumay Solano identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 30.020.693, 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 Nva Antioquia a los 16 días del mes de enero del año 2026.

RECIBE:

Firma: _____

Nombres: Odilia Tumay Solano

CC: 30.020.693

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 16	MES 1	AÑO 2026		
Beneficiario	Odilia Tumay Solano				
Cédula	30.020.693			Sexo: ☑ Mujer ☐ Hombre	
Departamento:	Vichada		Municipio:	Primavera	
Vereda / Inspección:	Nva. Antioquia				
Dirección:	Centro.		Teléfono de Contacto:	317294 2448	

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

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE VERIFICACIÓN

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

COMPROMISOS DE LA VISITA

Acciones acordadas en la visita	Plan financiero
Compromisos del beneficiario:	Plan de accion
Observaciones:	Plan estrategico

Firma:

Beneficiario: Odilia Tumay
Cédula: 30020693

Firma:

Profesional: Rusbell Diaz
Cédula: 1.121.812.916

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, Odilia Tumay Solano, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 30.020.693 residente del municipio de Nva Antioquia, 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 Nva. Antioquia a los 16 días del mes de enero del año 2025.

RECIBE:

Huella



Firma: _____

Nombres: Odilia Tumay Solano

CC: 30.020.693

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

VARIEDADES TANIA SOFIA

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: Odilia Tumay Solano

EMPRENDEDOR

Ubicación: Inspección Nueva Antioquia, municipio de La Primavera, departamento de Vichada, Colombia.

FEBRERO DE 2026

1. PROBLEMA O NECESIDAD

La comunidad del sector presenta limitaciones en el acceso inmediato a productos básicos de consumo, verduras, bebidas frías, artículos de papelería, cosméticos y servicios de conectividad. La ausencia de un punto comercial cercano obliga a los habitantes a desplazarse a otros lugares para suplir estas necesidades, lo que incrementa los costos, reduce el tiempo disponible y dificulta el acceso oportuno a bienes y servicios esenciales.

Esta necesidad afecta especialmente a las familias, trabajadores del campo, estudiantes, pequeños productores y personas que transitan por la zona. Muchas veces, para adquirir productos tan necesarios como alimentos, artículos escolares, productos de aseo personal o incluso una bebida fría, se requiere salir del sector y recorrer distancias considerables. En un entorno rural, esta situación representa una desventaja importante, ya que no siempre hay transporte disponible o recursos suficientes para movilizarse con frecuencia.

Además, la demanda de servicios de conectividad ha crecido notablemente, pues hoy en día la comunicación y el acceso a información son parte de la vida diaria. La posibilidad de contar con un punto que ofrezca apoyo en conexión a internet o en gestiones básicas de comunicación representa una mejora práctica para la comunidad, especialmente en zonas donde estos servicios no están disponibles de manera constante o cercana.

En conclusión, el problema central que busca atender Variedades Tania Sofia es la falta de acceso inmediato, cercano y confiable a productos y servicios básicos, lo que genera incomodidad, sobrecostos y dificultades para la población del sector y para quienes transitan por él.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes potenciales de Variedades Tania Sofia son diversos, lo cual fortalece la viabilidad del negocio al no depender de un solo segmento de mercado. El primer grupo está conformado por la comunidad de la vereda y del sector cercano, integrada por familias, residentes permanentes, trabajadores rurales, amas de casa, jóvenes y personas que viven de manera continua en la zona. Este grupo será el cliente más frecuente y demandará principalmente productos de mercado, verduras, artículos de papelería, cosméticos y bebidas frías.

Un segundo grupo importante es el de los transportadores, quienes pasan por el sector y requieren atención rápida, bebidas frías, productos básicos de consumo y, en algunos casos, servicios de conectividad. Este perfil de cliente valora mucho la ubicación, la agilidad del servicio y la posibilidad de resolver varias necesidades en un mismo punto.

También se encuentran las instituciones, entendidas como entidades públicas, brigadas, equipos técnicos, docentes, personal de apoyo o funcionarios que desarrollan actividades en la zona. Aunque este segmento puede tener una frecuencia de compra menor que la comunidad, puede representar

consumos importantes en momentos puntuales, especialmente en artículos de papelería, refrigerios, bebidas o conectividad.

Finalmente, los turistas y visitantes constituyen otro grupo de interés. Aunque su presencia puede ser ocasional, representan una oportunidad comercial valiosa, pues suelen requerir bebidas, productos rápidos, artículos de necesidad inmediata y apoyo básico en comunicación.

Tabla 1. Tipos de clientes

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia estimada
Comunidad del sector	Mercado, verduras, papelería, cosméticos, bebidas	Alta
Transportadores	Bebidas frías, compras rápidas, conectividad	Alta
Instituciones	Papelería, refrigerios, abastecimiento ocasional	Media
Turistas y visitantes	Bebidas, artículos de paso, conectividad	Media

La diversidad de clientes permite que el negocio tenga ventas durante distintos días y horarios, y le da una base comercial más estable.

3. COMPETENCIA

Según la información suministrada, existen otros comercios cercanos ubicados aproximadamente a 20 kilómetros, entre ellos el negocio de Carmen Lizcano, enfocado en mercado, y el de Rosalba Blanco, que ofrece bebidas frías y mercado. Estos negocios ya atienden parte de la demanda del sector, lo cual demuestra que sí existe una necesidad real por este tipo de servicios y que el mercado tiene movimiento.

Sin embargo, la distancia de estos establecimientos constituye una oportunidad importante para Variedades Tania Sofia. En zonas rurales, la cercanía tiene un valor muy alto, ya que los clientes suelen preferir un negocio próximo que les permita ahorrar tiempo, dinero y esfuerzo. En ese sentido, la ubicación del nuevo establecimiento puede convertirse en una ventaja competitiva clara frente a otros comercios que se encuentran más alejados.

Además, Variedades Tania Sofia tendrá una oferta más amplia, pues no se limitará a vender mercado y bebidas, sino que también incluirá verduras, papelería, cosméticos y servicios de conectividad. Esta combinación le permitirá atender distintas necesidades en un solo lugar, lo cual resulta muy atractivo para la población local y para quienes transitan por el sector.

Otro elemento de diferenciación será la calidad del servicio. En este tipo de negocios, la atención amable, la confianza, el orden y la disponibilidad de productos suelen ser factores decisivos para fidelizar a la clientela. Por ello, aunque exista competencia, el negocio puede posicionarse favorablemente si logra prestar un servicio cercano, respetuoso y constante.

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en crear y operar Variedades Tania Sofia como un establecimiento rural de atención directa, orientado a ofrecer a la comunidad productos de mercado, verduras, bebidas frías, artículos de papelería, cosméticos y servicios de conectividad. La propuesta busca brindar una atención integral a las necesidades cotidianas de los habitantes y transeúntes del sector, facilitando el acceso a bienes y servicios esenciales en un solo lugar, de forma oportuna y cercana.

El negocio se plantea como una tienda de variedades con enfoque práctico, pensada para responder a las condiciones reales del territorio. La combinación de productos básicos con artículos de uso personal, escolar y de comunicación le da al establecimiento una ventaja importante, ya que amplía el tipo de cliente que puede atender y aumenta las posibilidades de venta.

La esencia del negocio está en ofrecer soluciones útiles a la comunidad. No se trata únicamente de vender productos, sino de convertirse en un punto confiable al que las personas puedan acudir para resolver necesidades del día a día. En sectores rurales, este tipo de negocios adquiere un valor especial porque mejora el acceso a bienes de uso frecuente y evita desplazamientos innecesarios.

El nombre Variedades Tania Sofia transmite cercanía y diversidad en la oferta, lo cual es coherente con la propuesta comercial. A mediano plazo, el negocio podría crecer en surtido o en servicios, pero en su etapa inicial la prioridad será consolidar una oferta bien organizada, útil y acorde con la realidad del sector.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

Variedades Tania Sofia ofrecerá una línea de productos y servicios diseñada para atender necesidades básicas y frecuentes de la comunidad. En primer lugar, estarán las bebidas frías, que son de alta demanda en zonas de clima cálido y entre personas que realizan recorridos o trabajos en el sector. Esta línea puede incluir agua, gaseosas, jugos y otras bebidas de consumo rápido y refrescante.

También se ofrecerán productos de mercado, es decir, artículos de primera necesidad y consumo diario, como arroz, azúcar, aceite, café, granos, galletas, productos de aseo y otros elementos básicos del hogar. Este tipo de productos suele tener buena rotación y constituye una de las bases más importantes del negocio.

Un componente diferenciador será la venta de verduras, que aportan valor porque son productos de consumo cotidiano y de alta necesidad en los hogares. Tener acceso cercano a verduras frescas puede ser una gran ventaja para la comunidad, especialmente cuando desplazarse a otro lugar para comprarlas resulta costoso o demorado.

A esto se suman los artículos de papelería, que pueden incluir cuadernos, lápices, esferos, borradores, carpetas, hojas y otros elementos útiles para estudiantes, docentes y comunidad en general. De igual manera, los cosméticos permitirán atender necesidades personales relacionadas con el cuidado e higiene, ampliando la oferta del negocio y generando oportunidades de venta adicionales.

Finalmente, se prestarán servicios de conectividad, apoyados en internet satelital y computador. Este servicio puede incluir acceso a internet, apoyo para consultas básicas, comunicación o gestiones sencillas, según la capacidad instalada.

Tabla 2. Portafolio inicial

Línea	Descripción
Bebidas frías	Agua, gaseosas, jugos y refrescos
Mercado	Productos básicos de consumo diario
Verduras	Alimentos frescos para uso cotidiano
Papelería	Útiles escolares y de oficina básica
Cosméticos	Productos de uso personal y cuidado
Conectividad	Acceso a internet y apoyo básico de comunicación

La variedad de esta oferta convierte al negocio en un punto de atención integral para el sector.

6. PROCESOS TÉCNICOS

Para el funcionamiento adecuado de Variedades Tania Sofia será necesario establecer procesos técnicos básicos, pero bien organizados. El primero de ellos es el abastecimiento, que consiste en identificar proveedores confiables, comprar los productos, transportarlos hasta el punto de venta y verificar que lleguen en buenas condiciones. Este proceso debe planificarse de forma que siempre haya disponibilidad de los productos de mayor rotación.

El segundo proceso corresponde al almacenamiento y conservación. Los productos secos, como mercado, papelería y cosméticos, deberán organizarse en estanterías limpias y clasificadas. Las bebidas frías necesitarán refrigeración constante, por lo cual será indispensable contar con congeladores en buen estado y una administración adecuada del sistema de energía disponible a través del parque solar.

En el caso de las verduras, el manejo debe ser más cuidadoso, ya que son productos perecederos. Será importante comprarlas en cantidades acordes con la demanda, mantenerlas en un lugar fresco, revisarlas constantemente y vender primero las de menor tiempo de almacenamiento para evitar pérdidas. Este control será clave para la rentabilidad del negocio.

Respecto a los servicios de conectividad, el proceso implicará tener operando el internet satelital y el computador, prestar el servicio de manera ordenada y procurar un uso responsable de los equipos.

También será importante ofrecer una atención respetuosa y clara, especialmente cuando los clientes requieran apoyo para realizar consultas o comunicaciones.

Flujo básico de operación

1. Compra y recepción de mercancía.
2. Organización del surtido por categorías.
3. Conservación de bebidas y control de verduras.
4. Atención directa al cliente.
5. Venta de productos y prestación de servicios de conectividad.
6. Cobro y control simple de ingresos.
7. Revisión de inventario, limpieza y reposición.

Estos procesos permitirán que el negocio funcione de manera ordenada y reduzca riesgos de pérdida o desabastecimiento.

7. REQUISITOS LEGALES

Para el adecuado funcionamiento de Variedades Tania Sofia, es importante tener en cuenta algunos aspectos básicos de formalización y organización legal del negocio. Uno de los primeros pasos es definir claramente la actividad económica y el responsable del establecimiento, de manera que la operación comercial se realice de forma organizada y con proyección a futuro.

Dentro de los requisitos básicos se encuentra el Registro Único Tributario (RUT), que permite identificar la actividad económica del negocio ante la administración tributaria. Este registro es importante porque facilita el desarrollo ordenado de la actividad comercial y prepara al emprendimiento para eventuales procesos de crecimiento, relación con proveedores o formalización más amplia.

También debe revisarse la forma adecuada de soportar las ventas, especialmente si el negocio va aumentando su movimiento comercial. A medida que crezca, será importante tener claridad sobre las obligaciones relacionadas con la facturación o con los soportes equivalentes que apliquen según la normatividad vigente.

De manera expresa, se deja constancia de que se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica, como apoyo para orientar el proceso de organización legal del negocio. Esta asistencia constituye un respaldo importante para que el emprendimiento avance con mayor claridad y responsabilidad en su proceso de formalización.

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización de Variedades Tania Sofia será la atención directa en sitio, ya que el negocio se basa en ser un punto cercano, visible y accesible para la comunidad y para las personas que transitan por el sector. Este canal es el más adecuado para un negocio rural, pues permite responder de forma inmediata a las necesidades del cliente y mantener contacto directo con él.

Otro canal importante será el voz a voz, que en este tipo de entornos tiene una gran efectividad. Cuando un negocio presta un buen servicio, mantiene productos útiles y trata bien a sus clientes, la recomendación entre vecinos, familiares, transportadores y conocidos se convierte en una forma de promoción muy fuerte. En muchos casos, este mecanismo resulta más efectivo que cualquier publicidad formal.

De manera complementaria, si la conectividad lo permite, el negocio podrá apoyarse en llamadas, mensajes o redes de comunicación básicas para informar sobre disponibilidad de productos, coordinar pequeños pedidos o atender consultas previas. Este canal puede ser especialmente útil para clientes frecuentes o para instituciones que necesiten confirmar la disponibilidad de algún artículo.

Tabla 3. Canales de comercialización

Canal	Función principal
Atención en sitio	Venta directa de productos y servicios
Voz a voz	Recomendación y posicionamiento local
Llamadas o mensajes	Información y coordinación básica
Relación con instituciones	Atención puntual y ventas ocasionales

La comercialización deberá centrarse en la cercanía, la amabilidad y la confianza, que son los factores más valorados por los clientes del sector.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

De acuerdo con la información suministrada, se toma como referencia una venta semanal estimada de $360.000. A partir de este dato, puede hacerse una proyección mensual y anual básica que permita visualizar el potencial económico del negocio en una etapa inicial.

Si el establecimiento logra ventas cercanas a $360.000 por semana, en un mes promedio de cuatro semanas podría alcanzar ingresos de aproximadamente $1.440.000. En términos anuales, esto representaría alrededor de $17.280.000. Estas cifras son prudentes y razonables para un negocio pequeño en su fase de arranque.

Es importante tener en cuenta que el comportamiento real de las ventas puede variar según la temporada, el clima, la rotación de productos, la capacidad de surtido y la acogida del negocio en la

comunidad. También es posible que las ventas mejoren de manera progresiva a medida que el negocio se dé a conocer y logre fidelizar clientes.

Tabla 4. Proyección de ventas

Periodo	Venta estimada
Semana	$360.000
Mes	$1.440.000
Año	$17.280.000

Tabla 5. Proyección anual con crecimiento moderado

Concepto	Valor estimado
Ventas base anuales	$17.280.000
Crecimiento proyectado del 10 %	$1.728.000
Ventas anuales potenciales	$19.008.000

Esta proyección sirve como guía de planeación y permite visualizar que, con buena administración y constancia, el negocio puede sostenerse y crecer gradualmente.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales del negocio están asociados a la compra de equipos, adecuación del espacio y adquisición del surtido inicial. Según la información suministrada, se requieren parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas y surtido, los cuales son fundamentales para poder iniciar operaciones en condiciones adecuadas.

Además de la inversión inicial, el negocio tendrá gastos mensuales relacionados con la reposición de mercado, verduras, bebidas, papelería y cosméticos, así como con el pago del servicio de conectividad, transporte, mantenimiento básico y apoyo operativo. En contextos rurales, estos gastos deben planificarse cuidadosamente para evitar que el negocio se quede sin inventario o sin capacidad para responder a la demanda.

A continuación, se presenta una estimación razonable de costos y gastos para efectos de este plan:

Tabla 6. Inversión inicial estimada

Concepto	Valor estimado
Parque solar	$1.500.000
Internet satelital e instalación	$700.000
Congeladores	$1.000.000
Computador	$900.000
Estanterías	$400.000
Mesas y sillas	$300.000

Surtido inicial de mercado	$1.400.000
Surtido inicial de verduras	$300.000
Surtido inicial de papelería y cosméticos	$500.000
Total estimado	**$7.000.000**

Tabla 7. Gastos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado
Reposición de mercado	$550.000
Reposición de verduras	$180.000
Reposición de bebidas frías	$220.000
Reposición de papelería y cosméticos	$180.000
Internet	$170.000
Transporte de mercancía	$120.000
Aseo y otros gastos menores	$60.000
Apoyo de ayudante	$220.000
Total mensual estimado	**$1.700.000**

Estas cifras son aproximadas y deben entenderse como una base de planeación. En la realidad, podrán ajustarse conforme el negocio empiece a operar y se conozca mejor el comportamiento de la demanda.

11. TALENTO HUMANO

Para su etapa inicial, Variedades Tania Sofia requerirá una estructura humana sencilla conformada por el dueño y un ayudante. Esta organización es adecuada para el tamaño del negocio y permite distribuir funciones de forma práctica, sin generar una carga económica excesiva en los primeros meses.

El dueño será responsable de la administración general del negocio, la compra de mercancía, el manejo del dinero, la organización del surtido y la supervisión de la atención. También tendrá un papel clave en la relación con los clientes, ya que en este tipo de establecimientos la confianza personal es un elemento muy importante para lograr fidelidad.

El ayudante apoyará en la organización del local, atención al cliente, reposición interna de productos, limpieza, control básico de las verduras y apoyo en la prestación de servicios de conectividad cuando sea necesario. Su presencia será útil para mantener agilidad en la atención y mejorar la operación diaria.

Aunque el equipo humano es pequeño, será indispensable que las personas involucradas tengan responsabilidad, honestidad, orden y buena disposición de servicio. Estas cualidades son fundamentales para el éxito de un negocio local.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Para poner en marcha Variedades Tania Sofia se requiere, en primer lugar, un espacio físico adecuado, limpio, organizado y visible para el público. El establecimiento debe permitir exhibir el surtido, conservar las bebidas frías, organizar verduras, papelería y cosméticos, y atender a los clientes de manera cómoda y práctica.

También se necesitan los equipos y recursos físicos mencionados en la información base: parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas y surtido inicial. Estos elementos son indispensables para garantizar el funcionamiento básico del negocio y prestar los servicios ofrecidos.

Otro requerimiento importante es contar con capital de trabajo, es decir, dinero disponible para reponer productos, cubrir gastos menores y mantener la operación diaria mientras el negocio logra una mayor estabilidad. Sin este respaldo, la tienda podría tener dificultades para sostener el surtido o responder a la demanda.

Además, el negocio necesita organización administrativa básica, control sencillo de ingresos y egresos, manejo de inventario y disposición para seguir fortaleciendo conocimientos en servicio al cliente, comercialización y formalización.

13. VALOR DEL PROYECTO

El valor estimado del proyecto es de siete millones de pesos ($7.000.000), cifra que resulta coherente con el tipo de negocio planteado y con los recursos básicos que se necesitan para ponerlo en funcionamiento. Esta inversión cubre los equipos principales, la adecuación básica del espacio y el surtido inicial necesario para iniciar operaciones.

Desde el punto de vista financiero, se trata de una inversión moderada y manejable, especialmente si se considera que el negocio tendrá varias líneas de ingreso: mercado, verduras, bebidas frías, papelería, cosméticos y conectividad. Esta diversidad le da mayor estabilidad al proyecto y reduce la dependencia de un solo tipo de venta.

Además del valor económico, el proyecto tiene un valor social importante porque busca facilitar el acceso de la comunidad a bienes y servicios que hoy son de difícil acceso. En ese sentido, el emprendimiento no solo representa una oportunidad de ingreso para sus propietarios, sino también una mejora práctica para el territorio.

A futuro, si el negocio se fortalece, su valor podrá aumentar mediante ampliación del surtido, mejoras en infraestructura o incorporación de nuevos servicios, consolidándose como un punto comercial más fuerte en la zona.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo de Variedades Tania Sofia debe desarrollarse en etapas simples pero bien definidas. En una primera fase se realizará la adecuación del local, instalación de equipos, organización de estanterías, ubicación de congeladores y compra del surtido inicial. Esta etapa busca dejar listo el negocio para empezar a operar con orden y buena presentación.

En una segunda fase se dará inicio a la operación diaria, que incluirá apertura del negocio, revisión de productos, atención al cliente, venta de mercado, bebidas, verduras, papelería y cosméticos, así como la prestación del servicio de conectividad. Durante esta etapa será importante mantener una rutina ordenada para revisar existencias, controlar productos perecederos y organizar el espacio de venta.

La tercera fase será la de seguimiento y ajuste, donde se revisará qué productos tienen más movimiento, qué artículos requieren más reposición, cuáles dejan mayor utilidad y qué aspectos de la operación pueden mejorarse. Este análisis permitirá tomar decisiones más acertadas en compras, precios y surtido.

Tabla 8. Plan operativo básico

Actividad	Responsable	Frecuencia
Compra de mercancía	Dueño	Semanal o quincenal
Organización del surtido	Dueño y ayudante	Diaria
Control de verduras y bebidas	Dueño y ayudante	Diaria
Atención al cliente	Dueño y ayudante	Permanente
Prestación del servicio de conectividad	Dueño	Según demanda
Control de caja y ventas	Dueño	Diario
Limpieza del local	Dueño y ayudante	Diario

Este plan operativo es adecuado para un negocio de pequeña escala y facilita su administración en la etapa inicial.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El principal impacto esperado con Variedades Tania Sofia es brindar servicios y bienes que son de difícil acceso para la comunidad, mejorando así la vida cotidiana de los habitantes del sector. La existencia de un punto cercano donde se pueda adquirir mercado, verduras, bebidas, papelería, cosméticos y conectividad representa una mejora importante en tiempo, comodidad y acceso.

En el aspecto económico, el negocio será una fuente de ingresos para sus propietarios y contribuirá al movimiento comercial local. Un establecimiento de estas características puede fortalecer pequeñas dinámicas económicas del territorio y facilitar que parte del consumo se realice dentro del mismo sector, en lugar de trasladarse a otros lugares.

En lo social, el negocio también puede convertirse en un punto de apoyo para la comunidad, especialmente por la conectividad y por la disponibilidad de artículos útiles para el hogar y para los estudiantes. Este componente hace que el impacto del proyecto no sea solo comercial, sino también práctico y comunitario.

Su alcance beneficiará principalmente a la población de Nueva Antioquia, La Culebra y alrededores, pero también impactará positivamente a transportadores, instituciones, turistas y visitantes que requieran atención o abastecimiento en el sector.

16. MAPA DE ACTORES

El desarrollo del negocio involucra distintos actores que tienen relación directa o indirecta con su funcionamiento. El actor principal es la comunidad, ya que será la beneficiaria directa y el grupo de clientes más constante. Su aceptación del negocio será clave para la sostenibilidad del proyecto.

Otro actor importante son los transportadores, quienes por sus recorridos pueden convertirse en clientes frecuentes, especialmente de bebidas frías, productos rápidos y servicios de conectividad. También están los transeúntes y turistas, que representan una clientela ocasional pero valiosa para el movimiento comercial del negocio.

Las instituciones son otro actor relevante, pues pueden requerir compras puntuales, artículos de papelería o apoyo en comunicación. Finalmente, deben considerarse los proveedores, ya que de ellos depende el abastecimiento del negocio y la continuidad de la oferta.

Tabla 9. Mapa de actores

Actor	Relación con el negocio	Importancia
Comunidad	Cliente principal y beneficiaria directa	Alta
Transportadores	Cliente frecuente por ubicación estratégica	Alta
Instituciones	Compradores ocasionales y posibles aliados	Media
Transeúntes y turistas	Consumidores eventuales	Media
Proveedores	Suministro de productos y equipos	Alta
Dueño y ayudante	Operación y administración del negocio	Alta

La articulación positiva con estos actores será fundamental para que el negocio funcione adecuadamente y logre consolidarse.

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Variedades Tania Sofia es una propuesta de negocio viable, útil y coherente con las necesidades del entorno donde se proyecta desarrollar. Su principal fortaleza está en ofrecer en un solo lugar productos de mercado, verduras, bebidas frías, papelería, cosméticos y servicios de conectividad, lo que le permite atender de manera integral a la comunidad y a las personas que transitan por el sector.

El proyecto responde a una necesidad real del territorio: la falta de acceso cercano a bienes y servicios esenciales. Esta situación, sumada a la distancia de los comercios más próximos, crea una oportunidad favorable para posicionar el negocio como un punto confiable, práctico y de alta utilidad para la población local.

Desde el punto de vista financiero, el negocio parte de una inversión moderada y de una proyección de ventas prudente, lo que permite pensar en una operación manejable y con posibilidades de crecimiento progresivo. Con buena administración, reposición oportuna del surtido y atención amable, Variedades Tania Sofia puede consolidarse como una unidad productiva estable y de impacto positivo.

En conclusión, este plan demuestra que el proyecto no solo tiene potencial como fuente de ingresos para sus propietarios, sino también como una respuesta concreta a necesidades del territorio, aportando bienestar, cercanía y mejores condiciones de acceso a bienes y servicios básicos para la comunidad.

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

Odilia Tumay Solano
Emprendedora

Rusbell Giovanni Diaz Jaimes
Orientador 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	Odilia Tumay Solano
TIENDA	Variedades Tania Sofia
FECHA	16/01/2026



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

Fecha: 7-2-2026

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:
Nombres: Odilia Turmay Solano
CC: 30020693

OBSERVACIONES:

Mauricio Veroy 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	Mauricio Veroy Rojas
TIENDA	Miniventas El profeMauro
FECHA	19/01/2026



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

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

Yo, Mauricio Veroy Rojas. identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 18.256.323. 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: Mauricio Veroy Rojas.

CC: 18.256.323

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, Mauricio Veroy Rojas. identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 18.256.323., 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 Santa Barbara a los 19 días del mes de enero del año 2026.

RECIBE:

Firma: _____

Nombres: Mauricio Veroy Rojas

CC: 18.256.323

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 19	MES 01	AÑO 2026	
Beneficiario	Mauricio Veroy Rojas.				
Cédula	18.256.323			Sexo: ☐Mujer ☑Hombre	
Departamento:	Vichada		Municipio:	Primavera	
Vereda / Inspección:	Santa Barbara				
Dirección:	Centro		Teléfono de Contacto:	3018417825.	

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: Variedad
Ubicacion, Reconocimiento

Retos que enfrenta: Financiamento
Costos

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

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

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE VERIFICACIÓN

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

COMPROMISOS DE LA VISITA

Acciones acordadas en la visita	Estructura costos
Compromisos del beneficiario:	Plan financiero
Observaciones:	Plan de accion

Firma:

Beneficiario: Mauricio Veroy
Cédula: 18.256.323

Firma:

Profesional: Rusbell Diaz
Cédula: 1.121.817.916

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, Mauricio Veroy Rojas., identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 18.256.323 residente del municipio de Primavera, 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 Santa Barbara a los 19 días del mes de enero del año 2025.

RECIBE:

Firma: _____

Nombres: Mauricio Veroy Rojas.

CC: 18.256.323

Huella



OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

MINIVENTAS EL PROFE MAURO

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: Mauricio Veroy Rojas

EMPRENDEDOR

Ubicación: Inspección de Santa Bárbara de Agua Verde, municipio de La Primavera, departamento de Vichada, Colombia.

FEBRERO DE 2026

1. PROBLEMA O NECESIDAD

En el sector existe la necesidad de contar con un negocio cercano que ofrezca helados, productos de mercado, bebidas frías, acompañamiento educativo y servicios de conectividad, debido a que la comunidad debe desplazarse a otros lugares para acceder a estos bienes y servicios. Esta situación genera gastos adicionales, pérdida de tiempo, incomodidad y limitaciones para resolver de manera rápida necesidades básicas del día a día.

La población del sector requiere un punto de atención donde pueda comprar productos de consumo frecuente sin tener que recorrer largas distancias. En territorios rurales como el de Santa Bárbara de Agua Verde, la falta de comercios cercanos afecta especialmente a familias, estudiantes, trabajadores del campo, transportadores y visitantes, quienes muchas veces no disponen de medios de transporte inmediatos o de tiempo suficiente para trasladarse a otros centros poblados.

Además de los productos comerciales, existe una necesidad importante en materia de acompañamiento educativo. En muchas comunidades rurales, los niños, niñas y jóvenes necesitan apoyo para tareas, refuerzo escolar, orientación en trabajos y acceso básico a herramientas académicas. Esta necesidad se vuelve más evidente cuando las familias no siempre cuentan con conectividad, equipos o apoyo pedagógico cercano. En ese sentido, el negocio no solo responde a una demanda económica, sino también a una necesidad formativa de la comunidad.

A lo anterior se suma la necesidad de contar con servicios de conectividad, indispensables para la comunicación, la consulta de información y el apoyo de actividades académicas o personales. Por ello, Miniventas El ProfeMauro busca atender un problema real del territorio: la ausencia de un punto cercano, útil y confiable que combine bienes de consumo con servicios de apoyo educativo y comunicación.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes potenciales de Miniventas El ProfeMauro son variados, lo cual fortalece la viabilidad del negocio y le permite tener varias fuentes de ingreso. El primer grupo está conformado por la comunidad de la vereda y de la inspección, es decir, las familias, estudiantes, trabajadores rurales y personas que viven de manera permanente en el sector. Este segmento será probablemente el más frecuente, ya que demandará mercado, bebidas, helados, conectividad y acompañamiento educativo.

Un segundo grupo importante es el de los transportadores, quienes pueden requerir bebidas frías, helados, productos de consumo rápido y, en algunos casos, apoyo de conectividad. Este tipo de cliente valora mucho la atención ágil, la buena ubicación y la facilidad para encontrar productos útiles durante su recorrido.

También se encuentran las instituciones, entendidas como entidades, grupos de trabajo, docentes, brigadas, funcionarios o equipos que desarrollen actividades en la zona. Estas pueden representar consumos puntuales en bebidas, productos de mercado o uso ocasional de conectividad, y en algunos casos pueden requerir acompañamiento o apoyo en procesos educativos o comunitarios.

Finalmente, los turistas y visitantes constituyen un segmento ocasional, pero importante. Este grupo puede demandar bebidas frías, helados, productos básicos y conectividad, sobre todo cuando transita por la zona y necesita resolver una necesidad inmediata.

Tabla 1. Tipos de clientes

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia estimada
Comunidad del sector	Mercado, helados, bebidas, conectividad, apoyo educativo	Alta
Transportadores	Bebidas frías, helados, compras rápidas, conectividad	Alta
Instituciones	Compras ocasionales, apoyo logístico, conectividad	Media
Turistas y visitantes	Productos de paso, refrescos, conectividad	Media

La variedad de clientes le permite al negocio no depender únicamente de una sola línea de ventas y ampliar sus posibilidades de sostenimiento.

3. COMPETENCIA

Según la información suministrada, los comercios más cercanos se encuentran aproximadamente a 20 kilómetros. Entre ellos se identifican el negocio de Lucía Maldonado, dedicado a bebidas frías y paquetes, y el de Reinaldo Ramírez, enfocado en huevos criollos y cerdos. Esto significa que sí existe actividad comercial en el entorno, pero la oferta cercana todavía es limitada y no cubre de forma integral todas las necesidades de la comunidad.

La distancia con la competencia constituye una ventaja importante para Miniventas El ProfeMauro, ya que en las zonas rurales la cercanía es un factor decisivo. Las personas suelen preferir un negocio próximo, donde puedan conseguir productos y servicios de manera rápida, sin gastar más en transporte ni invertir demasiado tiempo en desplazamientos.

Además, la propuesta de Miniventas El ProfeMauro presenta una diferencia clara frente a la competencia: no solo venderá productos comerciales, sino que incorporará acompañamiento educativo y servicios de conectividad, dos componentes que no aparecen reflejados en los negocios mencionados. Esta combinación le da al negocio un valor agregado importante y le permite atender necesidades que van más allá de la simple venta de bienes.

Otro elemento diferenciador será la calidad en la atención. En contextos rurales, la amabilidad, el respeto, la confianza y la disposición para ayudar influyen mucho en la fidelización de los clientes. Por ello, aunque existan otros comercios en la región, Miniventas El ProfeMauro puede posicionarse favorablemente si mantiene un servicio cercano, útil y constante.

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en crear y operar Miniventas El ProfeMauro como un establecimiento rural de atención directa, dedicado a la comercialización de helados, productos de mercado y bebidas frías, junto con el ofrecimiento de acompañamiento educativo y la prestación de servicios de conectividad. La propuesta busca atender de manera integral las necesidades básicas de consumo, apoyo académico y comunicación de la comunidad.

La fortaleza principal del negocio está en que combina en un solo lugar varias soluciones prácticas para el entorno. Por un lado, ofrece productos de consumo frecuente y de rápida salida; por otro, incorpora un servicio de acompañamiento educativo que puede convertirse en un apoyo importante para estudiantes y familias. Esta combinación le da una identidad propia y lo diferencia de otros negocios del sector.

La propuesta está pensada para un contexto rural donde la comunidad valora mucho la cercanía, la utilidad del servicio y la posibilidad de resolver varias necesidades en un mismo punto. El nombre Miniventas El ProfeMauro también aporta identidad, ya que sugiere cercanía y un enfoque relacionado con el apoyo educativo, aspecto que puede generar confianza entre las familias y estudiantes del sector.

En su etapa inicial, el negocio no pretende ser una estructura compleja, sino un establecimiento bien organizado, con una oferta básica pero útil, que pueda crecer con el tiempo. A futuro, si se consolida, podrá fortalecer su línea educativa, ampliar el surtido o mejorar la infraestructura, pero desde el comienzo su base será la atención práctica, cercana y confiable.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

Miniventas El ProfeMauro ofrecerá una combinación de productos y servicios diseñada para atender necesidades del hogar, del tránsito diario y del apoyo académico. En primer lugar, se encuentran las bebidas frías, que son de alta demanda en territorios cálidos y en zonas donde las personas realizan recorridos constantes o jornadas de trabajo prolongadas. Esta línea puede incluir agua, gaseosas, jugos y otras bebidas de rápida rotación.

También se ofrecerán helados, que constituyen un producto atractivo y de consumo frecuente, especialmente en un entorno de clima cálido. Esta línea puede ser muy bien recibida por niños, jóvenes y adultos, y representar un flujo constante de ventas en horas de mayor calor o tránsito.

En cuanto al mercado, el negocio podrá ofrecer productos básicos de consumo diario, como arroz, azúcar, café, aceite, granos, galletas, panela, productos de aseo y otros artículos de primera necesidad. Esta línea es clave porque responde a necesidades permanentes de la comunidad y aporta estabilidad comercial al establecimiento.

Un elemento diferenciador será el acompañamiento educativo, que puede incluir apoyo en tareas, refuerzo escolar básico, orientación para trabajos, consultas académicas y acompañamiento a estudiantes del sector. Este servicio es especialmente importante porque brinda una respuesta concreta a necesidades formativas de la comunidad, y puede prestarse con apoyo de computador e internet.

Finalmente, se prestarán servicios de conectividad, que pueden incluir acceso básico a internet, consultas, apoyo en comunicaciones o en actividades sencillas. Este componente fortalece tanto la parte comercial como la educativa del negocio.

Tabla 2. Portafolio inicial

Línea	Descripción
Bebidas frías	Agua, gaseosas, jugos y refrescos
Helados	Productos fríos de consumo rápido

Mercado	Artículos básicos de consumo diario
Acompañamiento educativo	Refuerzo escolar, apoyo en tareas y orientación básica
Conectividad	Acceso a internet y apoyo básico en comunicación

La combinación de estas líneas hace que el negocio tenga un perfil más completo y mayor capacidad de atender distintas necesidades de la comunidad.

6. PROCESOS TÉCNICOS

El funcionamiento técnico de Miniventas El ProfeMauro requerirá organización y constancia. El primer proceso será el de abastecimiento, que incluye la compra de productos, la coordinación con proveedores, el transporte de la mercancía y la revisión de su estado al momento de recibirla. Será necesario planificar las compras según la rotación de bebidas, helados y productos de mercado para evitar desabastecimiento o acumulación innecesaria.

El segundo proceso corresponde al almacenamiento y conservación. Los productos secos deberán organizarse en estanterías limpias, ordenadas y visibles para el cliente. Las bebidas frías y los helados necesitarán congeladores en buen estado, y su conservación dependerá de una adecuada administración de la energía, apoyada en el parque solar.

Un tercer proceso importante será la atención al cliente, que consiste en recibir a las personas, identificar sus necesidades, ofrecer el producto o servicio adecuado, realizar el cobro y brindar una atención amable. En este tipo de negocio, la experiencia del cliente tiene un peso muy importante, especialmente cuando se trata de servicios complementarios como la conectividad o el acompañamiento educativo.

En relación con el acompañamiento educativo, será necesario organizar horarios, disponer de un espacio básico con mesas y sillas, tener el computador en condiciones de uso y procurar que el apoyo sea ordenado y útil. Esto puede incluir sesiones sencillas de refuerzo, revisión de tareas o consulta de información. Respecto a la conectividad, se requerirá el funcionamiento del internet satelital y un manejo responsable del servicio.

FLUJO BÁSICO DE OPERACIÓN

1. Compra y recepción de mercancía.
2. Organización del surtido y conservación de productos fríos.
3. Atención al cliente en sitio.
4. Venta de bebidas, helados y productos de mercado.
5. Prestación de servicios de conectividad.
6. Desarrollo del acompañamiento educativo según demanda.
7. Registro simple de ventas, limpieza y revisión de inventario.

Estos procesos permiten que el negocio funcione con orden y aproveche adecuadamente sus distintas líneas de servicio.

7. REQUISITOS LEGALES

Para que Miniventas El Profe Mauro funcione de manera organizada y con proyección de crecimiento, es importante tener en cuenta los aspectos básicos de formalización. Uno de ellos es la identificación clara de la actividad económica y del responsable del negocio, de modo que la operación pueda desarrollarse de manera ordenada y con mayor seguridad administrativa.

Dentro de los requisitos básicos se encuentra el Registro Único Tributario (RUT), que permite identificar la actividad económica del negocio ante la administración tributaria. Este paso es importante porque facilita la organización comercial y prepara al emprendimiento para avanzar en un proceso de mayor formalidad, si así se requiere a futuro.

También es necesario revisar el manejo adecuado de las ventas y los soportes comerciales. A medida que el negocio crezca, será importante tener claridad sobre la forma de registrar ingresos y las obligaciones relacionadas con la facturación o con los documentos equivalentes que resulten aplicables de acuerdo con la normatividad vigente.

De forma expresa, se deja constancia de que se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica, como apoyo para orientar el proceso de organización legal del negocio. Esta asistencia constituye una base importante para fortalecer el emprendimiento y darle mayor proyección.

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización será la atención directa en sitio, ya que el negocio se basa en ofrecer productos y servicios de manera inmediata a la comunidad y a quienes transitan por el sector. Este canal es el más adecuado para una mini tienda rural, porque permite cercanía con el cliente, solución rápida a sus necesidades y mayor control sobre la calidad de la atención.

Otro canal muy importante será la voz a voz, que en contextos rurales funciona como una de las formas más efectivas de promoción. Cuando un negocio ofrece buen trato, productos útiles y servicios confiables, los mismos clientes lo recomiendan a vecinos, familiares, estudiantes, transportadores y conocidos, fortaleciendo así su posicionamiento.

De manera complementaria, si la conectividad lo permite, el negocio puede utilizar llamadas o mensajes para informar sobre disponibilidad de productos, coordinar atención o responder consultas relacionadas con el acompañamiento educativo. Esto puede ser útil especialmente con familias o estudiantes que requieran organizar horarios de apoyo académico.

Tabla 3. Canales de comercialización

Canal	Función principal
Atención directa en sitio	Venta principal de productos y servicios
Voz a voz	Recomendación y reconocimiento local
Llamadas o mensajes	Coordinación de atención e información básica
Relación con instituciones	Atención puntual y apoyo ocasional

La mejor estrategia comercial del negocio será prestar un servicio cercano, útil y confiable, que haga que la misma comunidad lo valore y recomiende.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

Con base en la información suministrada, se toma como referencia una venta semanal estimada de $400.000. A partir de esta cifra, es posible proyectar ingresos mensuales y anuales de manera razonable para efectos del plan.

Si el negocio vende aproximadamente $400.000 por semana, en un mes promedio de cuatro semanas podría alcanzar ingresos cercanos a $1.600.000. En un año, esta cifra representaría aproximadamente $19.200.000. Esta proyección corresponde a un escenario prudente para una etapa inicial, teniendo en cuenta que el negocio combina varias líneas de ingreso y puede ir consolidando clientela con el tiempo.

Es importante señalar que el comportamiento real de las ventas dependerá de la acogida del negocio, de la constancia en la atención, del surtido disponible y del fortalecimiento del servicio educativo. A medida que la comunidad identifique el valor agregado del negocio, especialmente por el acompañamiento académico, es posible que se presente un crecimiento progresivo.

Tabla 4. Proyección de ventas

Periodo	Venta estimada
Semana	$400.000
Mes	$1.600.000
Año	$19.200.000

Tabla 5. Proyección anual con crecimiento moderado

Concepto	Valor estimado
Ventas base anuales	$19.200.000
Crecimiento proyectado del 10 %	$1.920.000
Ventas anuales potenciales	$21.120.000

Estas cifras son estimadas y sirven como una guía de planeación para visualizar el potencial económico del proyecto.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales del negocio están relacionados con la adquisición de equipos, la adecuación del espacio y la compra del surtido inicial. Según la información suministrada, se requieren parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas, surtido y recursos para el servicio educativo. Estos elementos conforman la base para el funcionamiento de todas las líneas del negocio.

Además de la inversión inicial, existen gastos mensuales asociados a la reposición de productos, pago de internet, transporte de mercancía, mantenimiento de equipos, aseo y apoyo del ayudante. En este caso,

también debe contemplarse un pequeño componente de gasto operativo relacionado con el acompañamiento educativo, como materiales de apoyo o papelería básica.

A continuación, se presenta una estimación razonable para efectos del plan:

Tabla 6. Inversión inicial estimada

Concepto	Valor estimado
Parque solar	$1.500.000
Internet satelital e instalación	$700.000
Congeladores	$1.000.000
Computador	$900.000
Estanterías	$400.000
Mesas y sillas	$350.000
Surtido inicial de bebidas y helados	$600.000
Surtido inicial de mercado	$1.200.000
Material básico para servicio educativo	$350.000
Total estimado	**$7.000.000**

Tabla 7. Gastos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado
Reposición de bebidas y helados	$300.000
Reposición de mercado	$500.000
Internet	$170.000
Transporte de mercancía	$120.000
Materiales básicos de apoyo educativo	$80.000
Aseo y otros gastos menores	$60.000
Apoyo de ayudante	$220.000
Total mensual estimado	**$1.450.000**

Estas cifras son aproximadas y deben entenderse como valores de referencia para la planeación inicial del negocio.

11. TALENTO HUMANO

En la etapa inicial, Miniventas El Profe Mauro requerirá de una estructura humana sencilla conformada por el dueño y un ayudante. Esta organización resulta adecuada para un negocio pequeño y permite atender las distintas actividades sin generar una carga de costos demasiado alta al comenzar.

El dueño tendrá a cargo la administración general del negocio, la compra de productos, el control del dinero, la supervisión del surtido y la coordinación del servicio de acompañamiento educativo. Además, será la persona encargada de orientar la atención al cliente y de tomar decisiones frente al funcionamiento diario del establecimiento.

El ayudante apoyará las labores de atención, organización del local, reposición interna de productos, limpieza, acomodo del surtido y colaboración logística en la atención del negocio. Su presencia será importante para mantener agilidad en la atención y apoyar en momentos de mayor movimiento.

Más allá del número de personas, será fundamental que el equipo humano tenga responsabilidad, orden, honestidad y una actitud de servicio. En este proyecto, estas cualidades son especialmente importantes porque el negocio no solo vende productos, sino que también brinda apoyo educativo y conectividad.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Para poner en funcionamiento Miniventas El Profe Mauro se requiere, en primer lugar, un espacio físico adecuado, organizado, limpio y visible para el público. Este espacio debe permitir exhibir el surtido, ubicar los congeladores, atender clientes, ofrecer conectividad y desarrollar el acompañamiento educativo en condiciones básicas de comodidad.

También son necesarios los equipos y recursos físicos ya identificados: parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas, surtido inicial y materiales para el servicio educativo. Estos elementos hacen posible la operación del negocio y permiten que la oferta se preste de manera real y funcional.

Otro requerimiento importante es contar con capital de trabajo, es decir, recursos disponibles para reponer mercancía, cubrir gastos operativos y mantener el negocio durante sus primeras etapas. Esto es fundamental para asegurar continuidad en la atención y evitar que el establecimiento se quede sin inventario o sin capacidad de responder.

Además, el negocio requiere organización administrativa básica, control sencillo de ingresos y egresos, manejo de inventario y disposición para fortalecer conocimientos en atención al cliente, formalización y acompañamiento educativo.

13. VALOR DEL PROYECTO

El valor estimado del proyecto es de siete millones de pesos ($7.000.000), cifra que resulta coherente con el tamaño del negocio y con los equipos y recursos necesarios para ponerlo en marcha. Esta inversión permite cubrir tanto la parte comercial como el componente educativo y de conectividad, lo cual le da una base sólida para iniciar.

Desde la perspectiva financiera, se trata de una inversión moderada y razonable para una unidad productiva rural. La ventaja del proyecto es que no depende de una sola fuente de ingresos, sino que combina ventas de productos con servicios, lo que puede mejorar su capacidad de sostenimiento y recuperación de la inversión.

Además del valor económico, el proyecto tiene un valor social importante porque acerca a la comunidad productos básicos, apoyo educativo y servicios de comunicación. Esto significa que la inversión no solo busca generar rentabilidad, sino también aportar soluciones útiles al territorio.

A futuro, si el negocio se consolida, su valor podrá aumentar mediante ampliación del surtido, fortalecimiento del servicio educativo o mejoras de infraestructura, convirtiéndose en una propuesta aún más sólida dentro del sector.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo de Miniventas El Profe Mauro se desarrollará en etapas simples y funcionales. En una primera fase se realizará la adecuación del espacio, instalación de equipos, organización del surtido y alistamiento del área destinada al acompañamiento educativo. Esta etapa debe dejar listo el establecimiento para iniciar con buena presentación y funcionalidad.

En una segunda fase se dará inicio a la operación diaria, que incluirá apertura del negocio, revisión del surtido, conservación de helados y bebidas, atención al público, venta de productos, prestación del servicio de conectividad y organización de horarios para el acompañamiento educativo. La idea es que el negocio pueda atender de manera flexible distintas necesidades del día.

La tercera fase será la de seguimiento y ajuste, en la que se analizará qué productos tienen mayor salida, qué horarios registran más movimiento, qué tipo de apoyo educativo es más demandado y qué ajustes deben hacerse en surtido, atención o servicios. Esta fase permitirá ir mejorando el negocio con base en la experiencia real.

Tabla 8. Plan operativo básico

Actividad	Responsable	Frecuencia
Compra de mercancía	Dueño	Semanal o quincenal
Organización del surtido	Dueño y ayudante	Diaria
Conservación de bebidas y helados	Dueño y ayudante	Diaria
Atención al cliente	Dueño y ayudante	Permanente
Prestación de conectividad	Dueño	Según demanda
Acompañamiento educativo	Dueño	Según horario o solicitud
Control de caja y ventas	Dueño	Diario
Limpieza del local	Dueño y ayudante	Diario

Este plan operativo resulta adecuado para el tamaño del negocio y permite organizar sus diferentes componentes de manera clara.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El principal impacto esperado con Miniventas El Profe Mauro es brindar servicios y bienes que son de difícil acceso para la comunidad, mejorando así la calidad de vida de los habitantes del sector. El negocio permitirá a la población acceder de manera más cercana a productos de mercado, bebidas frías, helados, conectividad y apoyo educativo, reduciendo la necesidad de desplazarse a otros lugares.

En el aspecto económico, el proyecto será una fuente de ingreso para sus propietarios y aportará al movimiento comercial local. Tener un negocio activo y bien ubicado puede dinamizar la economía del sector, generar flujo de compras de cercanía y convertirse en un referente útil para la comunidad.

En lo social, el impacto será aún más significativo por el componente de acompañamiento educativo, ya que este puede beneficiar a estudiantes y familias que requieren orientación o apoyo escolar básico. Este elemento hace que el negocio no solo tenga una función comercial, sino también formativa y comunitaria.

El alcance del proyecto beneficiará principalmente a la población de Santa Bárbara de Agua Verde y sectores cercanos, pero también impactará positivamente a transportadores, instituciones, turistas y visitantes que transiten por la zona y requieran atención o abastecimiento.

16. MAPA DE ACTORES

El desarrollo del negocio involucra varios actores que tienen relación directa con su funcionamiento. El primero y más importante es la comunidad, que será la principal beneficiaria y el grupo de clientes más constante. Su aceptación y respaldo serán clave para la estabilidad del negocio.

Otro actor relevante son los transportadores, quienes pueden generar compras frecuentes en bebidas, helados y productos básicos. También se encuentran los transeúntes y turistas, que aunque compren de manera ocasional, aportan movimiento y visibilidad al establecimiento.

Las instituciones también hacen parte del mapa de actores, ya que pueden requerir apoyo o abastecimiento puntual y, en algunos casos, valorar el componente educativo o de conectividad. Asimismo, deben considerarse los proveedores, porque son fundamentales para mantener el surtido y garantizar la operación del negocio.

Tabla 9. Mapa de actores

Actor	Relación con el negocio	Importancia
Comunidad	Cliente principal y beneficiaria directa	Alta
Transportadores	Cliente frecuente por ubicación estratégica	Alta
Instituciones	Compradores ocasionales y posibles aliados	Media
Transeúntes y turistas	Consumidores eventuales	Media
Proveedores	Suministro de productos y equipos	Alta
Dueño y ayudante	Operación y administración del negocio	Alta

La buena relación con estos actores permitirá que el negocio funcione con mayor estabilidad y fortalezca su posicionamiento en el territorio.

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Miniventas El Profe Mauro es una propuesta de negocio viable, útil y bien ajustada a las necesidades del entorno donde se proyecta desarrollar. Su principal fortaleza radica en que combina una oferta comercial básica de alta necesidad con servicios de conectividad y un componente de acompañamiento educativo que le da un valor agregado importante frente a otros negocios del sector.

El proyecto responde a una necesidad real de la comunidad: contar con un punto cercano donde se puedan adquirir productos básicos, bebidas frías y helados, pero también acceder a apoyo académico y comunicación. Esta combinación lo convierte en una iniciativa práctica, cercana y con impacto positivo en la vida cotidiana de la población.

Desde el punto de vista financiero, el negocio parte de una inversión moderada y de una proyección de ventas prudente, lo que permite pensar en una operación manejable y con posibilidades de crecimiento. Con buena organización, atención amable, reposición oportuna del surtido y fortalecimiento del servicio educativo, Miniventas El Profe Mauro puede consolidarse como una unidad productiva estable y valiosa para el territorio.

En conclusión, este plan demuestra que el proyecto no solo tiene potencial para generar ingresos, sino también para aportar bienestar, acceso y apoyo a la comunidad, convirtiéndose en una propuesta comercial y socialmente útil para la Inspección Santa Bárbara de Agua Verde.

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.

Mauricio Veroy Rojas
Emprendedor

Rusbell Giovanni Diaz Jaimes
Orientador 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	Mauricio Veroy Rojas
TIENDA	Miniventas El profeMauro
FECHA	19/01/2026



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

Fecha: 10-2-2026

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:
Nombres: Mauricio Veloy Rojas
CC: 18.256.323

OBSERVACIONES:

Jose Rogelio Plaza Mateus

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 Rogelio Plaza Mateus
TIENDA	Tienda La Marota
FECHA	13/01/2026



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

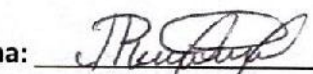
En el desarrollo del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, suscrito entre la **FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA** y **ASOSUPRO**, y como parte del proceso de fortalecimiento de capacidades logísticas y de emprendimiento de pequeños tenderos rurales, se firma la presente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

Yo, Jose Rogelio Plaza Mateus identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 4.295.433 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: Jose Rogelio Plaza Mateus

CC: 4.295.433

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 Rogelio Plaza Mateus identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 4.295.433, 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 Primavera a los 13 días del mes de enero del año 2026.

RECIBE:

Firma: _____

Nombres: Jose Rogelio Plaza Mateus

CC: 4.295.433

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 1	AÑO 2026		
Beneficiario	Jose Rogelio Plata Mateus				
Cédula	4.295.433	Sexo: ☐Mujer ☑Hombre			
Departamento:	Vichada	Municipio:	Primavera		
Vereda / Inspección:	Primavera- Soledad				
Dirección:	Via Soledad	Teléfono de Contacto:	3195838418		

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: Ubicación Servicio diferencial

Retos que enfrenta: Dinero Estructura

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	Planeación Estrategica
Compromisos del beneficiario:	DOFA
Observaciones:	Plan de accion

Firma:

Beneficiario: Jose Rogelio Plata
Cédula: 4.295.433

Firma:

Profesional: Rusbell Diaz
Cédula: 1.121.817.916

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 Rogelio Plaza Mateus, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 4.295.433 residente del municipio de Primavera, 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 Primavera a los 13 días del mes de enero del año 2025.

RECIBE:

Huella



Firma: _____

Nombres: Jose Rogelio Plaza Mateus

CC: 4.295.433

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

TIENDA LA MAROTA

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 Rogelio Plaza Mateus
EMPRENDEDOR

Ubicación: Vereda La Soledad I, finca La Marota, municipio de La Primavera, departamento de Vichada, Colombia.

FEBRERO DE 2026

1. PROBLEMA O NECESIDAD

En la comunidad se evidencia la necesidad de contar con un establecimiento cercano que ofrezca productos básicos de consumo, alimentos preparados y servicios de conectividad en un mismo lugar. Muchas personas presentan dificultades para acceder de manera rápida y oportuna a bebidas frías, productos de mercado, comidas listas para consumir y herramientas de apoyo a la comunicación, lo que genera incomodidad en la vida diaria y obliga a realizar desplazamientos a otros puntos comerciales.

La falta de un negocio cercano afecta especialmente a las familias de la vereda, a quienes trabajan en el campo, a los transportadores y a los visitantes del sector. En zonas rurales como La Soledad I, las distancias y las limitaciones de acceso hacen que incluso la compra de artículos sencillos represente tiempo adicional y mayores gastos de transporte. Esto se vuelve más complicado cuando la necesidad es inmediata, por ejemplo, conseguir una bebida fría, un alimento preparado o un producto básico de mercado.

Otro aspecto importante es la necesidad de contar con alimentos listos para consumir, como desayunos, almuerzos y cenas. En muchos casos, quienes se desplazan por el sector o permanecen largas jornadas fuera de casa requieren opciones rápidas y accesibles de alimentación. La inexistencia de un punto cercano que ofrezca estas preparaciones limita la comodidad de la comunidad y de los transeúntes.

A esto se suma la necesidad de servicios de conectividad, que hoy son fundamentales para la comunicación, la consulta de información y la realización de gestiones básicas. En consecuencia, el problema que busca atender Tienda La Marota es la falta de acceso cercano, oportuno y confiable a bienes y servicios esenciales, necesarios para el bienestar y el funcionamiento cotidiano de la población del sector.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes potenciales de Tienda La Marota son diversos, lo que representa una ventaja para el negocio, ya que no depende de un solo grupo de compradores. El primer segmento corresponde a la comunidad de la vereda, es decir, las familias, trabajadores rurales, residentes permanentes y vecinos del sector. Este grupo demandará principalmente productos de mercado, paquetes, bebidas frías, comidas preparadas y en algunos casos servicios de conectividad.

Un segundo grupo importante está conformado por los transportadores, quienes suelen necesitar bebidas, alimentos listos para consumir, compras rápidas y apoyo en comunicación. Para este tipo de cliente, la rapidez en la atención, la disponibilidad de productos y la buena ubicación del negocio son factores determinantes. Por ello, Tienda La Marota puede convertirse en un punto de parada frecuente durante sus recorridos.

También se encuentran las instituciones, entendidas como brigadas, equipos de trabajo, funcionarios, personal técnico u otras entidades que desarrollen actividades en la zona. Aunque este segmento no sea permanente, puede generar compras puntuales importantes, sobre todo en alimentos, bebidas, refrigerios o conectividad.

Finalmente, los turistas y visitantes constituyen otro grupo de interés. Aunque su presencia puede ser ocasional, representan una oportunidad para la venta de bebidas, comidas rápidas, productos básicos y servicios de comunicación, especialmente cuando transitan por el territorio y buscan soluciones inmediatas.

Tabla 1. Tipos de clientes

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia estimada
Comunidad de la vereda	Mercado, paquetes, bebidas, comidas, conectividad	Alta
Transportadores	Bebidas frías, alimentos preparados, compras rápidas	Alta
Instituciones	Refrigerios, almuerzos, compras ocasionales, conectividad	Media
Turistas y visitantes	Bebidas, comidas y servicios básicos	Media

La diversidad de estos clientes permite que el negocio tenga movimiento en distintos momentos del día y fortalece sus posibilidades de sostenimiento.

3. COMPETENCIA

Según la información suministrada, los negocios parecidos más cercanos se encuentran aproximadamente a 20 kilómetros, lo que representa una condición favorable para Tienda La Marota. Entre los competidores identificados están Carlos Bustamante Roa, quien ofrece bebidas frías y paquetes, y Norberto Díaz, enfocado en huevos criollos. Esto indica que sí existe actividad comercial en la zona, pero también que la oferta cercana no cubre de manera integral todas las necesidades de la comunidad.

La distancia de la competencia es una ventaja importante, porque en los sectores rurales los clientes suelen priorizar la cercanía. Un establecimiento próximo ahorra tiempo, disminuye costos de desplazamiento y facilita la compra de productos de primera necesidad o de consumo inmediato. En ese sentido, Tienda La Marota puede posicionarse favorablemente por estar ubicada en un punto estratégico y accesible para la comunidad y los transeúntes.

Además, la propuesta del negocio es más amplia que la de los competidores identificados. No solo incluye bebidas y paquetes, sino también mercado, alimentos preparados y conectividad, lo que permite atender distintas necesidades en un solo lugar. Esta característica le da un valor agregado importante y puede convertirla en una opción preferida por los clientes del sector.

Otro factor de diferenciación será la calidad del servicio. En los entornos rurales, la amabilidad, la confianza, la buena atención y la constancia son elementos que influyen mucho en la fidelización del cliente. Por ello, aunque exista competencia, Tienda La Marota tiene buenas posibilidades de consolidarse si presta un servicio cercano, oportuno y organizado.

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en crear y operar Tienda La Marota como un establecimiento rural de atención directa, dedicado a la comercialización de paquetes, bebidas frías, productos de mercado, desayunos, almuerzos y cenas, complementado con la prestación de servicios de conectividad. La propuesta busca atender de manera integral las necesidades básicas de consumo de la comunidad y de las personas que transitan por el sector.

La fortaleza principal de la idea radica en que combina en un mismo lugar productos de compra frecuente con alimentos preparados y un servicio complementario de gran utilidad como la conectividad. Esta mezcla hace que el negocio no dependa exclusivamente de una sola línea de ventas, sino que pueda tener ingresos por distintas fuentes y atender a distintos tipos de clientes.

La propuesta está pensada para un entorno rural, donde un establecimiento bien ubicado y bien atendido puede convertirse rápidamente en un punto de apoyo para la comunidad. En este tipo de territorios, muchas veces los negocios más valiosos no son los más grandes, sino aquellos que entienden las necesidades reales del entorno y responden a ellas con practicidad, cercanía y constancia.

El nombre Tienda La Marota le da identidad al proyecto y lo vincula directamente con el lugar donde se desarrollará. Esto puede fortalecer el reconocimiento del negocio y su relación con la comunidad. A futuro, si logra consolidarse, la tienda podrá ampliar su surtido, mejorar su infraestructura o incorporar nuevas líneas, pero su esencia seguirá siendo brindar un servicio útil, accesible y confiable.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

Tienda La Marota ofrecerá una combinación de productos y servicios que responde a necesidades cotidianas y de tránsito. En primer lugar, estarán las bebidas frías, que son de alta demanda en zonas de clima cálido y en sectores donde las personas realizan recorridos o jornadas de trabajo prolongadas. Esta línea puede incluir agua, gaseosas, jugos y otras bebidas refrescantes de alta rotación.

También se ofrecerá paquetería, entendida como paquetes, mecato, galletas, pasabocas y otros productos de consumo rápido. Esta línea es importante porque permite atender compras pequeñas, de paso o de antojo, especialmente entre transportadores, visitantes y comunidad en general.

En cuanto al mercado, el negocio podrá ofrecer artículos básicos de consumo diario como arroz, azúcar, aceite, café, panela, granos, enlatados, productos de aseo y otros elementos esenciales del hogar. Este componente es clave porque genera una demanda permanente y fortalece el carácter útil del establecimiento.

Un elemento de gran valor será la oferta de alimentos preparados, incluyendo desayunos, almuerzos y cenas. Esta línea responde a una necesidad concreta del sector, ya que muchas personas requieren

comida lista para consumir durante su jornada o recorrido. Una oferta sencilla, bien preparada y con buena atención puede convertirse en una de las líneas más fuertes del negocio.

Finalmente, se prestarán servicios de conectividad, apoyados en internet satelital y computador. Este servicio puede incluir acceso a internet, apoyo en consultas o comunicación básica, fortaleciendo la utilidad del negocio más allá de la venta de productos.

Tabla 2. Portafolio inicial

Línea	Descripción
Bebidas frías	Agua, gaseosas, jugos y refrescos
Paquetería	Pasabocas, paquetes, galletas y productos rápidos
Mercado	Productos básicos de consumo diario
Alimentos preparados	Desayunos, almuerzos y cenas
Conectividad	Acceso a internet y apoyo básico de comunicación

Esta combinación de oferta permite que el negocio tenga movimiento durante varios momentos del día y atienda necesidades diversas de la comunidad.

6. PROCESOS TÉCNICOS

El funcionamiento técnico de Tienda La Marota será sencillo, pero requerirá orden y disciplina. El primer proceso es el de abastecimiento, que incluye la compra de productos, la relación con proveedores, el transporte de la mercancía al punto de venta y la revisión del estado en que llega. Será importante comprar con base en la rotación de los productos para evitar faltantes o pérdidas innecesarias.

El segundo proceso corresponde al almacenamiento y conservación. Los productos de mercado y paquetería deberán organizarse en estanterías limpias y bien distribuidas, mientras que las bebidas frías deberán conservarse en congeladores o equipos adecuados. En este punto, el parque solar será un apoyo importante para mantener el funcionamiento básico de los equipos.

Un tercer proceso esencial será la preparación de alimentos. Para la línea de desayunos, almuerzos y cenas se requerirá organizar compras de insumos, almacenamiento adecuado, preparación, cocción, servido y limpieza posterior. Aunque el negocio no se plantea como un restaurante de gran tamaño, sí será necesario mantener orden, higiene y calidad en la manipulación de los alimentos.

También será importante el proceso de atención al cliente, que consiste en recibir al comprador, identificar su necesidad, ofrecer el producto o servicio adecuado, realizar el cobro y mantener una atención amable. En cuanto a la conectividad, se requerirá tener el internet satelital y el computador disponibles, con un uso responsable y organizado del servicio.

Flujo básico de operación

1. Compra y recepción de mercancía e insumos.
2. Organización del surtido y conservación de bebidas.
3. Preparación de alimentos según demanda.
4. Atención directa al cliente.
5. Venta de productos y prestación de conectividad.
6. Cobro y registro simple de ingresos.
7. Limpieza, control de inventario y reposición.

Estos procesos permitirán que el negocio funcione con mayor orden y reduzca riesgos de pérdida o desabastecimiento.

7. REQUISITOS LEGALES

Para que Tienda La Marota funcione de manera organizada y con proyección de crecimiento, es importante considerar los aspectos básicos de formalización empresarial. Entre ellos se encuentra la definición clara de la actividad económica, la identificación del responsable del negocio y el cumplimiento de obligaciones mínimas relacionadas con su operación comercial.

Uno de los pasos fundamentales es contar con el Registro Único Tributario (RUT), ya que este permite identificar el negocio ante la administración tributaria y facilita el desarrollo de la actividad económica de manera más organizada. A medida que el negocio crezca, también será importante tener claridad sobre el manejo de soportes de venta y los mecanismos de facturación que resulten aplicables.

En el caso de los alimentos preparados, se deben procurar condiciones básicas de higiene, limpieza, orden en la cocina y adecuada conservación de los insumos, con el fin de brindar un servicio responsable y confiable al consumidor. Aunque se trate de una operación pequeña, la buena manipulación de alimentos es clave para la imagen y sostenibilidad del negocio.

De forma expresa, se deja constancia de que se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica, como apoyo para orientar el proceso de organización legal del negocio. Esta asistencia representa una base importante para que el emprendimiento avance con mayor claridad y responsabilidad.

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización de Tienda La Marota será la atención directa en sitio, ya que el negocio está pensado para servir de manera inmediata a la comunidad y a los transeúntes. Este canal es el más adecuado para el tipo de propuesta planteada, porque permite contacto cercano con el cliente, atención rápida y control directo sobre el servicio y la calidad de los productos.

Otro canal importante será la voz a voz, que en las zonas rurales tiene un gran valor. Cuando un negocio presta un buen servicio, ofrece productos útiles y genera confianza, los mismos clientes se encargan de recomendarlo a vecinos, transportadores, familiares y conocidos. Esta forma de promoción es especialmente efectiva en comunidades pequeñas o dispersas.

De manera complementaria, si la conectividad lo permite, el negocio podrá apoyarse en llamadas o mensajes para informar sobre disponibilidad de almuerzos, bebidas o productos básicos, así como para coordinar pedidos sencillos con clientes frecuentes o instituciones que desarrollen actividades en la zona.

Tabla 3. Canales de comercialización

Canal	Función principal
Atención en sitio	Venta directa de productos y servicios
Voz a voz	Recomendación y posicionamiento local
Llamadas y mensajes	Información y coordinación de pedidos
Relación con instituciones	Atención ocasional y ventas puntuales

La estrategia comercial debe centrarse en la cercanía, la calidad del servicio y la confianza, que son los factores más valorados en este tipo de entorno.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

De acuerdo con la información suministrada, se toma como referencia una venta semanal estimada de $400.000. A partir de esta base, puede hacerse una proyección mensual y anual razonable para una etapa inicial del negocio.

Si Tienda La Marota logra ventas cercanas a $400.000 por semana, en un mes promedio de cuatro semanas podría alcanzar ingresos aproximados de $1.600.000. En términos anuales, esta cifra representaría alrededor de $19.200.000. Esta proyección es prudente y coherente con la escala del negocio y con la información suministrada.

Es importante tener en cuenta que el comportamiento real de las ventas podrá variar según la rotación de productos, la demanda de alimentos preparados, las temporadas y la acogida del negocio por parte de la comunidad. Si el establecimiento logra posicionarse bien y fortalecer la línea de comidas, es posible que las ventas aumenten de manera progresiva.

Tabla 4. Proyección de ventas

Periodo	Venta estimada
Semana	$400.000
Mes	$1.600.000
Año	$19.200.000

Tabla 5. Proyección anual con crecimiento moderado

Concepto	Valor estimado
Ventas base anuales	$19.200.000
Crecimiento proyectado del 10 %	$1.920.000
Ventas anuales potenciales	$21.120.000

Estas cifras son estimadas y deben entenderse como una guía de planeación para visualizar el potencial del proyecto.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales del negocio están asociados a la compra de equipos, adecuación básica del espacio y adquisición del surtido inicial. Según la información suministrada, se requieren parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas y surtido, además de los elementos necesarios para la operación básica de la línea de alimentos preparados.

Además de la inversión inicial, el negocio tendrá gastos mensuales relacionados con la reposición de mercado, paquetería, bebidas, insumos de cocina, pago del internet, transporte de mercancías, aseo y apoyo operativo. En este tipo de negocios, el control de costos será muy importante, especialmente en la línea de alimentos, donde los insumos requieren manejo cuidadoso.

A continuación, se presenta una estimación razonable para fines de planeación:

Tabla 6. Inversión inicial estimada

Concepto	Valor estimado
Parque solar	$1.500.000
Internet satelital e instalación	$700.000
Congeladores	$1.000.000
Computador	$900.000
Estanterías	$400.000
Mesas y sillas	$350.000
Surtido inicial de mercado y paquetería	$1.400.000
Insumos y elementos básicos para alimentos preparados	$750.000
Total estimado	**$7.000.000**

Tabla 7. Gastos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado
Reposición de mercado y paquetería	$500.000
Reposición de bebidas frías	$220.000
Insumos para desayunos, almuerzos y cenas	$320.000
Internet	$170.000

Transporte de mercancía	$120.000
Aseo y gastos menores	$70.000
Apoyo de ayudante	$220.000
Total mensual estimado	**$1.620.000**

Estas cifras son aproximadas y podrán ajustarse según el comportamiento real del negocio y la rotación de sus productos y servicios.

11. TALENTO HUMANO

En su etapa inicial, Tienda La Marota requerirá una estructura humana sencilla conformada por el dueño y un ayudante. Esta organización resulta adecuada para un negocio de pequeña escala, ya que permite atender las distintas actividades sin asumir costos laborales demasiado elevados al comienzo.

El dueño será responsable de la administración general, la compra de mercancía, el control de ingresos, la supervisión de la atención y la toma de decisiones sobre el surtido y el funcionamiento del negocio. También tendrá un papel importante en el trato con los clientes y en la supervisión de la línea de alimentos preparados.

El ayudante apoyará las labores de atención, organización del local, limpieza, acomodo del surtido, control de bebidas frías y colaboración en la preparación o entrega de alimentos. Su presencia será clave para mantener agilidad en la atención, especialmente en los momentos de mayor demanda.

Más allá del número de personas, será importante que quienes atiendan el negocio tengan responsabilidad, orden, honestidad y una actitud amable de servicio. En este tipo de emprendimientos, el factor humano influye mucho en la permanencia de los clientes.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Para poner en funcionamiento Tienda La Marota se necesita, en primer lugar, un espacio físico adecuado, limpio, visible y funcional, que permita atender al público, exhibir productos, ubicar los congeladores y disponer de un área básica para la preparación y entrega de alimentos.

También son indispensables los equipos y recursos físicos identificados en la información base: parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas y surtido inicial. A estos se suman implementos básicos para el manejo de alimentos, como utensilios, recipientes y elementos de aseo.

Otro requerimiento importante es contar con capital de trabajo, es decir, recursos disponibles para reponer mercancía, comprar insumos, cubrir gastos menores y sostener la operación diaria mientras el negocio se estabiliza. Sin este respaldo, la tienda puede tener dificultades para mantener continuidad en su servicio.

Además, será necesario tener organización administrativa básica, control sencillo de ingresos y egresos, revisión del inventario y disposición para fortalecer conocimientos en atención al cliente, manipulación de alimentos y formalización.

13. VALOR DEL PROYECTO

El valor estimado del proyecto es de siete millones de pesos ($7.000.000), cifra que resulta coherente con la dimensión del negocio y con los recursos básicos necesarios para ponerlo en marcha. Este monto permite cubrir la inversión en equipos principales, adecuación inicial y surtido básico para comenzar la operación.

Desde el punto de vista financiero, se trata de una inversión moderada y razonable para un negocio rural pequeño. La ventaja del proyecto es que combina varias fuentes de ingreso: bebidas frías, paquetería, mercado, alimentos preparados y conectividad. Esta diversidad puede mejorar las posibilidades de recuperación de la inversión y disminuir la dependencia de una sola línea de venta.

Además del valor económico, el proyecto tiene un valor social importante, porque busca mejorar el acceso de la comunidad a bienes y servicios que actualmente son de difícil acceso. En ese sentido, la inversión también representa una apuesta por el bienestar y la comodidad de la población del sector.

A futuro, si el negocio logra consolidarse, su valor podrá aumentar con la ampliación del surtido, mejora de la infraestructura o fortalecimiento de la línea de comidas, convirtiéndose en una unidad comercial más sólida y reconocida.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo de Tienda La Marota se desarrollará de manera práctica y ordenada. En una primera fase se realizará la adecuación del local, la instalación de equipos, la organización de estanterías y congeladores, y la compra del surtido inicial. También se alistará el espacio básico para la preparación y entrega de alimentos.

En una segunda fase se dará inicio a la operación diaria, que incluirá apertura del establecimiento, revisión del inventario, enfriamiento de bebidas, preparación de desayunos, almuerzos y cenas según la demanda, atención al público, prestación de conectividad y control básico de ventas. La idea es mantener una rutina organizada que permita responder a las necesidades del cliente con eficiencia.

La tercera fase será la de seguimiento y ajuste, donde se revisará cuáles productos tienen mayor salida, qué horarios concentran más clientes, qué comidas tienen mejor acogida y qué cambios deben realizarse para mejorar el funcionamiento del negocio. Esta observación será clave para tomar decisiones acertadas en surtido y operación.

Tabla 8. Plan operativo básico

Actividad	Responsable	Frecuencia
Compra de mercancía e insumos	Dueño	Semanal o quincenal
Organización del surtido	Dueño y ayudante	Diaria
Preparación de alimentos	Dueño y/o ayudante	Diaria
Atención al cliente	Dueño y ayudante	Permanente
Prestación de conectividad	Dueño	Según demanda
Control de caja y ventas	Dueño	Diario
Limpieza del local	Dueño y ayudante	Diario

Este plan operativo resulta adecuado para una etapa inicial y permite administrar el negocio con claridad.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El principal impacto esperado con Tienda La Marota es brindar servicios y bienes que son de difícil acceso para la comunidad, mejorando así la vida cotidiana de los habitantes del sector. La existencia de un punto cercano donde se pueda comprar mercado, bebidas, paquetes, comidas y acceder a conectividad representa una mejora importante en términos de tiempo, comodidad y acceso.

En el aspecto económico, el negocio será una fuente de ingresos para sus propietarios y contribuirá al movimiento comercial local. Al existir una tienda activa y útil dentro de la vereda, parte del consumo diario podrá resolverse en el mismo territorio, fortaleciendo la economía de cercanía.

En el aspecto social, el negocio también tendrá un valor importante, ya que puede convertirse en un punto de apoyo para la comunidad y para quienes se movilizan por la zona. La oferta de alimentos preparados y conectividad hace que el impacto del proyecto vaya más allá de una tienda convencional, porque ayuda a resolver necesidades prácticas y cotidianas.

Su alcance beneficiará principalmente a la población de La Soledad I y sectores cercanos, pero también a transportadores, instituciones, turistas y visitantes que requieran abastecimiento o apoyo durante su permanencia en la zona.

16. MAPA DE ACTORES

El desarrollo del negocio involucra varios actores que tienen relación directa con su funcionamiento. El actor principal es la comunidad, que será la beneficiaria directa y el grupo de clientes más constante. Su respaldo será fundamental para la estabilidad y crecimiento del establecimiento.

Otro actor importante son los transportadores, quienes pueden representar una clientela frecuente en bebidas, paquetería y alimentos preparados. También se encuentran los transeúntes y turistas, que aunque realicen compras ocasionales, aportan movimiento y visibilidad al negocio.

Las instituciones también forman parte del mapa de actores, ya que pueden requerir alimentos, bebidas, conectividad o compras puntuales durante jornadas o visitas al territorio. Finalmente, deben considerarse los proveedores, porque son esenciales para garantizar el surtido y la continuidad de la operación.

Tabla 9. Mapa de actores

Actor	Relación con el negocio	Importancia
Comunidad	Cliente principal y beneficiaria directa	Alta
Transportadores	Cliente frecuente por ubicación estratégica	Alta
Instituciones	Compradores ocasionales y posibles aliados	Media
Transeúntes y turistas	Consumidores eventuales	Media
Proveedores	Suministro de productos e insumos	Alta
Dueño y ayudante	Operación y administración	Alta

La articulación positiva con estos actores será clave para que el negocio funcione con estabilidad y logre consolidarse en el tiempo.

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Tienda La Marota es una propuesta de negocio viable, pertinente y ajustada a las necesidades reales del sector donde se proyecta su funcionamiento. Su principal fortaleza está en ofrecer, en un solo lugar, productos básicos de mercado, bebidas frías, paquetería, alimentos preparados y servicios de conectividad, lo que le permite brindar una atención integral y práctica a la comunidad y a quienes transitan por la zona.

El proyecto responde a una necesidad concreta del territorio: la falta de un establecimiento cercano que facilite el acceso a bienes y servicios esenciales sin necesidad de realizar desplazamientos largos. Esta situación, sumada a la distancia de la competencia más próxima, genera una oportunidad favorable para consolidar el negocio como un punto confiable, útil y bien valorado por la población local.

Desde el punto de vista financiero, el negocio parte de una inversión moderada y una proyección de ventas prudente, lo que hace posible pensar en una operación manejable durante la etapa inicial. Con buena administración, reposición adecuada del surtido, atención amable y fortalecimiento de la línea de alimentos, Tienda La Marota puede sostenerse y crecer progresivamente.

En conclusión, este plan demuestra que el proyecto no solo tiene potencial como fuente de ingresos para sus propietarios, sino también como una respuesta práctica y valiosa para la comunidad, aportando bienestar, acceso y mejores condiciones de atención en la vereda La Soledad I.

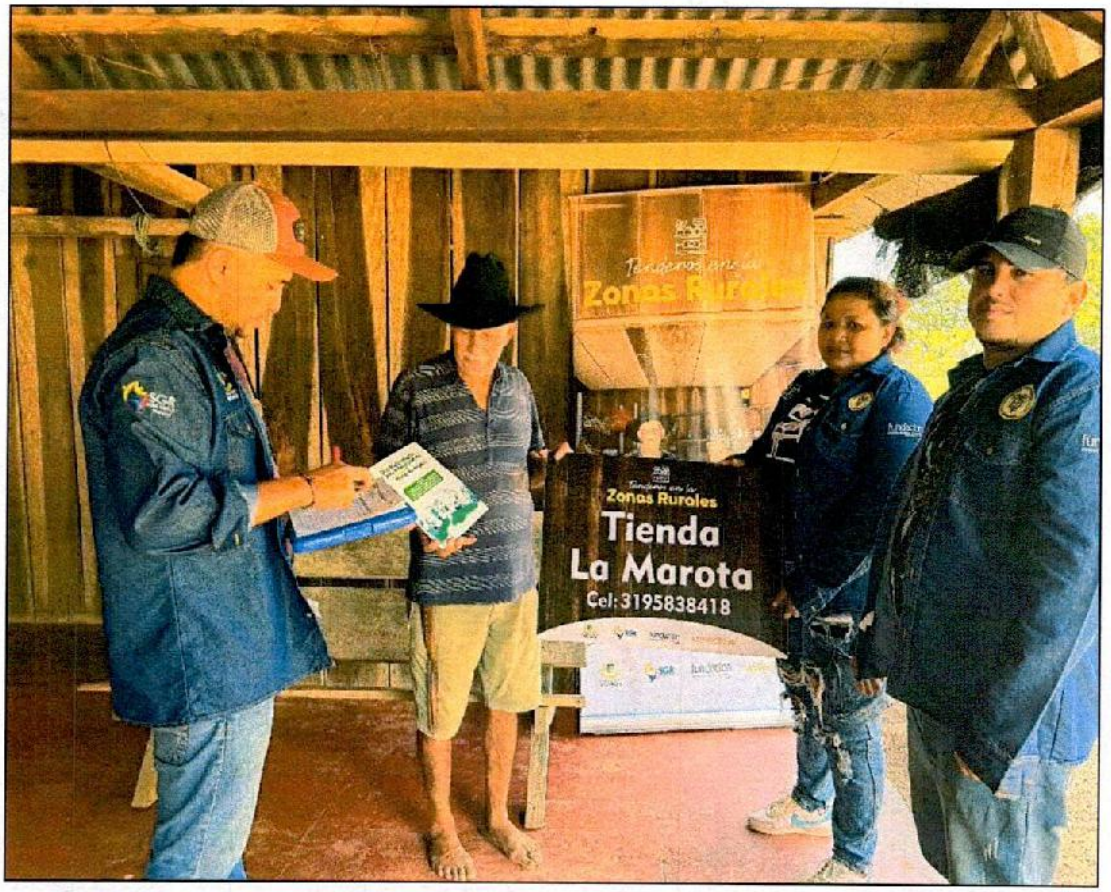
Para efectos del proceso desarrollado por medio de la asistencia técnica, se considera el plan de negocios aprobado y viabilizado, para lo cual el emprendedor y la orientadora de asistencia técnica podrán suscribir el documento.

Jose Rogelio Plaza Mateus
Emprendedor

Rusbell Giovanni Diaz Jaimes
Orientador 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 Rogelio Plaza Mateus
TIENDA	Tienda La Marota
FECHA	13/01/2026



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

Fecha: 3-2-2026

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:
Nombres: José Rogelio Plaza Mateus
CC: 4.295.433

OBSERVACIONES: