PLAN DE NEGOCIOS

ESTADERO LA COCAITA

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 Eduardo Cortez Colina

EMPRENDEDOR

Ubicación: Inspección de Guacacías, del municipio de Santa Rosalía, departamento de Vichada, Colombia.

FEBRERO DE 2026

1. PROBLEMA O NECESIDAD

La Inspección de Guacacías, en el municipio de La Primavera, presenta una necesidad concreta de contar con un punto cercano y confiable para la venta de alimentos preparados, bebidas frías y productos de consumo rápido que atiendan tanto a la comunidad como a viajeros, transportadores y visitantes ocasionales. En territorios rurales, la oferta comercial suele ser limitada, por lo que muchas personas deben desplazarse largas distancias para acceder a servicios básicos de alimentación y esparcimiento.

Esta situación genera mayores costos de transporte, pérdida de tiempo y menor comodidad para quienes permanecen o transitan por la zona. Además, en lugares de clima cálido como Vichada, disponer de bebidas frías, hidratación, espacios de descanso y atención oportuna se convierte en una necesidad frecuente, especialmente en jornadas laborales extensas o recorridos intermunicipales y veredales.

Estadero La Cocaita surge como respuesta a esa realidad. Su propósito es ofrecer un servicio cercano, agradable y útil, con productos de consumo y atención básica en un mismo punto, fortaleciendo la dinámica económica local y mejorando la calidad de vida de quienes habitan o circulan por el sector.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes potenciales de Estadero La Cocaita son variados, lo cual favorece la sostenibilidad del negocio porque no depende de un solo segmento. En primer lugar, se encuentra la comunidad de Guacacías y de sectores cercanos, que puede requerir alimentos preparados, bebidas, productos de tienda y un espacio cercano para comprar sin desplazarse a otros puntos.

En segundo lugar, están los transportadores, motociclistas, conductores y trabajadores rurales que transitan por la zona. Este grupo suele demandar atención rápida, comidas sencillas, refrescos, agua, jugos, café y productos listos para el consumo. Su presencia puede generar compras frecuentes, especialmente si el negocio ofrece buen servicio y horarios convenientes.

También constituyen un segmento importante los visitantes ocasionales, funcionarios, contratistas, productores y personas que se movilizan por actividades administrativas, comerciales o familiares. Este grupo valora la limpieza, la rapidez y la disponibilidad inmediata. Finalmente, pueden existir clientes para pequeños eventos o encargos especiales, lo que amplía las posibilidades de ingreso del negocio.

Tabla 1. Segmentos de clientes

Tipo de cliente	Necesidades principales	Frecuencia estimada
Comunidad local	Alimentos preparados, bebidas y productos básicos	Alta
Transportadores y viajeros	Comidas rápidas, bebidas e hidratación	Media a alta
Visitantes ocasionales	Atención rápida, snacks, café	Media
Eventos o encargos pequeños	Alimentos por pedido y apoyo puntual	Variable

3. COMPETENCIA

La competencia de Estadero La Cocaita está representada por pequeños expendios, tiendas, ventas informales o negocios de comida y bebidas que puedan existir en la Inspección de Guacacías o en puntos cercanos del municipio de La Primavera. Aunque estos establecimientos atienden parte de la demanda,

con frecuencia no reúnen en un solo lugar una oferta organizada, atención permanente, presentación adecuada y ambiente agradable para el consumo.

La oportunidad del negocio está en diferenciarse por servicio, cercanía, limpieza, variedad básica y atención cordial. Más que competir únicamente por precio, Estadero La Cocaita puede posicionarse como un punto confiable para descansar, hidratarse, comer algo rápido y resolver necesidades inmediatas de consumo.

En contextos rurales, la recomendación boca a boca tiene mucho peso. Por eso, una experiencia positiva del cliente, un espacio ordenado y una oferta suficiente de productos pueden convertirse en factores decisivos para ganar preferencia y consolidar el negocio.

Tabla 2. Comparación general con la competencia

Aspecto	Competencia local típica	Estadero La Cocaita
Oferta	Productos limitados o poco variados	Bebidas, comidas rápidas y atención en sitio
Servicio	Variable según el negocio	Atención cercana y organizada
Presentación	Puede ser básica o informal	Imagen limpia y ambiente agradable
Valor diferencial	Venta puntual	Punto de descanso y consumo

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en la creación y fortalecimiento de Estadero La Cocaita como un establecimiento orientado a la venta de bebidas frías, alimentos preparados, comidas rápidas, pasabocas, productos básicos de tienda y atención a consumidores locales y transeúntes. El negocio busca convertirse en un punto de encuentro, descanso y consumo cercano para la comunidad y para quienes se movilizan por la zona.

La fortaleza principal de la propuesta está en ofrecer productos de alta rotación y demanda cotidiana, en un ambiente sencillo pero agradable, con atención amable y disponibilidad oportuna. Esto permite que el negocio combine ventas permanentes a la comunidad con ventas adicionales a visitantes y viajeros.

La propuesta también se apoya en la ubicación estratégica, en el trato cercano y en la posibilidad de ampliar progresivamente el surtido según la respuesta del mercado. Desde una perspectiva práctica, se trata de un negocio viable para iniciar con inversión moderada y crecer con base en la rotación y la fidelización.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

Estadero La Cocaita ofrecerá una combinación de productos pensados para responder a necesidades reales del entorno. Entre ellos se destacan bebidas frías, agua, jugos, gaseosas, alimentos preparados, desayunos, almuerzos sencillos, comidas rápidas, fritos, café, pasabocas y productos básicos de tienda de alta rotación.

El enfoque del negocio es atender consumos inmediatos, por lo que la presentación, el buen estado de los alimentos, la conservación adecuada y la rapidez en la atención serán elementos fundamentales. La venta de productos complementarios como dulces, galletas, hielo o recargas podrá evaluarse posteriormente según la demanda y el cumplimiento legal.

La combinación entre bebidas, comidas y atención en sitio permite que el negocio tenga varias fuentes de ingreso y que responda a distintos momentos del día. Esta diversificación aumenta su capacidad de sostener ventas y adaptarse mejor a las necesidades del territorio.

Tabla 3. Portafolio básico de productos y servicios

Producto o servicio	Descripción	Utilidad para el cliente
Bebidas frías	Agua, gaseosas, jugos y refrescos	Hidratación y consumo inmediato
Alimentos preparados	Desayunos, almuerzos sencillos o platos del día	Atención alimentaria cercana
Comidas rápidas	Empanadas, fritos, hamburguesas, perros u opciones similares	Respuesta rápida a la demanda
Café y bebidas calientes	Café, chocolate u otras bebidas calientes	Atención en diferentes horarios
Pasabocas y productos de tienda	Galletas, dulces, snacks y artículos de alta rotación	Compras rápidas y complementarias
Atención para encargos	Pedidos para reuniones pequeñas	Apoyo a eventos o encuentros

6. PROCESOS TÉCNICOS

El funcionamiento del negocio será mediante atención directa en el establecimiento, lo cual exige organización en compras, almacenamiento, preparación, servicio al cliente, limpieza y recaudo. Para las bebidas frías será necesario mantener adecuada refrigeración, mientras que para los alimentos preparados se requerirá cuidado en la manipulación, conservación y entrega oportuna.

Los procesos técnicos incluyen abastecimiento periódico, revisión de inventario, organización de insumos, preparación de alimentos, empaque o servido, cobro y control básico de ventas. También será importante definir rutinas de aseo diario, lavado de utensilios, manejo de residuos y verificación del estado de equipos como neveras, congeladores, estufa o freidora si se utilizan.

De forma general, los procesos del negocio pueden resumirse en compra, almacenamiento, preparación, exhibición, atención, cobro, limpieza y reposición. Si estas actividades se realizan con disciplina y orden, Estadero La Cocaita podrá ofrecer un servicio constante y generar confianza entre los clientes.

7. REQUISITOS LEGALES

Para el desarrollo del negocio se recomienda avanzar en un proceso básico de formalización que incluya Registro Único Tributario (RUT), definición de actividad económica, revisión de matrícula mercantil según corresponda y cumplimiento de obligaciones relacionadas con facturación o soportes de venta cuando apliquen. Esta formalización brinda mayor seriedad al emprendimiento y facilita su crecimiento futuro.

Adicionalmente, por tratarse de un establecimiento que puede manejar alimentos y bebidas, es importante verificar condiciones mínimas de salubridad, manipulación higiénica de alimentos, limpieza del área de preparación, control del agua utilizada, disposición de residuos y condiciones seguras del mobiliario y equipos. También conviene revisar permisos locales o requerimientos del uso del suelo si llegaran a exigirse.

De acuerdo con la orientación del proyecto, es pertinente fortalecer el conocimiento del emprendedor en temas de formalización empresarial, facturación, compras y control básico del negocio. Cumplir estos

aspectos no debe verse solo como un trámite, sino como una herramienta para operar con orden, reducir riesgos y generar mayor confianza.

Tabla 4. Requisitos legales y de funcionamiento

Aspecto	Descripción básica	Prioridad
RUT	Registro tributario del emprendimiento	Alta
Matrícula mercantil	Revisar procedencia según actividad y operación	Media
Soporte de ventas	Facturación o documento equivalente cuando aplique	Alta
Condiciones sanitarias	Manipulación higiénica y limpieza del establecimiento	Alta
Uso del suelo y permisos	Verificar exigencias locales si corresponde	Media

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El canal principal de comercialización será la atención directa en el punto de venta. Este canal es el más apropiado para el contexto rural, ya que facilita la compra inmediata, el trato cercano y la fidelización de clientes. La ubicación del estadero debe aprovecharse con buena visibilidad, limpieza y organización del espacio.

De manera complementaria, el negocio puede impulsar sus ventas mediante recomendaciones personales, encargos previos, difusión local entre vecinos y atención a pequeños pedidos para reuniones o actividades comunitarias. La comunicación por llamadas o mensajería puede servir para separar productos o confirmar disponibilidad.

En este tipo de negocio, la reputación local es uno de los canales más poderosos. Una buena atención, horarios claros, cumplimiento y constancia en la calidad del producto pueden convertirse en la principal estrategia comercial de Estadero La Cocaita.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

Para efectos de este plan se plantea una estimación inicial prudente basada en ventas semanales aproximadas de $630.000, considerando la comercialización de bebidas, comidas rápidas, alimentos preparados y productos de apoyo. Esto equivale a ventas mensuales cercanas a $2.520.000 y a una venta anual base de $30.240.000.

La proyección parte de un escenario realista para un emprendimiento en fase de consolidación. Se asume que las ventas serán moderadas en el inicio, pero con posibilidad de crecimiento conforme el negocio gane reconocimiento, amplíe su clientela y mejore la rotación de productos de mayor demanda.

Para fortalecer la planeación, se proyecta un crecimiento moderado del 10 % para el segundo año y del 12 % para el tercer año, siempre que se mantenga la calidad del servicio, el control de costos y la constancia en el surtido.

Tabla 5. Proyección estimada de ventas del primer año

Concepto	Estimado
Venta semanal base	$630.000
Venta mensual estimada	$2.520.000
Venta anual estimada	$30.240.000

Tabla 6. Proyección simple a tres años

Año	Ventas estimadas anuales
Año 1	$30.240.000
Año 2	$33.264.000
Año 3	$37.255.680

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales del negocio están relacionados con adecuación del espacio, mobiliario, equipos de refrigeración, utensilios básicos de cocina o preparación, estufa o freidora si aplica, mesas y sillas, surtido inicial y elementos de apoyo para la atención. También se deben considerar gastos de transporte, reposición de mercancía, gas, energía, limpieza y mantenimiento.

Dado que este tipo de negocio requiere rotación permanente de productos, es importante que el emprendedor administre con criterio práctico la inversión inicial y priorice aquellos elementos indispensables para abrir al público en condiciones adecuadas. La organización del gasto desde el comienzo incide directamente en la rentabilidad.

En los gastos mensuales, la reposición de alimentos y bebidas suele representar el componente más alto. Por eso, es necesario controlar compras, evitar pérdidas, revisar márgenes por producto y fortalecer las líneas que dejen mejor utilidad.

Tabla 7. Estimación básica de inversión y costos iniciales

Concepto	Valor estimado
Mesas, sillas y adecuación básica	$900.000
Nevera o congelador	$1.500.000
Estufa, freidora y utensilios	$1.100.000
Mostrador y estantería	$700.000
Menaje y recipientes	$400.000
Surtido inicial	$1.100.000
Otros gastos de adecuación	$300.000
Total estimado	$6.000.000

Tabla 8. Gastos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado mensual
Reposición de alimentos y bebidas	$1.200.000
Gas, energía y agua	$220.000
Transporte y abastecimiento	$180.000
Limpieza y desechables	$120.000
Apoyo o incentivo al ayudante	$450.000
Gastos imprevistos	$100.000
Total mensual estimado	$2.270.000

11. TALENTO HUMANO

En una etapa inicial, Estadero La Cocaita puede operar con dos personas: el emprendedor y un ayudante. Esta estructura es adecuada para iniciar, pues permite controlar la operación y distribuir funciones sin elevar demasiado los costos laborales.

El emprendedor tendría a cargo la administración general, compras, manejo del dinero, relación con proveedores, control básico de inventario y supervisión del servicio. El ayudante podría apoyar en la preparación básica de alimentos, atención al público, aseo, organización del punto de venta y apoyo operativo durante las horas de mayor movimiento.

En negocios de atención directa, el talento humano representa la imagen del establecimiento. Por ello, la amabilidad, la higiene, la puntualidad, el orden y la honestidad son cualidades esenciales para fidelizar clientes y consolidar el negocio.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Para que Estadero La Cocaita funcione adecuadamente, se requieren condiciones mínimas de infraestructura, mobiliario, equipos e insumos. Entre las necesidades principales están un espacio cómodo y limpio, mesas y sillas, nevera o congelador, utensilios de preparación, elementos de almacenamiento, recipientes adecuados, productos iniciales y condiciones seguras para la atención.

También se requiere una organización administrativa básica. Aunque se trate de un negocio pequeño, es importante llevar registro de compras, ventas, productos de mayor salida y gastos frecuentes. Este control ayudará a saber qué líneas son más rentables y qué productos deben reponerse con mayor frecuencia.

Otro requerimiento importante es el acceso estable a proveedores y la planeación de abastecimiento. En zonas rurales, el costo y la oportunidad del transporte influyen mucho en la sostenibilidad del negocio, por lo que conviene programar compras y evitar reposiciones improvisadas.

13. VALOR DEL PROYECTO

El valor estimado del proyecto para iniciar operaciones se plantea en $6.000.000, monto que se considera razonable para una puesta en marcha básica, enfocada en cubrir adecuaciones menores, compra de equipos esenciales y surtido inicial. Este valor debe administrarse con prudencia para garantizar que el negocio empiece a operar con lo indispensable.

El valor del proyecto no debe entenderse únicamente como una cifra de inversión, sino como la capacidad de generar ingresos, dinamizar la economía local y responder a una necesidad real de la comunidad. En ese sentido, el emprendimiento tiene un valor económico y social importante para la Inspección de Guacacías.

Si el negocio logra estabilizar sus ventas, podrá reinvertir utilidades en ampliación del surtido, mejora del espacio, fortalecimiento del mobiliario y optimización de la atención. Por eso, se trata de un proyecto con potencial de crecimiento progresivo.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo del negocio debe orientarse a garantizar orden, continuidad y buena atención. En la fase inicial se recomienda adecuar el espacio, organizar mesas y equipos, adquirir el surtido inicial, definir horarios de atención, establecer precios de venta y realizar apertura con promoción local básica entre la comunidad y los transeúntes.

Durante la operación normal, se sugiere revisar diariamente el estado del establecimiento, la limpieza, la caja, el inventario básico y el funcionamiento de neveras o equipos. Semanalmente conviene analizar qué productos tuvieron mayor salida, cuáles deben reponerse y qué ajustes deben realizarse en compras, horarios o atención.

La disciplina en la operación diaria es fundamental. Un negocio pequeño puede fortalecerse si mantiene constancia, presentación adecuada y control de los detalles básicos del servicio.

Tabla 9. Actividades operativas básicas

Actividad	Frecuencia	Responsable
Apertura y organización del punto	Diaria	Emprendedor / ayudante
Preparación básica y alistamiento	Diaria	Ambos
Atención al cliente	Diaria	Ambos
Control de caja	Diaria	Emprendedor
Reposición de surtido	Semanal	Emprendedor
Limpieza y orden	Diaria	Ayudante
Revisión de inventario	Diaria / semanal	Emprendedor

Tabla 10. Cronograma básico de puesta en marcha

Actividad inicial	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Adecuación del espacio	X			
Compra de equipos y menaje	X	X		
Compra de surtido inicial		X	X	
Definición de precios y organización			X	
Apertura y promoción local				X

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de Estadero La Cocaita es positivo tanto en lo económico como en lo social. Su principal aporte será brindar a la comunidad y a los visitantes un punto cercano para acceder a alimentos, bebidas y atención básica, reduciendo desplazamientos y mejorando la comodidad de quienes necesitan resolver consumos inmediatos.

Desde la perspectiva productiva, el proyecto contribuye a la generación de autoempleo, al movimiento comercial local y a la circulación de recursos en la zona. Aunque se trata de un negocio pequeño, su utilidad cotidiana puede ser significativa para la población del sector.

En términos de alcance, el negocio atenderá principalmente a la comunidad de la Inspección de Guacacías, pero también podrá beneficiar a transportadores, visitantes, contratistas y personas en tránsito. Si se consolida, podrá ampliar su surtido, fortalecer sus instalaciones y mejorar su capacidad de atención.

16. MAPA DE ACTORES

El proyecto involucra a varios actores que influyen de manera directa o indirecta en su funcionamiento. En primer lugar, la comunidad local es la principal beneficiaria y cliente permanente del negocio. Su aceptación será clave para la sostenibilidad del estadero.

También participan transportadores, trabajadores rurales, visitantes y transeúntes, quienes amplían la base de clientes. Los proveedores cumplen un papel esencial porque garantizan el abastecimiento oportuno de bebidas, alimentos e insumos. De igual manera, las autoridades locales y las entidades que orientan procesos de formalización pueden convertirse en actores de apoyo.

Finalmente, el emprendedor y su equipo de apoyo son actores centrales, ya que sobre ellos recae la operación, la administración y la proyección del negocio. La articulación entre todos estos actores contribuirá al éxito de Estadero La Cocaita.

Tabla 11. Mapa básico de actores

Actor	Relación con el negocio	Nivel de importancia
Comunidad local	Cliente principal y beneficiaria directa	Muy alta
Transportadores y viajeros	Clientes frecuentes por ubicación	Alta
Visitantes ocasionales	Clientes complementarios	Media
Proveedores	Garantizan surtido y continuidad	Muy alta
Autoridades y apoyo institucional	Orientación y formalización	Media
Emprendedor y ayudante	Operación y administración	Muy alta

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Estadero La Cocaita es una propuesta de negocio pertinente, viable y útil para la Inspección de Guacacías, en el municipio de La Primavera, porque responde a necesidades concretas de acceso cercano a bebidas, alimentos y atención básica para la comunidad y para quienes transitan por el sector.

Su principal fortaleza está en combinar productos de consumo frecuente con una atención cercana y un espacio adecuado para el descanso y la compra rápida. Aunque parte de una inversión moderada y de una estructura operativa sencilla, tiene posibilidades reales de consolidarse si se maneja con orden, limpieza, control de costos y buen servicio al cliente.

En conclusión, este plan de negocios muestra que Estadero La Cocaita puede convertirse en un emprendimiento funcional y valioso para el territorio, siempre que mantenga una administración responsable, una oferta útil y una atención de calidad. Su puesta en marcha representa una oportunidad de desarrollo económico local y de fortalecimiento de la dinámica comunitaria.

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

Luis Eduardo Cortez Colina
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 Eduardo Cortez Colina
TIENDA	Estadero La Cocaita
FECHA	5/12/2025



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

Fecha: 4-12-2025

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

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

ENTREGA:

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

RECIBE:

Huella



Firma: Luis Eduardo Cart.
Nombres: Luis Eduardo Carter
CC: 8197642

OBSERVACIONES:

Hilda Ercilia Leal 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	Hilda Ercilia Leal Hernandez
TIENDA	Tienda Las Brisas
FECHA	9/12/2025



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

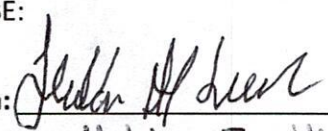
En el desarrollo del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, suscrito entre la **FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA** y **ASOSUPRO**, y como parte del proceso de fortalecimiento de capacidades logísticas y de emprendimiento de pequeños tenderos rurales, se firma la presente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

Yo, Hilda Ercilia Leal Hernandez identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 40.371.578 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: Hilda Ercilia Leal Hernandez

CC: 40.371.578

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, Hilda Ercilia Leal Hernandez identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 40.371.578, 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 Rosalia a los 9 días del mes de diciembre del año 2025.

RECIBE:

Firma: _____

Nombres: Hilda Ercilia Leal Hernandez

CC: 40.371.578

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 12	AÑO 2025.		
Beneficiario	Hilda Eralia Leal Hernandez				
Cédula	40.371.578.	Sexo: ☑Mujer ☐Hombre			
Departamento:	Vichada	Municipio:	Santa Rosalia		
Vereda / Inspección:	Pavanay				
Dirección:	Pavanay	Teléfono de Contacto:	3142396997		

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: Equipos Materiales	Documentos que posee: ☐ RUT ☐ Cámara de Comercio ☐ Certificado de uso de suelos	¿Desea apoyo para formalizar su tienda? ☑ Sí ☐ No
Retos que enfrenta: Fallas produccion Plan de accion		

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE VERIFICACIÓN

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

COMPROMISOS DE LA VISITA

Acciones acordadas en la visita	Plan de accion
Compromisos del beneficiario:	Manual de procesos.
Observaciones:	Plan estrategico

Firma:
Beneficiario: Hilda Heralia Leal
Cédula: 40.371.578

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, Hilda Hercilia Leal Hernandez, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 40.371.578 residente del municipio de Santa Rosalia, 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 Rosalia a los 9 días del mes de diciembre del año 2025.

RECIBE:

Firma: _____

Nombres: Hilda Hercilia Leal

CC: 40.371.578

Huella



OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

TIENDA LAS BRISAS

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: Hilda Ercilia Leal Hernandez
EMPRENDEDOR

Ubicación: Vereda Pavanay, del municipio de Santa Rosalía, departamento de Vichada, Colombia.

FEBRERO DE 2026

1. PROBLEMA O NECESIDAD

La creación de Tienda Las Brisas responde a una necesidad concreta de la comunidad de la vereda Pavanay y de las personas que transitan por este sector. En la zona no existe un establecimiento cercano que reúna en un solo punto la venta de hielo, productos agropecuarios, bebidas frías, artículos de paquetería, servicios de conectividad y una solución práctica para el alquiler de tractor. Esta ausencia obliga a los habitantes a desplazarse a otros puntos más lejanos, generando mayores gastos en transporte, pérdida de tiempo y dificultades para atender necesidades cotidianas de manera oportuna.

En territorios rurales, esta situación tiene un impacto más fuerte que en zonas urbanas, porque el acceso a bienes y servicios depende de la distancia, del estado de las vías, del clima, de la disponibilidad de transporte y de la capacidad económica de las familias. Cuando una comunidad no cuenta con una tienda cercana y bien surtida, no solo se afecta la comodidad de las personas, sino también su productividad, especialmente en actividades agropecuarias y en labores diarias que requieren insumos, comunicación o movilidad rápida.

Por esa razón, este negocio se plantea como una respuesta práctica y útil para mejorar la vida diaria de la población. La propuesta busca reducir desplazamientos innecesarios, acercar productos básicos y brindar un servicio más completo, aprovechando la ubicación estratégica del punto de atención. Se trata de un negocio pequeño, pero con capacidad de resolver varias necesidades al mismo tiempo, lo cual aumenta su valor dentro del territorio.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales de Tienda Las Brisas son, en primer lugar, los habitantes de la vereda Pavanay y de sectores cercanos. Este grupo representa la base más estable del negocio, ya que requiere de manera permanente productos de consumo frecuente, hielo, bebidas frías, algunos artículos agropecuarios y acceso a servicios de conectividad. Son clientes que valoran la cercanía, la atención amable, la confianza y la posibilidad de encontrar varias soluciones en un solo sitio.

Un segundo grupo importante está conformado por transportadores y transeúntes, quienes pueden requerir bebidas frías, hielo, recargas, conectividad o compras rápidas durante sus desplazamientos. Este segmento es valioso porque suele hacer compras inmediatas y prioriza la atención rápida. La buena ubicación del negocio puede convertirlo en un punto de paso útil y reconocido.

También se identifican como clientes potenciales las instituciones y algunas personas dedicadas a actividades productivas del sector, especialmente aquellas que en determinados momentos necesitan productos agropecuarios o apoyo para labores relacionadas con el uso de tractor. A esto se suman los turistas o visitantes ocasionales, quienes pueden requerir refrigerios, bebidas o servicios básicos de comunicación mientras se encuentran en la zona.

En términos comerciales, puede hablarse de cuatro grupos de clientes:

- clientes permanentes de la comunidad;

- clientes ocasionales de paso;
- clientes productivos o agropecuarios;
- clientes institucionales o visitantes.

Esta diversidad es positiva porque reduce la dependencia de un solo tipo de comprador y permite que el negocio tenga movimiento en distintos momentos.

Tabla 1. Segmentos de clientes

Tipo de cliente	Necesidad principal	Oportunidad para el negocio
Comunidad local	Compra de productos básicos, hielo y conectividad	Ventas recurrentes y fidelización
Transportadores y transeúntes	Atención rápida, bebidas frías, hielo y compras de paso	Flujo constante por ubicación
Productores agropecuarios	Acceso a insumos y coordinación de tractor	Diferenciación y ventas complementarias
Instituciones y visitantes	Compras puntuales y apoyo logístico	Reconocimiento y ventas ocasionales

3. COMPETENCIA

La competencia de Tienda Las Brisas está representada por otros comercios cercanos ubicados aproximadamente a 20 kilómetros, así como por negocios puntuales que ofrecen parte de los productos, como el caso de Gladys Chaparro, orientado a bebidas frías, y Sandra Reuto, quien maneja bebidas frías y hielo. Aunque estos establecimientos cubren necesidades parciales, no reúnen toda la oferta en un mismo lugar ni necesariamente cuentan con una propuesta de atención integral.

Desde el punto de vista comercial, esto significa que la competencia existe, pero también deja un espacio claro para diferenciarse. Un negocio que combine productos de consumo, artículos agropecuarios, conectividad, hielo y gestión de alquiler de tractor puede posicionarse como una opción más completa y conveniente para la comunidad. Es decir, mientras otros venden una parte de la necesidad, Tienda Las Brisas busca atender el conjunto.

Otro aspecto importante es que en zonas rurales la competencia no depende solo del precio. También pesan mucho la cercanía, la disponibilidad inmediata, el trato respetuoso, el surtido constante y la confianza que genera el propietario. Muchas veces una persona prefiere comprar un poco más cerca, aunque el precio sea similar, porque evita tiempo y costos de desplazamiento.

Por lo tanto, la estrategia frente a la competencia no debe centrarse en bajar precios en exceso, sino en ofrecer mejor servicio, mayor variedad, disponibilidad y facilidad de acceso. Esa combinación puede convertir a Tienda Las Brisas en un referente local.

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en poner en funcionamiento una tienda rural de atención directa que combine venta de productos básicos y prestación de servicios útiles para la comunidad. La propuesta incluye la comercialización de hielo, bebidas frías, productos agropecuarios, artículos de paquetería y servicios de conectividad, además de facilitar el servicio de alquiler de tractor para labores que lo requieran en la zona.

Esta idea tiene valor porque responde a una lógica real del territorio: las personas necesitan resolver varias cosas en un mismo lugar, sin recorrer largas distancias. El negocio no se limita a vender productos, sino que busca convertirse en un punto de apoyo comunitario. La combinación de comercio, servicio y cercanía le da mayor fortaleza al proyecto.

Para que la propuesta sea financieramente coherente con el presupuesto inicial disponible, se asume como supuesto razonable que el servicio de alquiler de tractor iniciará mediante articulación o coordinación con un propietario del equipo en la zona, generando comisión o utilidad por intermediación, mientras el negocio fortalece su capital. Esto permite incluir el servicio sin exigir una inversión imposible en la etapa inicial.

En síntesis, la idea de negocio de Tienda Las Brisas es la de un establecimiento cercano, útil y confiable, pensado para atender necesidades cotidianas de consumo, producción y comunicación, con una operación sencilla, adaptable y de alto valor para la comunidad.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

Los productos y servicios ofrecidos por el negocio son variados, pero guardan una misma lógica: atender necesidades frecuentes de la población y de quienes transitan por la zona. En primer lugar, se encuentra la venta de hielo, producto de alta demanda en climas cálidos y para conservación de bebidas o alimentos. Igualmente, se ofrecerán bebidas frías, que tienen rotación constante y buen nivel de aceptación.

En segundo lugar, estarán los productos agropecuarios, entendidos como artículos de uso frecuente para las labores del campo. De manera razonable, se proyecta que este grupo incluya insumos básicos de alta salida, como sales mineralizadas, concentrados de pequeña escala, semillas, herramientas menores o productos que la comunidad demande con mayor frecuencia. La selección exacta podrá ajustarse según el comportamiento real de las ventas.

También se manejarán productos de paquetería, orientados a cubrir compras rápidas y frecuentes. A esto se suman los servicios de conectividad, que pueden incluir acceso a internet, apoyo para consultas, comunicaciones, impresiones básicas o recargas, según la capacidad instalada del negocio. Este componente es especialmente valioso en contextos donde la conectividad no siempre está disponible de forma estable.

Finalmente, el negocio ofrecerá la gestión o prestación del servicio de alquiler de tractor, muy útil para actividades agropecuarias y de adecuación de terreno. Este servicio, aunque no sea de uso diario por todos

los clientes, sí representa un elemento diferenciador y puede atraer usuarios que luego también consuman otros productos del establecimiento.

Tabla 2. Portafolio básico

Línea	Descripción
Hielo	Venta al detal y por pedidos puntuales
Bebidas frías	Gaseosas, aguas, jugos, energizantes y similares
Productos agropecuarios	Insumos básicos para labores del campo
Paquetería	Dulces, galletas, snacks y artículos de consumo rápido
Conectividad	Internet, recargas y apoyo básico en trámites digitales
Alquiler de tractor	Servicio gestionado directamente o mediante alianza inicial

6. PROCESOS TÉCNICOS

El funcionamiento técnico del negocio será sencillo, pero debe organizarse bien para garantizar orden, control y buena atención. El proceso empieza con la compra o abastecimiento de productos, priorizando los artículos de mayor rotación y evitando un surtido exagerado al inicio. La idea es comenzar con inventario básico, observar el comportamiento de la demanda y luego ajustar las compras según lo que más se venda.

Una vez ingresen los productos al establecimiento, será necesario almacenarlos de manera adecuada. En el caso del hielo y las bebidas frías, el negocio debe apoyarse en congeladores o equipos de refrigeración que mantengan la cadena de frío. Los demás productos deben clasificarse en estanterías limpias y visibles, facilitando la atención y el control del inventario. El uso del parque solar y del internet satelital será clave para asegurar la operación en una zona con limitaciones de servicios tradicionales.

La atención se realizará directamente en sitio, de forma personalizada. Esto significa que el propietario y su ayudante serán responsables de vender, organizar el surtido, registrar entradas y salidas de mercancía, atender consultas y orientar a los clientes sobre los servicios disponibles. Para el componente de conectividad, será importante mantener operando el equipo de cómputo e internet en condiciones básicas de estabilidad.

En cuanto al servicio de tractor, el proceso técnico consistirá en recibir la solicitud, revisar disponibilidad, coordinar el servicio, acordar horario y valor, y hacer seguimiento a su cumplimiento. Si el servicio se presta mediante alianza, el negocio funcionará como punto de gestión y articulación. Este sistema permite ofrecer una solución útil sin comprometer grandes recursos en la etapa inicial.

7. REQUISITOS LEGALES

Desde el punto de vista legal, el negocio deberá avanzar hacia una operación formal y organizada. Como orientación general para Colombia, la actividad comercial requiere revisar aspectos como matrícula mercantil del establecimiento, inscripción en el RUT ante la DIAN, cumplimiento de responsabilidades tributarias y verificación del uso permitido del lugar donde funcionará el negocio. La DIAN indica que la inscripción en el RUT es gratuita y que allí se incorporan las personas obligadas a cumplir obligaciones administradas por la

entidad. Asimismo, las autoridades distritales y de inspección de establecimientos recuerdan la importancia de verificar el uso del suelo y mantener vigente la matrícula mercantil.

En relación con la facturación, esta materia depende de la actividad, del tipo de responsable y del nivel de ingresos. La DIAN señala que existen sujetos obligados a expedir factura de venta y que, cuando corresponda facturar electrónicamente, se requiere estar registrado en el RUT y contar con los elementos técnicos que exige el sistema, incluyendo software de facturación y firma digital para el servicio gratuito de la DIAN.

Para este proyecto debe dejarse 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, de manera que la persona emprendedora cuente con orientación inicial para organizar su actividad económica. Esta asistencia no reemplaza los trámites oficiales, pero sí fortalece la toma de decisiones y el proceso de formalización.

De manera práctica, los requisitos legales básicos que deberá revisar el negocio son los siguientes:

Tabla 5. Requisitos legales básicos

Requisito	Observación
Matrícula mercantil	Registrar el establecimiento y mantener la renovación al día
RUT	Gestionarlo ante la DIAN según la actividad económica
Facturación	Revisar si aplica facturación electrónica según obligaciones y topes
Uso de suelo o permiso local	Verificar con la autoridad local la viabilidad del establecimiento
Condiciones sanitarias básicas	Mantener orden, limpieza y manejo adecuado de productos
Soportes de compras y ventas	Llevar control básico de ingresos, egresos e inventario

Nota importante: este punto se presenta como orientación general y debe verificarse en su momento ante la Cámara de Comercio, DIAN y autoridad local competente antes de iniciar operaciones formales.

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización será la atención directa en el punto de venta, ya que el negocio está pensado para responder a necesidades inmediatas de la comunidad y de quienes pasan por el lugar. Este canal es el más natural para una tienda rural, pues permite cercanía con el cliente, atención rápida y construcción de confianza.

Como canal complementario, se puede implementar la venta por encargo o pedido previo, especialmente para hielo, productos agropecuarios y coordinación del servicio de tractor. Esto facilita organizar mejor el surtido y evita pérdidas por compras innecesarias. En zonas rurales, los pedidos por llamada, mensaje o aviso previo suelen ser muy útiles.

También es viable el canal de recomendación voz a voz, que en este tipo de contextos es uno de los más efectivos. Un buen servicio, el cumplimiento y la amabilidad pueden convertir a cada cliente satisfecho en un promotor del negocio. Este canal no tiene costo directo, pero exige constancia en la calidad de la atención.

De manera gradual, el negocio puede apoyarse en medios sencillos como avisos visibles, carteles, información compartida en grupos comunitarios o contactos frecuentes con transportadores y vecinos. No se requiere una estrategia publicitaria costosa; lo más importante será que la gente sepa qué ofrece la tienda y por qué le conviene comprar allí.

Tabla 3. Canales de comercialización

Canal	Descripción	Ventaja principal
Venta presencial	Atención directa en el punto de venta	Cercanía y confianza
Pedidos por encargo	Solicitud previa de hielo, insumos o servicio de tractor	Mejor planeación
Recomendación voz a voz	Promoción por clientes y comunidad	Alta credibilidad
Mensajería o llamadas	Confirmación de disponibilidad y coordinación básica	Agilidad en el servicio

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

Tomando como base la información suministrada, se asume una venta inicial estimada de $360.000 semanales, equivalente a $1.440.000 mensuales en un escenario conservador. Esta proyección resulta coherente con una fase de arranque, mientras el negocio gana reconocimiento, fideliza clientes y ajusta su surtido.

Dado que el negocio ofrece varios productos y servicios, es razonable suponer que las ventas pueden crecer de forma gradual a medida que aumente la confianza de la comunidad y se amplíe la demanda de conectividad y del servicio asociado al tractor. Por ello, se plantea una proyección básica del primer año con crecimiento moderado.

Tabla 7. Proyección estimada de ventas del primer año

Periodo	Venta mensual estimada	Observación
Meses 1 a 3	$1.440.000	Etapa de arranque
Meses 4 a 6	$1.560.000	Mayor reconocimiento local
Meses 7 a 9	$1.680.000	Mejor rotación de productos
Meses 10 a 12	$1.800.000	Negocio más posicionado

Tabla 8. Resumen anual estimado

Concepto	Valor
Promedio mensual estimado del año	$1.620.000

Venta anual proyectada	$19.440.000

Esta proyección no debe verse como una cifra exacta, sino como una guía de trabajo razonable. Las ventas reales pueden variar según temporada, clima, abastecimiento, capacidad de compra de la comunidad y movimiento de transportadores o visitantes. Sin embargo, permite visualizar que el negocio sí puede sostener una operación básica e ir creciendo paso a paso.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos y gastos del negocio están relacionados principalmente con la compra inicial de equipos, el surtido de productos, la operación mensual y el mantenimiento básico de los recursos necesarios para funcionar. En este tipo de emprendimiento conviene diferenciar la inversión inicial de los gastos mensuales, porque ambos afectan la sostenibilidad del proyecto.

En la inversión inicial se incluyen el parque solar, el internet satelital, los congeladores, el computador, las estanterías, las mesas, las sillas, el surtido básico y un pequeño capital de trabajo. Estos elementos hacen posible que la tienda empiece a operar con lo necesario, sin hacer gastos exagerados.

En cuanto a los gastos mensuales, se estima que los principales serán la reposición de mercancía, el pago o mantenimiento del servicio de internet, transporte o fletes, mantenimiento básico de equipos, apoyo ocasional del ayudante y gastos varios. El negocio debe manejar estos gastos con prudencia, especialmente en los primeros meses, para no consumir toda la utilidad.

Tabla 9. Inversión inicial estimada

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$1.200.000
Internet satelital (instalación y primer ciclo)	$400.000
Congelador o equipo de frío	$1.200.000
Computador básico	$700.000
Estanterías	$350.000
Mesas y sillas	$250.000
Surtido inicial	$1.300.000
Capital de trabajo	$600.000
Total estimado	**$6.000.000**

Tabla 10. Gastos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado
Reposición de surtido	$650.000
Internet y conectividad	$150.000
Transporte y abastecimiento	$120.000
Mantenimiento y pequeños arreglos	$60.000
Apoyo ocasional del ayudante	$180.000
Gastos varios	$70.000

Total mensual estimado	**$1.230.000**

Con una venta mensual inicial de $1.440.000, el margen disponible sería moderado, pero suficiente para sostener el negocio si se controla bien el gasto. A medida que aumenten las ventas, el proyecto podrá mejorar su capacidad de reinversión.

11. TALENTO HUMANO

El negocio requiere inicialmente un equipo humano pequeño, conformado por el propietario y un ayudante. Esta estructura es adecuada para la etapa de arranque, ya que permite reducir costos y mantener control directo sobre la atención, las compras, el inventario y el manejo general del establecimiento.

El propietario tendrá funciones de dirección, compras, control de caja, relación con proveedores, atención a clientes y toma de decisiones. Además, será la persona encargada de revisar qué productos tienen más salida, qué servicios deben fortalecerse y qué ajustes necesita el negocio para crecer. En emprendimientos rurales pequeños, el rol del dueño es determinante porque de él depende la confianza y el buen nombre del establecimiento.

El ayudante apoyará en labores de organización, limpieza, surtido, atención al público, movilización de productos y apoyo operativo en horas de mayor movimiento. No necesariamente se requiere una contratación de tiempo completo desde el primer día; puede tratarse de un apoyo flexible según el volumen de trabajo.

A futuro, si las ventas aumentan y el servicio de conectividad o la gestión del tractor generan mayor demanda, el negocio podría requerir una persona adicional o una mejor distribución de funciones. Por ahora, la estructura planteada es suficiente y financieramente razonable.

Tabla 11. Estructura básica del talento humano

Cargo	Función principal	Participación
Propietaria	Administración, compras, caja y atención	Permanente
Ayudante	Organización, surtido, limpieza y apoyo operativo	Según necesidad

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Para que el negocio funcione correctamente, necesita una combinación de infraestructura básica, equipos, capital de trabajo y organización. Entre las necesidades más importantes está contar con un espacio adecuado para atención al público, almacenamiento ordenado y conservación de productos sensibles al calor. En ese sentido, los congeladores, las estanterías y el mobiliario son elementos esenciales.

Otra necesidad clave es la disponibilidad de energía y conectividad. Debido al contexto rural, el parque solar y el internet satelital no son lujos, sino herramientas estratégicas para operar. Sin energía suficiente no es

posible conservar el hielo ni las bebidas frías, y sin conectividad se limita una parte importante de la propuesta de valor del negocio.

También se requiere capital para mantener un surtido mínimo constante. Una tienda pierde clientela cuando la gente llega y no encuentra lo básico. Por eso, además de la inversión en equipos, es indispensable tener un pequeño fondo para reposición de mercancía, transporte y compras oportunas.

Finalmente, el negocio necesita organización simple pero constante: control de ingresos, salidas, inventario, pedidos y gastos. Este orden administrativo permitirá que el emprendimiento no se maneje "a la memoria", sino con criterio y seguimiento.

Tabla 4. Necesidades y requerimientos principales

Requerimiento	Finalidad
Espacio físico adecuado	Atención al público y organización del surtido
Parque solar y energía de respaldo	Conservación de frío y operación básica
Internet satelital y computador	Prestación de servicios de conectividad
Capital de trabajo	Reposición de mercancía y atención de imprevistos
Control administrativo básico	Seguimiento de ventas, compras e inventario

13. VALOR DEL PROYECTO

El valor inicial estimado del proyecto es de $6.000.000, de acuerdo con la información suministrada. Este valor se considera adecuado para una etapa de inicio modesta, enfocada en poner en funcionamiento el punto de venta, adquirir el equipo básico y arrancar con un surtido limitado, pero útil.

Aunque se trata de una inversión pequeña frente a negocios más grandes, tiene una ventaja importante: está orientada a cubrir necesidades concretas y frecuentes en una comunidad rural. Esto aumenta la posibilidad de que el negocio tenga aceptación desde el comienzo. No es una inversión para un lujo o una moda pasajera, sino para resolver necesidades diarias.

Desde una visión práctica, el valor del proyecto no solo está en el dinero invertido, sino en la utilidad social y económica que puede generar. Un negocio rural bien ubicado y bien atendido puede consolidarse con el tiempo, crecer por reinversión y convertirse en una fuente estable de ingresos para la familia propietaria.

En caso de ampliación futura, el proyecto podría requerir inversión adicional para mayor capacidad de frío, mejor surtido, ampliación del servicio de conectividad o fortalecimiento del componente agropecuario. Sin embargo, como punto de partida, el valor planteado es coherente con el alcance inicial.

Tabla 6. Valor del proyecto

Componente	**Valor estimado**
Activos y equipos básicos	$5.400.000
Capital de trabajo inicial	$600.000

Valor total del proyecto	**$6.000.000**

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo de Tienda Las Brisas se basa en una operación sencilla, constante y orientada al servicio. El negocio funcionará mediante atención directa en sitio, con apertura en horarios convenientes para la comunidad y flexibilidad en momentos de mayor movimiento. El objetivo no es solo vender, sino estar disponible cuando el cliente realmente lo necesita.

Diariamente se deberán realizar actividades como limpieza del punto, revisión del estado de los productos, verificación de existencias, organización del área de ventas, control de caja y atención al público. Semanalmente será importante revisar qué mercancía debe reponerse, qué productos no se están moviendo y qué necesidades nuevas expresa la comunidad.

También se propone mantener un pequeño registro de pedidos o solicitudes especiales, especialmente para hielo, productos agropecuarios y servicio de tractor. Esto ayudará a mejorar la planeación del abastecimiento y evitará pérdidas por compras mal calculadas. La operación del negocio debe ser práctica, pero organizada.

Tabla 12. Plan operativo básico

Frecuencia	Actividad
Diaria	Apertura, limpieza, atención, control de caja, revisión de inventario
Semanal	Compra o reposición de surtido, revisión de ventas, pedidos especiales
Quincenal	Evaluación de productos de mayor y menor salida
Mensual	Balance básico de ingresos, egresos y utilidad
Según demanda	Coordinación del servicio de tractor y atención de pedidos especiales

Este plan operativo, aunque sencillo, da orden al negocio y facilita que el emprendimiento se mantenga estable desde sus primeras etapas.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de Tienda Las Brisas es principalmente social y económico. En lo social, el negocio contribuirá a mejorar el acceso de la comunidad a bienes y servicios que hoy son difíciles de conseguir cerca. Esto representa ahorro de tiempo, menor necesidad de desplazamiento y mayor comodidad para las familias, transportadores y visitantes.

En lo económico, el proyecto puede dinamizar la vida local al mover pequeños flujos de compra, generar autoempleo y fortalecer la economía rural. Incluso un negocio de escala pequeña puede convertirse en un punto de apoyo importante para la vida productiva de la vereda, especialmente cuando incluye productos agropecuarios y apoyo a actividades como el servicio de tractor.

Su alcance inicial será local, con impacto directo en la vereda Pavanay y sectores cercanos. No obstante, por su ubicación estratégica y por los servicios que ofrece, también puede atender a personas en tránsito y a clientes ocasionales, ampliando de manera gradual su radio de influencia.

En el mediano plazo, si el negocio logra consolidarse, podrá fortalecer su surtido, aumentar su reconocimiento y convertirse en un referente comunitario. Por ello, el alcance del proyecto va más allá de una simple tienda: se proyecta como un punto de servicio útil para el territorio.

16. MAPA DE ACTORES

El mapa de actores permite identificar las personas o grupos que tienen relación con el negocio y entender cómo influyen en su funcionamiento. En el caso de Tienda Las Brisas, el actor principal es el propietario, quien lidera la operación y toma decisiones. Muy cerca de él está la comunidad, que constituye la base del mercado.

También aparecen como actores relevantes los transportadores, turistas, instituciones y productores rurales, ya que todos pueden usar o beneficiarse de los servicios del establecimiento. A esto se suman los proveedores, quienes son necesarios para mantener surtido y continuidad en la operación.

En un nivel de apoyo o regulación, se encuentran la administración local, la autoridad tributaria y las entidades de formalización, pues orientan y enmarcan legalmente la actividad comercial. Finalmente, para el componente del tractor, es importante el actor aliado que pueda prestar o facilitar dicho servicio.

Tabla 13. Mapa de actores

Actor	Relación con el negocio	Nivel de importancia
Propietario	Dirige, organiza y atiende el negocio	Muy alto
Ayudante	Apoya la operación y la atención	Alto
Comunidad	Principal compradora y beneficiaria	Muy alto
Transportadores	Clientes de paso y consumidores frecuentes	Alto
Turistas y transeúntes	Clientes ocasionales	Medio
Instituciones	Posibles compradoras o usuarias	Medio
Proveedores	Garantizan abastecimiento	Muy alto
Aliado para tractor	Permite prestar el servicio sin alta inversión inicial	Alto
Autoridades locales y tributarias	Regulan y orientan la formalización	Alto

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Tienda Las Brisas es una propuesta de negocio viable, útil y bien orientada a las condiciones reales de la vereda Pavanay, en Santa Rosalía. Su principal fortaleza está en que no surge por moda, sino por necesidad: la comunidad requiere un punto cercano donde pueda acceder a productos de consumo frecuente, hielo,

bebidas frías, insumos agropecuarios, conectividad y apoyo para servicios productivos como el alquiler de tractor.

El proyecto tiene un enfoque práctico, una inversión inicial razonable y una operación sencilla que puede ser manejada por el propietario con apoyo de un ayudante. Además, presenta una ventaja competitiva importante: reunir varias soluciones en un mismo lugar, con atención directa y ubicación estratégica. Esa combinación le da potencial para posicionarse en la comunidad y crecer de forma gradual.

Desde el punto de vista financiero, el negocio puede comenzar en una escala pequeña, con prudencia en el manejo de los gastos y con reinversión progresiva. Desde lo social, su aporte es claro: mejorar el acceso a bienes y servicios, ahorrar tiempo a la población y fortalecer la dinámica local. Por todo lo anterior, Tienda Las Brisas se presenta como un proyecto pertinente, coherente y con 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.

Hilda Ercilia Leal Hernandez
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	Hilda Ercilia Leal Hernandez
TIENDA	Tienda Las Brisas
FECHA	9/12/2025



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

Fecha: 6-2-2026

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:

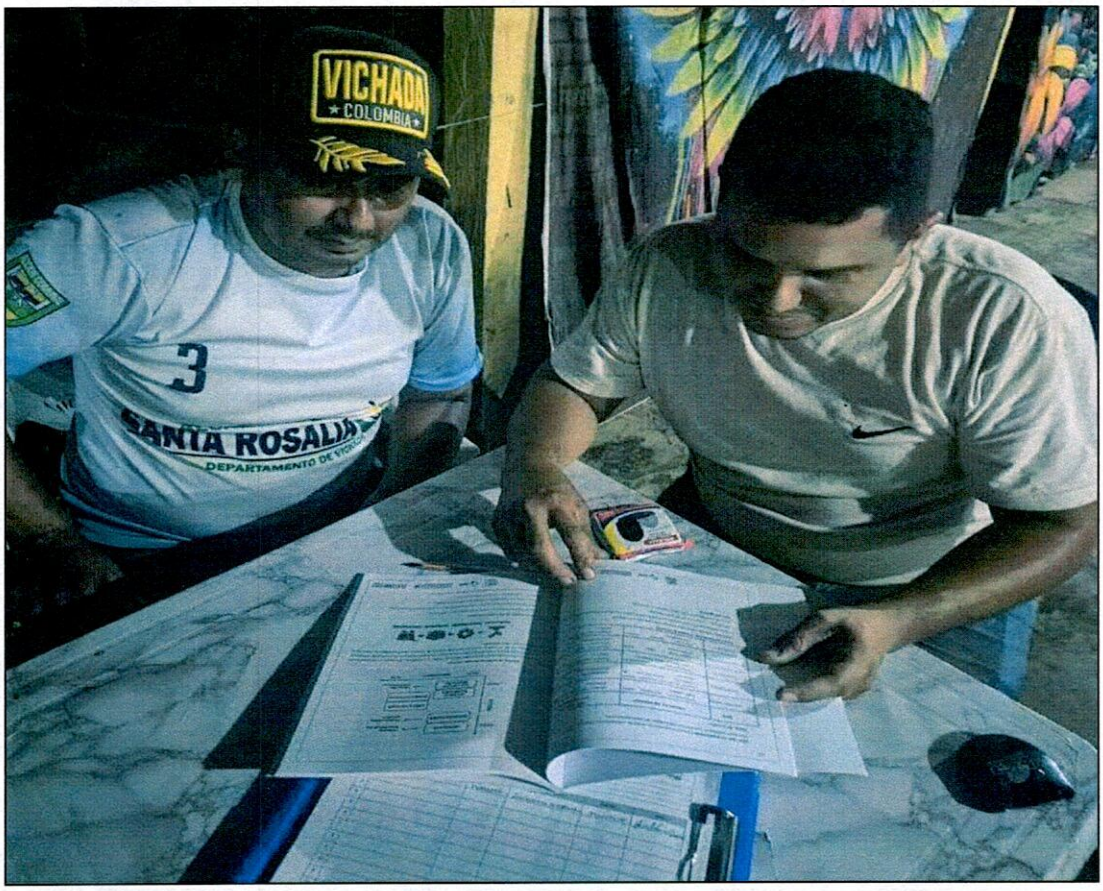
Firma:
Nombres: Hilda Horcilia Leal
CC: 40.371578

OBSERVACIONES:

Jose Harvey Bareño Infante

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 Harvey Bareño Infante
TIENDA	Tienda Las vegas
FECHA	5/12/2025



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

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

Yo, Jose Harvey Bareño Inpante identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 74.856.276 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 Harvey Bareño Inpante
CC: 74.856.276.

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 Harvey Bareño identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 74.866.276., 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 Guaccaias a los 5 días del mes de diciembre del año 2025.

RECIBE:

Firma: Jose Harvey Bareño

Nombres: Jose Harvey Bareño

CC: 74. 866. 276

OBSERVACIONES:

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

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

INFORMACIÓN GENERAL DE LA VISITA

Fecha de visita:		DIA 5	MES 12	AÑO 2025.	
Beneficiario	Jose Harvey Bareño Infante				
Cédula	74.866.276			Sexo: ☐Mujer ☐Hombre	
Departamento:	Vichada		Municipio:	Santa Rosalia	
Vereda / Inspección:	Guacacias.				
Dirección:	Frente a la mangu		Teléfono de Contacto:	3212742059	

VALIDACIÓN DE CONDICIONES GENERALES DEL NEGOCIO

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

COMPONENTES ESTRATÉGICOS ANALIZADOS

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

DIAGNOSTICO DEL NEGOCIO

Fortalezas actuales del negocio: Ubicacion 24 horas.	Documentos que posee: ☐ RUT ☐ Cámara de Comercio ☐ Certificado de uso de suelos	¿Desea apoyo para formalizar su tienda? ☑ Sí ☐ No
Retos que enfrenta: Costos Financiamiento		

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE VERIFICACIÓN

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

COMPROMISOS DE LA VISITA

Acciones acordadas en la visita	Plan de financiamiento
Compromisos del beneficiario:	Estructura de costas
Observaciones:	

Firma:
Beneficiario: Jose Harvey Bareño
Cédula: 74866276

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, Jose Harvey Bareño Infante, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 74.866.276 residente del municipio de Santa Rosalia, 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 Guacacias a los 5 días del mes de diciembre del año 2025.

RECIBE:

Huella



Firma: Jose Harvey Bareño

Nombres: Jose Harvey Bareño Infante

CC: 74.866.276.

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

TIENDA LAS VEGAS

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 Harvey Bareño Infante
EMPRENDEDOR

Ubicación: Vereda Guacacias, del municipio de Santa Rosalia, departamento de Vichada, Colombia.
FEBRERO DE 2026

1. PROBLEMA O NECESIDAD

En la vereda Guacacias, del municipio de Rosalia, la comunidad enfrenta dificultades para acceder de manera rápida y cercana a productos básicos de consumo inmediato como hielo, helados, dulces, bebidas frías y artículos de paquetería. A esta situación se suma la necesidad de contar con servicios de conectividad, cada vez más importantes para la comunicación, las consultas, las gestiones personales, el estudio y algunas actividades económicas. La ausencia de un establecimiento cercano que reúna estos productos y servicios en un solo lugar obliga a los habitantes y transeúntes a desplazarse mayores distancias para resolver necesidades simples del día a día.

Ese desplazamiento representa un costo adicional en dinero, tiempo y esfuerzo, especialmente en contextos rurales donde la movilidad puede verse afectada por el clima, el estado de las vías, la disponibilidad de transporte y las distancias entre viviendas, fincas y centros poblados. En departamentos como Vichada, donde las condiciones territoriales suelen ser dispersas y la oferta comercial es limitada, un negocio pequeño pero bien ubicado puede convertirse en una solución concreta para mejorar la vida cotidiana de las personas.

Por ello, Tienda Las Vegas nace como una respuesta práctica a una necesidad real del territorio: acercar bienes y servicios básicos a la comunidad, evitando desplazamientos innecesarios y generando una atención oportuna. No se trata solamente de vender productos, sino de ofrecer una alternativa útil para la población de la zona, con atención directa, disponibilidad constante y servicio amable.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales del negocio serán, en primer lugar, los habitantes de la vereda Guacacias y de sectores cercanos. Este grupo representa la base más estable del negocio, ya que corresponde a personas y familias que requieren productos de consumo frecuente para el hogar o para su consumo inmediato. Dentro de este grupo pueden encontrarse niños, jóvenes, adultos y adultos mayores, cada uno con necesidades distintas, desde un dulce o una bebida fría hasta el acceso ocasional a servicios de conectividad.

Un segundo grupo importante está conformado por transportadores y transeúntes, quienes por la dinámica del recorrido necesitan encontrar puntos de descanso, compra rápida o abastecimiento. Para ellos, productos como hielo, bebidas frías, golosinas y otros artículos pequeños resultan especialmente atractivos. La ubicación estratégica del negocio favorece este tipo de cliente, que suele valorar la atención ágil y la facilidad para hacer compras rápidas.

También se identifican como clientes potenciales las instituciones que tengan presencia o actividades en la zona, tales como entidades educativas, comunitarias o de apoyo territorial. Estas pueden demandar compras ocasionales de refrigerios, elementos de apoyo o servicios de conectividad. Aunque no serían el cliente más frecuente, sí pueden representar ventas de mayor valor en determinados momentos.

Finalmente, están los turistas o visitantes ocasionales, quienes en recorridos por la zona pueden requerir hidratación, productos de consumo inmediato o conectividad básica. Aunque su participación dependerá de

la temporada y del movimiento local, constituyen un segmento complementario importante, sobre todo si el negocio logra construir buena reputación en atención y surtido.

En conclusión, el negocio tiene una clientela diversa, con una base comunitaria permanente y otros segmentos complementarios que fortalecen sus posibilidades de venta. Esta combinación favorece la sostenibilidad, ya que no depende de un solo tipo de comprador.

3. COMPETENCIA

La competencia identificada para Tienda Las Vegas no se encuentra dentro de la misma vereda de manera inmediata, sino en comercios cercanos ubicados aproximadamente a 20 kilómetros. Esto representa una ventaja inicial para el negocio, ya que la distancia reduce la competencia directa en términos de acceso inmediato. Sin embargo, la existencia de otros vendedores o establecimientos similares obliga a diferenciar la propuesta y asegurar una atención constante y de calidad.

Entre los negocios mencionados se encuentra Elsa Moreno, quien comercializa bebidas frías, y Nubia Camacho, dedicada a la venta de pollo, huevos y gallinas. Aunque no ofrecen exactamente la misma combinación de productos y servicios, sí compiten parcialmente por la atención del cliente y por el gasto disponible de la comunidad. Es decir, no son competidores totales, pero sí representan opciones de compra para algunos productos específicos.

La principal diferencia de Tienda Las Vegas está en que no se limita a vender un solo tipo de artículo, sino que integra varios productos de alta demanda en un mismo punto: hielo, helados, dulces, bebidas frías, paquetería y conectividad. Esa mezcla amplía su atractivo y mejora la experiencia del cliente, porque le permite resolver varias necesidades en una sola visita.

Además, en el entorno rural, la competencia no depende únicamente del surtido, sino también de factores como la cercanía, la disponibilidad del producto, la continuidad del servicio, el trato al cliente y la confianza. En ese sentido, un negocio que mantenga abastecimiento básico, horarios claros y buena atención puede posicionarse con rapidez, incluso cuando existan otros comercios en la zona.

Por lo anterior, la competencia existe, pero no constituye una barrera que impida el desarrollo del negocio. Más bien, representa un incentivo para organizar mejor la oferta, cuidar el servicio y consolidar una clientela fiel.

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en crear y poner en funcionamiento una tienda de atención directa al público, ubicada en la vereda Guacacias, que ofrezca productos de consumo frecuente y servicios básicos de conectividad, respondiendo a las necesidades cotidianas de la comunidad y de las personas que transitan por el sector.

La propuesta busca reunir en un solo espacio una oferta sencilla pero útil, centrada en productos de alta rotación como hielo, helados, dulces, bebidas frías y paquetería, complementada con acceso a conectividad. Esta combinación le da al negocio un valor especial, porque no solo vende artículos físicos, sino que presta un servicio que hoy resulta importante para comunicarse, consultar información, hacer trámites o mantener contacto con familiares y conocidos.

Se trata de un negocio pensado para funcionar de forma práctica, con inversión inicial moderada, manejo sencillo y posibilidad de crecimiento progresivo. Su enfoque no es competir con grandes comercios, sino cubrir una necesidad real del territorio desde la cercanía, la oportunidad y el buen servicio. La tienda pretende convertirse en un punto de referencia local, útil tanto para la comunidad como para visitantes.

Además, la idea es atractiva porque responde a las características del entorno. En zonas rurales como esta, los negocios que combinan productos básicos con soluciones complementarias suelen tener mejor aceptación, ya que aprovechan mejor la visita del cliente y aumentan la probabilidad de compra. Por ejemplo, una persona que se acerca por una bebida fría puede también adquirir paquetería, hielo o usar el servicio de conectividad.

En síntesis, la idea de negocio es clara, viable y pertinente: brindar a la comunidad un punto cercano, accesible y funcional para adquirir productos de consumo frecuente y acceder a servicios básicos en un mismo lugar.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

Tienda Las Vegas ofrecerá una línea de productos y servicios pensada para responder a necesidades inmediatas, cotidianas y de consumo rápido. La selección inicial es adecuada para un negocio de pequeña escala ubicado en zona rural, con posibilidades de adaptación según el comportamiento de la demanda.

Tabla 1. Portafolio inicial de productos y servicios

Producto o servicio	Descripción	Tipo de demanda
Hielo	Venta por bolsa o porción, útil para conservación y consumo	Frecuente
Helados	Producto de consumo inmediato, atractivo para niños, jóvenes y adultos	Frecuente
Dulces	Golosinas y productos pequeños de compra rápida	Alta rotación
Bebidas frías	Gaseosas, jugos, aguas y otras bebidas refrigeradas	Muy frecuente
Paquetería	Mecatos, galletas, pasabocas y artículos de consumo rápido	Muy frecuente
Servicios de conectividad	Acceso a internet o apoyo básico en comunicación y consultas	Complementario y estratégico

Cada uno de estos productos cumple una función importante. El hielo y las bebidas frías tienen alta relevancia en territorios con clima cálido, donde la necesidad de hidratación y conservación de alimentos o bebidas es

constante. Los helados y dulces, por su parte, suelen tener buena salida por impulso, especialmente entre población infantil, juvenil y visitantes. La paquetería amplía el surtido y genera compras frecuentes de bajo valor que ayudan al flujo diario de caja.

El servicio de conectividad fortalece el negocio porque lo diferencia de otros comercios pequeños. En un contexto donde no siempre hay acceso fácil o estable a internet, contar con este servicio puede generar valor adicional y atraer clientes por motivos diferentes a la compra tradicional. Incluso puede abrir oportunidades futuras para ofrecer recargas, impresiones o apoyo básico en diligencias, si el negocio crece.

Se estima que el portafolio podrá ampliarse de forma gradual, incorporando otros productos de primera necesidad según la respuesta de la comunidad, como artículos básicos del hogar, recargas o pequeños complementos de uso diario. Sin embargo, para la etapa inicial se recomienda concentrarse en mantener un surtido constante, fresco y bien organizado de los productos ya definidos.

6. PROCESOS TÉCNICOS

El funcionamiento técnico del negocio será sencillo, pero deberá ser ordenado para garantizar calidad en la atención, conservación de productos y buen manejo de los recursos. El proceso inicia con la compra o abastecimiento de mercancía, que debe realizarse con proveedores confiables y con una frecuencia que permita mantener inventario suficiente sin afectar el capital de trabajo.

Una vez recibidos los productos, será necesario clasificarlos según su naturaleza. Los helados y bebidas frías deberán almacenarse en congeladores o equipos de refrigeración adecuados. El hielo requerirá condiciones de conservación que eviten pérdidas por descongelación. Los dulces y productos de paquetería deben organizarse en estanterías limpias, visibles y protegidas del calor y la humedad. El servicio de conectividad dependerá del adecuado funcionamiento del internet satelital, el equipo de cómputo y la disponibilidad de energía, en este caso apoyada por parque solar.

La atención al cliente será directa en sitio. Esto implica que la persona encargada del negocio reciba al cliente, identifique su necesidad, entregue el producto o servicio y realice el cobro correspondiente. Aunque el modelo es básico, debe cuidarse la presentación del punto de venta, el orden de los productos, la limpieza, la cordialidad y la agilidad en el servicio, ya que estos factores influyen mucho en la preferencia del consumidor.

También será importante llevar un control simple de inventarios, entradas y salidas de productos, ventas diarias y reposición de surtido. Aunque al inicio no se requiere un sistema complejo, sí se recomienda el uso de un cuaderno de control o archivo digital básico que permita saber qué productos se venden más, cuáles se agotan con rapidez y cuáles deben comprarse con mayor frecuencia. Ese seguimiento ayudará a tomar mejores decisiones y a evitar pérdidas.

En términos técnicos, el negocio depende especialmente de cuatro elementos: conservación adecuada de productos fríos, conectividad estable, energía suficiente y manejo básico del inventario. Si estos

componentes funcionan bien, la operación será estable y la tienda podrá sostener una oferta confiable frente a sus clientes.

7. REQUISITOS LEGALES

Para el desarrollo del negocio se deben considerar varios aspectos legales y de formalización. Aunque se trata de una unidad económica pequeña, es importante que su operación avance de manera ordenada, cumpliendo con los requisitos que correspondan según su tamaño, actividad y proyección de crecimiento.

En primer lugar, se recomienda realizar el proceso de formalización empresarial, definiendo si el negocio funcionará inicialmente como persona natural comerciante. Esto facilita la identificación del responsable, el manejo de obligaciones y el acceso futuro a oportunidades de apoyo institucional o financiero. De igual manera, será importante contar con el Registro Único Tributario (RUT) actualizado, según la actividad económica desarrollada.

Además, dependiendo del nivel de formalización y de las obligaciones tributarias que apliquen, deberá revisarse el tema de facturación electrónica o documento equivalente, conforme a las disposiciones vigentes en Colombia. En este punto, y atendiendo la instrucción dada, se deja expresa constancia de que se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica. Este acompañamiento constituye una base importante para que la emprendedora avance en la legalización del negocio de manera informada y gradual.

También se deben tener en cuenta aspectos relacionados con uso del suelo o viabilidad de funcionamiento en el lugar donde operará la tienda, permisos básicos si fueran requeridos por autoridad local, y cumplimiento de condiciones de higiene y manipulación cuando corresponda a productos alimenticios. Si bien el negocio no se plantea inicialmente como expendio de comidas preparadas, sí manejará productos de consumo humano, por lo que se recomienda mantener buenas prácticas de limpieza, almacenamiento y conservación.

En caso de vincular personal de forma permanente en el futuro, también será necesario revisar obligaciones laborales y de seguridad social. Por ahora, al ser un negocio de pequeña escala atendido por el dueño y un ayudante, la organización puede comenzar de forma simple, pero con visión de orden y formalización progresiva.

Tabla 2. Requisitos legales básicos sugeridos

Requisito	Finalidad
Formalización empresarial	Dar existencia formal al negocio
Registro Único Tributario (RUT)	Identificación tributaria
Facturación electrónica o mecanismo aplicable	Soporte de ventas según normatividad
Revisión de uso del espacio o funcionamiento local	Operación ordenada
Buenas prácticas de higiene y conservación	Protección del consumidor

Revisión de obligaciones laborales futuras	Vinculación formal de personal si crece el negocio

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El principal canal de comercialización del negocio será la venta directa en sitio, ya que la tienda está pensada para atender de manera presencial a la comunidad y a los transeúntes. Este canal es el más adecuado para la etapa inicial porque reduce costos, facilita el contacto cercano con el cliente y permite conocer de primera mano las preferencias de compra.

La ubicación estratégica del negocio constituye en sí misma un canal de atracción, especialmente si el punto de venta es visible, organizado y fácil de identificar. En zonas rurales, el reconocimiento boca a boca tiene un valor alto, por lo que una buena atención puede convertirse rápidamente en publicidad positiva. La recomendación entre vecinos, transportadores y visitantes ayudará a posicionar el establecimiento.

Como canal complementario, el negocio puede apoyarse en la comunicación comunitaria informal, mediante información compartida entre habitantes, instituciones locales y personas frecuentes del sector. También, si la conectividad lo permite, puede usar herramientas sencillas como mensajes por teléfono o redes sociales para informar disponibilidad de productos, horarios o servicios especiales.

A futuro, si el negocio logra fortalecer su operación, podría implementar pedidos básicos por llamada o mensaje para clientes conocidos de la vereda. Esto sería especialmente útil para productos como hielo o bebidas frías, siempre que la capacidad operativa lo permita. Sin embargo, en la etapa inicial se recomienda concentrarse en la atención presencial, porque es más manejable y coherente con los recursos disponibles.

En resumen, el modelo de comercialización será simple, cercano y práctico: atención directa, buena ubicación, voz a voz y presencia constante en la comunidad.

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

La información base indica ventas estimadas de 300.000 pesos por semana. Tomando este valor como referencia mínima inicial, es posible construir una proyección conservadora para los primeros meses de funcionamiento. Dado que el negocio estará en una etapa de posicionamiento, lo más prudente es proyectar ventas moderadas al inicio, con crecimiento gradual en la medida en que la comunidad conozca el establecimiento y aumente su frecuencia de compra.

Se aclara que el dato de 50.000 pesos informado como precio promedio de venta puede interpretarse más razonablemente como una compra alta ocasional o ticket de algunos clientes, ya que por el tipo de productos ofrecidos es esperable que muchas compras diarias sean inferiores a ese valor. Por ello, para efectos del análisis se asume que habrá ventas pequeñas frecuentes y algunas compras mayores. Esta aclaración se hace como supuesto financiero del presente plan.

Tabla 3. Supuesto de ventas iniciales

Periodo	Venta estimada
Diario (promedio)	$50.000
Semanal	$300.000
Mensual	$1.200.000
Anual	$14.400.000

Para hacer el plan más útil, se propone un crecimiento gradual durante el primer año, considerando que el negocio puede mejorar surtido, fidelizar clientes y aprovechar temporadas de mayor movimiento.

Tabla 4. Proyección básica de ventas del primer año

Mes	Venta estimada
Mes 1	$1.200.000
Mes 2	$1.250.000
Mes 3	$1.300.000
Mes 4	$1.350.000
Mes 5	$1.400.000
Mes 6	$1.450.000
Mes 7	$1.500.000
Mes 8	$1.550.000
Mes 9	$1.600.000
Mes 10	$1.650.000
Mes 11	$1.700.000
Mes 12	$1.750.000

Total estimado año 1: $17.700.000

Esta proyección es razonable para un negocio pequeño en zona rural, con crecimiento paulatino y sin suponer una expansión acelerada. Si la tienda logra mantener inventario, buena atención y continuidad del servicio de conectividad, las ventas pueden mejorar por recomendación y fidelidad de los clientes.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos y gastos del negocio se dividen en dos grupos: inversión inicial y costos de funcionamiento. La inversión inicial corresponde a la compra de equipos, herramientas y adecuaciones básicas necesarias para iniciar la operación. Los costos de funcionamiento incluyen reposición de mercancía, mantenimiento, conectividad y otros gastos menores.

Con base en la información suministrada y en supuestos razonables, se plantea la siguiente distribución estimada del presupuesto inicial de 6.000.000 de pesos.

Tabla 5. Inversión inicial estimada

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$1.500.000
Internet satelital e instalación inicial	$700.000
Congelador o equipo de refrigeración	$1.400.000
Computador básico	$900.000
Estanterías	$400.000
Mesas y sillas	$300.000
Surtido inicial	$700.000
Total estimado	**$5.900.000**

Esta distribución muestra que el presupuesto inicial disponible es ajustado, pero suficiente para iniciar una operación básica, siempre que la compra de equipos se haga con criterio de economía y funcionalidad. Puede ser útil adquirir algunos elementos de segunda mano en buen estado para optimizar recursos.

En cuanto a los gastos mensuales, se estiman los siguientes:

Tabla 6. Gastos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado
Reposición de mercancía	$500.000
Pago de internet o recarga del servicio	$180.000
Mantenimiento y pequeños imprevistos	$100.000
Transporte o abastecimiento	$120.000
Gastos de empaque, bolsas y aseo	$50.000
Apoyo al ayudante (según disponibilidad del negocio)	$200.000
Total mensual estimado	**$1.150.000**

Si las ventas mensuales se ubican inicialmente en $1.200.000, el margen será pequeño en el arranque, pero el negocio puede sostenerse y mejorar si aumenta progresivamente las ventas, controla pérdidas y optimiza la rotación del surtido. Por ello, será clave cuidar los costos y priorizar productos de mayor salida.

11. TALENTO HUMANO

El negocio requerirá inicialmente un equipo humano reducido, conformado por el dueño o propietaria y un ayudante. Esta estructura es adecuada para la etapa inicial, ya que permite controlar gastos y mantener una operación simple, sin perder la posibilidad de atender adecuadamente al cliente.

La persona propietaria tendrá un papel principal en la administración general del negocio. Entre sus funciones estarán la compra de mercancía, el control del dinero, la organización del surtido, la atención al cliente, la supervisión del servicio de conectividad y la toma de decisiones sobre horarios, precios y reposición de inventario. Su liderazgo será determinante para el éxito del proyecto.

El ayudante cumplirá funciones de apoyo en atención, organización del local, limpieza, reposición básica de productos y acompañamiento en momentos de mayor afluencia de clientes. Dependiendo del comportamiento del negocio, este apoyo puede ser permanente, parcial o por jornadas, especialmente mientras el establecimiento consolida sus ventas.

Más allá del número de personas, el negocio requiere ciertas cualidades humanas: responsabilidad, honestidad, amabilidad, paciencia para atender al público, orden y disposición para aprender. En un entorno comunitario, la confianza es fundamental; por tanto, la forma en que se trate al cliente influirá directamente en la permanencia del negocio.

En el futuro, si la tienda amplía su surtido o aumenta significativamente sus ventas, podría requerirse una persona adicional o una mejor distribución de funciones. No obstante, para el inicio la estructura propuesta es suficiente y coherente con la escala del proyecto.

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Para iniciar y sostener el funcionamiento de Tienda Las Vegas, se requiere contar con una serie de condiciones mínimas tanto físicas como operativas. Entre las principales necesidades se encuentran un espacio adecuado para la atención al público, capacidad de refrigeración, acceso a energía, conectividad confiable y disponibilidad de surtido básico.

El parque solar es un requerimiento importante, debido a que contribuye a asegurar energía para los equipos principales, especialmente congeladores, computador y otros elementos de apoyo. Esto tiene alto valor en zonas donde el servicio eléctrico puede ser limitado, intermitente o costoso. De igual manera, el internet satelital constituye una necesidad central, no solo para prestar el servicio de conectividad, sino también para fortalecer el funcionamiento general del negocio.

Los congeladores son indispensables para conservar hielo, helados y bebidas frías en condiciones adecuadas. El computador, aunque no es el eje del negocio, sí facilita la prestación del servicio de conectividad y puede servir para llevar controles básicos. Las estanterías, mesas y sillas apoyan tanto la organización interna como la comodidad mínima del lugar.

También se requiere capital de trabajo para mantener surtido constante. Una tienda que se queda sin producto pierde credibilidad y reduce la frecuencia de compra. Por tanto, no basta con montar el negocio; también es necesario tener capacidad para reabastecerlo de manera periódica. A esto se suma la necesidad de una administración cuidadosa del dinero, control del inventario y disposición para adaptarse a la demanda real.

En términos no materiales, el negocio requiere disciplina, constancia y compromiso con el servicio. Estas condiciones, aunque no se compran, son igual de importantes que los equipos físicos, porque determinan la manera en que el negocio se sostiene en el tiempo.

13. VALOR DEL PROYECTO

El valor estimado del proyecto para iniciar operaciones es de 6.000.000 de pesos, cifra que, según la información suministrada, se considera necesaria y disponible para la puesta en marcha. Este monto se destinaría principalmente a compra de equipos básicos, adecuación mínima del espacio y adquisición del primer surtido.

Desde una mirada económica, el proyecto tiene un valor moderado, lo que lo hace alcanzable y viable para una iniciativa de pequeña escala. No requiere una infraestructura compleja ni una gran nómina, lo cual disminuye el riesgo financiero inicial. Además, al tratarse de productos de consumo rápido y servicio directo, el capital puede comenzar a rotar desde las primeras semanas, siempre que se maneje adecuadamente.

Desde una mirada social, el valor del proyecto es incluso mayor, porque su aporte no se limita a generar ingresos para la persona emprendedora. También representa una mejora para la comunidad, al acercar bienes y servicios que de otra manera implican desplazamientos, gastos extra y pérdida de tiempo. Esto convierte al negocio en una iniciativa con valor económico y utilidad comunitaria.

Por otro lado, el proyecto puede aumentar su valor con el tiempo si consolida clientela, mejora el surtido y amplía gradualmente su oferta. En ese escenario, la inversión inicial se vería fortalecida por la experiencia, la reputación ganada y la posibilidad de reinversión.

En conclusión, el valor del proyecto es razonable para su escala, pertinente para el territorio y con potencial de recuperación progresiva si se maneja con orden y enfoque práctico.

Tabla 7. Resumen financiero del proyecto

Concepto	Valor
Inversión inicial estimada	$6.000.000
Ventas mensuales iniciales	$1.200.000
Gastos mensuales estimados	$1.150.000
Resultado operativo mensual inicial estimado	$50.000
Total estimado de ventas del año 1	$17.700.000

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo de Tienda Las Vegas se orienta a garantizar una apertura organizada, una atención constante y una administración sencilla pero efectiva. Para ello, se propone dividir la operación en actividades permanentes y actividades de seguimiento.

En una primera fase, se realizará la adecuación del espacio físico, la instalación de los equipos, la organización del mobiliario y la compra del surtido inicial. En esta etapa también deberá verificarse el funcionamiento del internet satelital, del parque solar y de los congeladores, ya que son componentes esenciales para el inicio.

Una vez en funcionamiento, el negocio operará mediante atención directa al público. Se recomienda establecer horarios visibles y consistentes, de manera que la comunidad conozca cuándo puede acceder a los productos y servicios. La apertura diaria debe contemplar limpieza del lugar, revisión del estado de los productos fríos, organización de estanterías y verificación del servicio de conectividad.

Durante la jornada, la operación se centrará en vender, registrar ingresos, vigilar el movimiento del inventario y mantener una atención amable. Al cierre del día, será útil revisar ventas, separar el dinero destinado a reposición de mercancía y dejar organizado el local para la jornada siguiente.

Tabla 8. Actividades operativas principales

Actividad	Frecuencia	Responsable
Compra o reposición de mercancía	Semanal o según necesidad	Propietaria
Organización y limpieza del local	Diaria	Propietaria / ayudante
Revisión de congeladores y productos fríos	Diaria	Propietaria / ayudante
Atención al cliente	Diaria	Propietaria / ayudante
Control básico de ventas	Diaria	Propietaria
Revisión de inventario	Semanal	Propietaria
Verificación del internet y energía	Diaria	Propietaria

Este plan operativo es sencillo, pero suficiente para un negocio en etapa inicial. La clave estará en la disciplina para cumplir las rutinas y en la capacidad de corregir fallas a tiempo.

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado del negocio es principalmente social y económico. En el plano social, Tienda Las Vegas contribuirá a mejorar el acceso de la comunidad a bienes y servicios que actualmente no se encuentran de forma cercana y completa en un solo lugar. Esto significa ahorro de tiempo, reducción de desplazamientos y mayor comodidad para resolver necesidades del día a día.

En territorios rurales, la existencia de pequeños negocios bien ubicados tiene un efecto importante sobre la vida comunitaria. No solo abastecen, sino que también fortalecen la dinámica local, generan puntos de encuentro y aportan a la permanencia de servicios básicos en zonas donde la oferta es escasa. En este caso, el componente de conectividad amplía todavía más ese impacto, porque facilita la comunicación y el acceso a herramientas útiles en la vida actual.

En el plano económico, el proyecto permitirá generar autoempleo y posiblemente un ingreso complementario para otra persona que apoye el funcionamiento del establecimiento. También puede dinamizar pequeñas compras locales y convertirse, con el tiempo, en una iniciativa de crecimiento progresivo.

El alcance del negocio será inicialmente local, concentrado en la vereda Guacacias y su entorno cercano. No obstante, por su ubicación y por el tránsito de transportadores y visitantes, su alcance puede extenderse a usuarios ocasionales que fortalezcan las ventas. Si el negocio logra estabilidad, podrá ampliar gradualmente el surtido y mejorar su capacidad de respuesta.

En resumen, se espera un impacto positivo, concreto y realista: mejor servicio para la comunidad, generación de ingresos para la emprendedora y fortalecimiento de la economía local a pequeña escala.

16. MAPA DE ACTORES

El proyecto involucra diversos actores que, de una u otra forma, se relacionan con su funcionamiento, sostenibilidad o beneficio. Identificarlos permite comprender mejor el entorno del negocio y las relaciones que pueden fortalecerlo.

Tabla 9. Mapa de actores del negocio

Actor	Relación con el negocio	Nivel de importancia
Comunidad de la vereda	Cliente principal y beneficiaria directa	Muy alta
Transportadores	Clientes frecuentes u ocasionales	Alta
Instituciones	Posibles compradores y aliados ocasionales	Media
Turistas y visitantes	Clientes complementarios	Media
Proveedores	Suministran productos e insumos	Muy alta
Propietaria del negocio	Lidera, administra y toma decisiones	Muy alta
Ayudante	Apoya la operación diaria	Alta
Entidades de apoyo a emprendimiento	Orientación en formalización y fortalecimiento	Media
Autoridades locales	Relación con aspectos de funcionamiento y formalidad	Media

La comunidad es el actor más importante, porque de ella depende la permanencia del negocio. Los transportadores y visitantes ayudan a complementar la demanda. Los proveedores son esenciales, ya que garantizan el surtido. La propietaria y su ayudante constituyen el núcleo operativo. Finalmente, las instituciones y entidades de apoyo pueden aportar orientación, acompañamiento o articulación en procesos de formalización y crecimiento.

Este mapa muestra que el negocio no funciona de manera aislada, sino dentro de una red sencilla de relaciones comunitarias, comerciales y de apoyo.

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Tienda Las Vegas representa una iniciativa de negocio pertinente, viable y con sentido práctico para la vereda Guacacias, en Rosalia, Vichada. Su fortaleza principal radica en que responde a una necesidad concreta de la comunidad: contar con un punto cercano donde se puedan adquirir productos básicos de consumo inmediato y acceder a servicios de conectividad sin tener que recorrer largas distancias.

El proyecto es coherente con las condiciones del territorio, con la inversión disponible y con una escala de operación realista. Aunque se trata de un negocio pequeño, tiene potencial para consolidarse gracias a su ubicación estratégica, su oferta diversificada y la posibilidad de generar confianza mediante una atención cercana y constante. Su enfoque no exige una estructura compleja, pero sí requiere orden, compromiso y buen manejo de los recursos.

Desde el punto de vista social, el negocio puede mejorar la calidad de vida de la población al facilitar acceso a bienes y servicios útiles. Desde el punto de vista económico, ofrece una oportunidad de autoempleo y de fortalecimiento progresivo de ingresos familiares. Por ello, se considera que Tienda Las Vegas es un proyecto con bases sólidas para iniciar, crecer de forma gradual y convertirse en un apoyo importante para la comunidad y para la dinámica local del sector.

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

Jose Harvey Bareño Infante
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 Harvey Bareño Infante
TIENDA	Tienda Las vegas
FECHA	5/12/2025



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

Fecha: 6-12-2025.

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

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

ENTREGA:

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

Huella

RECIBE:

Firma: Jesi Huwey Barrio

Nombres: Jose Huwey Barrio

CC: 74866276

OBSERVACIONES:

Milena Ramirez Reuto

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	Milena Ramirez Reuto
TIENDA	Villa Mile
FECHA	1/12/2025



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

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

Yo, Milena Ramirez Recto identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 30.939.334 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: Milena Ramirez Recto

CC: 30.939.334

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, Milena Ramirez Reuto identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 30.939.334, 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 Rosalia a los 1 días del mes de diciembre del año 2025.

RECIBE:

Firma: Milena R

Nombres: Milena Ramirez Reuto

CC: 30.939.334

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 1	MES 12	AÑO 2025		
Beneficiario	Milena Ramirez Reyes				
Cédula	30.939.334	Sexo: ☑Mujer ☐Hombre			
Departamento:	Vichada	Municipio: Santa Rosalia			
Vereda / Inspección:	Borderero				
Dirección:	Piscina	Teléfono de Contacto: 3105622278			

VALIDACIÓN DE CONDICIONES GENERALES DEL NEGOCIO

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

COMPONENTES ESTRATÉGICOS ANALIZADOS

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

DIAGNOSTICO DEL NEGOCIO

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

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE VERIFICACIÓN

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

COMPROMISOS DE LA VISITA

Acciones acordadas en la visita	Plan de mercadeo
Compromisos del beneficiario:	Plan de Financiamiento
Observaciones:	Plan de accion

Firma: Milena R

Beneficiario: Milena Ramirez Reyes
Cédula: 30939334

Firma:

Profesional: Rosbell Diaz
Cédula: 30.939.334

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, Milena Ramirez Reuto, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 30.939.334 residente del municipio de Santa Rosalia, 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 Rosalia a los 1 días del mes de diciembre del año 2025.

RECIBE:

Firma: Milena R

Nombres: Milena Ramirez Reuto

CC: 30.939.334.

Huella



OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

VILLA MILE

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: Milena Ramírez Reuto

EMPRENDEDORA

Ubicación: Santa Rosalía, vereda Bordeñero, departamento del Vichada, Colombia.

FEBRERO DE 2026

GOBERNACIÓN DE VICHADA · SGR · ASOSUPRO · fundacion servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

Villa Mile nace como respuesta a una necesidad concreta del sector rural donde se ubicará: la falta de un punto cercano y funcional donde la comunidad y las personas que transitan por la zona puedan acceder de manera rápida a bebidas frías, hielo, algunos productos de mercado, conectividad y un espacio de esparcimiento tipo balneario. En contextos rurales dispersos, una necesidad cotidiana aparentemente simple puede convertirse en una dificultad importante cuando exige desplazamientos largos, mayores costos y pérdida de tiempo.

La necesidad que atiende este proyecto no es únicamente comercial. También tiene una dimensión social, territorial y práctica. Para la comunidad, contar con un establecimiento cercano mejora el acceso a productos básicos y servicios de apoyo. Para los transportadores, representa un punto útil de parada, descanso y abastecimiento. Para los visitantes y turistas, ofrece una alternativa de consumo y recreación en un entorno sencillo, pero atractivo. Esto convierte a Villa Mile en un negocio con valor para la vida cotidiana del sector y no solo en una unidad de venta.

Además, el proyecto responde a una oportunidad clara: integrar en un solo lugar un componente comercial básico con un componente recreativo. Esa combinación es especialmente valiosa en territorios donde no abundan los sitios que articulen abastecimiento, descanso y permanencia. En otras palabras, Villa Mile busca resolver la falta de cercanía, diversificar la oferta local y aprovechar el potencial de permanencia del cliente para generar mayores ingresos.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales de Villa Mile pueden agruparse en tres segmentos centrales: comunidad de la vereda, transportadores y turistas o visitantes. Cada uno de estos grupos presenta patrones de consumo distintos, lo cual favorece la sostenibilidad del negocio, porque permite que no dependa de una sola fuente de ingresos.

La comunidad de la vereda representa la base más estable del negocio. Se trata de clientes recurrentes que pueden demandar bebidas, hielo, algunos artículos de mercado y, en momentos puntuales, conectividad. Este grupo valora especialmente la cercanía, la confianza, la atención amable y la disponibilidad permanente de lo esencial. Es el segmento que puede darle continuidad al flujo de ventas entre semana y en temporadas de menor movimiento turístico.

Los transportadores constituyen un cliente de paso, pero estratégico. Suelen priorizar rapidez en la atención, bebidas frías, descanso corto, posibilidad de comprar hielo o productos de consumo inmediato y, en algunos casos, acceso a internet para comunicación y consulta. Aunque su permanencia puede ser breve, tienen potencial de compra rápida y frecuente, especialmente si el negocio logra ser reconocido como punto confiable dentro de la ruta.

Los turistas y visitantes son un segmento complementario con potencial de mayor consumo por experiencia. El balneario, el ambiente del lugar y la posibilidad de consumir bebidas o permanecer en el sitio hacen que este cliente no solo compre, sino que también permanezca y eleve el ticket promedio.

Los fines de semana, puentes festivos o temporadas de mayor tránsito pueden fortalecer esta línea de ingresos.

Tabla 1. Tipos de clientes

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia esperada
Comunidad de la vereda	Mercado, bebidas, hielo e internet	Alta
Transportadores	Bebidas frías, descanso y conectividad	Media-alta
Turistas y visitantes	Balneario, bebidas, hielo e internet	Media

Tabla 2. Características comerciales de los clientes

Segmento	Qué valora más	Oportunidad de venta
Comunidad local	Cercanía, confianza, surtido básico	Compra repetitiva
Transportadores	Rapidez, frío, descanso, atención	Venta inmediata
Turistas y visitantes	Experiencia, recreación, permanencia	Mayor consumo por visita

3. COMPETENCIA

De acuerdo con la información base, la competencia más cercana se encuentra aproximadamente a 20 kilómetros y está representada por negocios con oferta parcial: uno enfocado en bar y bebidas y otro en balneario. Esto muestra que sí existe demanda real, pero también evidencia que no necesariamente hay un establecimiento que reúna de manera integrada bebidas, hielo, mercado básico, conectividad y espacio recreativo en un mismo sitio.

La competencia, más que una amenaza absoluta, es una señal de mercado. Confirma que las personas sí consumen este tipo de servicios y que el territorio tiene movimiento suficiente para sostener iniciativas similares. La diferencia estará en la propuesta de valor de Villa Mile: cercanía, variedad funcional, permanencia del cliente y una mejor integración entre comercio y recreación.

La ventaja competitiva del negocio puede construirse sobre cuatro ejes. El primero es la ubicación estratégica, que facilita el acceso para la comunidad y para quienes transitan por el sector. El segundo es la integralidad de la oferta, porque el cliente puede resolver varias necesidades en un solo lugar. El tercero es la calidad del servicio, fundamental en negocios pequeños donde la fidelización depende mucho de la experiencia del usuario. El cuarto es el aprovechamiento del balneario como elemento diferenciador, capaz de aumentar el tiempo de permanencia y el nivel de consumo.

Tabla 3. Competencia identificada

Competidor	Oferta principal	Diferencia frente a Villa Mile
Erick Benites	Bar y bebidas	Menor enfoque recreativo
Darwin Hincapié	Balneario	Menor integración con tienda y conectividad
Villa Mile	Bebidas, mercado, hielo, balneario e internet	Oferta más integral

4. IDEA DE NEGOCIO

Villa Mile es un emprendimiento rural orientado a la venta de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, hielo y productos básicos de mercado, complementado con servicios de conectividad y con un espacio turístico tipo balneario. Su propósito es ofrecer un sitio útil, cercano y agradable para abastecerse, descansar y disfrutar del entorno.

La esencia de la idea no está solo en vender productos, sino en ofrecer una experiencia combinada. Una persona puede llegar al lugar por una necesidad puntual, como comprar bebidas o hielo, y terminar usando el balneario o consumiendo otros productos. De igual manera, quien acude inicialmente por el espacio recreativo puede generar compras adicionales en bebidas, mercado básico o conectividad. Esa lógica de venta cruzada fortalece la rentabilidad y reduce la dependencia de una sola línea de ingreso.

El negocio está pensado para iniciar en una escala básica, pero con potencial de crecimiento progresivo. La estrategia más razonable es comenzar con una operación ordenada, funcional y realista, consolidar primero la base comercial y luego fortalecer el componente recreativo. De esta manera, el crecimiento no depende de una inversión excesiva desde el principio, sino de una expansión gradual según el comportamiento del mercado.

Tabla 4. Propuesta de valor del negocio

Elemento	Aporte al proyecto
Cercanía	Reduce desplazamientos y facilita el acceso
Oferta combinada	Integra abastecimiento, descanso y recreación
Conectividad	Aumenta utilidad práctica del negocio
Balneario	Genera permanencia y diferenciación
Atención directa	Fortalece confianza y fidelización

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

El negocio ofrecerá seis líneas principales: bebidas alcohólicas, bebidas no alcohólicas, mercado básico, balneario, hielo y conectividad. Esta combinación permite atender tanto consumos rápidos como estancias más prolongadas, lo que fortalece la rotación del negocio.

Las bebidas alcohólicas y no alcohólicas serán productos de alta salida, especialmente en jornadas de calor, fines de semana y momentos de mayor circulación de personas. El hielo, aunque parece un producto simple, cumple una función estratégica porque apoya tanto el consumo inmediato como las necesidades de conservación de quienes están de paso. El mercado básico debe centrarse en productos de alta rotación, fáciles de almacenar y útiles para la comunidad.

El balneario es el servicio diferenciador. No solo representa una fuente de ingresos propia, sino que potencia el consumo de las otras líneas. La conectividad, por su parte, es un servicio complementario que agrega valor, mejora la utilidad práctica del negocio y puede ser especialmente apreciado por viajeros, trabajadores y jóvenes del sector.

Tabla 5. Productos y servicios principales

Línea	Productos o servicios	Función dentro del negocio
Bebidas alcohólicas	Cerveza y otras bebidas permitidas	Consumo recreativo
Bebidas no alcohólicas	Agua, gaseosas, jugos e hidratantes	Alta rotación
Mercado	Productos básicos de consumo diario	Servicio a la comunidad
Balneario	Espacio de recreación y permanencia	Principal diferenciador
Hielo	Bolsas o unidades para enfriamiento	Complemento de venta rápida
Conectividad	Servicio de internet	Valor agregado

6. PROCESOS TÉCNICOS

El funcionamiento técnico de Villa Mile debe ser sencillo, pero organizado. El primer proceso es el abastecimiento, que incluye la compra de bebidas, hielo, artículos de mercado, implementos de limpieza y demás insumos necesarios para mantener el negocio en marcha. La selección de productos debe responder a la rotación esperada, evitando compras excesivas de referencias lentas.

El segundo proceso es la conservación y almacenamiento. En esta etapa son fundamentales los congeladores y el parque solar, ya que el negocio depende de mantener frío constante para bebidas e hielo. Los productos deben ubicarse de forma ordenada, separando lo refrigerado, lo seco y lo de venta inmediata, para facilitar la atención y el control del inventario.

El tercer proceso es la atención al cliente. Esta atención debe combinar varios elementos: venta de productos, orientación al visitante, control del uso del balneario, apoyo en conectividad y cuidado del espacio. La atención en este tipo de negocio no es solamente transaccional; también construye reputación y confianza.

El cuarto proceso corresponde al mantenimiento del área recreativa. Aquí entran la limpieza, la señalización, la revisión del agua, el control del entorno, la disposición de implementos básicos de seguridad y la verificación del botiquín. Este punto es especialmente importante porque el componente recreativo puede convertirse en la principal fortaleza del negocio, pero también exige mayor responsabilidad operativa.

El quinto proceso es el control operativo, que incluye inventario, caja, revisión diaria de equipos, orden general y seguimiento del comportamiento del cliente. Aunque se trate de un negocio pequeño, debe existir registro básico de ventas, flujo de productos, gastos y novedades, para evitar improvisación y mejorar decisiones.

Tabla 6. Procesos técnicos del negocio

Proceso	Actividad principal	Objetivo
Abastecimiento	Compra y reposición de insumos y surtido	Garantizar disponibilidad
Conservación	Uso de congeladores y energía estable	Mantener calidad
Atención al cliente	Venta, orientación y apoyo al visitante	Mejorar experiencia
Mantenimiento recreativo	Limpieza, revisión y seguridad del área	Cuidar el balneario
Control operativo	Inventario, caja y seguimiento diario	Sostener orden y rentabilidad

7. REQUISITOS LEGALES

Para operar con mayor orden y sostenibilidad, Villa Mile debe avanzar en un proceso de formalización básica. En el documento base se señalan como elementos relevantes el RUT, la facturación electrónica si aplica, el Registro Nacional de Turismo si el balneario se presta como servicio turístico, las buenas prácticas sanitarias y las medidas de seguridad correspondientes al componente recreativo. También se deja constancia de asistencia técnica sobre formalización, RUT y facturación electrónica.

Desde el punto de vista práctico, estos requisitos no deben verse como una carga, sino como una base para darle respaldo al negocio. La formalización mejora la confianza del cliente, facilita relaciones

con proveedores, permite proyectar crecimiento y reduce riesgos frente a controles o requerimientos institucionales.

En este caso, además de la dimensión tributaria y comercial, hay una dimensión de seguridad importante, porque el balneario implica una responsabilidad adicional frente al bienestar del visitante. Por eso, el proyecto debe cuidar tanto el componente administrativo como el sanitario y el preventivo.

Tabla 7. Requisitos legales básicos

Requisito o acción	Finalidad
RUT	Identificación tributaria del negocio
Facturación electrónica, si aplica	Cumplimiento tributario
Registro Nacional de Turismo, si aplica	Formalización del servicio turístico
Buenas prácticas sanitarias	Manejo adecuado de bebidas, hielo y alimentos
Medidas de seguridad del balneario	Protección del usuario
Asistencia técnica brindada	Orientación para formalización

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El canal principal de comercialización será la atención directa en sitio, porque el valor del negocio está precisamente en que el cliente llegue, compre, consuma y permanezca en el lugar. En emprendimientos rurales de este tipo, la presencia física y la experiencia del usuario son el eje principal de la venta.

El segundo canal será el voz a voz, especialmente importante en zonas rurales, donde la reputación del servicio se mueve rápido entre vecinos, viajeros y visitantes. Un negocio limpio, ordenado, con buena atención y bebidas frías puede posicionarse con rapidez dentro de la comunidad y entre quienes recorren la zona.

Como apoyo, también pueden utilizarse canales sencillos de promoción comunitaria, como mensajes directos, avisos locales o difusión de jornadas especiales para el balneario. Además, el negocio puede aceptar encargos pequeños de hielo o bebidas para clientes frecuentes, lo que fortalece el vínculo con el entorno y genera ingresos complementarios.

Tabla 8. Canales de comercialización

Canal	Descripción	Utilidad
Atención directa en sitio	Venta y consumo presencial	Canal principal

Voz a voz	Recomendación local y entre viajeros	Posicionamiento
Promoción comunitaria	Avisos, mensajes y difusión local	Mayor visibilidad
Encargos pequeños	Pedidos puntuales de hielo o bebidas	Venta complementaria

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

La proyección base entregada es de $600.000 por semana, equivalente a aproximadamente $2.400.000 mensuales. El texto también plantea tres escenarios: conservador, medio y fortalecido, lo cual es útil porque permite evaluar distintos niveles de desempeño del negocio.

El escenario conservador representa la etapa de arranque, cuando el negocio aún está dándose a conocer y el balneario no ha alcanzado toda su capacidad de atracción. El escenario medio resulta más razonable si el lugar logra reconocimiento local, orden operativo y una rotación estable de bebidas e hielo. El escenario fortalecido dependería de una mejor explotación del componente recreativo, mayor afluencia y buen posicionamiento de Villa Mile como punto de referencia del sector.

La participación estimada por línea muestra que el negocio no dependería solo del balneario, sino de una mezcla entre recreación, bebidas, mercado, hielo y conectividad. Esto es positivo porque distribuye el riesgo y permite sostener ingresos incluso cuando alguna línea tenga un desempeño más bajo.

Tabla 9. Proyección de ventas por escenarios

Escenario	Venta semanal	Venta mensual estimada
Conservador	$600.000	$2.400.000
Medio	$1.000.000	$4.000.000
Fortalecido	$1.500.000	$6.000.000

Tabla 10. Participación estimada por línea de ingreso

Línea	Participación estimada
Balneario	30%
Bebidas	30%
Mercado	15%
Hielo	10%

Conectividad y otros	15%

10. COSTOS Y GASTOS

El documento base estima gastos mensuales cercanos a $2.350.000, distribuidos entre compra de bebidas, hielo y mercado; limpieza y mantenimiento del área recreativa; internet satelital; apoyo del ayudante; y seguridad, botiquín e imprevistos. También compara el resultado aproximado según cada escenario de ventas.

Este análisis es importante porque muestra que el negocio sí puede ser viable, pero no en cualquier condición. En el escenario conservador, el margen es muy reducido, lo cual significa que el proyecto necesita organizar bien la operación y lograr que el balneario realmente atraiga visitantes. En los escenarios medio y fortalecido, la situación mejora de forma clara, lo que confirma que la rentabilidad depende en buena parte del aprovechamiento del componente recreativo.

Desde el punto de vista de gestión, la prioridad no debe ser solo vender más, sino controlar pérdidas, evitar daños en equipos, reducir desperdicios, mantener orden en el área recreativa y cuidar la rotación del surtido. En negocios pequeños, una mala administración de gastos puede afectar la sostenibilidad incluso cuando hay ventas aceptables.

Tabla 11. Costos y gastos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado
Compra de bebidas, hielo y mercado	$500.000
Limpieza, mantenimiento y tratamiento básico del área recreativa	$350.000
Internet satelital	$250.000
Apoyo del ayudante	$1.000.000
Seguridad, botiquín e imprevistos	$250.000
Total mensual estimado	$2.350.000

Tabla 12. Resultado aproximado por escenario

Escenario	Venta mensual	Gastos mensuales	Resultado aproximado
Conservador	$2.400.000	$2.350.000	$50.000
Medio	$4.000.000	$2.350.000	$1.650.000

Fortalecido	$6.000.000	$2.350.000	$3.650.000

11. TALENTO HUMANO

La estructura humana propuesta para Villa Mile es básica: dueño y ayudante. Esta decisión es coherente con una etapa inicial, porque permite controlar costos y mantener una administración directa del negocio.

El dueño debe asumir funciones de administración, compras, control de caja, supervisión del balneario, relación con proveedores y toma de decisiones. Más que un simple vendedor, será el eje organizador del negocio. Su capacidad de liderazgo, orden y atención marcará la diferencia en la estabilidad del proyecto.

El ayudante, por su parte, apoyará en atención al cliente, limpieza, mantenimiento básico, organización del surtido y apoyo en la conectividad. En temporadas de mayor afluencia o eventos especiales, puede requerirse apoyo temporal adicional, sobre todo para reforzar aseo, orden y atención al visitante.

Tabla 13. Estructura básica del talento humano

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

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Villa Mile necesita una base física y técnica suficiente para operar con orden, confianza y seguridad. En el texto base se destacan como requerimientos el parque solar, internet satelital, congeladores, computador, mesas, sillas, vitrina, botiquín, elementos de rescate y sistema de mantenimiento del área recreativa.

Estos elementos no son accesorios. Cada uno cumple una función estratégica dentro del negocio. El parque solar sostiene la refrigeración y la conectividad. Los congeladores garantizan la calidad del producto. El mobiliario mejora la atención y la permanencia del visitante. Los elementos de seguridad y primeros auxilios respaldan el componente recreativo. La limpieza y el mantenimiento del área recreativa son esenciales para que el balneario no se convierta en un riesgo ni en un punto de deterioro de la imagen del negocio.

Además, el negocio requiere organización administrativa básica: control de inventario, flujo de caja, programación de compras, revisión de gastos y seguimiento del comportamiento de los clientes. Un negocio rural con oferta mixta necesita tanto equipamiento como disciplina operativa.

Tabla 14. Necesidades y requerimientos del proyecto

Tipo	Requerimiento	Uso principal
Energía	Parque solar	Mantener operación y frío
Conectividad	Internet satelital	Servicio de internet
Refrigeración	Congeladores	Conservación de bebidas e hielo
Tecnología	Computador	Control básico y conectividad
Atención	Mesas, sillas y vitrina	Mejor experiencia del cliente
Seguridad	Botiquín y elementos de rescate	Atención y prevención
Mantenimiento	Filtración, limpieza y surtido	Operación del balneario y tienda

13. VALOR DEL PROYECTO

El presupuesto disponible informado es de $7.000.000, pero el documento estima un valor total del proyecto cercano a $11.100.000, lo que genera una brecha aproximada de $4.100.000. Esto significa que el proyecto sí es viable, pero no en su versión completa desde el primer momento.

La lectura correcta de este punto no es que el negocio sea inviable, sino que debe estructurarse por fases. En una primera etapa conviene priorizar bebidas, hielo, conectividad, un acondicionamiento básico del sitio y un nivel mínimo de seguridad y funcionamiento. En una segunda etapa, una vez el negocio genere flujo o consiga apoyo adicional, podría fortalecerse la dotación del balneario, mejorar la infraestructura y ampliar el surtido.

Este enfoque por etapas es sensato porque reduce el riesgo financiero inicial, permite probar la aceptación del negocio y evita comprometer demasiados recursos antes de consolidar la demanda.

Tabla 15. Valor estimado del proyecto

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$2.500.000
Internet satelital e instalación	$1.500.000
Congeladores	$1.500.000
Computador	$800.000
Mesas, sillas y estanterías	$1.200.000
Elementos de seguridad y primeros auxilios	$600.000

Sistema básico de mantenimiento del agua	$1.200.000
Surtido inicial	$1.200.000
Capital de trabajo	$600.000
Valor total estimado	$11.100.000

Tabla 16. Brecha de financiación del proyecto

Concepto	Valor
Presupuesto disponible	$7.000.000
Valor estimado del proyecto	$11.100.000
Brecha aproximada	$4.100.000

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo de Villa Mile debe organizarse alrededor de una rutina diaria simple y constante. En la apertura se realizará limpieza, orden y revisión general del sitio. Durante la mañana se hará el alistamiento de bebidas, hielo y área recreativa. En la franja de mayor movimiento se concentrará la atención, el control de acceso y la venta. Al final del día se ejecutarán reposición, limpieza, cierre de caja y verificación del estado del lugar.

Además de la rutina diaria, el negocio necesita una rutina semanal de revisión. Allí deben analizarse los productos de mayor salida, el comportamiento del balneario, las fallas del servicio, las oportunidades de mejora y la necesidad de reponer o ajustar insumos. Esta revisión es la que permitirá pasar del funcionamiento improvisado a un manejo realmente administrativo.

La operación debe orientarse a tres objetivos: que el lugar siempre esté presentable, que el surtido esencial no falte y que el visitante perciba seguridad, orden y buena atención. En negocios recreativos rurales, la continuidad en la experiencia del cliente es tan importante como el producto mismo.

Tabla 17. Rutina operativa diaria

Momento	Actividad principal
Apertura	Limpieza, orden y revisión del sitio
Mañana	Alistamiento de bebidas, hielo y área recreativa
Mediodía y tarde	Mayor flujo de visitantes y ventas

Final de tarde	Reposición, limpieza y control de inventario
Cierre	Caja, seguridad y verificación del lugar

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de Villa Mile es positivo en tres dimensiones: social, económica y territorial. En lo social, mejora el acceso a bebidas, hielo, mercado, conectividad y recreación en una zona donde las distancias afectan la vida diaria. En lo económico, puede generar ingresos para la familia propietaria y dinamizar pequeñas compras locales. En lo territorial, fortalece la oferta de servicios en la vereda y puede convertirse en un punto de referencia para el tránsito rural.

El componente recreativo le da además una identidad especial al proyecto. No es solamente una tienda con productos básicos, sino un lugar que puede convertirse en sitio de encuentro, descanso y disfrute. Esto le da mayor alcance que a un negocio de venta tradicional, siempre que se administre con responsabilidad y se cuide la experiencia del visitante.

El alcance inicial será local, pero puede ampliarse progresivamente si logra ser reconocido por la comunidad, por los transportadores y por los visitantes como un lugar organizado, útil y agradable.

16. MAPA DE ACTORES

El negocio se relaciona con actores internos, actores externos e instituciones de referencia. En el nivel interno están el dueño y el ayudante, responsables directos de la operación. En el nivel externo aparecen la comunidad, los transportadores, los turistas y posibles instituciones usuarias o aliadas. En el nivel institucional, el documento base menciona referentes asociados a formalización, turismo, seguridad y control.

Entender este mapa es importante porque Villa Mile no funcionará aislado. Su sostenibilidad dependerá de la relación que mantenga con la comunidad, de la confianza de los visitantes, de la disciplina interna y del cumplimiento básico de las orientaciones institucionales que apliquen al tipo de negocio.

Tabla 18. 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 y recreativo
Instituciones	Externo	Posibles aliadas o usuarias
DIAN	Institucional	Referencia para RUT y facturación
Autoridad turística, municipal y sanitaria	Institucional	Referencia para turismo y seguridad

CONCLUSIÓN FINAL

Villa Mile es un proyecto pertinente y con potencial para la vereda Bordeñero, porque responde a una necesidad real del territorio: acercar productos básicos, bebidas frías, hielo, conectividad y un espacio recreativo a una zona donde la oferta es limitada y las distancias condicionan la vida diaria. Su principal fortaleza está en integrar un componente comercial con un componente turístico y recreativo, lo que le permite diferenciarse de otros negocios de la zona.

El análisis también muestra que el proyecto debe crecer por etapas. Con el presupuesto disponible puede iniciarse una fase básica, pero no la dotación completa ideal. Por ello, la estrategia más acertada es comenzar con una operación funcional y segura, fortalecer primero bebidas, hielo, conectividad y adecuación inicial del sitio, y luego ampliar progresivamente el balneario, la dotación y la promoción. Si ese proceso se maneja con orden, Villa Mile puede convertirse en un punto útil, agradable 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.

Milena Ramírez Reuto
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	Milena Ramirez Reuto
TIENDA	Villa Mile
FECHA	1/12/2025



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

Fecha: 5-2-2026

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: Milera R

Nombres: Milera Ramirez Reyes

CC: 30939334

OBSERVACIONES:

Agustina Cortes Colina

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	Agustina Cortes Colina
TIENDA	Tienda La Virtud
FECHA	6/12/2025



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

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

Yo, Agustina Cortez Colina identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 30.239.225 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: Agustina cortez C.
Nombres: Agustina Cortez Colina
CC: 30.239.225

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, Agustina Cortez Colina identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 30.239.225., 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 Rosalia a los 6 días del mes de diciembre del año 2025.

RECIBE:

Firma: Agostina cortez C.

Nombres: Agustina Cortez Colina

CC: 30.239.225

OBSERVACIONES:

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

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

INFORMACIÓN GENERAL DE LA VISITA

Fecha de visita:	DIA 6	MES 12	AÑO 2025.		
Beneficiario	Agustina Cortez Colina				
Cédula	30 239 225	Sexo: ☐Mujer ☑Hombre			
Departamento:	Vichada	Municipio:	Santa Rosalia		
Vereda / Inspección:	La ladera				
Dirección:	La ladera	Teléfono de Contacto:	3143188354		

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

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE VERIFICACIÓN

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

COMPROMISOS DE LA VISITA

Acciones acordadas en la visita	Plan publicitario
Compromisos del beneficiario:	Plan financiamento
Observaciones:	Plan de acción

Firma:
Agustina cortéz C.
Beneficiario: Agustina cortez. C.
Cédula: 30939.225

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

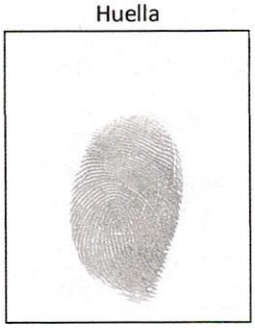
Yo, Agustina Cortez Colina, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 30.239.225 residente del municipio de Santa Rosalia, en calidad de beneficiario(a) del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, declaro bajo la gravedad del juramento que:

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 6- días del mes de diciembre del año 2025.

RECIBE:

Huella



Firma: Agustina cortez c

Nombres: Agustina Cortez Colina

CC: 30.239.225

OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

TIENDA LA VIRTUD

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: Agustina Cortes Colina

EMPRENDEDORA

Ubicación: Finca La Virtud, vereda La Ladera, municipio de Santa Rosalía, departamento de Vichada, Colombia.

FEBRERO DE 2026

GOBERNACIÓN DE VICHADA SGR ASOSUPRO fundacion servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

Tienda La Virtud nace como respuesta a una necesidad concreta del sector rural donde se ubicará: el acceso limitado y distante a productos de consumo diario, bebidas frías, productos refrigerados, víveres, lácteos y servicios básicos de conectividad. De acuerdo con la información entregada, los comercios más cercanos se encuentran aproximadamente a 20 kilómetros, lo que significa que los habitantes, transportadores, turistas y vecinos deben invertir más tiempo, dinero y esfuerzo para adquirir bienes básicos.

Esta situación genera varias dificultades. En primer lugar, encarece la compra de artículos de primera necesidad, porque no siempre resulta rentable desplazarse largas distancias por productos de uso inmediato. En segundo lugar, limita la posibilidad de conseguir alimentos frescos o refrigerados en el momento oportuno. En tercer lugar, deja a la comunidad sin un punto cercano que ayude a resolver situaciones pequeñas pero frecuentes, como una bebida fría para un viajero, una compra urgente de mercado, una consulta por internet, una recarga o una atención rápida en medio del trayecto.

Por ello, el negocio no solo busca vender productos; también busca convertirse en un punto de apoyo para la zona. En territorios rurales, una tienda bien surtida y bien ubicada cumple una función económica y social al mismo tiempo. Puede facilitar la vida diaria de la comunidad, apoyar la movilidad de los transeúntes y ofrecer una solución práctica en un lugar donde los servicios no siempre están cerca.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los principales clientes de Tienda La Virtud serán tres grupos: la comunidad de la vereda, los transportadores y los turistas o personas de paso. Cada uno de ellos tiene necesidades diferentes, por lo que el negocio debe prepararse para atender consumos rápidos y compras de abastecimiento.

La comunidad de la vereda será el cliente más estable. Este grupo demandará mercado básico, víveres, lácteos, bebidas, chocolate artesanal y algunos productos de uso frecuente para el hogar. Son clientes que valoran la cercanía, la confianza, la atención amable y la disponibilidad permanente de productos esenciales.

Los transportadores representarán un cliente de paso, pero de alto valor para la tienda. Usualmente buscan bebidas frías, alimentos rápidos, productos para continuar el viaje y, en algunos casos, conectividad para llamadas, consultas o mensajes. Para ellos, el tiempo de atención y la facilidad de compra son claves.

Los turistas y visitantes conforman un segmento ocasional, pero importante. Este tipo de cliente suele valorar la experiencia, la atención, los productos del territorio y la posibilidad de encontrar algo diferente, como el chocolate artesanal o productos lácteos de buena calidad. En este segmento, la presentación del negocio y la ubicación estratégica juegan un papel importante. También puede identificarse un cuarto grupo secundario: vecinos de fincas cercanas, trabajadores de paso y personas que requieren conexión a internet en momentos puntuales.

Tabla 1. Tipos de clientes

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia esperada
Comunidad de la vereda	Mercado, víveres, lácteos, bebidas y productos de uso diario	Alta
Transportadores	Bebidas frías, alimentos rápidos y conectividad	Media-alta
Turistas y visitantes	Atención, productos del territorio y solución inmediata	Media
Vecinos de fincas cercanas y trabajadores de paso	Compras urgentes y acceso puntual a internet	Media

3. COMPETENCIA

La competencia directa identificada está compuesta por otros comercios cercanos ubicados aproximadamente a 20 kilómetros, entre ellos Sara Solano, enfocada en lácteos, y Ofelia Tacha, orientada a bebidas y mercado. Esto indica que sí existe oferta en la zona, pero no necesariamente inmediata ni concentrada en un mismo punto.

La principal ventaja competitiva de Tienda La Virtud no será vender algo completamente exclusivo, sino reunir en un mismo lugar varios productos y servicios útiles: bebidas alcohólicas y no alcohólicas, mercado, víveres, chocolate artesanal, lácteos y conectividad. Esa combinación vuelve más práctico el negocio, porque el cliente puede resolver varias necesidades en una sola visita.

Además, mientras otros negocios pueden enfocarse en una línea específica, Tienda La Virtud puede destacarse por tres factores: cercanía, atención directa y solución inmediata. En zonas rurales, muchas veces el cliente no busca solo precio; busca disponibilidad, confianza y rapidez. Por eso, una buena atención y un surtido inteligente pueden marcar diferencia frente a competidores que estén más alejados o menos diversificados.

Tabla 2. Competencia identificada

Competidor	Oferta principal	Fortalezas observables	Oportunidad para Tienda La Virtud
Sara Solano	Lácteos	Especialización en productos lácteos	Integrar lácteos con otros productos y servicios
Ofelia Tacha	Bebidas y mercado	Oferta básica de consumo frecuente	Diferenciarse por variedad, cercanía y conectividad
Tienda La Virtud	Bebidas, mercado, víveres, chocolate artesanal, lácteos y conectividad	Oferta integral y solución inmediata	Posicionarse como punto de apoyo rural

4. IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en poner en funcionamiento una tienda rural ubicada estratégicamente en la Finca La Virtud, en la vereda La Ladera, Santa Rosalía, Vichada, destinada a la comercialización de productos de consumo frecuente y a la prestación de servicios básicos de conectividad. El negocio busca ser un punto cercano y confiable para la comunidad y para las personas que transitan por el sector.

Se trata de una propuesta sencilla, pero con alta utilidad local. No parte de una gran infraestructura ni de una operación compleja, sino de una lógica práctica: si en el sector hay distancia frente a otros comercios y necesidad de productos refrigerados, víveres y conexión, entonces una tienda bien ubicada puede tener aceptación y sostenibilidad.

La idea también tiene valor porque combina dos elementos que en zonas apartadas son muy importantes: abastecimiento y comunicación. El acceso a internet satelital, sumado a un parque solar, ayuda a que el negocio tenga mejores condiciones de funcionamiento y continuidad, especialmente en contextos donde la conectividad y la energía pueden ser limitadas.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

Tienda La Virtud ofrecerá bebidas alcohólicas, bebidas no alcohólicas, mercado, víveres, chocolate artesanal, productos lácteos y servicios de conectividad. Esta combinación permite atender necesidades diarias, compras urgentes y consumos de paso.

Los productos de mercado y víveres serán la base del negocio, pues aseguran demanda constante. Las bebidas no alcohólicas tendrán alta rotación, especialmente si se garantiza refrigeración. Los lácteos también serán relevantes, dado que responden a una necesidad cotidiana. El chocolate artesanal puede convertirse en un producto distintivo del negocio, aportando identidad y un valor agregado frente a otras tiendas cercanas.

En cuanto a los servicios de conectividad, estos amplían la función del establecimiento. No solo generan un ingreso adicional, sino que atraen clientela y posicionan la tienda como un lugar útil para resolver necesidades del día a día. Se asume, para efectos de este plan, que el valor promedio de $70.000 corresponde al ticket promedio de compra y no al precio unitario de cada producto.

Tabla 3. Productos y servicios

Línea	Descripción	Aporte al negocio
Bebidas alcohólicas	Cervezas y otras bebidas permitidas por la normatividad	Complemento de alta demanda
Bebidas no alcohólicas	Gaseosas, agua, jugos y otras bebidas frías	Alta rotación
Mercado y víveres	Productos básicos para el hogar y consumo diario	Base del negocio
Lácteos	Productos refrigerados de uso frecuente	Compra cotidiana

Chocolate artesanal	Producto distintivo del territorio	Valor agregado y diferenciación
Conectividad	Servicio de internet para consultas y comunicación	Servicio complementario y atractivo

6. PROCESOS TÉCNICOS

El funcionamiento básico será de atención directa en sitio. El proceso inicia con la compra y transporte del surtido, continúa con la organización del inventario y finaliza con la venta al cliente. Aunque es un negocio pequeño, conviene manejarlo con orden para evitar pérdidas y mejorar la rentabilidad.

Primero, debe realizarse la selección de proveedores y el abastecimiento inicial. Luego, los productos deben clasificarse por tipo: perecederos, refrigerados, bebidas, mercado seco y artículos de consumo inmediato. Posteriormente, se organizan en estanterías, vitrinas o congeladores, según corresponda. Los productos de mayor salida deben estar más visibles y accesibles.

El negocio también debe tener control mínimo de inventario: entradas, salidas, productos de mayor rotación, fechas de vencimiento y reposición semanal. En los lácteos, bebidas frías y otros productos sensibles, el manejo de la cadena de frío será fundamental. El parque solar y el internet satelital serán recursos clave para sostener la operación técnica del establecimiento, especialmente por el tipo de territorio donde estará ubicado.

Tabla 4. Procesos técnicos del negocio

Proceso	Actividad principal	Objetivo
Abastecimiento	Compra y transporte del surtido	Garantizar disponibilidad
Clasificación y organización	Separación por tipo de producto y ubicación en equipos adecuados	Facilitar control y conservación
Venta directa	Atención al cliente y entrega del producto	Responder de forma rápida y confiable
Control de inventario	Registro de entradas, salidas y rotación	Evitar pérdidas y mejorar reposición
Conservación y cadena de frío	Manejo de lácteos, bebidas y refrigerados	Mantener calidad del producto

7. REQUISITOS LEGALES

Para operar de manera organizada y formal, Tienda La Virtud debe avanzar en un proceso básico de formalización. En Colombia, la matrícula mercantil del comerciante o del establecimiento se tramita ante la Cámara de Comercio del lugar donde funcionará la actividad, y la inscripción en el RUT se realiza ante la DIAN. En el archivo base también se indica que, para facturar electrónicamente, se requiere estar inscrito en el RUT, contar con software de facturación electrónica y tener certificado de firma digital.

En este caso, además debe tenerse en cuenta que el negocio venderá alimentos, lácteos y bebidas, por lo cual es conveniente revisar condiciones sanitarias, manejo adecuado de productos y permisos

locales que puedan aplicar según la actividad. Si se comercializan bebidas alcohólicas, también se deberá verificar con la autoridad municipal las condiciones específicas que correspondan a su venta.

Como parte del fortalecimiento del emprendimiento, se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica. Este acompañamiento es importante porque permite que el negocio no solo empiece a vender, sino que lo haga con mayor orden, legalidad y proyección de crecimiento.

Tabla 5. Requisitos legales básicos

Requisito	Finalidad	Observación
Matrícula mercantil	Formalizar la actividad comercial	Debe tramitarse ante la Cámara de Comercio
RUT	Identificación tributaria	Debe gestionarse ante la DIAN
Facturación electrónica	Cumplimiento tributario, si aplica	Requiere RUT, software y firma digital
Condiciones sanitarias	Garantizar manejo adecuado de alimentos y bebidas	Especial atención a lácteos y refrigerados
Revisión de permisos locales	Cumplir normas municipales	Importante para venta de bebidas alcohólicas

8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El canal principal será la venta directa en sitio, que es coherente con la naturaleza del negocio y con la información suministrada. El cliente llegará al establecimiento, seleccionará sus productos y recibirá atención inmediata.

Sin embargo, la comercialización puede fortalecerse con acciones sencillas. Por ejemplo, se puede dar a conocer la tienda entre vecinos, fincas cercanas y transportadores frecuentes. También es posible usar WhatsApp, cuando la conectividad lo permita, para avisar sobre disponibilidad de productos, pedidos pequeños o surtido nuevo.

En el caso del chocolate artesanal y algunos lácteos, puede trabajarse una venta más personalizada, resaltando que se trata de productos de calidad y del territorio. En otras palabras, el canal principal será presencial, pero el apoyo de la comunicación digital y el voz a voz será clave para consolidar clientela.

Tabla 6. Canales de comercialización

Canal	Descripción	Utilidad
Venta directa en sitio	Atención presencial al cliente	Canal principal de ingresos
Voz a voz	Recomendación entre vecinos y clientes frecuentes	Fidelización y posicionamiento local
WhatsApp o mensajería	Avisos sobre surtido, pedidos y disponibilidad	Apoyo comercial complementario

Venta personalizada de productos distintivos	Promoción de chocolate artesanal y lácteos	Diferenciación comercial

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

Tomando como base la estimación entregada de $400.000 semanales, se proyecta una venta mensual promedio inicial de $1.600.000 y una venta anual base de $19.200.000. Sobre esa cifra se propone un crecimiento gradual durante el primer año, considerando que el negocio puede ir ganando reconocimiento en la zona.

Tabla 7. Proyección estimada de ventas del año 1

Periodo	Venta mensual estimada
Meses 1 a 3	$1.600.000
Meses 4 a 6	$1.700.000
Meses 7 a 9	$1.800.000
Meses 10 a 12	$1.900.000

Venta anual proyectada: $21.000.000. Esta proyección es prudente, parte de una base modesta y supone que el negocio mejora su visibilidad, ajusta surtido y consolida clientes frecuentes.

10. COSTOS Y GASTOS

Los costos principales del negocio están asociados a la puesta en marcha del punto de venta: parque solar, internet satelital, congeladores, computador, estanterías, mesas, sillas, vitrinas, surtido y empaques. A esto deben sumarse algunos gastos de operación, como reposición de inventario, transporte, mantenimiento y conectividad.

Tabla 8. Estimación mensual de costos operativos

Concepto	Valor estimado mensual
Reposición de surtido	$850.000
Bebidas y productos refrigerados	$250.000
Internet satelital	$150.000
Transporte y abastecimiento	$120.000
Empaques y materiales menores	$50.000
Mantenimiento y contingencias	$80.000
Total estimado	$1.500.000

Con una venta mensual inicial de $1.600.000, el margen de utilidad será reducido en la etapa inicial, lo cual es normal en un negocio pequeño que apenas comienza. La clave será mejorar la rotación de inventario, controlar pérdidas, evitar vencimientos y fortalecer los productos de mayor ganancia, como bebidas, chocolate artesanal y servicios de conectividad.

11. TALENTO HUMANO

El negocio requerirá inicialmente dos personas: el dueño y un ayudante. En la etapa de arranque, se recomienda que el propietario asuma el liderazgo de la operación, la compra de surtido, el manejo del dinero y la relación con los clientes. El ayudante puede apoyar en atención, orden, limpieza, organización de productos y control básico del inventario.

Al tratarse de un negocio pequeño, no es necesario empezar con una estructura amplia. De hecho, es mejor mantener una operación liviana y familiar mientras el negocio se estabiliza. Lo importante es que ambas personas tengan claridad sobre sus funciones, horarios, manejo del producto y trato al cliente. A futuro, si las ventas aumentan, podría evaluarse una ampliación del personal o una mayor distribución de funciones.

Tabla 9. Estructura básica del talento humano

Cargo	Funciones principales	Participación
Dueño	Liderazgo, compras, manejo del dinero y relación con clientes	Permanente
Ayudante	Atención, orden, limpieza y apoyo en inventario	Permanente

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Para que Tienda La Virtud funcione bien, necesita infraestructura básica, equipos mínimos, surtido inicial y organización. Se asume que el negocio operará en un espacio ya disponible dentro de la finca, por lo que no se incluye compra de terreno ni construcción total del local.

Los requerimientos prioritarios son: una fuente confiable de energía, por eso se plantea el parque solar; internet satelital para el servicio de conectividad; al menos un congelador para bebidas y productos fríos; estanterías y vitrinas para organizar el surtido; un computador o equipo básico para control y apoyo administrativo; mobiliario sencillo para atención y empaque; y capital para compra inicial de inventario. También será necesario contar con proveedores que permitan surtir el negocio de manera regular.

Tabla 10. Necesidades y requerimientos prioritarios

Requerimiento	Descripción	Prioridad
Parque solar	Fuente de energía para continuidad operativa	Alta
Internet satelital	Servicio de conectividad para clientes y apoyo administrativo	Alta
Congelador	Conservación de bebidas y productos fríos	Alta
Estanterías y vitrinas	Organización y exhibición del surtido	Alta
Equipo básico de control	Computador u otro apoyo administrativo	Media
Capital de inventario	Compra inicial de productos	Alta
Proveedores regulares	Reposición semanal o quincenal	Alta

13. VALOR DEL PROYECTO

Aunque se cuenta con un presupuesto inicial disponible de $5.000.000, este plan estima que el valor ideal de arranque del proyecto puede estar alrededor de $7.500.000 a $8.500.000, dependiendo de si algunos muebles, espacio físico o equipos ya existen.

Tabla 11. Valor estimado de inversión inicial

Concepto	Valor estimado
Congelador y equipos básicos	$1.500.000
Estanterías, vitrinas, mesas y sillas	$900.000
Computador o equipo básico	$1.000.000
Internet satelital e instalación inicial	$700.000
Parque solar básico	$1.500.000
Surtido inicial	$2.200.000
Empaques y elementos menores	$200.000
Total estimado	$8.000.000

Esto no significa que el proyecto no pueda arrancar con $5.000.000. Sí puede hacerlo, pero por fases. En una primera etapa se puede priorizar surtido, un congelador, estantería básica e internet; luego, fortalecer parque solar, computador y variedad de productos.

14. PLAN OPERATIVO

El plan operativo propuesto para Tienda La Virtud es sencillo y funcional. Durante la primera etapa, el negocio debe enfocarse en abrir con surtido básico, atención directa y orden en la operación. La meta no es empezar grande, sino empezar bien.

En el corto plazo, se debe adecuar el espacio, instalar los equipos principales, organizar el surtido y definir horarios de atención. Luego, se debe establecer una rutina semanal de abastecimiento, revisión de inventario y control de productos de mayor rotación. Es importante registrar, así sea en un cuaderno o formato simple, qué se vende más, qué se vende menos y qué productos dejan mejor ganancia.

En el mediano plazo, el negocio puede fortalecer tres frentes: ampliar productos de alta demanda, mejorar la exhibición del chocolate artesanal y consolidar el servicio de conectividad. Si la tienda logra fidelizar a vecinos y transportadores, podrá sostener mejor sus ingresos y crecer de manera gradual.

Tabla 12. Plan operativo por etapas

Etapa	Actividad principal	Propósito
Inicio	Adecuar espacio, instalar equipos y organizar surtido	Apertura ordenada del negocio
Operación semanal	Abastecimiento, revisión de inventario y control de rotación	Mantener continuidad del servicio
Seguimiento	Registrar ventas y productos más rentables	Mejorar decisiones de compra

Fortalecimiento	Ampliar surtido y consolidar conectividad	Crecimiento gradual

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado del negocio es positivo para la comunidad y para el territorio. Su principal aporte será acercar bienes y servicios a un sector donde el acceso no siempre es inmediato. Esto reduce desplazamientos, ahorra tiempo y ofrece una solución más rápida para necesidades cotidianas.

En lo social, la tienda puede convertirse en un punto útil para vecinos, trabajadores, transportadores y visitantes. En lo económico, dinamiza pequeñas compras locales y genera un ingreso para la familia propietaria. En lo territorial, aporta a la presencia de servicios en una zona rural donde cada punto de atención tiene valor. El alcance inicial será local, con influencia sobre la vereda y el corredor de personas que circulan por el sector.

16. MAPA DE ACTORES

Tabla 13. Actores relacionados con el negocio

Actor	Relación con el negocio	Interés principal
Comunidad de la vereda	Cliente directo y beneficiaria	Acceso cercano a productos y servicios
Transportadores	Cliente frecuente de paso	Compra rápida, bebidas y conectividad
Turistas y visitantes	Cliente ocasional	Atención, productos del lugar y solución inmediata
Instituciones locales	Actor de apoyo o articulación	Formalización, orientación y orden comercial
Proveedores	Suministro de mercancía	Venta constante y relación comercial
Dueño del negocio	Responsable principal	Sostenibilidad y rentabilidad
Ayudante	Apoyo operativo	Atención y funcionamiento diario

Este mapa muestra que el negocio no depende de un solo tipo de cliente. Su fortaleza está en atender distintos actores con necesidades similares: abastecimiento, atención y cercanía.

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Tienda La Virtud es una propuesta de negocio viable a pequeña escala, con sentido práctico y valor social para su entorno. Su fortaleza principal está en la ubicación, la diversidad básica de productos, la atención directa y la incorporación de servicios de conectividad. Aun cuando el presupuesto disponible es limitado, el proyecto puede iniciar de manera gradual si se priorizan los elementos esenciales y se maneja bien el inventario.

No se trata de una tienda grande ni de una inversión compleja, sino de un negocio útil, cercano y con posibilidades reales de sostenerse si trabaja con orden, buen servicio y reposición adecuada. En una zona rural como la vereda La Ladera, en Santa Rosalía, un punto de venta como este puede

convertirse en una solución importante para la comunidad, los transeúntes y el movimiento económico del sector.

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

Agustina Cortez C

Agustina Cortes Colina
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	Agustina Cortes Colina
TIENDA	Tienda La Virtud
FECHA	6/12/2025



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

Fecha: 9-12-2025

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

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

ENTREGA:

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

RECIBE:

Huella



Firma: Agustina cortez C.
Nombres: Agustina cortéz C.
CC: 30.439225

OBSERVACIONES:

Yesid Gualdron Jaspe

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	Yesid Gualdron Jaspe
TIENDA	Estadero Los Laureles
FECHA	2/12/2025



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

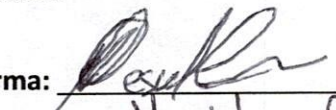
En el desarrollo del **Convenio de Asociación No. 005 de 2025**, suscrito entre la **FUNDACIÓN DE SERVICIOS INTEGRALES Y SOCIALES DE COLOMBIA** y **ASOSUPRO**, y como parte del proceso de fortalecimiento de capacidades logísticas y de emprendimiento de pequeños tenderos rurales, se firma la presente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

Yo, Yesid Gualdron Jaspe identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.127.140.410 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: Yesid Gualdron Jaspe

CC: 1.127.140.410

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, Yesid Gualdron Jaspe identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.127.140.410, 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 Rosalía a los 2 días del mes de diciembre del año 2025.

RECIBE:

Firma: _____

Nombres: Yesid Gualdron Jaspe

CC: 1.127.140.410

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 2	MES 12	AÑO 2025		
Beneficiario	Yesid Gualdron Jaspe				
Cédula	1.127.140.410	Sexo: ☐Mujer ☑Hombre			
Departamento:	Vichada	Municipio:	Santa Rosalia		
Vereda / Inspección:	Borderero				
Dirección:	Entrada	Teléfono de Contacto:	3224769180		

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

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA DE VERIFICACIÓN

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

COMPROMISOS DE LA VISITA

Acciones acordadas en la visita	Estructura Costos
Compromisos del beneficiario:	Plan de financiamiento
Observaciones:	Plan de accion.

Firma:

Beneficiario: Yesid Gualdron Jaspe
Cédula: 1127140410

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, Yesid Gualdron Jaspe, identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 1.127.140.410 residente del municipio de Santa Rosalia, 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 Rosalia a los 2 días del mes de diciembre del año 2025.

RECIBE:

Firma: _____

Nombres: Yesid Gualdron Jaspe

CC: 1.127.140.410.

Huella



OBSERVACIONES:

PLAN DE NEGOCIOS

ESTADERO LOS LAURELES

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: Yesid Gualdron Jaspe

EMPRENDEDOR

Ubicación: Vereda El Bordeñero, municipio de Santa Rosalía, departamento del Vichada, Colombia.

FEBRERO DE 2026

GOBERNACIÓN DE VICHADA SGR ASOSUPRO fundacion servicios integrales y sociales

1. PROBLEMA O NECESIDAD

Estadero Los Laureles surge para responder a una necesidad concreta de la vereda El Bordeñero: contar con un punto cercano donde la comunidad y las personas que transitan por el sector puedan acceder a bebidas frías, licor, cerveza, paquetería y conectividad, sin tener que desplazarse largas distancias. En zonas rurales apartadas, resolver una compra pequeña puede implicar tiempo, gasto de transporte y dificultad de acceso, especialmente cuando se trata de productos de consumo inmediato. La necesidad no es solo comercial, sino también práctica y cotidiana, ya que la comunidad requiere un lugar confiable donde pueda comprar productos de paso, mientras transportadores y turistas necesitan una parada rápida para refrescarse, abastecerse y conectarse.

2. TIPOS DE CLIENTES

Los clientes principales del negocio serían la comunidad de la vereda, los transportadores y los turistas. La comunidad local sería el grupo más estable, porque puede comprar bebidas, cerveza, licor, paquetería y usar la conectividad con frecuencia. Los transportadores representarían un cliente importante por la necesidad de bebidas frías, compras rápidas y un punto de parada funcional. Los turistas o viajeros serían un segmento complementario, especialmente para bebidas y conectividad. Esta mezcla favorece al negocio porque combina una demanda local constante con una clientela de paso que puede aumentar el movimiento semanal.

Tabla 1. Clasificación de clientes

Tipo de cliente	Necesidad principal	Frecuencia esperada
Comunidad de la vereda	Bebidas, paquetería y conectividad	Alta
Transportadores	Bebidas frías, cerveza, compras rápidas e internet	Media-alta
Turistas o viajeros	Bebidas, licor y conectividad	Media

3. COMPETENCIA

Según la información entregada, los competidores más cercanos están aproximadamente a 20 kilómetros. Se identifican Meli Valcázar, con licores e hielo, y María Alejandra Perea, con bebidas y almuerzos. Esto muestra que sí existe oferta parcial en el entorno, pero no necesariamente un establecimiento que reúna en un mismo lugar bebidas alcohólicas, bebidas no alcohólicas, paquetería, licor, cerveza y conectividad. La principal diferencia de Estadero Los Laureles estaría en la ubicación estratégica y en la calidad del servicio. En una zona rural, un negocio que ofrezca atención rápida, buena presentación y varios productos de alta rotación puede ganar reconocimiento con facilidad.

Tabla 2. Análisis de competencia

Competidor	Oferta principal	Diferencia frente a Estadero Los Laureles
Meli Valcázar	Licores e hielo	Menor enfoque en conectividad y surtido de paso
María Alejandra Perea	Bebidas y almuerzos	Menor orientación a estadero con licor y cerveza
Estadero Los Laureles	Licor, cerveza, bebidas, paquetería e internet	Oferta más enfocada al consumo rápido y de paso

4. IDEA DE NEGOCIO

Estadero Los Laureles es un emprendimiento rural orientado a la venta de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, licor, cerveza y paquetería, complementado con servicios de conectividad. Su propósito es atender a la comunidad de El Bordeñero y a quienes transitan por el sector, ofreciendo un espacio sencillo, cercano y útil para resolver necesidades básicas de consumo y comunicación. La idea del negocio se ajusta bien al territorio porque responde a una necesidad frecuente: en zonas rurales, las personas valoran mucho los sitios donde pueden comprar algo rápido, descansar un momento y seguir su recorrido. Si el negocio mantiene buena atención, productos fríos y conectividad, puede consolidarse como un punto de referencia local.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

El negocio ofrecerá como líneas principales bebidas alcohólicas, bebidas no alcohólicas, paquetería, licor, cerveza y servicios de conectividad. Como supuesto razonable, la línea de paquetería incluiría snacks, galletas, dulces y productos empacados de alta rotación, útiles para la comunidad y para las personas de paso.

Tabla 3. Portafolio principal de productos y servicios

Línea	Productos o servicios
Bebidas alcohólicas	Cerveza y otras bebidas permitidas
Bebidas no alcohólicas	Agua, gaseosas, jugos e hidratantes
Licores	Botellas y presentaciones de alta rotación
Paquetería	Snacks, galletas, dulces y productos empacados
Conectividad	Servicio de internet

6. PROCESOS TÉCNICOS

El primer proceso técnico es el abastecimiento, que incluye la compra de bebidas, licor, cerveza, snacks, empaques y demás productos del surtido. Aquí será importante trabajar con proveedores confiables y con un control básico de inventario para no quedarse sin productos de alta salida. El

segundo proceso es la conservación y exhibición. Los congeladores y el parque solar serán fundamentales para mantener las bebidas frías. El exhibidor de licor, las estanterías, mesas y sillas permitirán organizar mejor el punto de venta y dar una presentación más ordenada al establecimiento. 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 del surtido.

Tabla 4. Resumen de procesos técnicos

Proceso	Descripción
Abastecimiento	Compra de bebidas, licor, cerveza, snacks y empaques
Conservación y exhibición	Uso de congeladores, exhibidor y estanterías
Atención al cliente	Venta directa en sitio
Conectividad	Prestación del servicio de internet
Control operativo	Caja, limpieza, reposición y revisión del surtido

Como el negocio venderá bebidas y productos empacados para consumo humano, deben mantenerse condiciones adecuadas de almacenamiento, expendio y comercialización.

7. REQUISITOS LEGALES

En materia tributaria, se señala que para usar facturación electrónica se requiere estar inscrito en el RUT, contar con software de facturación electrónica y tener certificado de firma digital. También se deja constancia de que se realizó una asistencia técnica por parte del proyecto con el fin de brindar conocimiento respecto a formalización empresarial, registro único tributario y facturación electrónica. Además, para la apertura del establecimiento deben tenerse en cuenta requisitos generales como cumplimiento de normas de uso del suelo, matrícula mercantil y comunicación de apertura a la autoridad de policía correspondiente. En materia sanitaria, al vender bebidas y paquetería, el negocio debe mantener condiciones adecuadas de limpieza, exhibición y almacenamiento.

Tabla 5. Requisitos legales orientadores

Requisito o acción	Finalidad
RUT	Identificación tributaria del negocio
Facturación electrónica, si aplica	Cumplimiento tributario
Matrícula mercantil	Formalización comercial
Verificación de uso del suelo	Viabilidad del establecimiento
Comunicación de apertura a Policía	Cumplimiento para establecimiento comercial
Buenas prácticas sanitarias	Manejo adecuado de bebidas y paquetería
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 una bebida, adquirir paquetería o usar el servicio de internet. El segundo canal será el voz a voz, muy importante en sectores rurales. Un estadero con buena atención, productos fríos y servicio constante gana reputación rápidamente. El tercer canal puede ser el encargo previo, especialmente para pedidos de bebidas o productos de clientes frecuentes del sector.

Tabla 6. Canales de comercialización

Canal	Descripción	Utilidad principal
Venta directa en sitio	Atención presencial al cliente	Resolver compras inmediatas
Voz a voz	Recomendación entre vecinos y usuarios	Posicionar el negocio localmente
Encargo previo	Pedidos anticipados de bebidas o surtido	Asegurar ventas con clientes frecuentes

9. PROYECCIÓN DE VENTAS

La proyección base entregada es de $350.000 por semana, es decir, aproximadamente $1.400.000 mensuales. El precio promedio de $50.000 parece corresponder más a consumos combinados o grupales que a una compra individual mínima. Por eso, conviene proyectar tres escenarios: conservador, medio y fortalecido. El escenario conservador corresponde al arranque del negocio. El escenario medio sería más realista si se logra buena salida en cerveza, licor, bebidas y paquetería. El escenario fortalecido dependería de una clientela más estable, buena atención y mejor aprovechamiento del tránsito por la zona.

Tabla 7. Escenarios 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

Tabla 8. Participación estimada por línea de ingreso

Línea	Participación estimada
Bebidas y cerveza	35 %
Licor	25 %
Paquetería	20 %

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 licor, surtido y empaques. Además, es importante estimar los gastos mensuales de operación. El análisis muestra que el negocio necesita salir del escenario mínimo para sostenerse con más tranquilidad, y que la buena rotación de bebidas frías y cerveza será clave para lograrlo.

Tabla 9. Gastos mensuales estimados

Concepto	Valor estimado
Compra de bebidas, cerveza y licor	$500.000
Reposición de paquetería y surtido general	$300.000
Internet satelital	$250.000
Apoyo del ayudante	$1.000.000
Empaques, aseo e imprevistos	$200.000
Total mensual estimado	**$2.250.000**

Tabla 10. Resultado aproximado por escenario

Escenario	Venta mensual	Gastos mensuales	Resultado aproximado
Conservador	$1.400.000	$2.250.000	-$850.000
Medio	$2.800.000	$2.250.000	$550.000
Fortalecido	$4.200.000	$2.250.000	$1.950.000

11. TALENTO HUMANO

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

Tabla 11. Estructura básica 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

Estadero Los Laureles 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 acceso a internet. El exhibidor de licor, las estanterías, mesas y sillas ayudan a organizar el punto de venta y dar una mejor presentación al negocio.

Tabla 12. Necesidades y requerimientos del proyecto

Tipo	Requerimiento	Uso principal
Energía	Parque solar	Mantener frío y operación
Conectividad	Internet satelital	Servicio de internet
Refrigeración	Congeladores	Conservación de bebidas
Tecnología	Computador	Control básico y conectividad
Exhibición	Exhibidor de licor, estanterías, mesas y sillas	Organización del surtido
Operación	Surtido inicial y empaques	Arranque del negocio

13. VALOR DEL PROYECTO

El presupuesto disponible informado es de $7.000.000, pero al revisar el tipo de negocio y los equipos necesarios, esa cifra parece suficiente solo para una primera fase básica. El valor estimado total del proyecto asciende a $9.600.000, por lo que existe una brecha aproximada de $2.600.000. La recomendación es iniciar por fases, comenzando por bebidas, cerveza, licor, paquetería y conectividad, y luego fortalecer la exhibición y el surtido.

Tabla 13. Valor estimado del proyecto

Concepto	Valor estimado
Parque solar básico	$2.500.000
Internet satelital e instalación	$1.500.000
Congeladores	$1.500.000
Computador	$800.000
Exhibidor, estanterías, mesas y sillas	$1.200.000
Surtido inicial	$1.500.000
Capital de trabajo y empaques	$600.000
Valor total estimado	**$9.600.000**

Tabla 14. Brecha financiera inicial

Concepto	Valor
Presupuesto disponible	$7.000.000

Valor estimado del proyecto	$9.600.000
Brecha aproximada	**$2.600.000**

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 punto de venta. 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. 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.

Tabla 15. Plan operativo básico

Momento	Actividad principal
Apertura	Limpieza, orden y revisión de equipos
Mañana	Alistamiento de bebidas, licor y paquetería
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

15. IMPACTO Y ALCANCE

El impacto esperado de Estadero Los Laureles es positivo porque acercaría bienes y servicios de difícil acceso a la comunidad. En lo social, mejora el acceso a bebidas, licor, paquetería y conectividad. En lo territorial, fortalece la oferta comercial de la vereda El Bordeñero y su entorno. En lo económico, puede generar ingresos y dinamizar un pequeño punto de abastecimiento y parada para la comunidad y los transeúntes. En una zona rural de 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. Su alcance sería principalmente local y de tránsito, con posibilidad de crecer si mejora su reputación y su nivel de servicio.

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, la autoridad municipal y la Policía como referencias institucionales importantes para formalización, operación y cumplimiento de requisitos generales del establecimiento.

Tabla 16. Mapa de actores

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
Alcaldía / Policía / autoridad sanitaria	Institucional	Referencia para operación general

CONCLUSIÓN FINAL DEL PROYECTO

Estadero Los Laureles es una idea de negocio pertinente para la vereda El Bordeñero, en Santa Rosalía, porque responde a una necesidad real del territorio: acercar bebidas, cerveza, licor, paquetería 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 la combinación de productos de alta rotación con un servicio de internet que agrega utilidad y valor al punto de venta. El análisis también muestra que el proyecto no debe comenzar con una expectativa equivocada sobre su costo real. Con el presupuesto disponible se puede iniciar una fase básica, pero no la dotación completa ideal. La mejor estrategia es crecer por etapas, fortalecer primero bebidas, licor, cerveza, paquetería y conectividad, y luego ampliar surtido y capacidad operativa. Si eso se logra, Estadero Los Laureles 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.

Yesid Gualdron Jaspe
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	Yesid Gualdron Jaspe
TIENDA	Estadero Los Laureles
FECHA	2/12/2025



Feb 83

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

Huella



RECIBE:

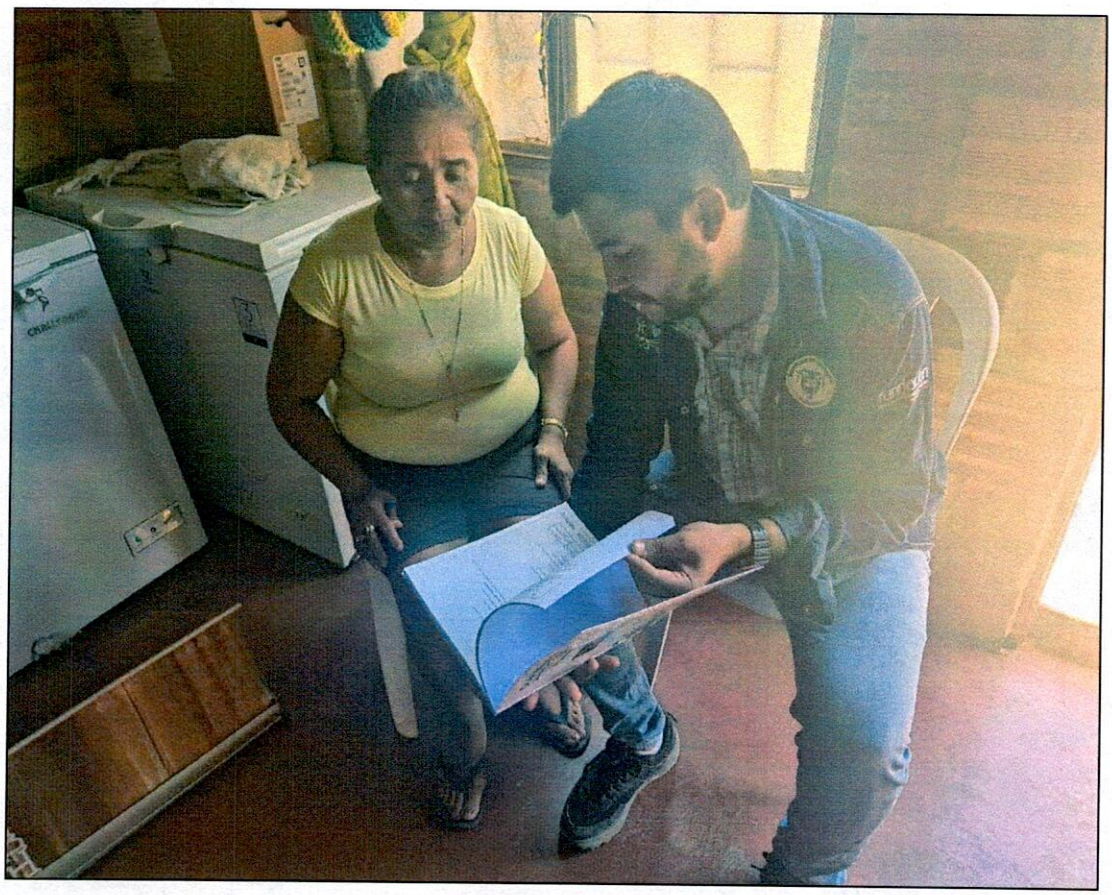
Firma: Yesid Gualdrón Jaspe.
Nombres: Yesid Gualdrón Jaspe.
CC: 1127140410

OBSERVACIONES:

Mari Lili Santos Alvarez

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	Mari Lili Santos Alvarez
TIENDA	Tienda Solaire
FECHA	3/12/2025



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

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

Yo, Marlili Santos identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 30.939.503 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: Marlili Santos.
Nombres: Marlili Santos
CC: 30.939.503

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, Marlili Santos identificado(a) con cédula de ciudadanía No. 30.939.503, 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 Rosalía a los 3 días del mes de diciembre del año 2025.

RECIBE:

Firma: Marlili Santos

Nombres: Marlili Santos

CC: 30.939.503

OBSERVACIONES: