



Primera asesoría de Puesta en Marcha OFF-ALVARO CURICO MARUYAMA

Desde Yeison Alexander Molina Arteaga <yamolinaa@sena.edu.co>
Fecha Vie 10/07/2026 7:24
Para alvarocurico93@gmail.com <alvarocurico93@gmail.com>

Reciba un cordial saludo señor Alvaro Curico Manuyama, por medio del presente comparto las actividades desarrolladas en la primera asesoría del plan de trabajo de la puesta en marcha de OFF, realizada el 09 de julio de 2026.



Coordinación Nacional de Emprendimiento, Dirección de Empleo y Trabajo 2025

PLAN DE ACOMPAÑAMIENTO OTRAS FUENTES DE FINANCIACIÓN									
ASPECTO	ÁREAS A DESRROLLAR	PLANEACIÓN		AVANCE (SEGUIMIENTO)					
		DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ACCIÓN A REALIZAR (QUÉ)	Fecha proyectada de realización completa de la acción propuesta	Fechas acompañamiento	Cantidad horas	ACCIÓN REALIZADA	COMPROMISOS	TAREAS	OBSERVACIONES
		Actividades que proponen para fortalecer este aspecto	<Reportar la fecha en la cual se estima la realización de la acción propuesta formato dd/mm/aaaa>	< Fecha de realización de la sesión de acompañamiento formato dd/mm/aaaa >	<Horas de la sesión>	<Registrar la acción (es) realizadas durante la visita para esta actividad específica>	<Se cumplieron las tareas a realizar por parte del (los) emprendedor (es) como trabajo autónomo colocadas en la visita anterior>	<Registrar las tareas a realizar por el (los) emprendedor (es) durante visita y visita (trabajo autónomo), para esta actividad>	<En caso que se requiera>
PLAN CONSTRUYENDO EMPRESARIOS	CONSTITUCIÓN EMPRESA	Registro mercantil ante Cámara de comercio del Amazonas. Creación del RIUT ante la DIAN	07/07/2026	17/07/2026	2	se realiza el acompañamiento al emprendedor Alvaro Curico en la Cámara de Comercio donde se registra como persona natural con matrícula No 26196 del 07/07/2026 y un capital inicial del \$100.000, y actividad económica principal Código CIIU: 5619 Otros tipos de expendio de comidas preparadas n.c.p. Se recomendó al emprendedor presentarse en la DIAN antes de realizar del trámite de la Cámara de comercio para la generación del RIUT, previo a esto ya se le había indicado al emprendedor sobre los requisitos a cumplir.	Se cumple con la formalización ante camara de comercio	Próxima asesoría 08 de julio de 2026 para Puesta en Marcha OFF - Programación del Plan de trabajo.	Ninguno
	ESTRATÉGICA	Socialización de las ventajas de definir la plataforma estratégica.	9/07/2026	9/07/2026	2	Siendo las 11:00 a.m. del 9 de julio de 2026 el emprendedor y el orientador realizan las siguientes actividades: 1. Socialización de la importancia de la plataforma estratégica para la empresa ALVARO CURICO MARUYAMA. El orientador manifestó al empresario que la misión, visión y los objetivos corporativos de una empresa se reportan en un conjunto de principios, creencias o valores que una organización profesa. Estos se manifiestan y se hacen realidad en su cultura. Por ello, en un proceso de planeación y gestión estratégica la definición o redefinición de estos principios es parte fundamental. Es el marco de referencia del proceso y por tanto su punto de partida. 2. Valores corporativos. Una vez quedó claro la importancia de la planeación estratégica en la empresa, el orientador le comparte la siguiente información al empresario para iniciar con la construcción de la plataforma estratégica: El objetivo básico de esta definición es tener un marco de referencia ideológico que inspire y regule la vida de la organización. Existen esos principios y valores superiores en la sociedad y en los individuos, en los campos técnico, económico, artístico, social, político y religioso. Estos son los que guían la dinámica de los hombres individualmente y de la sociedad. A nivel empresarial, también tienen que existir e implementarse en la práctica, de manera que se conviertan en parte integral del sistema de creencias y de la cultura de la empresa.	Proxima asesoría el 8 de agosto de 2026 con el tema Organigrama y manual de funciones.	El empresario queda con el compromiso de definir los valores de la empresa.	Ninguno

ADMINISTRATIVA	Organigrama y manual de funciones.	8/08/2026							
TÉCNICA	Revisión de los procesos de los productos y tablas de costos.	8/09/2026							
COMERCIAL	Implementación de estrategias y canales de comercialización	8/10/2026							
FINANCIERA	Registro de ingresos, gastos y costos fijos y variables.	8/11/2026							
TOTAL HORAS				4					

Durante la asesoría el emprendedor y el orientador realizan las siguientes actividades:

1. Socialización de la importancia de la plataforma estratégica para la empresa ALVARO CURICO MANUYAMA.

El orientador manifiesta al empresario que la misión, visión y los objetivos corporativos de una empresa se soportan en un conjunto de principios, creencias o valores que una organización profesa. Éstos se manifiestan y se hacen realidad en su cultura.

Por ello, en un proceso de planeación y gestión estratégica la definición o redefinición de estos principios es parte fundamental. Es el marco de referencia del proceso y por tanto su punto de partida.

2. Valores corporativos.

Una vez queda claro la importancia de la planeación estratégica en la empresa, el orientador le comparte la siguiente información al empresario para iniciar con la construcción de la plataforma estratégica:

El objetivo básico de esta definición es tener un marco de referencia axiológico que inspire y regule la vida de la organización.

Existen unos principios y valores superiores en la sociedad y en los individuos, en los campos técnico, económico, estético, social, político y religioso. Éstos son los que guían la dinámica de los hombres individualmente y de la sociedad.

A nivel empresarial, también tienen que existir e implementarse en la práctica, de manera que se conviertan en parte integral del sistema de creencias y de la cultura de la empresa.

Según lo anterior, se le pide al emprendedor que realice una matriz axiológica para definir los valores de la empresa y se le socializan los siguientes:

a. Respeto por el cliente. La organización respeta las creencias y derechos de los ciudadanos, de sus clientes y colaboradores en todos los niveles de su vida personal y familiar, sus creencias y principios, como también su vida profesional.

Por ello, está comprometida en el cumplimiento de principios de cultura ciudadana y en el desarrollo de sus colaboradores, en su bienestar y en el mejoramiento de su calidad de vida. Cree en su participación, estimula su iniciativa, propicia un clima de trabajo orientado hacia las actividades en equipo y al mejoramiento humano del colaborador. Espera de él compromiso, lealtad en su trabajo, como condiciones para una relación mutuamente justa y equitativa.

b. Calidad.

Calidad como cultura, como norma de vida corporativa será un compromiso y obligaciones permanentes de todos los miembros de la institución. Calidad en los

productos, en los procesos, en el talento humano y en el servicio al cliente serán características fundamentales al actuar diario en la empresa.

c. Productividad. Uno de los retos que debe afrontar la institución en busca de su permanencia, crecimiento y desarrollo es lograr niveles óptimos de productividad, que hagan del negocio una actividad eficiente, eficaz y rentable. Esto asegura, además, el cumplimiento de sus obligaciones y responsabilidades para con su personal, sus clientes, sus accionistas y la comunidad en general.

d. Servicio.

El servicio es una responsabilidad de todos los miembros de la organización y compromete a todos por igual. Este servicio debe darse en la relación humana, la gestión administrativa y todos los procesos organizacionales, mediante el ofrecimiento a sus clientes, tanto internos como externos, de una excelente calidad en el servicio. El servicio al cliente debe ser un compromiso de todos, de tal manera que se sientan involucrados con esta labor todos sus miembros, por la responsabilidad que tienen frente a su empresa.

Por ello, el reto diario de todos los colaboradores de la empresa debe ser buscar el logro de los objetivos previamente establecidos para garantizar su eficiencia.

e. Pertenencia.

La organización desea que todos y cada uno de sus colaboradores se sientan parte vital de la institución, la respeten, preserven su patrimonio moral y contribuyan a su crecimiento y consolidación. Para ello, espera que su cliente interno se integre, se comprometa y tenga hacia la institución el arraigo y pertenencia que le distinga y diferencie.

f. Medio ambiente.

La empresa está comprometida con la preservación del medio ambiente y su sistema ecológico. Por tanto, debe coadyuvar al estudio y conservación del hábitat que circunda el entorno de las operaciones de producción y comercialización de sus productos, generando así un mayor impacto social y un valor agregado que lo distinga en la comunidad.

g. Responsabilidad social.

La empresa hace parte de la comunidad y, por tanto, debe asumir los compromisos que le compete con todos los miembros de la organización, de la sociedad, de sus familias; lo mismo puede decirse de la responsabilidad que tienen frente a la comunidad en general.

Por ello, deberá brindar apoyo a esa comunidad, cumpliendo adecuada y oportunamente las responsabilidades sociales que le corresponden en relación con los miembros de la institución, la sociedad y el Estado mismo.

CONCLUSIÓN

1. El empresario queda con el compromiso de definir los valores de la empresa.

10/7/26, 7:20 a.m.

Elementos enviados: Yeison Alexander Molina Arteaga - Outlook