GOBERNACIÓN DEL TOLIMA

Centro de Productividad del Tolima

**Convenio No.**

4061 de 2025

# GUÍA TEMÁTICA DE FORMACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO DE MICRONEGOCIOS

RUTA TERRITORIO PRODUCTIVO

ECONOMÍA POPULAR QUE CRECE DESDE EL TERRITORIO

# Guía Temática de Formación para el Fortalecimiento de Micronegocios Ruta Territorio Productivo

## Contrato 4061 de 2025

**Objeto:** "AUNAR ESFUERZOS TÉCNICOS, ADMINISTRATIVOS Y FINANCIEROS ENTRE EL DEPARTAMENTO DEL TOLIMA Y EL CENTRO REGIONAL DE PRODUCTIVIDAD Y DESARROLLO TECNOLOGICO DEL TOLIMA - CPT, PARA EL FORTALECIMIENTO INTEGRAL DE LOS ACTORES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y LOS MICRONEGOCIOS DEL DEPARTAMENTO DEL TOLIMA, CON EL PROPÓSITO DE MEJORAR SU COMPETITIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD".

Adriana Magali Matiz
*Gobernadora del Tolima*

Yolanda Nasayo Bravo
*Secretaria de Desarrollo Económico*

Orlando Pacheco
*Supervisor delegado convenio 4061*

Equipo Ejecutor
*Centro Regional de Productividad y Desarrollo Tecnológico del Tolima*

2025

# Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN ..... 5
1. ESTRUCTURA GENERAL DEL COMPONENTE DE FORMACIÓN ..... 6
2. MÓDULOS Y TEMAS ..... 6
2.1 TEMÁTICA 1: VITRINISMO ..... 7
*2.1.1 Propósito del módulo* ..... 7
*2.1.2 Objetivos de aprendizaje* ..... 7
*2.1.3 Competencias que desarrolla* ..... 7
*2.1.4 Resultados de aprendizaje* ..... 8
*2.1.5 Contenidos temáticos* ..... 9
*2.1.6 Metodología de enseñanza* ..... 11
*2.1.7 Actividades formativas y evaluación en línea* ..... 11
*2.1.8 Materiales y recursos didácticos* ..... 12
2.2 TEMÁTICA 2: MEDIDAS SANITARIAS ..... 12
*2.2.1 Propósito del módulo* ..... 12
*2.2.2 Objetivos de aprendizaje* ..... 12
*2.2.3 Competencias que desarrolla* ..... 13
*2.2.4 Resultados de Aprendizaje* ..... 13
*2.2.5 Contenidos temáticos* ..... 14
*2.2.6 Metodología de enseñanza* ..... 15
*2.2.7 Actividades formativas y evaluación en línea* ..... 15
*2.2.8 Materiales y recursos didácticos* ..... 16
2.3 TEMÁTICA 3: SERVICIO AL CLIENTE ..... 16
*2.3.1 Propósito del módulo* ..... 16
*2.3.2 Objetivos de aprendizaje* ..... 16
*2.3.3 Competencias que desarrolla* ..... 17
*2.3.4 Resultados de aprendizaje* ..... 17

*2.3.5 Contenidos temáticos* ..... 18
*2.3.6 Metodología de enseñanza* ..... 19
*2.3.7 Actividades formativas y evaluación en línea* ..... 19
*2.3.8 Materiales y recursos didácticos* ..... 20
**2.4 TEMÁTICA 4: EDUCACIÓN FINANCIERA** ..... 20
*2.4.1 Propósito del módulo* ..... 20
*2.4.2 Objetivos de aprendizaje* ..... 20
*2.4.3 Competencias que desarrolla* ..... 21
*2.4.4 Resultados de aprendizaje* ..... 21
*2.4.5 Contenidos temáticos* ..... 22
*2.4.6 Metodología de enseñanza* ..... 22
*2.4.7 Actividades formativas y evaluación en línea* ..... 23
*2.4.8 Materiales y recursos didácticos* ..... 23
**2.5 TEMÁTICA 5: HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS** ..... 24
*2.5.1 Propósito del módulo* ..... 24
*2.5.2 Objetivos de aprendizaje* ..... 24
*2.5.3 Competencias que desarrolla* ..... 24
*2.5.4 Resultados de aprendizaje* ..... 25
*2.5.5 Contenidos temáticos* ..... 25
*2.5.6 Metodología de enseñanza* ..... 26
*2.5.7 Actividades formativas y evaluación en línea* ..... 26
*2.5.8 Materiales y recursos didácticos* ..... 27
**3. RESULTADOS ESPERADOS** ..... 28
**4. BIBLIOGRAFIA** ..... 29

# INTRODUCCIÓN

La presente Guía Temática de Formación hace parte del componente formativo de la Ruta Territorio Productivo, una estrategia metodológica que busca fortalecer de manera integral a los micronegocios como actores fundamentales de la economía popular en el territorio. Su diseño se orienta a consolidar capacidades que permitan mejorar la productividad, la gestión administrativa, la sostenibilidad económica y la cohesión comunitaria de las unidades económicas participantes.

Los contenidos incluidos en esta guía han sido estructurados para ofrecer un proceso formativo coherente, práctico y contextualizado, que aborde temas esenciales para el funcionamiento diario de los micronegocios tales como el vitrinismo, el servicio al cliente, las medidas sanitarias, el uso de herramientas tecnológicas y la educación financiera, entendidos como pilares para la competitividad, la formalización progresiva y la mejora continua.

Esta guía está pensada para funcionar como un instrumento pedagógico que facilita la transferencia de conocimientos mediante metodologías activas y herramientas aplicables al contexto real de los beneficiarios.

Al consolidar en un solo documento la descripción temática de todos los módulos formativos, la Ruta Territorio Productivo ofrece un referente claro y articulado para facilitadores, beneficiarios e instituciones aliadas, asegurando que la formación se realice con criterios de calidad, pertinencia y coherencia metodológica. Esta guía se convierte así en una herramienta clave para impulsar procesos de transformación económica y social, brindando bases sólidas para que micronegocios y asociaciones continúen creciendo, innovando y aportando al bienestar de sus comunidades.

## 1. ESTRUCTURA GENERAL DEL COMPONENTE DE FORMACIÓN

| ACTIVIDAD | Modulo 1 VITRINISMO | Modulo 2 MEDIDAS SANITARIAS | Modulo 3 SERVICIO AL CLIENTE | Modulo 4 EDUCACIÓN FINANCIERA | Modulo 5 HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS |
|---|---|---|---|---|---|
| **Sesión Virtual Formación (Sincrónica)** | 2 horas | 2 horas | 2 horas | 2 horas | 2 horas |
| **Video tutorial (Asincrónica)** | 1 hora | | | 1 hora | 1 hora |
| **Caso de estudio (Asincrónica)** | | 1 hora | | | |
| **Video testimonio (Asincrónica)** | | | 1 hora | | |
| **Evaluación** | 1 hora | 1 hora | 1 hora | 1 hora | 1 hora |
| **TOTAL** | **4 horas** | **4 horas** | **4 horas** | **4 horas** | **4 horas** |

## 2. MÓDULOS Y TEMAS

A continuación, se describen los módulos y los objetivos de las sesiones de formación:



## 2.1 TEMÁTICA 1: VITRINISMO

### *2.1.1 Propósito del módulo*

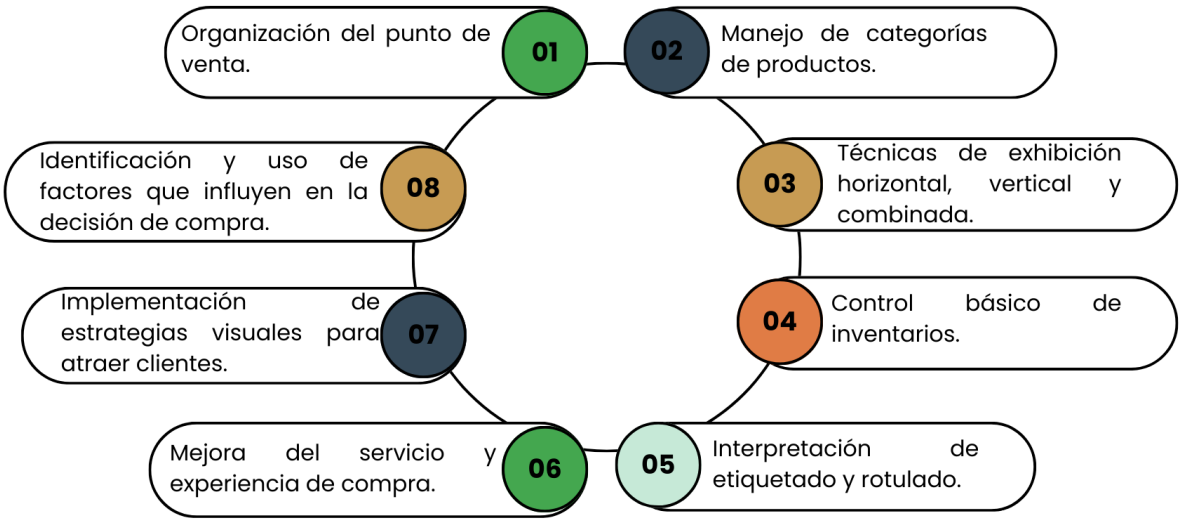
Fortalecer las capacidades de los micronegocios en la organización del punto de venta, la adecuada exhibición de productos y la aplicación de técnicas básicas de merchandising que mejoren la experiencia del cliente y estimulen las ventas.

### *2.1.2 Objetivos de aprendizaje*

Al finalizar el módulo, los participantes estarán en capacidad de:

- Comprender los conceptos básicos de merchandising y vitrinismo y su importancia en los micronegocios.
- Aplicar técnicas de organización, categorización y exhibición de productos para optimizar el punto de venta.
- Identificar factores que influyen en la decisión de compra y aplicarlos en la tienda.
- Implementar estrategias de señalización, rotulado, etiquetado e inventario que mejoren la gestión comercial.

### *2.1.3 Competencias que desarrolla*



### *2.1.4 Resultados de aprendizaje*

Al finalizar el desarrollo del módulo, el beneficiario estará en capacidad de:

- Analizar los principios del marketing, merchandising y vitrinismo, reconociendo su incidencia en la gestión visual del punto de venta, la rotación de productos y la experiencia del cliente.
- Diseñar una estructura básica de organización comercial del micronegocio, mediante la correcta categorización del surtido de productos, la segmentación del cliente y la optimización del flujo de circulación dentro del establecimiento.
- Aplicar técnicas de exhibición horizontal, vertical y combinada, garantizando una presentación ordenada, accesible y visualmente atractiva de los productos, de acuerdo con criterios de orden, limpieza, iluminación, equilibrio y armonía visual.
- Diseñar e implementar sistemas básicos de señalización, comunicación visual y publicidad interna, mediante el uso adecuado de rótulos, etiquetas de precio, avisos promocionales y señalizadores de categoría, garantizando claridad informativa y coherencia visual.
- Estructurar un sistema básico de gestión de inventarios, aplicando métodos de control, categorización A–B–C y reposición inteligente, orientados a la reducción de pérdidas, optimización del espacio y mejora en la disponibilidad de productos.
- Analizar los factores visuales, funcionales, económicos y emocionales que influyen en la decisión de compra del cliente, interpretando su impacto directo en la organización del espacio, la exhibición de productos y la generación de compras impulsivas.
- Verificar el cumplimiento de los requisitos mínimos de rotulado y etiquetado de productos, garantizando la correcta presentación de la información nutricional, fechas de vencimiento y sellos normativos, conforme a la normativa colombiana vigente.
- Aplicar de manera autónoma los conceptos del módulo en su propio establecimiento, evidenciando mejoras en la organización del punto de venta, la exhibición del producto y la experiencia del cliente como resultado directo del proceso formativo.

### *2.1.5 Contenidos temáticos*

| UNIDAD TEMÁTICA | DESCRIPCIÓN |
|---|---|
| Fundamentos de Marketing, Merchandising y Vitrinismo | El módulo inicia con la comprensión de los conceptos fundamentales que sustentan la gestión visual del punto de venta. Se estudia el marketing como un proceso orientado a entender al cliente, identificar necesidades reales y entregar valor a través de productos, servicios y experiencias adecuadas. Sobre esta base, se desarrolla el concepto de merchandising, entendido como el conjunto de técnicas aplicadas al punto de venta para estimular la compra, mejorar la rotación de productos y generar una experiencia más intuitiva y atractiva para el consumidor.<br>Finalmente, se profundiza en el vitrinismo, el cual integra creatividad, estética y estrategia visual para captar la atención del cliente desde el exterior, comunicar la identidad del negocio y convertir la vitrina en una herramienta comercial efectiva. Estas nociones permiten comprender por qué la apariencia del negocio es determinante en el comportamiento del cliente y en la competitividad del micronegocio. |
| Organización Comercial: Categorías, Segmentación y Flujo del Cliente | En esta unidad se analiza la estructura comercial del negocio desde la categorización del surtido y el entendimiento del cliente. Se explica qué es una categoría de producto, cómo se agrupan los productos de consumo masivo y por qué una categorización clara mejora la exhibición, la reposición y la experiencia del consumidor. Se presentan las categorías más comunes en tiendas de barrio: abarrotes, lácteos, bebidas, higiene, limpieza, confitería, alimentos empacados, entre otras. Asimismo, se trabaja la segmentación del cliente, identificando las variables que determinan su comportamiento (edad, ubicación, hábitos, momento de compra, frecuencia). La segmentación permite organizar la tienda para facilitar el recorrido del cliente, ubicar productos estratégicos en zonas calientes y tomar decisiones sobre surtido y exhibición según la demanda real. Esta unidad proporciona herramientas prácticas para diseñar un negocio coherente, funcional y orientado al cliente. |
| Técnicas de Exhibición y Estrategias Visuales del Punto de Venta | Esta unidad profundiza en las técnicas de exhibición fundamentales para presentar los productos de manera ordenada, accesible y atractiva. Se revisan las técnicas principales: exhibición horizontal, que organiza productos en líneas continuas para facilitar la comparación; exhibición vertical, que aumenta la visibilidad de productos en diferentes niveles y atrae más la atención; y exhibición combinada, que integra ambas técnicas para resaltar categorías clave.<br>Además, se estudian los principios visuales del punto de venta, tales como orden, limpieza, iluminación, accesibilidad, equilibrio, color y simplicidad, elementos que influyen directamente en la percepción del cliente. También se desarrollan estrategias para crear exhibiciones temáticas, especialmente útiles para temporadas, promociones y fechas especiales, permitiendo dinamizar las |

| | |
|---|---|
| | ventas y crear experiencias memorables. Finalmente, se profundiza en la creación de vitrinas efectivas, abordando su composición, ritmo visual, armonía, uso del color y función comunicativa. |
| Señalización, Comunicación Visual y Publicidad Interna | En esta unidad se aborda la importancia de la señalización interna como herramienta para orientar, informar y persuadir al cliente dentro del punto de venta. Se analiza el uso adecuado de rótulos, carteles, etiquetas de precio, avisos de promoción y señalizadores de categoría, enfatizando en su diseño claro, limpio y coherente con el espacio. También se revisan los elementos de publicidad en tienda, tales como displays, habladores y anuncios estratégicos, que ayudan a destacar novedades, ofertas o productos de alta rotación. Se incluye además la importancia del lenguaje visual y la simplicidad para no saturar el espacio y mantener la tienda legible para el cliente. |
| Gestión de Inventarios y Reposición Inteligente | Esta unidad aborda el inventario como eje operativo fundamental para la sostenibilidad del micronegocio. Se explican los beneficios del control de inventario, tales como reducción de pérdidas, previsión de compras, mayor rotación y optimización del espacio disponible. Se enseña al participante a elaborar un mini inventario paso a paso, siguiendo el modelo de la presentación, así como métodos básicos de categorización A–B–C.<br>También se desarrollan recomendaciones para planear compras según demanda real, identificar productos con vencimientos próximos, evitar sobrestock y garantizar que la exhibición refleje el surtido real del negocio. Un inventario ordenado es clave para la eficiencia operativa y para mejorar la experiencia del cliente. |
| Factores que Influyen en la Decisión de Compra del Cliente | Esta unidad analiza los factores que determinan las decisiones del consumidor dentro del punto de venta. Se integran aspectos emocionales, económicos, funcionales y visuales que influyen en su elección: orden del establecimiento, claridad de la señalización, precio, promociones, variedad, acceso a los productos, iluminación y limpieza. Se analiza el modelo básico de comportamiento del comprador presentado en la diapositiva 21, así como estrategias sencillas para estimular compras impulsivas o sugeridas mediante la colocación estratégica de productos. Esta unidad ayuda al participante a comprender cómo sus acciones y la organización del espacio influyen directamente en la venta. |
| Rotulado y Etiquetado: Información para el Consumidor | En esta unidad se profundiza en los requisitos mínimos de rotulado y etiquetado que los micronegocios deben conocer para ofrecer productos seguros y confiables. Se explican los elementos del rótulo nutricional, la presentación de la información obligatoria, la interpretación de fechas de vencimiento y la lectura de los sellos normativos.<br>También se aborda la normativa vigente en Colombia (como la Resolución 333 de 2011), enfocada en garantizar información clara al consumidor. Finalmente, se presentan buenas prácticas para asegurar que el etiquetado sea visible en la exhibición, facilitando la decisión de compra y la transparencia comercial. |

### *2.1.6 Metodología de enseñanza*

La metodología de enseñanza propuesta para este módulo se basa en un enfoque práctico, participativo y vivencial que permite a los micronegocios aprender mediante la aplicación inmediata de los contenidos en su propio punto de venta. Se desarrollan sesiones virtuales sincrónicas y asincrónicas. El proceso formativo combina explicaciones conceptuales breves con demostraciones visuales, análisis de ejemplos reales y ejercicios aplicados que facilitan la comprensión del merchandising, la organización del surtido y las técnicas de exhibición. La sesión se desarrolla bajo la lógica del "aprender haciendo", donde cada participante identifica oportunidades de mejora dentro de su negocio, reacomoda productos, realiza prácticas guiadas de señalización y aplica principios básicos de vitrinismo utilizando los recursos disponibles en su entorno. Además, se promueve el intercambio de experiencias entre los participantes como mecanismo para fortalecer el aprendizaje colaborativo y generar soluciones contextualizadas. La metodología está diseñada para ser clara, accesible y adaptable a los diferentes niveles de experiencia de los beneficiarios, priorizando el uso de ejemplos visuales, ejercicios paso a paso y herramientas simples que puedan implementarse de manera inmediata en el punto de venta.

### *2.1.7 Actividades formativas y evaluación en línea*

Las actividades formativas del módulo se desarrollarán a partir de ejercicios prácticos diseñados para fortalecer la apropiación de los conceptos de vitrinismo, organización del punto de venta y exhibición de productos. En este sentido, los participantes deberán realizar las actividades aplicadas en la Cartilla "Fortalecimiento Práctico Micronegocios Tipo Tienda", una enfocada en la clasificación de productos de consumo masivo por categorías comerciales (alimentos básicos, bebidas, aseo y limpieza, confitería y snacks), a partir de listados previamente estructurados en la guía, lo cual permitirá verificar la comprensión de la organización del surtido.

Adicionalmente, se desarrollará un ejercicio de autoevaluación diagnóstica del punto de venta, en el cual el participante identificará oportunidades de mejora relacionadas con visibilidad de precios, organización por categorías, iluminación, limpieza de vitrinas, ubicación estratégica de productos, implementación de promociones y retiro de productos vencidos. Como parte del proceso de apropiación, cada micronegocio deberá seleccionar y priorizar al menos dos acciones de mejora inmediata, las cuales se registrarán como compromisos de aplicación práctica en su establecimiento.

De manera complementaria, se realizará una evaluación virtual en línea a través de la plataforma de formación, orientada a verificar el nivel de comprensión de los contenidos teóricos y prácticos abordados durante el módulo. Esta evaluación permitirá medir el cumplimiento de los resultados de aprendizaje, generar reportes de avance y apoyar los procesos de seguimiento y control del componente formativo.

### *2.1.8 Materiales y recursos didácticos*

- Cartilla “Fortalecimiento Práctico Micronegocios Tipo Tienda”
- Presentación base del módulo.
- Videos de apoyo: Guías de reorganización de inventarios y Recursos del entorno real.

## 2.2 TEMÁTICA 2: MEDIDAS SANITARIAS

### *2.2.1 Propósito del módulo*

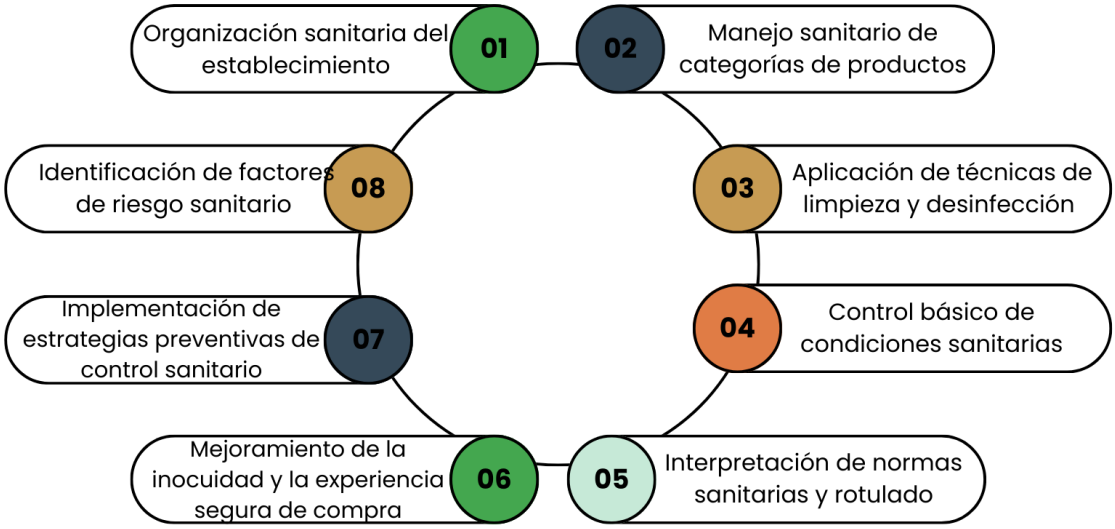
Dotar de conocimientos prácticos y aplicables a los micronegocios para mantener condiciones sanitarias adecuadas que garanticen la inocuidad de los alimentos, el orden del establecimiento y la prevención de riesgos en la salud del consumidor.

### *2.2.2 Objetivos de aprendizaje*

Al finalizar el módulo, la persona participante será capaz de:

- Identificar los componentes esenciales de un Plan Básico de Saneamiento.
- Implementar buenas prácticas de limpieza, desinfección y manejo de residuos.
- Organizar adecuadamente las áreas de almacenamiento para prevenir contaminación cruzada.
- Reconocer los criterios para un control efectivo de plagas.
- Aplicar medidas sencillas pero claves para el manejo seguro del agua y la infraestructura.

### *2.2.3 Competencias que desarrolla*




### *2.2.4 Resultados de Aprendizaje*

Al finalizar el desarrollo del módulo, el participante estará en capacidad de:

- Identificar y estructurar los componentes esenciales de un Plan Básico de Saneamiento, reconociendo su importancia para garantizar la higiene, el orden del establecimiento y la protección de la salud del consumidor.
- Aplicar adecuadamente las prácticas de limpieza y desinfección del establecimiento, empleando los cinco pasos básicos y priorizando las áreas críticas de contacto con alimentos y clientes.
- Implementar un manejo correcto de los residuos sólidos y líquidos, mediante su adecuada separación, almacenamiento y disposición final, reduciendo riesgos sanitarios, malos olores y presencia de plagas.
- Organizar técnicamente las áreas de almacenamiento de productos, garantizando la separación entre alimentos crudos y cocidos, productos de aseo y alimentos, perecederos y no perecederos, previniendo la contaminación cruzada.
- Aplicar medidas efectivas de prevención de la contaminación cruzada, tanto en la manipulación de alimentos como en el uso de utensilios, superficies y áreas de trabajo.
- Adoptar prácticas higiénicas personales y laborales adecuadas, incluyendo el correcto lavado de manos, uso de uniforme, ausencia de accesorios y cumplimiento del certificado de manipulación de alimentos.
- Identificar señales de presencia de plagas y aplicar medidas de control preventivo y correctivo, utilizando métodos autorizados y prácticas diarias de prevención.

- Implementar medidas seguras para el abastecimiento, almacenamiento y uso del agua potable, garantizando la limpieza periódica del tanque y la protección de la fuente de suministro.
- Evaluar las condiciones sanitarias del micronegocio y priorizar acciones de mejora, orientadas a fortalecer la inocuidad de los alimentos y la confianza del cliente.

### *2.2.5 Contenidos temáticos*

| UNIDAD TEMÁTICA | DESCRIPCIÓN |
|---|---|
| Abastecimiento y uso de agua potable | En esta temática se revisará la importancia del agua potable en la tienda, cómo debe ser el tanque de almacenamiento, cada cuánto debe limpiarse y por qué estas condiciones garantizan higiene y seguridad en los alimentos. |
| Manejo adecuado de residuos sólidos y líquidos | Aquí se aprenderá cómo separar, almacenar y desechar correctamente los residuos, qué tipos de basura existen, qué recipientes utilizar y cómo prevenir malos olores y plagas mediante una correcta disposición de desechos. |
| Condiciones de almacenamiento y organización del producto | En este apartado se revisará cómo ordenar los alimentos en estanterías, cómo separar productos crudos de cocidos, alimentos de productos de aseo y cómo conservar correctamente los perecederos y no perecederos para evitar contaminación y pérdidas. |
| Limpieza y desinfección del establecimiento | Se aborda el manejo de quejas y resolución de conflictos, explicando por qué los clientes se quejan y cómo responder correctamente en situaciones como errores en el cobro, productos en mal estado o mala atención. Se establecen pasos sencillos: escuchar sin discutir, pedir disculpas, cambiar el producto si es necesario y agradecer el aviso porque ayuda a mejorar |
| Prevención de la contaminación cruzada | Se enfocará en cómo evitar que los alimentos se contaminen entre sí o a través de utensilios y superficies, y cómo las prácticas higiénicas ayudan a mantener la inocuidad desde la manipulación hasta la exhibición. |
| Prácticas higiénicas y salud del trabajador | Se revisarán las normas básicas de higiene personal para manipular alimentos, como el uso correcto de uniforme, lavado de manos, ausencia de accesorios y la importancia del certificado de manipulación de alimentos. |
| Infraestructura adecuada para la tienda | Qué características deben tener los pisos, paredes, puertas, drenajes, iluminación y ventilación del establecimiento, así como las condiciones mínimas para asegurar un ambiente limpio, organizado y seguro. |
| Control integral de plagas | Cómo prevenir y controlar la presencia de plagas, qué señales permiten identificarlas, qué acciones aplicar diariamente y cuándo se requieren controles correctivos con productos autorizados. |

### *2.2.6 Metodología de enseñanza*

En este módulo aprenderemos los elementos fundamentales para garantizar la higiene y la seguridad en la tienda. La estrategia metodológica definida para este módulo responde a un enfoque aplicado, participativo y experimental, que facilita la apropiación de los contenidos a partir de la puesta en práctica directa de las medidas sanitarias en el establecimiento de cada micronegocio. El proceso de formación se ejecuta mediante espacios virtuales sincrónicos y asincrónicos, orientados al fortalecimiento de conocimientos y a la implementación operativa de las acciones básicas de saneamiento.

La dinámica pedagógica integra breves desarrollos conceptuales con apoyos visuales, análisis de casos reales del entorno comercial y ejercicios prácticos, lo que permite comprender de manera clara aspectos relacionados con el uso adecuado del agua potable, la correcta gestión de residuos, los procesos de limpieza y desinfección, las condiciones apropiadas de almacenamiento, la prevención de la contaminación cruzada, las normas de higiene del personal, los requerimientos mínimos de infraestructura y las acciones de control de plagas.

El módulo se estructura bajo la premisa del “aprendizaje a partir de la acción”, donde cada participante reconoce las situaciones de riesgo presentes en su negocio, evalúa sus prácticas cotidianas y ejecuta actividades guiadas orientadas a la higienización de áreas, la organización de espacios, la clasificación de productos, la disposición adecuada de los residuos y la verificación de las condiciones locativas, aplicando los principios esenciales de la inocuidad con los recursos disponibles en su entorno.

De manera complementaria, se fomenta el intercambio de experiencias entre los participantes como mecanismo de aprendizaje colectivo, favoreciendo la socialización de buenas prácticas, la resolución de problemáticas recurrentes y el fortalecimiento de una cultura sanitaria responsable. La metodología ha sido diseñada para ser comprensible, flexible y ajustable a distintos niveles de experiencia, priorizando el uso de ejemplos del contexto real.

### *2.2.7 Actividades formativas y evaluación en línea*

Las actividades formativas del módulo se desarrollarán mediante ejercicios prácticos consignados en la cartilla “Fortalecimiento Práctico Micronegocios Tipo Tienda”, orientados a la verificación inmediata de las condiciones de limpieza, orden e higiene del punto de venta. En este sentido, los participantes

deberán realizar la Revisión Rápida de Limpieza y Orden, a través de una lista de chequeo en la que evaluarán aspectos como la limpieza de estanterías, ausencia de polvo, inexistencia de productos vencidos, orden del área de circulación y adecuada presentación del frente del establecimiento.

Así mismo, el ejercicio contempla un espacio de autoevaluación cualitativa, donde el participante registrará de manera escrita los hallazgos relacionados con situaciones de desorden, deficiencias sanitarias o condiciones inadecuadas identificadas durante la revisión, lo cual permitirá fortalecer la capacidad de observación, análisis y toma de decisiones correctivas dentro del micronegocio.

De manera complementaria, se aplicará una evaluación virtual en línea a través de la plataforma de formación, con el propósito de verificar el nivel de comprensión de los contenidos teóricos y prácticos abordados durante el módulo de Medidas Sanitarias. Esta evaluación permitirá evidenciar el cumplimiento de los resultados de aprendizaje, generar reportes de avance y apoyar los procesos de seguimiento, control y evaluación del componente formativo del proyecto.

### *2.2.8 Materiales y recursos didácticos*

- Cartilla “Fortalecimiento Práctico Micronegocios Tipo Tienda”
- Presentación base del módulo.
- Caso de estudio (Asincrónica).

## 2.3 TEMÁTICA 3: SERVICIO AL CLIENTE

### *2.3.1 Propósito del módulo*

Fortalecer las habilidades de los micronegocios para ofrecer un servicio al cliente cálido, cercano y efectivo que mejore la experiencia del comprador, aumente la fidelización y contribuya al crecimiento del negocio. El módulo busca desarrollar capacidades prácticas de comunicación, empatía, resolución de conflictos y uso estratégico de herramientas de contacto, especialmente WhatsApp, para fortalecer la relación con los clientes.

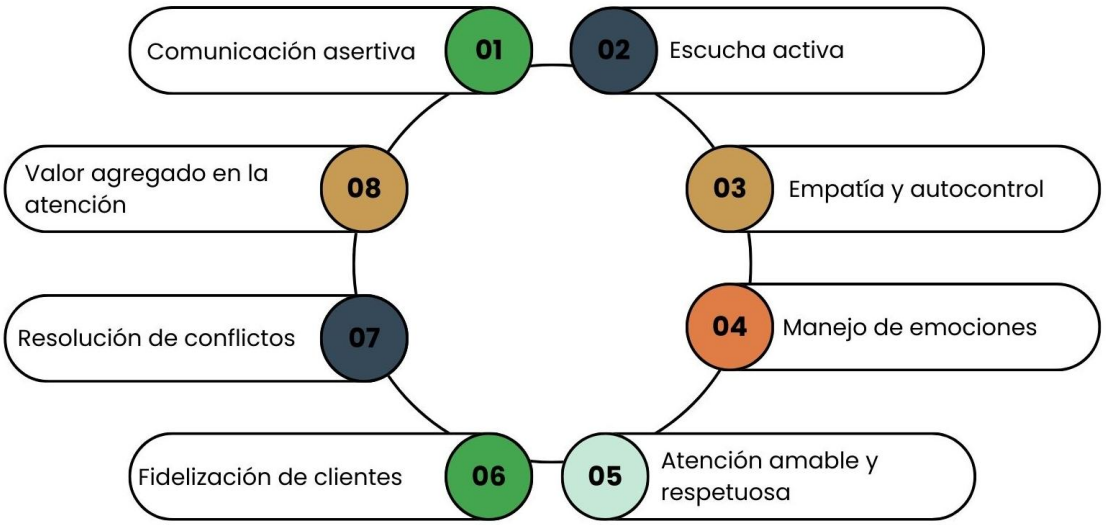
### *2.3.2 Objetivos de aprendizaje*

Al finalizar el módulo, los participantes estarán en capacidad de:

- Comprender la importancia del servicio al cliente como factor clave para la fidelización y aumento de ventas.

- Aplicar técnicas de comunicación efectiva, amabilidad y escucha activa durante la atención diaria.
- Implementar estrategias sencillas de fidelización basadas en preferencia del cliente, promociones y servicio personalizado.
- Manejar adecuadamente quejas y situaciones de conflicto para transformar dificultades en oportunidades de mejora.
- Utilizar herramientas digitales básicas, como WhatsApp, para comunicarse con clientes, informar novedades y generar ventas adicionales.

### *2.3.3 Competencias que desarrolla*




### *2.3.4 Resultados de aprendizaje*

Al finalizar el desarrollo del módulo, el participante estará en capacidad de:

- Reconocer la importancia del servicio al cliente como eje estratégico del micronegocio, comprendiendo su relación directa con la fidelización, la reputación del negocio y el aumento de las ventas.
- Aplicar técnicas básicas de comunicación asertiva, amabilidad y escucha activa durante la atención diaria, fortaleciendo la relación con los clientes y mejorando su experiencia de compra.

- Implementar acciones sencillas de fidelización, tales como servicio personalizado, seguimiento a las preferencias del cliente, promociones dirigidas y contacto cercano, orientadas a fortalecer la lealtad del consumidor.
- Gestionar adecuadamente quejas, reclamos y situaciones de conflicto, aplicando protocolos básicos de atención que permitan transformar los inconvenientes en oportunidades de mejora del servicio.
- Utilizar WhatsApp Business como herramienta estratégica de comunicación comercial, para el envío de promociones, atención de pedidos, informar a clientes sobre novedades y fortalecimiento del vínculo comercial.
- Aplicar principios de comunicación digital responsable, garantizando trato respetuoso, tiempos de respuesta adecuados, claridad en la información y uso apropiado de los datos del cliente.
- Integrar el servicio al cliente como elemento transversal de la gestión del micronegocio, fortaleciendo la confianza, la recurrencia de compra y el posicionamiento del negocio en su entorno.

### *2.3.5 Contenidos temáticos*

| UNIDAD TEMÁTICA | DESCRIPCIÓN |
|---|---|
| Servicio al cliente | La formación inicia reflexionando sobre qué significa brindar un buen servicio al cliente y por qué este es un elemento determinante para que un cliente regrese a la tienda y prefiera el negocio sobre la competencia, tal como lo plantea la presentación en las primeras diapositivas. Se explica que el servicio no es únicamente saludar o cobrar: es generar experiencias positivas que se recuerdan |
| Fidelización de clientes | Se profundiza en la fidelización de clientes, destacando acciones clave como recordar gustos, ofrecer promociones personalizadas, brindar servicio especial y mantener contacto cercano con los clientes mediante mensajes amables o recordatorios. Se analiza también el concepto de "valor" y cómo el cliente percibe la utilidad de lo que compra, entendiendo que un servicio memorable aumenta el valor percibido. |
| Estrategias de comunicación efectiva | Las herramientas de comunicación son una forma fácil, rápida y económica de vender más y mantener una relación cercana con tus clientes. Se hace énfasis en saludar cordialmente, escuchar con paciencia, usar palabras positivas y evitar respuestas negativas o bruscas. |
| Manejo de quejas y resolución de conflictos, | Se aborda el manejo de quejas y resolución de conflictos, explicando por qué los clientes se quejan y cómo responder correctamente en situaciones como errores en el cobro, productos en mal estado |

| | |
|---|---|
| | o mala atención. Se establecen pasos sencillos: escuchar sin discutir, pedir disculpas, cambiar el producto si es necesario y agradecer el aviso porque ayuda a mejorar |
| Herramientas de comunicación digitales | El uso de WhatsApp Business como canal formal del negocio permite gestionar mensajes automáticos, catálogos, listas de difusión y respuestas rápidas para mantener un contacto permanente con los clientes sin llegar a saturarlos. Facilita el envío de promociones, ofertas y recordatorios, así como la atención de pedidos, avisos de llegada de productos, consultas de horarios y reservas. Para una atención digital efectiva se recomienda mantener tiempos de respuesta adecuados, comunicación clara y trato cortés, además de respetar reglas básicas de protección de datos y comunicación responsable. Finalmente, su integración con redes sociales como Facebook e Instagram contribuye a mejorar la visibilidad y presencia del negocio. |

### *2.3.6 Metodología de enseñanza*

La metodología del módulo se basa en el aprendizaje experiencial y participativo, a través de sesiones virtual sincrónicas y asincrónicas, combinando explicaciones breves con dinámicas de reflexión, ejercicios prácticos y análisis de situaciones reales que viven los micronegocios y asociaciones comunitarias. A través de actividades guiadas, los participantes identifican sus fortalezas y oportunidades de mejora en la atención al cliente, practican técnicas de comunicación asertiva y realizan ejercicios de resolución de conflictos basados en casos reales de tiendas y organizaciones comunitarias. Se utilizan ejemplos visuales, dramatizaciones sencillas y simulaciones de atención para favorecer la apropiación de los contenidos. Además, se integra el uso de WhatsApp como herramienta cotidiana para mejorar el servicio, con ejercicios prácticos de mensajes, listas de difusión y comunicación comercial.

### *2.3.7 Actividades formativas y evaluación en línea*

Las actividades formativas de este módulo se desarrollarán a través de ejercicios prácticos consignados en la cartilla “Fortalecimiento Práctico Micronegocios Tipo Tienda”, orientados al fortalecimiento de las habilidades de atención, comunicación y mejora continua en el servicio al cliente. En una primera actividad, los participantes realizarán una autoevaluación de sus prácticas habituales de atención, mediante una lista de verificación en la que identificarán acciones como el saludo al cliente, la cordialidad en la atención, la escucha activa, el ofrecimiento de alternativas ante la falta de producto, la gratitud al finalizar la venta y el trato empático durante la interacción comercial.

Como parte del proceso reflexivo, cada participante desarrollará una reflexión corta de autoanálisis, en la cual identificará una acción que realiza adecuadamente y un aspecto que considera necesario mejorar en su servicio al cliente, fortaleciendo la conciencia sobre su rol en la experiencia de compra del consumidor.

Adicionalmente, se ejecutará una actividad de reestructuración de lenguaje, orientada a la transformación de expresiones negativas en mensajes positivos, mediante la reformulación de frases comúnmente utilizadas en la atención comercial. Esta actividad permitirá fortalecer la comunicación asertiva, mejorar el trato hacia el cliente y prevenir conflictos durante el proceso de venta.

De manera complementaria, se aplicará una evaluación virtual en línea a través de la plataforma de formación, con el fin de verificar el nivel de comprensión de los contenidos teóricos y prácticos abordados en el módulo. Esta evaluación permitirá evidenciar el cumplimiento de los resultados de aprendizaje, generar reportes de avance y apoyar los procesos de seguimiento, control y evaluación del componente formativo del proyecto.

### *2.3.8 Materiales y recursos didácticos*

- Cartilla “Fortalecimiento Práctico Micronegocios Tipo Tienda”
- Presentación base del módulo.
- Video testimonial.

## 2.4 TEMÁTICA 4: EDUCACIÓN FINANCIERA

### *2.4.1 Propósito del módulo*

Fortalecer la capacidad del beneficiario para administrar adecuadamente su dinero, identificar sus gastos reales, controlar su flujo financiero diario y tomar decisiones informadas que aumenten la utilidad del negocio.

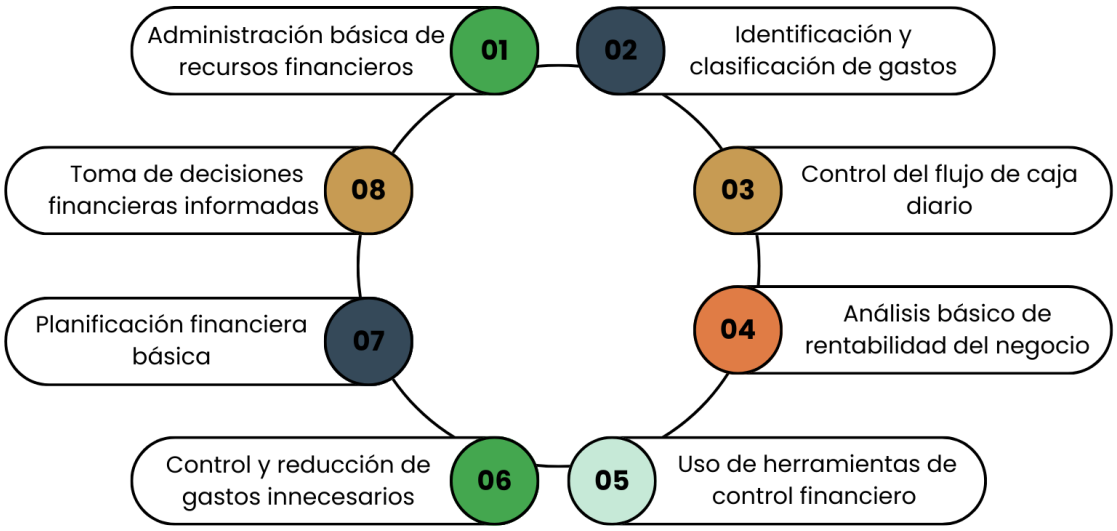
### *2.4.2 Objetivos de aprendizaje*

Al finalizar el módulo, el participante podrá:

- Comprender qué son ingresos, gastos y utilidad dentro de su tienda.
- Identificar y clasificar los tipos de gastos: fijos, variables y otros gastos (personales, hormiga e imprevistos).

- Registrar diariamente ingresos y gastos mediante herramientas prácticas.
- Reconocer la importancia de controlar los gastos y aplicar estrategias para reducirlos.
- Utilizar herramientas sencillas como cuaderno de cuentas, Excel básico o aplicaciones móviles para llevar control financiero.

### *2.4.3 Competencias que desarrolla*




### *2.4.4 Resultados de aprendizaje*

Al finalizar el desarrollo del módulo, el participante estará en capacidad de:

- Definir correctamente los conceptos de ingresos, gastos y utilidad, comprendiendo su relación directa con el funcionamiento financiero del micronegocio.
- Calcular la utilidad real del negocio, aplicando la fórmula básica: Utilidad = Ingresos – Gastos.
- Identificar y clasificar los diferentes tipos de gastos, diferenciando gastos fijos, variables, personales, gastos hormiga e imprevistos, de acuerdo con su impacto en el negocio.
- Registrar de manera diaria los ingresos y gastos, utilizando herramientas manuales o digitales para llevar un control permanente del flujo de dinero.
- Analizar la importancia del control de gastos, reconociendo su impacto en la reducción de pérdidas, el aumento de la utilidad y la mejora en la toma de decisiones financieras.
- Utilizar herramientas básicas de control financiero, tales como cuaderno de cuentas, Excel básico o aplicaciones móviles, para la organización de la información económica del negocio.

- Tomar decisiones financieras más seguras e informadas, basadas en el análisis real de los movimientos económicos del negocio.

### *2.4.5 Contenidos temáticos*

| UNIDAD TEMÁTICA | DESCRIPCIÓN |
|---|---|
| Qué es la educación financiera y para qué sirve | Se revisará por qué es importante entender cómo se mueve el dinero en la tienda, la diferencia entre ingresos, gastos y utilidad, y cómo este conocimiento permite tomar decisiones seguras y mejorar las ganancias |
| Ingresos, gastos y utilidad del negocio | Se aprenderá a identificar qué es ingreso, qué es gasto y cómo calcular la utilidad real usando la fórmula:<br>Utilidad = Ingresos – Gastos. |
| Tipos de gastos: fijos, variables y otros gastos | En este apartado se revisará cómo reconocer gastos fijos (arriendo, servicios, salarios), variables (productos para revender, bolsas, transporte) y otros gastos (personales, hormiga, imprevistos) |
| Importancia de controlar los gastos | Se explicará por qué controlar los gastos evita pérdidas, permite saber cuánto se gana realmente y ayuda a tomar decisiones más seguras |
| Herramientas de control financiero | Se explorarán tres herramientas fáciles: Cuaderno de cuentas, Excel básico, Apps móviles para control de gastos. |

### *2.4.6 Metodología de enseñanza*

La metodología de enseñanza del módulo de Educación Financiera se fundamenta en un enfoque práctico, participativo y orientado a la aplicación inmediata, que permite a los participantes comprender y gestionar de manera real sus finanzas a partir de su propia experiencia económica cotidiana. El proceso formativo se desarrolla mediante sesiones virtuales sincrónicas y asincrónicas, enfocadas en la apropiación progresiva de conceptos financieros básicos y su implementación directa en el micronegocio.

La estrategia pedagógica combina explicaciones conceptuales claras y contextualizadas con ejercicios prácticos, análisis de situaciones reales, simulaciones sencillas de ingresos y gastos, y el uso de ejemplos propios del entorno de los micronegocios, lo que facilita la comprensión de la relación entre ingresos, gastos, utilidad y rentabilidad.

Adicionalmente, se promueve el aprendizaje colaborativo mediante el intercambio de experiencias, permitiendo socializar prácticas de control económico, analizar errores comunes y fortalecer la toma

de decisiones financieras informadas. La metodología se caracteriza por ser clara, flexible y ajustada a los diferentes niveles de experiencia, priorizando el uso de guías paso a paso, formatos de registro, ejercicios aplicados y herramientas de fácil implementación que puedan ser utilizadas de manera inmediata y sostenida en el punto de venta.

### *2.4.7 Actividades formativas y evaluación en línea*

Las actividades formativas de este módulo se desarrollarán a partir de ejercicios prácticos consignados en la cartilla "Fortalecimiento Práctico Micronegocios Tipo Tienda", orientados al fortalecimiento del control financiero y la toma de decisiones económicas informadas en el micronegocio. En una primera actividad, los participantes realizarán la clasificación de sus gastos, identificando y registrando de manera diferenciada los gastos fijos, los gastos variables y los gastos personales u hormiga, con el fin de reconocer el comportamiento real de sus egresos.

Posteriormente, se desarrollará el ejercicio de cálculo de la ganancia real diaria, en el cual el participante registrará sus ingresos y gastos de un día específico para aplicar la fórmula de utilidad, permitiéndole identificar de manera concreta la rentabilidad real de su actividad comercial.

Como parte del proceso de reflexión y mejora continua, los participantes deberán identificar sus tres gastos innecesarios más frecuentes, analizar su impacto en la rentabilidad del negocio y priorizar uno de ellos como objetivo inmediato de reducción, fortaleciendo así la toma de decisiones orientadas a la optimización de recursos.

De manera complementaria, se aplicará una evaluación virtual en línea a través de la plataforma de formación, con el propósito de verificar el nivel de comprensión y apropiación de los conceptos teóricos y prácticos abordados durante el módulo. Esta evaluación permitirá evidenciar el cumplimiento de los resultados de aprendizaje, generar reportes de avance y apoyar los procesos de seguimiento, control y evaluación del componente formativo del proyecto.

### *2.4.8 Materiales y recursos didácticos*

- Cartilla "Fortalecimiento Práctico Micronegocios Tipo Tienda"
- Presentación base del módulo.
- Video Tutorial asincrónico.

## 2.5 TEMÁTICA 5: HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS

### *2.5.1 Propósito del módulo*

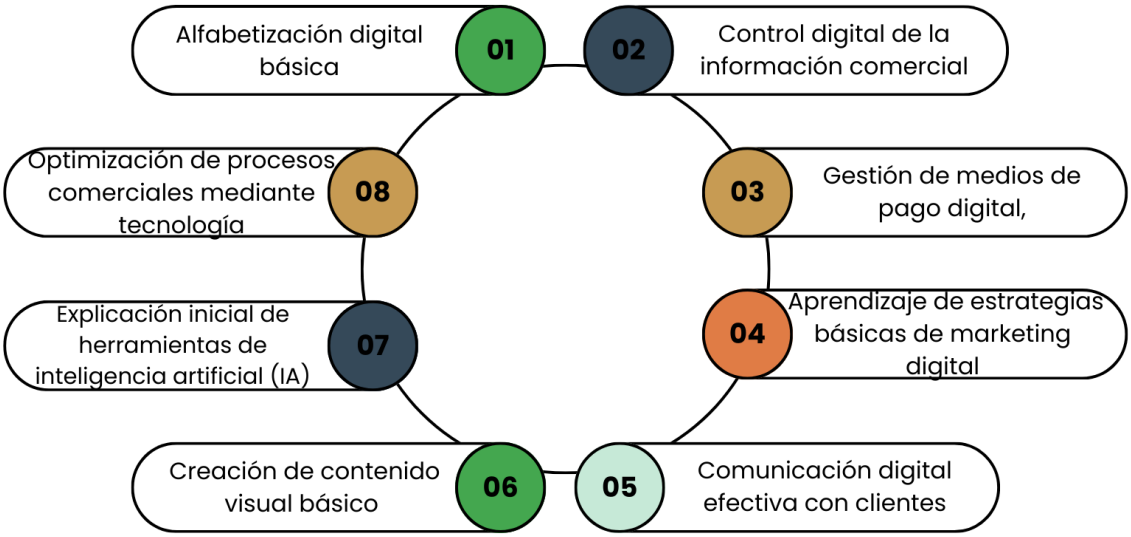
Fortalecer las capacidades digitales del participante para que utilice herramientas tecnológicas básicas que le permitan organizar su negocio, mejorar la comunicación con sus clientes, incrementar las ventas y optimizar procesos como inventarios, pagos y promoción del negocio.

### *2.5.2 Objetivos de aprendizaje*

Al finalizar el módulo, el participante será capaz de:

- Comprender qué son las herramientas tecnológicas y cómo aplicarlas en su tienda.
- Utilizar herramientas de control como Excel y aplicaciones móviles para registrar ventas, gastos e inventario.
- Identificar y utilizar métodos de pago digital seguros y prácticos.
- Implementar herramientas digitales de marketing como WhatsApp Business, Facebook e Instagram.
- Crear contenido visual sencillo usando Canva.
- Reconocer oportunidades de uso de inteligencia artificial (IA) para mejorar comunicación, diseño y productividad.

### *2.5.3 Competencias que desarrolla*



### *2.5.4 Resultados de aprendizaje*

Al finalizar el desarrollo del módulo, el participante estará en capacidad de:

- Reconocer qué son las herramientas tecnológicas y su utilidad en la gestión del micronegocio, identificando sus beneficios para la organización, la comunicación y las ventas.
- Aplicar métodos de pago digital seguros y accesibles, tales como Nequi, Daviplata, transferencias bancarias, PSE y tarjetas débito/crédito.
- Utilizar WhatsApp Business como canal formal de atención y ventas, gestionando catálogos, pedidos, respuestas rápidas y comunicación con clientes.
- Implementar acciones básicas de marketing digital en redes sociales, utilizando Facebook e Instagram para la promoción de productos y servicios.
- Crear piezas gráficas sencillas de promoción comercial, empleando plantillas y recursos de Canva.
- Aprovechar funciones básicas de inteligencia artificial, para la generación de textos, apoyo creativo, revisión de ortografía y mejora del servicio al cliente.
- Optimizar procesos del negocio mediante el uso de herramientas tecnológicas, fortaleciendo la productividad y la toma de decisiones.

### *2.5.5 Contenidos temáticos*

| UNIDAD TEMÁTICA | DESCRIPCIÓN |
|---|---|
| ¿Qué son las herramientas tecnológicas? | Se explicará cómo estas herramientas ayudan a ordenar información de ingresos, gastos e inventarios y facilitan la toma de decisiones. Beneficios prácticos: ahorro de tiempo, organización, automatización, acceso a datos, comunicación efectiva |
| Métodos de pago digital | Revisión de plataformas como Nequi, Daviplata, Bancolombia, tarjetas débito/crédito, PSE y Transfiya. Ventajas en ventas, seguridad y facilidad de uso. |
| Marketing digital y redes sociales | Objetivos del marketing digital, etapas y herramientas principales: Facebook, Instagram, WhatsApp Business, Google Ads / Facebook Ads. |
| Uso de WhatsApp Business | Instalación, copia de seguridad, configuración, perfil del negocio, creación de catálogos, manejo de pedidos y herramientas de comunicación |
| Creación de contenido digital con Canva | Qué es Canva, ventajas, uso de plantillas, edición de imágenes y texto, biblioteca visual, formatos, estilos |
| Introducción a la Inteligencia Artificial | ChatGPT para generar contenido, responder clientes, automatizar tareas, crear textos, revisar ortografía, obtener ideas y mejorar el servicio. IA en Canva para redactar textos y mejorar diseños. |

### *2.5.6 Metodología de enseñanza*

La metodología de enseñanza del módulo de Herramientas Tecnológicas se basa en un enfoque práctico, participativo y orientado a la aplicación inmediata, que permite a los participantes incorporar el uso de herramientas digitales a partir de su experiencia real en el manejo del micronegocio. El proceso formativo se desarrolla mediante sesiones virtuales sincrónicas y asincrónicas, facilitando la apropiación progresiva de los contenidos tecnológicos.

La estrategia pedagógica integra explicaciones conceptuales breves con demostraciones paso a paso, prácticas guiadas, simulaciones de uso de aplicaciones, análisis de casos reales y ejercicios aplicados, orientados al manejo de Excel básico, aplicaciones de control, medios de pago digital, redes sociales, WhatsApp Business, Canva e introducción a la inteligencia artificial.

Adicionalmente, se promueve el aprendizaje colaborativo mediante el intercambio de experiencias entre participantes, fortaleciendo la apropiación de buenas prácticas digitales, la resolución de dificultades técnicas comunes y la mejora continua del uso de la tecnología en el negocio. La metodología está diseñada para ser clara, accesible y adaptable a diferentes niveles de conocimiento digital, priorizando herramientas de fácil uso y aplicación inmediata.

### *2.5.7 Actividades formativas y evaluación en línea*

Las actividades formativas de este módulo se desarrollarán a través de ejercicios prácticos consignados en la cartilla “Fortalecimiento Práctico Micronegocios Tipo Tienda”, orientados a fortalecer la apropiación progresiva de herramientas tecnológicas aplicadas a la gestión del micronegocio. En una primera actividad, los participantes realizarán un autodiagnóstico de su nivel de digitalización, mediante la identificación de los procesos que aún gestionan de manera manual, tales como ventas, fiados, pedidos, gastos e inventarios, reconociendo cuáles de ellos pueden migrarse al uso de herramientas digitales. Como parte del ejercicio, cada participante definirá al menos una acción concreta que desee comenzar a implementar con apoyo del celular.

Posteriormente, se desarrollará la actividad denominada “Mi Compromiso Digital Real”, en la cual cada participante formulará una única acción específica, medible y realizable, orientada a la implementación de una herramienta tecnológica en su negocio, tales como anunciar promociones por mensajes, recibir pagos digitales, organizar cuentas o gestionar pedidos.

Como cierre del proceso reflexivo, se aplicará el ejercicio “Semáforo de la Tecnología”, donde los participantes clasificarán sus procesos en tres niveles: aquello que ya realizan correctamente con apoyo tecnológico, aquello que se encuentran en proceso de aprendizaje y aquello que aún no han implementado. Esta actividad permitirá identificar brechas, avances y oportunidades de mejora en el proceso de transformación digital del micronegocio.

De manera complementaria, se realizará una evaluación virtual en línea a través de la plataforma de formación, orientada a verificar el nivel de comprensión, apropiación y aplicación de los contenidos teóricos y prácticos abordados en el módulo de Herramientas Tecnológicas. Esta evaluación permitirá evidenciar el cumplimiento de los resultados de aprendizaje, generar reportes de avance y apoyar los procesos de seguimiento, control y evaluación del componente formativo del proyecto.

### *2.5.8 Materiales y recursos didácticos*

- Cartilla “Fortalecimiento Práctico Micronegocios Tipo Tienda”
- Presentación base del módulo.
- Video Tutorial asincrónico.

## 3. RESULTADOS ESPERADOS

Como resultado de la implementación integral del componente formativo, se espera:

- Fortalecimiento de las capacidades productivas, administrativas y comerciales de los micronegocios participantes, mediante la apropiación de conocimientos prácticos en vitrinismo, medidas sanitarias, servicio al cliente, educación financiera y herramientas tecnológicas.
- Mejora significativa en la organización del punto de venta, a partir de la aplicación de técnicas de exhibición, categorización de productos, señalización, rotulación e inventarios básicos, impactando positivamente la experiencia del cliente.
- Implementación de buenas prácticas sanitarias y de inocuidad, garantizando condiciones adecuadas de limpieza, desinfección, manejo de residuos, almacenamiento, control de plagas y prácticas higiénicas del personal.
- Fortalecimiento del servicio al cliente y la fidelización, mediante la aplicación de estrategias de comunicación efectiva, atención asertiva, manejo de quejas y uso adecuado de canales digitales de contacto.
- Mejora en el control y la gestión financiera de los micronegocios, evidenciada en la correcta identificación de ingresos, gastos y utilidades, el registro diario de operaciones y la toma de decisiones económicas informadas.
- Incremento en la apropiación y uso de herramientas tecnológicas básicas, tales como Excel, aplicaciones móviles, medios de pago digital, WhatsApp Business, redes sociales, Canva e inteligencia artificial para la gestión, promoción y comunicación comercial.
- Mejora en la competitividad de los micronegocios en su entorno local, reflejada en una mayor visibilidad comercial, optimización de procesos internos y fortalecimiento del relacionamiento con los clientes.
- Generación de evidencias de aprendizaje, avance y cumplimiento, a través de actividades prácticas, ejercicios aplicados, evaluaciones virtuales y registros de implementación en el punto de venta.
- Fortalecimiento del tejido productivo local y de la economía popular, mediante la articulación entre formación, aplicación práctica e instituciones aliadas del territorio.

## 4. BIBLIOGRAFIA

Areandina, Fundación Universitaria del Área Andina. (2017). *Merchandising*. https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1370/Merchandising.pdf

Bancolombia. (s. f.). *Educación financiera para pequeños negocios*. https://www.grupobancolombia.com/personas/educacion-financiera

BBVA. (2021). *Guía práctica de educación financiera para emprendedores*. https://www.bbva.com/es/co/educacion-financiera-emprendedores/

Canva. (s. f.). *Guía de diseño para principiantes*. https://www.canva.com/es_mx/aprende/

ChatGPT – OpenAI. (2023). *Introducción a la inteligencia artificial generativa*. https://openai.com/chatgpt

Departamento Nacional de Planeación – DNP. (2022). *Política de economía popular y solidaria*. https://www.dnp.gov.co/EconomiaPopular

ESIC Business & Marketing School. (s. f.). *¿Qué es el visual merchandising y por qué es tan importante?* https://www.esic.edu/rethink/marketing-y-comunicacion/que-es-visual-merchandising

Gobernación del Tolima. (2024). *Plan de Desarrollo "Con Seguridad en el Territorio 2024–2027"*. https://www.tolima.gov.co

Google Actívate. (2022). *Fundamentos de marketing digital*. https://learndigital.withgoogle.com/activate

Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – INVIMA. (2020). *Manual de buenas prácticas de manufactura*. https://www.invima.gov.co/buenas-practicas-de-manufactura

IEBS Business School. (s. f.). *Visual merchandising: qué es y cómo aplicarlo*. https://www.iebschool.com/blog/visual-merchandising-marketing-digital/

Meta Business. (s. f.). *Guía de WhatsApp Business*. https://www.facebook.com/business/whatsapp

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2019). *Estrategias de servicio al cliente para mipymes*. https://www.mincit.gov.co/getattachment/micrositios/mipymes/servicio-al-cliente.pdf

Ministerio de Salud y Protección Social. (2013). *Resolución 2674 de 2013 – Manipulación de alimentos*. https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%202674%20de%202013.pdf

Ministerio del Trabajo. (2023). *Economía popular en Colombia*. https://www.mintrabajo.gov.co

Ministerio TIC. (2023). *Transformación digital para micronegocios*. https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Programas/Transformacion-Digital

Nequi. (s. f.). *Pagos digitales para negocios*. https://www.nequi.com.co/negocios

Organización Panamericana de la Salud – OPS. (2017). *Guía de saneamiento básico para establecimientos de alimentos*. https://www.paho.org/es/documentos/guia-saneamiento-basico

Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA. (2020). *Servicio al cliente*. https://www.sena.edu.co/es-co/formacion/Paginas/Servicio-al-Cliente.aspx

Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA. (2021). *Curso de manipulación de alimentos*. https://www.sena.edu.co/es-co/Noticias/Paginas/manipulacion-alimentos.aspx

Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA. (2022). *Contabilidad básica para pequeños negocios*. https://www.sena.edu.co/es-co/formacion/Paginas/contabilidad-basica.aspx

Superintendencia Financiera de Colombia. (2020). *ABC de finanzas personales*. https://www.superfinanciera.gov.co/educacionfinanciera

Universidad EAFIT. (2023). *Visual merchandising en el retail*. https://www.eafit.edu.co/extension/educacion-continua/diplomados/Paginas/visual-merchandising.aspx

Universidad Nacional de Colombia. (2018). *Gestión de la experiencia del cliente en los servicios*. https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/69453