

Alistate y Transforma-T

Programa para fortalecer las capacidades financieras, organizativas, comerciales, digitales y blandas de los micronegocios de Colombia.



Confecámaras
Red de Cámaras de Comercio





Confecámaras

Dirección: Av. Calle 26 No 57 – 83 Torre 7 piso 15

PBX: (601) 3814100

confecamaras@confecamaras.org.co

www.confecamaras.org.co

Hecho en Bogotá, D. C., Colombia

Octubre de 2025

Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser reproducida ni en su totalidad ni en sus partes, ni registrada en o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electro-óptico, por fotocopia o cualquier otro, sin el permiso previo por escrito de Confecámaras.

Contenido

P. 4

Contexto

P. 6

Definiciones

P. 7

Objetivo
del programa

P. 8

Población
objetivo

P. 9

Metodología
de intervención

P. 19

Evaluación
de resultados

P. 21

Mecanismos
de socialización
de resultados

P. 22

Resumen
de etapas e
intensidad
de horas



Contexto

La economía popular en Colombia está conformada por millones de micronegocios y pequeñas unidades económicas que producen, comercializan y ofrecen servicios en todos los territorios. Estos negocios, en su mayoría familiares o individuales, son el principal medio de sustento de millones de hogares y representan una parte esencial del tejido empresarial del país.

De acuerdo con el estudio “Panorama de la economía popular en Colombia: caracterización, oportunidades y desafíos”, elaborado por Confecámaras, más del 90% de las empresas registradas son microempresas y, además, existen cerca de 5,1 millones de micronegocios no siempre visibles en los registros formales, que cumplen un papel decisivo en la generación de ingresos y empleo.

A pesar de su importancia, estas unidades enfrentan retos estructurales: acceso limitado a financiamiento, dependencia del efectivo en las transacciones (36% de los negocios dependen exclusivamente de él), escasos hábitos de ahorro (66% no ahorra), poca diversificación de canales de venta (83,6% solo venden de manera directa) y reducidas oportunidades de formación (60% no recibió capacitación en el último año). Estas condiciones afectan su sostenibilidad y limitan su capacidad de crecimiento.

En este escenario, se hace necesario fortalecer sus capacidades financieras, organizativas, comerciales, digitales y blandas, de manera que los micronegocios no solo sobrevivan, sino que logren consolidarse, crecer y perdurar en el tiempo.

El programa “Alístate y Transforma-T para Crecer” surge como una respuesta integral a estas necesidades, combinando dos componentes:

- Alístate, orientado a la educación y preparación financiera para mejorar el acceso y el uso de productos financieros.
- Transforma-T para Crecer, enfocado en fortalecer las capacidades organizativas, comerciales, digitales y blandas de los negocios.

Ambos se complementan para que las unidades económicas de la economía popular organicen sus finanzas, fortalezcan su gestión, aprovechen la tecnología y desarrollen habilidades personales que les permitan asegurar su sostenibilidad.



Definiciones

Economía popular:

Es el conjunto de oficios y ocupaciones mercantiles (producción, distribución y venta de bienes y servicios) y no mercantiles (domésticas y comunitarias), que desarrollan unidades económicas de baja escala: personales, familiares, micronegocios o microempresas. Estas actividades pueden hacerse de forma individual, en un negocio familiar, o de manera asociativa (como asociaciones, cooperativas o redes de comerciantes).

Inclusión financiera:

Proceso de promoción de un acceso asequible, oportuno y adecuado a una amplia gama de productos y servicios financieros regulados y la ampliación de su uso por todos los segmentos de la sociedad, de acuerdo con la definición de la Red Internacional de Inclusión Financiera (INFE) de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) (García, Grifoni, López, & Mejía, 2013).

Educación económica y financiera:

Se entiende como el proceso a través del cual los individuos desarrollan los valores, conocimientos, competencias y comportamientos necesarios para la toma de decisiones financieras y responsables, que requieren la aplicación de conceptos financieros básicos y el entendimiento de los efectos que los cambios en los principales indicadores macroeconómicos generan en su nivel de bienestar (Decreto 457 de 2014).

Micronegocios:

Son unidades económicas con máximo 9 personas ocupadas que desarrollan una actividad productiva, con el objeto de obtener un ingreso, actuando en calidad de propietario o arrendatario de los medios de producción (DANE).



Objetivo del programa

Fortalecer la capacidad de generación de ingresos de las unidades económicas de la economía popular que ejercen oficios y ocupaciones mercantiles, mediante un proceso de asistencia técnica integral que les permita afianzar sus capacidades y habilidades financieras, organizativas, comerciales, digitales y blandas, asegurando que sus negocios crezcan de manera sostenible y perduren en el tiempo.

Mejorar las capacidades, habilidades y competencias gerenciales de los micronegocios y microempresas de la economía popular, para contribuir a su sostenibilidad en el mercado, facilitando su acceso a financiación, a través de la educación y el alistamiento financiero.

Población objetivo

→ Características empresariales

- Micronegocios o microempresas de la economía popular, con al menos un año de funcionamiento y con menos de 9 empleados.
- Unidades económicas que desarrollan actividades mercantiles predominantes en el territorio (producción, comercio, servicios)

→ Características demográficas

- Propietarios mayores de edad, residentes permanentes en el territorio.
- Que cuenten con la disposición de tiempo y compromiso para participar en el proceso de acompañamiento y formación.



Metodología de intervención



Paso 1. Convocatoria y selección de beneficiarios

Busca garantizar la participación de los micronegocios que cumplen con el perfil definido en la población objetivo. Para ello, se recomienda:



Estrategias de difusión y sensibilización:

- **Uso de medios locales** (radio comunitaria, perifoneo, carteleras, redes sociales, página web de la cámara).
- **Estrategias de contacto directo:** voz a voz, puerta a puerta, llamadas telefónicas o visitas en campo.
- **Territorialización:** aplicar una estrategia de barrido en los barrios, veredas o zonas comerciales priorizadas, con el fin de garantizar la cobertura y efectividad de la convocatoria.
- **Selección de beneficiarios:** verificación de los criterios definidos en la población objetivo y registro de los negocios interesados mediante formulario de caracterización.

Paso 2. Caracterización y diagnóstico

Este paso permite conocer la situación actual de los micronegocios seleccionados y establecer una línea de base que oriente el proceso de fortalecimiento.



Aplicación de herramientas de caracterización y diagnóstico:

- Utilizar la plataforma dispuesta por Confecámaras como instrumento principal de registro y diagnóstico.
- Recolectar la información sobre variables financieras, organizativas, comerciales y digitales de los negocios.



Identificación de necesidades y oportunidades de mejora:

- Analizar prácticas de manejo financiero, niveles de organización interna, estrategias comerciales y uso de herramientas digitales.
- Detectar brechas que limiten el crecimiento y la sostenibilidad de la unidad económica.



Definición de línea de base:

- Los datos obtenidos constituyen el punto de partida para medir los avances al finalizar la intervención.
- Esta información servirá para orientar la transferencia de conocimiento, la asistencia técnica y la construcción del plan de fortalecimiento.



Paso 3. Transferencia de conocimiento y asistencia técnica

En esta fase se desarrolla el componente formativo y de acompañamiento, con el propósito de fortalecer las capacidades de los micronegocios en los ejes definidos por el programa.

Metodología de formación:

- Se realizarán sesiones colectivas o individuales, con una intensidad mínima de 20 horas, combinando talleres prácticos, asesorías personalizadas y uso de materiales didácticos (cartillas, guías, plantillas y formatos).
- Estas sesiones podrán complementarse con microcápsulas digitales y espa-



- cios asincrónicos, de acuerdo con la capacidad de la cámara.
- El proceso de formación estará guiado por la cartilla de contenidos elaborada por Confecámaras, la cual servirá como referencia principal y permitirá homogenizar la calidad y la coherencia de los contenidos ofrecidos a los beneficiarios del programa.

Ejes de formación y asistencia técnica:

Módulo 1. Manejo de finanzas personales y del negocio:

"Un negocio organizado empieza por unas finanzas claras. Cuando se separa el dinero de la casa y el del negocio, todo empieza a mejorar."

- Se enfoca en sentar las bases de una gestión financiera saludable, enseñando a los negocios a diferenciar y organizar sus finanzas personales y las del negocio. También se introducen estrategias prácticas para gestionar y reducir las deudas de manera organizada.

Temas:

- Diferenciación de ingresos y gastos personales vs. del negocio.
- **Conceptos básicos:** ingresos, costos, gastos, utilidades y ahorro.
- Técnicas sencillas de registro financiero (cuaderno, plantilla en Excel, aplicaciones básicas.).
- **Estrategias para la gestión de deudas:** método "Bola de Nieve" y "Avalancha".
- Elaboración de un plan de pagos y negociaciones con acreedores.



Módulo 2. Manejo de productos financieros:

“Los productos financieros bien usados son aliados para hacer crecer tu negocio; mal usados, se convierten en cadenas que lo frenan”.

Se brinda formación sobre la función de los productos financieros en el crecimiento de un micronegocio, capacitando en cómo utilizarlos estratégicamente para su beneficio y no como una carga.

Temas:

- Ventajas y desventajas de cuentas de ahorro y crédito.
- Funcionalidad de los microcréditos para la inversión en el negocio.
- Uso de billeteras digitales (Nequi, Daviplata, Movii, otros.) para la gestión de ingresos y pagos.
- Cómo construir y mantener un historial crediticio positivo.
- **La hoja de vida financiera:** qué son las centrales de riesgo, su importancia, qué significa estar reportado y cómo salir de un reporte negativo. (DataCrédito o TransUnion).



Módulo 3. Fundamentos de inversión para el negocio:

“Invertir no es gastar: es sembrar hoy para recoger más mañana.”

- Este módulo introduce de forma práctica el concepto de inversión, adaptado a la realidad de la economía. Se explora cómo los negocios pueden reinvertir sus ganancias para generar crecimiento a largo plazo.

Temas:

- Diferencia entre gasto e inversión.
- **Ejemplos de inversión en el propio negocio:** maquinaria, insumos, local, mercadeo.
- Invertir en conocimiento y habilidades (capacitación).
- Cómo el ahorro se convierte en la base para la inversión.
- ¿Cómo salir del "Gota a Gota"?

Módulo 4. Diseño del plan de acción financiero:

“Un plan financiero es como un mapa: te muestra hacia dónde vas y cómo llegar.”

- Consolida los aprendizajes de los módulos financieros. Se trabajará con los micronegocios en la creación de un plan de acción, con objetivos, acciones y entregables claros y medibles.

Temas

- Identificación de objetivos financieros concretos.
- Desarrollo de acciones específicas y realistas.
- Definición de entregables e indicadores para la medición de avances.



Módulo 5. Capacidades organizativas:

"Un negocio organizado es como una casa bien ordenada: todo funciona mejor y con menos esfuerzo."

- Se enfoca en la estructura y los procesos internos del negocio. El objetivo es que los participantes aprendan a "organizar su casa" para operar de manera más eficiente y sostenible.

Temas:

- Optimización de procesos de producción y gestión de inventarios.
- Organización de los espacios de trabajo y la logística.
- Aspectos laborales básicos y la gestión de colaboradores.
- Fundamentos de la formalización empresarial y sus beneficios.



Módulo 6. Capacidades comerciales:

"No se trata de vender mucho una vez, sino de lograr que tus clientes siempre vuelvan."

- Un módulo centrado en el conocimiento del cliente y en el desarrollo de tácticas para aumentar las ventas y la visibilidad del negocio en el mercado.

Temas:

- Identificación de clientes ideales, nuevos nichos de mercado y canales de ventas.
- Técnicas de venta, negociación y servicio al cliente (estrategias de promoción y mercadeo de bajo costo).
- **Vitrinismo:** hacer que el negocio 'hable' y atraiga clientes.
- Fidelización de clientes.
- Análisis de la competencia y estrategias de precios.

Módulo 7. Habilidades digitales

“Quien aprende a usar lo digital, abre la puerta a más clientes y más oportunidades.”

- Este módulo busca dotar a los micro-negocios de las habilidades digitales necesarias para expandir su alcance, mejorar su imagen y acceder a nuevos canales de comercialización.

Temas:

- Uso de redes sociales (Facebook, WhatsApp Business, Instagram, TikTok, otros) para promocionar productos.
- Creación de contenido sencillo y atractivo (fotografía, video).
- Comercio electrónico y Marketplaces (Facebook Marketplace, Mercado Libre, Rappi).
- Uso de herramientas de Inteligencia Artificial (IA) como asistentes virtuales.
- Medición de impacto y resultados de las herramientas digitales.



Módulo 8. Habilidades blandas:

“Un negocio crece con números, pero se sostiene con confianza, comunicación y empatía.”

- Este módulo se centra en las capacidades personales, reconociendo que el éxito del negocio está directamente ligado al desarrollo de sus habilidades sociales y emocionales.

Temas:

- Comunicación asertiva con clientes, proveedores y colaboradores.
- Resolución de problemas y pensamiento crítico.
- Liderazgo, trabajo en equipo e inteligencia emocional.
- Gestión del tiempo y establecimiento de prioridades.



Paso 4. Jornada financiera y comercial

Este espacio se diseña como un encuentro en el que los micronegocios participantes podrán acceder tanto a oportunidades de inclusión financiera como a escenarios de conexión comercial.

Objetivos de la jornada:

- Facilitar a los micronegocios el acercamiento a entidades financieras (bancos, cooperativas, fintech, billeteras digitales) para recibir asesoría personalizada en apertura de productos, manejo de servicios y opciones de crédito.
- Promover la visibilidad comercial de los micronegocios mediante ferias, ruedas de negocios o espacios de relacionamiento que permitan establecer contactos con nuevos clientes, proveedores o aliados.



Evaluación de resultados

Permite medir los cambios obtenidos en los micronegocios durante el proceso de intervención, comparando su situación inicial con los avances alcanzados al finalizar el programa.

→ Componentes de la evaluación:

- **Línea de base:** se establece con los resultados del diagnóstico de entrada aplicado a través de la plataforma dispuesta por Confecámaras.
- **Evaluación de salida:** se aplica al finalizar la intervención, utilizando la misma herramienta para identificar avances en capacidades financieras, organizativas, comerciales, digitales y blandas.

→ Variables a evaluar:

- **Caracterizados:** número total de micronegocios caracterizados a través del programa.
- **Finalización del programa:** % de micronegocios que completan el programa (diagnóstico de entrada y salida, y horas mínimas).
- **Aumento de ventas:** variación porcentual de las ventas mensuales antes vs después del programa.
- **Mejora del puntaje general:** variación del puntaje general de habilidades y capacidades antes vs después del programa.
- **Separa cuentas:** % de participantes que empezaron a separar el dinero de su negocio del de su hogar.
- **Medios de pago digitales:** % de participantes que empezaron a aceptar medios de pago digital.
- **Ahorro:** % de participantes que empezaron a ahorrar.
- **Control de inventario:** % de participantes que llevan control de su inventario.
- **Canales de venta:** % de participantes que implementan canales de venta adicional a las directas.
- **Promoción en medios virtuales:** % de participantes que usa algún medio virtual para promocionar sus productos o servicios.



Mecanismos de socialización de resultados

1 Piezas clave:

Infografías con los principales resultados; casos de éxito del programa (video corto + fotografías + texto “antes/después”).

2 Despliegue 360° (con comunicaciones):

Coordinación para documentar casos y difundir en medios tradicionales, alternativos y redes sociales.

3 Difusión en medios propios y aliados:

Web/boletín/redes de las cámaras y aliados; paquete básico para prensa.

4 Socialización con grupos de interés:

Reuniones breves con actores internos y externos para presentar resultados y aprendizajes.

5 Evento de certificación:

Para empresarios que completaron el programa, con testimonios y cobertura de medios.

Resumen de etapas e intensidad de horas

Etapa	Actividad	Tiempo estimado	Modalidad sugerida
Promoción y difusión	Socialización de programa	2 horas	Híbrido
Caracterización y convocatoria	Caracterización	15 min	Presencial
	Concertación de hoja de ruta	10 min	Presencial
Diagnóstico	Diagnóstico de entrada	15 min	Presencial



Etapa	Actividad	Tiempo estimado	Modalidad sugerida
Alístate	Módulo 1. Manejo de finanzas personales y del negocio	3 horas	Híbrido
	Módulo 2. Manejo de productos financieros	2 horas	Híbrido
	Módulo 3. Fundamentos de inversión para el negocio	2 horas	Híbrido
	Módulo 4. Diseño del plan de acción financiero	3 horas	Híbrido
Transforma-T para Crecer	Módulo 5. Capacidades organizativas	2 horas	Híbrido
	Módulo 6. Capacidades comerciales	3 horas	Híbrido
	Módulo 7. Habilidades digitales	3 horas	Híbrido
	Módulo 8. Habilidades blandas	2 horas	Híbrido
Jornada financiera y comercial	Relacionamiento comercial y financiero	5 horas	Presencial
Finalización	Evaluación de resultados	15 min	Presencial

