ANEXO TÉCNICO
TU NEGOCIO EN LÍNEA 2025-2026
SUBDIRECCIÓN PARA LA TRANSFORMACIÓN SECTORIAL

Tabla de Contenido

1. NECESIDAD Y PERTINENCIA DEL PROYECTO 3
1.1. CONTEXTO NACIONAL 6
2. POBLACIÓN BENEFICIARIA 8
2.1. OBJETO 9
3. ALCANCE 9
4. META DEL PROYECTO 11
5. FASES DEL PROYECTO 11
5.1. DESCRIPCIÓN DE LA FASE 1: PLANEACIÓN 12
5.2. DESCRIPCIÓN DE LA FASE 2: CONVOCATORIA, INSCRIPCIÓN Y SELECCIÓN 14
5.3. DESCRIPCIÓN DE LA FASE 3: EJECUCIÓN 21
5.4. DESCRIPCIÓN DE LA FASE 4: PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN – TRANSVERSAL 34
5.5. DESCRIPCIÓN DE LA FASE 5: CIERRE 40
6. INFORMES DE EJECUCIÓN Y AVANCE 40
6.1. INFORME FINAL 41
7. PLAZO DE EJECUCIÓN 41
8. EQUIPO MÍNIMO DE TRABAJO 41
9. GLOSARIO 46

ANEXO TÉCNICO PARA EL PROYECTO "TU NEGOCIO EN LÍNEA 2025-2026"

El presente anexo contempla la totalidad de requerimientos técnicos, listado de entregables, alcances de ejecución y programación de actividades previstas en el marco del programa denominado **TU NEGOCIO EN LÍNEA 2025 - 2026**, estructurado por la Subdirección para la Transformación Sectorial en cumplimiento de las funciones establecidas por el artículo 32 del decreto 1064 de 2020: *"1. Apoyar la formulación de políticas y la articulación de programas, planes y proyectos dirigidos a la mayor utilización y aprovechamiento de las tecnologías de la información y las comunicaciones en los procesos productivos y en el desarrollo y promoción del comercio electrónico de bienes y servicios. 2. Diseñar e implementar estrategias encaminadas a promover el uso intensivo de tecnologías de la información y las comunicaciones en sectores considerados estratégicos en los planes de desarrollo nacional y regionales. (…) 3. Establecer espacios de diálogo y participación con los actores competentes, para la definición e implementación de mecanismos que aumenten el grado de desarrollo y la transformación de modelos de negocio, a partir del comercio electrónico (…). 4. Implementar planes, programas y proyectos para promover el uso estratégico de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en los procesos productivos de las micro, pequeñas y medianas empresas. (…)".*

Las especificaciones mínimas para la ejecución del citado proyecto, plasmadas en el presente documento harán parte integral de la relación jurídica por suscribir, por tanto, los ejercicios de evaluación y aprobación de las actividades previstas tendrán como único referente admisible la descripción desarrollada en el presente anexo. Todo lo anterior, en articulación con las obligaciones establecidas en el manual de supervisión y facultades otorgadas a las instancias de acompañamiento seguimiento y control.

En lo relacionado con el establecimiento del presupuesto asignado al proyecto, y la identificación de los posibles ejecutores, debe destacarse que estos aspectos serán consolidados de conformidad a los elementos identificados en el estudio de sector y de mercado adelantados en el marco del ejercicio de estructuración.

1. NECESIDAD Y PERTINENCIA DEL PROYECTO

La expansión de conexiones de alta velocidad a Internet, el auge de la sociedad de la cibercultura, la globalización de los mercados, el alto grado de especialización de los hábitos de los consumidores y la llegada de la llamada Cuarta Revolución Industrial (4RI), entre otras, enmarcan un escenario muy positivo en la expansión del comercio electrónico en el mundo y en constante proceso de transformación.

El comercio electrónico consiste en la distribución, venta, compra, mercadeo y suministro de información de productos o servicios a través de Internet y es uno de los servicios que ha generado mayor transformación en las relaciones económicas de las personas, puesto que ha permitido expandir la base de clientes de las empresas al entrar a un mercado más amplio, crear una ventaja competitiva, mejorar la comunicación con los clientes y mejorar la efectividad de las campañas publicitarias[1].

Actualmente, la compra y venta de bienes y servicios ya no se realiza exclusivamente a través de mercados en línea regidos por el sistema bancario, sino que los consumidores se encuentran ante una amplia oferta de productos, esquemas de pagos y nuevos actores que están innovando constantemente en este mercado. Se trata de un ecosistema dinámico en el cual el consumidor tiene la posibilidad de observar en línea o en puntos de venta bajo tecnologías de realidad

[1] De acuerdo con el CONPES 4012 de 2020: "(…) Para el propósito de esta política se utilizará la definición de comercio electrónico establecida por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), quien lo define como la venta o la compra de bienes o servicios, realizadas mediante redes informáticas a través de métodos específicamente diseñados con el propósito de recibir o procesar pedidos, independientemente de si el pago y la entrega de los bienes o servicios ocurren en línea (2011)".

aumentada el producto al cual quiere acceder, usar diversas aplicaciones para comparar características, precios y ventajas según sus necesidades; pagar a través del sistema bancario o mediante el uso de soluciones FinTech tales como Billeteras Electrónicas entre otras, recibir en su domicilio, oficina o tienda el bien haciendo constantemente seguimiento a través de tecnologías de georeferenciación y/o acceder a un servicio personalizado de postventa para mejorar su experiencia de compra.

Es decir, nos enfrentamos a un ecosistema de comercio electrónico que gracias a la integración de diferentes agentes orientados a garantizar la efectividad de la compra y fidelizar los clientes, está regido por la omnicanalidad y la interoperabilidad de las entidades que participan de este ecosistema. No se trata de un comercio electrónico que se vive exclusivamente en los canales digitales, al contrario, implica el despliegue de actividades económicas que demandan integraciones del mundo online y offline para poner a disposición una oferta de productos especializados a un sólo clic o fácilmente accesibles en tiendas físicas.

Dicha transformación en la forma de comprar y vender de la sociedad actual implica desafíos tecnológicos, logísticos y de cultura al cliente para las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas que participan de este ecosistema y desean garantizar la sostenibilidad de sus modelos de negocio. Más aún cuando, los estudios en la materia permiten entender que "Prepararse para un futuro digital no es una tarea fácil (...) las empresas que consiguen mejores resultados son aquellas que marcan metas más ambiciosas y despliegan mayores recursos en sus caminos hacia la transformación digital plena"[2].

Usualmente se piensa en desarrollar soluciones de eCommerce para economías cuyo principal asentamiento es el urbano partiendo del concepto de brecha Digital entre los sectores urbanos y rural. El concepto de Brecha Digital hace referencia a la diferencia socioeconómica entre aquellas comunidades que tienen accesibilidad a las TIC y aquellas que no, y también hace referencia a las diferencias que hay entre grupos según su capacidad para utilizar las TIC de forma eficaz, debido a los distintos niveles de alfabetización y capacidad tecnológica[3]. Sin embargo, la implementación del eCommerce en las principales actividades agrícolas del sector rural, ofrece una serie de ventajas para consumidores, productores y los demás actores interesados que forman parte de la cadena de valor del sector Agro, sector que, desde el Gobierno Nacional, a través del Plan Nacional de Desarrollo se prioriza como fuente de desarrollo económico del país, se pretende impactar con el presente proyecto.

Es por esto que, se debe tener en cuenta las ventajas que puede tener el sector:

Acceso a nuevos mercados y reducción de intermediarios

- El eCommerce permite a las unidades productivas del sector agro acceder directamente a mercados nacionales e internacionales, eliminando intermediarios y facilitando la venta directa al consumidor final. Esto se traduce en mejores precios para el comprador y mejor retorno de la inversión para el productor.
- Plataformas digitales y aplicaciones móviles facilitan la comunicación entre productores y clientes, ampliando el alcance de los productos agrícolas
- Incremento de ingresos y eficiencia operativa
- La digitalización y automatización de procesos de venta optimizan la gestión de inventarios, logística y distribución, reduciendo costos y mejorando la eficiencia operativa

[2] BLANCO Fernando, CASTRO José Manuel, GAYOSO Rubén A., SANTANA Wilfredo. Las claves de la cuarta revolución Industria., Cómo afectará a los negocios y a las personas. 2019.
3 https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/5467:brecha-digital

Desarrollo rural y sostenibilidad

- El eCommerce contribuye al desarrollo económico rural al abrir nuevas oportunidades de negocio y fomentar la inclusión digital de comunidades tradicionalmente marginadas
- La capacitación en herramientas digitales promueve prácticas agrícolas sostenibles y responsables con el medio ambiente

Mejora en la relación productor-consumidor

- Las plataformas digitales permiten una relación más directa y personalizada con los clientes, facilitando la retroalimentación y la adaptación de la oferta a las necesidades del mercado
- La trazabilidad y calidad de los productos pueden ser mejor gestionadas y comunicadas a través de herramientas tecnológicas, generando confianza en los consumidores

Disponibilidad y flexibilidad

- El eCommerce permite la venta de productos agrícolas las 24 horas del día, los 7 días de la semana, sin las limitaciones de horarios o ubicación geográfica
- Las unidades productivas del sector agro pueden diferenciarse de la competencia y ofrecer experiencias personalizadas a sus clientes, adaptándose rápidamente a las tendencias del mercado

Innovación y competitividad

- La integración de tecnologías avanzadas, como inteligencia artificial y georreferenciación, ayuda a optimizar procesos productivos y logísticos, mejorando la competitividad del sector agrícola colombiano
- La digitalización impulsa la formalización económica y la adopción de modelos de negocio sostenibles, predecibles y escalables en el tiempo

Es por todo lo anterior que, se hace necesario promover iniciativas que permitan otorgar a las MiPymes colombianas, unidades económicas de baja escala y actores del sector agrícola que aún no hacen uso de la tecnología en la operación de sus modelos de negocio, todas las herramientas necesarias para mantener e incrementar su nivel de ventas efectivas a través del uso estratégico de las TIC como un camino para la generación de ingreso que permita su sostenimiento y desarrollo a largo plazo.

Bajo esta perspectiva, se estructuró el proyecto "**TU NEGOCIO EN LÍNEA 2025 - 2026"** como una respuesta a las condiciones actuales que impactan a las unidades productivas del sector agro, comerciantes, empresarios MiPymes y población perteneciente a la economía popular y comunitaria. Es importante destacar que, con el fin de promover el uso y apropiación del comercio electrónico, con este proyecto se busca asistir y acompañar a este público objetivo en todo el territorio nacional, para lograr la adopción y uso de herramientas tecnológicas y canales digitales, incluyendo el uso de tecnologías avanzadas como la Inteligencia Artificial, hacia a un incremento de ventas y una mayor sostenibilidad de su actividad económica.

1.1. CONTEXTO NACIONAL

El sector empresarial en Colombia ha tenido enormes desafíos que han limitado su desarrollo, supervivencia y competitividad entre los que se destacan la globalización de los mercados, la aceleración del cambio tecnológico y el desarrollo de nuevos sistemas de información y comunicación, unidas al escaso hábito de gestión del conocimiento y del capital humano, la dificultad para la captación de capitales ajenos a largo plazo, la menor cualificación de empresarios y empleados, las dificultades de localización e infraestructura, y la complejidad para incorporar las innovaciones tecnológicas[4].

Lo anterior se puede observar en el comportamiento del uso y apropiación del comercio electrónico que han tenido las MiPymes colombianas. Para el 2019, el Centro Nacional de Consultoría a través del estudio de Oferta del Comercio Electrónico, llevado a cabo para el Observatorio eCommerce, demostró que de una muestra de aproximadamente 1.5 millones de empresas colombianas, solo el 20% de estas tienen portal de ventas en línea. Así mismo, el Observatorio eCommerce, identificó que las tiendas virtuales de los grandes comercios son las que jalonan el promedio de visitas a los portales de compra en Colombia, con un promedio de visitas totales que supera los 2 millones mientras que las micro llegan a 37.543 en promedio anuales. Este indicador, más la estimación del tiempo promedio de visita a los portales de las grandes empresas[5] son una muestra de la baja tasa de conversión con la cual actualmente cuentan las MiPymes en Colombia, y por ende de los retos que afrontan las empresas colombianas para su transformación digital.

No obstante, las medidas de distanciamiento social, el cierre de canales de comercio físico y el aislamiento preventivo como condición fundamental para la contención y mitigación de la pandemia del COVID-19, implicaron diferentes restricciones a la actividad económica del país y una potencial desaceleración de las dinámicas de consumo que impactaron directamente en la estabilidad económica de las empresas. Lo anterior demostró el rol crítico que cumplen las tecnologías digitales en los diversos ámbitos de la vida y las enormes brechas que existen en la adopción de estas tecnologías, condicionadas por los desafíos estructurales de América Latina y el Caribe. En el caso de Colombia, se refleja en la caída del PIB a un 6,8%[6].

Estas medidas aceleraron la necesidad de transformación digital para la venta electrónica de productos y servicios, llevando a las empresas y usuarios a hacer uso de los canes digitales rápidamente, trasladando sus transacciones del mundo físico al virtual, convirtiendo al comercio electrónico en uno de los sectores más relevantes durante la crisis sanitaria y económica, sin que hubiera decaído su crecimiento luego de superarla. Esto se apoya en cifras presentadas por la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, en donde se tiene que para el año 2024 el comercio electrónico creció un 26,7% respecto al año 2023, es decir, alcanzando la suma de 105 billones de pesos con más de 511 millones de Transacciones y se generan expectativas de crecimiento cercano al 19,4% en ventas eCommerce para la vigencia 2025[7].

Ahora bien, el MINTIC con su Observatorio de eCommerce, realizó en 2023 el estudio de "Adopción Tecnológica del Comercio Electrónico en la Economía Popular " que corresponde al proceso de aceptación, integración y uso de nuevas tecnologías en los diferentes entornos, a través A través de la incorporación de sistemas informáticos, software y conectividad, se busca mejorar la calidad de vida, la productividad y los procesos que construyen mejores condiciones entre cada actor de la sociedad.

---

[4] Fundación para el Análisis Estratégico y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa. Observatorio Iberoamericano de la MIPyME 2022. http://www.faedpyme.upct.es/article/observatorio-iberoamericano-de-la-mipyme-2022/151

[5] Según las cifras presentadas por el observatorio de eCommerce el tiempo promedio de visita a los portales de las grandes empresas es de 7 minutos, en contraprestación de los 5 minutos para las pequeñas.

[6] Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)

7 Informe de Cierre del comportamiento del comercio electrónico en Colombia durante 2024 - https://ccce.org.co/wp-content/uploads/2017/06/Informe-de-Cierre-2024-Version-Publica-Apr.pdf

De acuerdo con lo citado en las Bases del Plan Nacional de Desarrollo, lo que caracteriza a las unidades productivas de la economía popular son: el tamaño, su propiedad y funcionamiento, el sector al que pertenecen y su objetivo. En primer lugar, las actividades u oficios de la economía popular se caracterizan por tener un tamaño de pequeña escala. En esta escala pequeña se incluyen unidades económicas personales, familiares, micronegocios o microempresas (máximo 9 personas ocupadas).

Dentro del estudio se tomó como base los micronegocios quienes son actores principales del comercio a nivel nacional. De acuerdo con el DANE en su Encuesta de Micronegocios (EMICRON) de 2023, se registraron 5,1 millones de micronegocios de los cuales 4,7 millones se refieren a micronegocios por cuenta propia y 474.971 corresponden a micronegocios de empleadores en a nivel nacional y de 24 departamentos del país en donde la encuesta tiene aplicación.

Según datos de la EMICRON de 2023 dentro de los negocios que usan internet (2.290.931, ver imagen 1), las actividades de Mensajería instantánea, Aplicaciones y Banca electrónica y otros servicios financieros fueron las actividades que más micronegocios realizaron. Servicio al cliente fue la cuarta actividad con más micronegocios en el total nacional (43,6 %).

Imagen 1. Número de micronegocios que realizaron actividades en internet

	Actividad Económica	Total
1	**Mensajería instantánea o chat (WhatsApp, Messenger, Line, etc)**	2.255.289
2	**Uso de aplicaciones**	1.404.112
3	**Banca electrónica y otros servicos financieros**	1.230.406
4	**Servicio al cliente**	999.689
5	**Llamadas telefónicas por internet / VoIp o uso de videoconferencias**	577.521
6	**Búsqueda de información sobre bienes y servicios**	560.525
7	**Enviar o recibir correo electrónico**	466.497
8	**Búsqueda de información de dependencias oficiales y autoridades**	274.573
9	**Capacitación de personal**	189.965
10	**Comprar a proveedores por internet mediante una plataforma electrónica (comercio electrónico)**	177.383
11	**Entrega de productos en forma digitalizada a través de internet**	147.628
12	**Vender productos a a clientes por internet mediante una plataforma electrónica (comercio electrónico)**	127.016
13	**Transacciones con organismos internacionales**	108.508
	Cantidad de micronegocios según uso del servicio de internet	**2.290.931**

Por otro lado, las actividades de tecnologías emergentes y comercio electrónico con menor participación fueron: las transacciones con entidades internacionales (4,7 % de micronegocios nivel nacional), **seguido de Vender productos a clientes por internet mediante una plataforma electrónica (comercio electrónico) como la penúltima actividad que menos micronegocios realizó con 5,5 % total nacional**

Teniendo a consideración este contexto, la intervención estructurada por el presente anexo contempla la realización de una convocatoria nacional para captar los posibles beneficiarios proyectados. Consecutivamente, el ejecutor seleccionado deberá efectuar acciones de transferencia tecnológica, apoyado en el uso de la Inteligencia Artificial, con el fin de lograr

la apropiación de conocimiento por parte de los beneficiarios en lo relacionado con la cadena de valor del comercio electrónico; este proceso conlleva a la realización de diagnósticos que permitan evidenciar oportunidades de mejora en la operación de los negocios o actividades productivas de los participantes. Para garantizar el total entendimiento, configuración y uso de la herramienta tecnológica de comercio electrónico por parte de los posibles beneficiarios se deberán llevar a cabo asesorías grupales y acompañamientos individuales.

2. POBLACIÓN BENEFICIARIA

Este proyecto está dirigido a mínimo 8.803 beneficiarios entre comerciantes, empresarios MiPymes, unidades productivas del sector agro y población perteneciente a la economía popular y comunitaria, que busquen asistencia y asesoría para el uso y apropiación de herramientas tecnológicas de comercio en línea, con el fin de ampliar su oferta de productos y servicios de forma ágil y efectiva, sumado a canales digitales que conlleven a un incremento de ventas y una mayor sostenibilidad de su actividad económica. Para tal fin se deben cumplir con los siguientes requisitos:

Ser persona natural o jurídica que realiza actividades de comercio, denominados como comerciantes y/o empresarios MiPymes. Para determinar si el postulante pertenece a alguno de estos grupos, para el desarrollo del presente proyecto se tomarán en cuenta las siguientes definiciones:

i. Comerciante: persona natural o jurídica colombiana, que resida actualmente en el país y que ejerce de manera habitual y profesional alguna de las actividades que la ley considera como mercantiles.

ii. Empresario MiPymes: representante legal o gerente de una micro, pequeña o mediana empresa legalmente constituida en Colombia según lo dispuesto en el Artículo 2.2.1.13.2.2. del Decreto 957 de 05 junio de 2019, que realice procesos de comercialización de bienes o prestación de servicios en el país.

iii. Economía Popular y Comunitaria: Ciudadano colombiano mayor de edad, en los oficios y ocupaciones mercantiles (producción, distribución y comercialización de bienes y servicios) y no mercantiles (domésticas o comunitarias) desarrolladas por unidades económicas de baja escala (personales, familiares, micronegocios o microempresas), en cualquier sector económico.

Para ser beneficiario, el inscrito que se identifique como comerciante o empresario MiPymes deberá presentar y anexar:

- Para aquellos postulantes que se identifiquen como comerciantes o empresarios formalizados El RUT y/o el registro mercantil vigente,
- Para aquellos postulantes que se identifique como comerciantes pertenecientes a la economía popular y comunitaria, deberá presentar la cedula de ciudadanía y la declaración expresa de pertenencia a este grupo poblacional[8], la cual deberá estar incluida en el formulario de registro, donde conste la calidad antes mencionada. Estos requisitos se verificarán a partir de la información suministrada por los potenciales beneficiarios en dicho formulario de inscripción que se detalla en el presente anexo técnico.

NOTA: Con el fin de evitar situaciones de doble beneficio, los seleccionados para este proyecto no podrán haber sido beneficiados en los proyectos Tu Negocio en Línea de las vigencias 2023 y 2024 ni Vende Digital 2022, en su línea estratégica Tiendas Virtuales. Como salvedad, los comerciantes y/o empresarios MiPymes que únicamente fueron inscritos, pero que no recibieron ninguna atención, capacitación, asesoría, transferencia de conocimiento, implementación tecnológica o beneficio en las mencionadas estrategias, si podrán ser beneficiarios de Tu Negocio en Línea 2025-2026.

[8] En el marco del proceso de inscripción se deberá habilitar los campos necesarios para que aquellas personas naturales que se postulen a la convocatoria indiquen si es el caso el ejercicio de una actividad comercial de carácter informal mediante la prestación de servicios o compra y venta de bienes.

Igualmente, aquellos inscritos que fueron seleccionados y no culminaron con éxito el proceso de alguna de los tres proyectos con sus líneas estratégicas en mención, no podrán ser beneficiarios del presente proyecto. Durante el desarrollo del proyecto, el ejecutor deberá garantizar el cumplimiento de los anteriores aspectos, en caso contrario, este asumirá dichos costos. El MINTIC suministrará al contratista la base de datos de los comerciantes y/o empresarios que no podrán ser beneficiarios.

La Subdirección para la Transformación Sectorial es responsable del cumplimiento de la meta establecida en el Plan Nacional de Desarrollo 2022–2026, que contempla impactar a 20.000 empresas y/o comerciantes para que adopten tecnologías para la transformación digital durante el cuatrienio.

Para avanzar en este propósito, la Subdirección ha diseñado y ejecutado diversas estrategias, entre las cuales se destaca el proyecto Tu Negocio en Línea, implementado en las vigencias 2023 y 2024, y mediante el cual se han beneficiado hasta la fecha 10.710 comerciantes y/o empresarios MiPymes. Este proyecto ha representado un aporte significativo al cumplimiento de la meta sectorial, pero no constituye la única acción orientada a dicho objetivo. La Subdirección tiene a su cargo otras iniciativas que también contribuyen al avance de esta meta, las cuales han sido contempladas en su planeación y ejecución programática.

Por lo anterior, y de acuerdo con la asignación presupuestal y el aporte de este proyecto al cumplimiento de la meta indicada, se determina una meta mínima a cubrir de 8.803 beneficiarios en las dos vigencias, la cual está enfocada en la línea estratégica cuyo fin es aportar a la democratización de las TIC para desarrollar una sociedad del conocimiento y la tecnología durante el cuatrienio, a través de la transformación digital y la formación de colombianos en habilidades TI para lograr el cambio que el país necesita. Adicionalmente, con el fin de alcanzar el 100% de la meta de 20.000 beneficiarios, la Subdirección prevé estructurar otras iniciativas que contribuyan al cumplimiento integral de este objetivo nacional.

2.1. OBJETO

Implementar y ejecutar una estrategia de alcance nacional para fomentar el uso y adopción de tecnología que fortalezca el comercio electrónico en comerciantes y el sector empresarial de Colombia, priorizando el sector agro, implementando y utilizando tecnología avanzada como la Inteligencia Artificial.

3. ALCANCE

Este proyecto se estructura considerando las condiciones que impactan el tejido empresarial del país, buscando mejorar las habilidades digitales de los comerciantes, empresarios MiPymes, unidades productivas del sector agro y población perteneciente a la economía popular y comunitaria y que aún no han apropiado el uso de las TIC en la operación de sus modelos de negocio y que aún no han implementado soluciones de comercio electrónico que les permita poner a disposición su oferta de bienes y servicios en canales digitales o incluyendo aquellos que aun teniendo alguna herramienta para la comercialización en línea puedan mejorar sus canales comerciales para lograr mayor productividad

Es por esto por lo que se hace necesario en el proyecto formular, ejecutar y realizar el seguimiento a acciones tendientes a:

i. Ofrecer al tejido empresarial colombiano y a la economía popular un formulario web, para el registro y la inscripción al programa, que permita una caracterización con el fin de establecer y aplicar prioridades para la selección.

ii. Implementar un esquema de asesorías especializadas asíncronas y/o sincrónicas, que permita a los beneficiarios

poner a disposición su oferta de productos en línea, en búsqueda del fortalecimiento mediante la adecuada y oportuna implementación de herramientas tecnológicas en las mencionadas unidades productivas.

iii. Colocar a disposición una plataforma tecnológica que incorpore Inteligencia Artificial y que permita al menos a 8.803 comerciantes, empresarios MiPymes, unidades productivas del sector agro y población perteneciente a la economía popular y comunitaria crear o fortalecer una solución de comercio electrónico como principal canal de comercialización en línea.

iv. Ofrecer a los beneficiarios del proyecto (oferta) y ciudadanía en general (demanda) una vitrina virtual, para la promoción de los productos y servicios de las tiendas virtuales implementadas en el proyecto.

Considerando los buenos resultados de los programas ejecutados en vigencias anteriores "Vende en Línea" y "Tiendas Virtuales" que fueron implementados en las últimas vigencias[9], que además conforman la línea base de los indicadores del Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026, expedido mediante la Ley 2294 de 2023, desde la perspectiva técnica, se encuentra pertinente y conducente continuar con la oferta de acompañamiento grupal e individual mediante sesiones virtuales sincrónicas y asíncronas, para la lograr que las empresas y/o empresarios adopten herramientas tecnológicas para la transformación digital. Para tal efecto, el presente proyecto contempla el despliegue de un esquema de asesorías ajustadas a las necesidades de los beneficiarios, este enfoque permitirá que al menos 8.803 empresarios y/ o comerciantes reciban proposiciones y recomendaciones, apoyado con la Inteligencia Artificial, sobre las mejores opciones posibles para el desarrollo de su modelo de negocio y para la implementación de soluciones tecnológicas del comercio electrónico.

En desarrollo de las actividades previstas, el proyecto dará especial prioridad a las unidades productivas pertenecientes al **sector agropecuario**, en cumplimiento de las metas establecidas en el Plan Nacional de Desarrollo 2022–2026 y en atención a las directivas presidenciales en cuanto a la necesidad de fortalecer el comercio electrónico rural.

Como condición específica, se establece que al menos el **5%** de los beneficiarios finales del proyecto deberán pertenecer a actividades del sector agropecuario. Este porcentaje se establece, teniendo en cuenta que este sector presenta altas barreras para la adopción tecnológica, entre ellas la conectividad y el acceso físico, y que en proyectos de vigencias anteriores, la participación de este sector como beneficiarios, no ha sido superior a este porcentaje.

No obstante, considerando las limitaciones de acceso, conectividad y brecha digital en zonas rurales, en caso de no alcanzarse el porcentaje mínimo exigido, el contratista deberá **acreditar fácticamente (mediante medios documentales, fílmicos, o documentales)** que ejecutó todas las estrategias de convocatoria, promoción y articulación territorial razonables para lograr la vinculación de beneficiarios del sector agro.

Esta gestión deberá ser soportada mediante evidencias como campañas publicitarias, convocatorias sectorizadas, alianzas territoriales, bases de datos de inscritos y demás medios que permitan verificar la diligencia debida en la implementación de la estrategia de priorización agropecuaria.

En la realización de las actividades virtuales, se podrán establecer sesiones sincrónicas y asincrónicas donde podrán utilizar servicios de videoconferencia que permitan moderar y coordinar la participación de los asistentes. Los servicios informáticos deben permitir que los beneficiarios interactúen, formulen preguntas y que en simultánea el moderador pueda

[9] Para la vigencia 2021 el proyecto Vende en Línea logró transferir conocimiento a más de 3.500 actores del tejido empresarial que les permitió tener una comprensión general de las características del ecosistema del comercio electrónico, mientras que el proyecto "Tiendas Virtuales 2.0" permitió que al menos a 6.690 MiPymes colombianas poner a disposición su oferta de bienes y servicios en canales digitales, para la vigencia 2022 el Proyecto "Vende Digital" logró que más de 6.000 comerciantes y empresarios generaran habilidades digitales para el entendimiento de la cadena de valor del comercio electrónico y que más de 4.000 empresas implementaran su Tienda Virtual, con carrito de compras, pagos digitales y logística de envíos.

abrir micrófonos para que los asistentes participen activamente, igualmente se debe garantizar por parte del CONTRATISTA, la realización de preguntas por escrito a través de un chat o sistema de intercambio de información habilitado en cualquier momento de la sesión de manera permanente.

Este proyecto está enfocado hacia los comerciantes, empresarios MiPymes, unidades productivas del sector agro y población perteneciente a la economía popular y comunitaria para asesorarlos y acompañarlos de manera virtual, con el fin de lograr el desarrollo de competencias que les facilite la apropiación de herramientas tecnológicas como elemento transversal a la cadena de valor del comercio electrónico, incluyendo el uso de soluciones de Inteligencia Artificial, para implementar estrategias de comunicación efectivas que logren visibilizar el producto, atraer nuevos clientes, fidelizarlos y fortalecer su actividad comercial a través de canales digitales, de manera que puedan afrontar las exigencias que plantea el mundo digital y así contribuir en la reactivación económica.

Al final del proceso, los beneficiarios de Tu Negocio en Línea 2025 - 2026 dispondrán de una tienda virtual y soluciones de Inteligencia Artificial con el fin de autogestionar su comercio en línea en cualquiera de sus eslabones de la cadena de valor, siempre con el acompañamiento y asistencia del CONTRATISTA, de manera ágil, clara, sencilla y de calidad para que puedan incrementar sus ventas, mejorar, visibilizar, comercializar o ampliar sus productos y/o servicios en el Comercio Electrónico. Adicionalmente, cada beneficiario fortalecerá la visibilidad de su negocio con la implementación de una estrategia de Social Selling robusta, la cual estará en todo caso enlazada a la tienda virtual, en donde el CONTRATISTA deberá brindar acompañamiento a los beneficiarios para la creación o fortalecimiento de perfiles como mínimo en 3 redes sociales a escoger: Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn y WhatsApp Business, entre otras, con las características necesarias para operar comercialmente, gestionar contenido, así como el enlace a la tienda virtual del beneficiario. La solución de eCommerce (Tienda Virtual) y la vitrina virtual deberán estar operativa sin ningún costo para los beneficiarios por lo menos **dos años** contados a partir del cierre del proyecto (fecha de terminación del contrato), con todos los niveles de servicios y soportes definidos por el anexo y la propuesta del operador

Los beneficiarios con el acompañamiento del CONTRATISTA deberán generar como mínimo un contenido útil para su tienda virtual por cada red social, es decir al menos una publicación sobre la tienda virtual, que permita dar tráfico y visibilidad a esta.

4. META DEL PROYECTO

Para este proyecto se establece la meta para las vigencias 2025 y 2026 de 8.803 comerciantes, empresarios MiPymes, unidades productivas del sector agro y población perteneciente a la economía popular y comunitaria para que adopten tecnologías para la transformación digital. Para esto se requiere la ejecución de diferentes actividades que se describen más adelante en el alcance junto con los entregables requeridos.

5. FASES DEL PROYECTO

Para el desarrollo del proyecto se plantean las fases con su descripción, actividades y entregables. Las fases se deben desarrollar de acuerdo con la siguiente figura:

Tabla No. 1 Fases

Fase 1 **Planeación** En esta fase se estructura y aprueba el plan de trabajo detallado, herramientas y/o software Web para el seguimiento total del proyecto a utilizar, equipo de trabajo y seguimiento de los componentes del proyecto los cuales se definen en la tabla No. 2. Los entregables de esta fase se deberán presentar máximo diez (10) días calendario posterior a la firma del acta de inicio del proyecto	**Fase 2** **Convocatoria y selección** Diseño y ejecución de la estrategia de una Convocatoria Nacional para inscripción, caracterización y selección de posibles beneficiarios del proyecto	**Fase 3** **Ejecución – Implementación soluciones Tecnológicas** Asistencia técnica a empresarios para la implementación de soluciones tecnológicas
Fase 4 **Promoción y Divulgación – Transversal** Diseño y ejecución de una estrategia de promoción y divulgación Nacional del proyecto "Tu Negocio en Línea 2025 - 2026", donde la difusión esté dirigida a los comerciantes, empresarios MiPymes, unidades productivas del sector agro, población perteneciente a la economía popular y comunitaria, con el objetivo de captar posibles beneficiarios en todos los departamentos del país. Se ejecuta de manera constante en el horizonte del proyecto.		
Fase 5 **Cierre del proyecto** Presentación de entregables definitivos como informe final con soportes de beneficiarios y reporte de resultados de impacto del proyecto. Se ejecuta al final del proyecto y recoge todas las actividades y gestiones realizadas para dar cumplimiento al proyecto.		

Las fases pueden ser desarrolladas de manera simultánea, traslaparse y en algunos casos implementarse de manera transversal, esto con el propósito que su ejecución pueda realizarse de manera dinámica, optimizando los recursos y los tiempos establecidos en el presente anexo técnico.

5.1. Descripción de la Fase 1: Planeación

En esta fase se estructura y aprueba el plan de trabajo detallado, herramientas y/o software Web para el seguimiento total del proyecto a utilizar, equipo de trabajo y seguimiento de los componentes del proyecto los cuales se definen en la tabla No. 2. Los entregables de esta fase se deberán presentar máximo diez (10) días calendario posterior a la firma del acta de inicio del proyecto y deberán ser aprobados a satisfacción por el supervisor designado por parte del MinTIC.

Tabla No. 2 Descripción de la Fase 1: Planeación

No.	Actividades específicas Asociadas	Entregables
1.1	Establecer el plan de trabajo detallado, la herramienta y/o software Web para el seguimiento total del proyecto a utilizar, equipo de trabajo y la definición y disposición de un repositorio para almacenamiento y seguimiento y control de la información del proyecto. Se debe diseñar y presentar un documento que contenga como mínimo, los siguientes aspectos: i. Plan de trabajo detallando cada una de las actividades, subactividades, recursos, tiempos de ejecución, entre otros, que incluya como mínimo: a. Actividades generales, específicas y subactividades por fase b. Cronograma (diagrama de Gantt) que incluya las fechas en las	Un documento que contenga: i. Plan de trabajo detallado. ii. Disposición de la herramienta Web operativa para el seguimiento general del proyecto con características técnicas y metodológicas descritas. iii. Equipo mínimo de trabajo que ejecutará el proyecto con soportes. iv. Repositorio para el almacenamiento y seguimiento y control de la información del

	cuales se deberán ejecutar y culminar las actividades por cada una de las fases, así como la presentación de los entregables que acrediten el cumplimiento de los compromisos plasmados para el proyecto. c. Proyección de indicadores de seguimiento (anexo 1 y 2 en páginas finales de este documento) de acuerdo con el avance de las actividades en cada una de las fases y en general del proyecto. ii. Disposición de una herramienta para el seguimiento en tiempo real del avance del proyecto con acceso a perfiles al MINTIC, que permita acceso 24x7, y que permita visualizar avance en el cumplimiento de la meta y cumplimiento de objetivos del plan de trabajo, cronograma e hitos relevantes del proyecto, y exportación de datos o resultados. Esta herramienta debe también permitir mostrar los siguientes datos: a. Avance de la convocatoria con georeferenciación, tipo de empresa, actividad económica, sexo del beneficiario, estrato, entre otras. b. Avance en el cumplimiento de la meta con los beneficiarios finales con georeferenciación, tipo de empresa, actividad económica, sexo del beneficiario, estrato, URL tienda, entre otras. iii. Documento con la descripción y hojas de vida del equipo mínimo de trabajo que ejecutará el proyecto. Debe contener como mínimo la descripción del equipo de trabajo propuesto, sus funciones y perfiles, con los respectivos soportes. Una vez revisados y aprobados el CONTRATISTA deberá realizar la contratación respectiva, en caso de ya estar contratado por el CONTRATISTA se deberá presentar el contrato correspondiente para la siguiente reunión de seguimiento que cite el MINTIC. En el plan de trabajo deberán especificarse los tiempos de duración del contrato de cada perfil del equipo de trabajo solicitado y deberá certificarse toda la documentación soporte de pago de parafiscales para los correspondientes pagos. iv. Definición y disposición de un repositorio para almacenamiento y seguimiento y control de la información del proyecto.	proyecto. **Entrega:** Se debe presentar máximo 7 días calendario contados posterior a la firma del acta de inicio. La supervisión por parte del MINTIC contará con 3 días calendario para hacer observaciones. El contratista tendrá 3 días calendario más para correcciones y la aprobación por parte del supervisor del MINTIC será dentro de los 2 días calendario siguientes a la entrega de las observaciones ajustadas. **NOTA: Dentro del cronograma y plan de trabajo, el CONTRATISTA deberá indicar los plazos de entrega de cada actividad, los plazos para observaciones por parte del MINTIC, los plazos para hacer correcciones y los plazos para aprobación final por parte del supervisor del MINTIC. Esto aplica para cada entregable del proyecto.** El CONTRATISTA podrá hacer entregas parciales de los entregables descritos para ser aprobados por el MINTIC, sin superar la fecha establecida en el inciso anterior.

5.2. Descripción de la Fase 2: Convocatoria, inscripción y selección

Tabla No. 3 Descripción de la Fase 2: Convocatoria, inscripción y selección

No.	Características y Actividades Específicas Asociadas	Entregables
5.2.1	**Diseño y ejecución de la estrategia de una Convocatoria Nacional para inscripción, caracterización y selección de posibles beneficiarios del proyecto.** i. Diseño de la estrategia para la convocatoria, inscripción, caracterización y selección de posibles beneficiarios, uso de registros de inscritos en convocatorias pasadas y remarketing con su respectivo cronograma de actividades tanto técnicas como comunicacionales y el diseño para la implementación, de un micrositio alojado en un dominio Mintic.gov.co que será concertado con la Oficina de TI y Prensa del MINTIC, el cual permitirá la divulgación del proyecto. ii. Para la convocatoria de inscripción, selección y caracterización de posibles beneficiarios se debe ejecutar la estrategia presentada y aprobada por el supervisor de MINTIC en el numeral anterior, para lo cual se deben realizar las siguientes actividades por parte del CONTRATISTA: • Ejecutar el plan de promoción y divulgación que se especifica en la fase 4, en donde el CONTRATISTA debe garantizar el despliegue de la convocatoria en la totalidad de los departamentos del país, con las acciones allí exigidas. Se debe tener en cuenta que la divulgación y promoción del proyecto se realizará de manera priorizada en municipios categoría 5 y 6, zonas rurales, municipios PDET y municipios apartados del país, con énfasis en sectores agro. • Se debe dar apertura a la convocatoria máximo en la segunda quincena del mes de enero de 2026 y esta debe estar abierta al público durante 60 días calendario para la inscripción y selección del número mínimo de posibles beneficiarios para dar cumplimiento con la meta establecida. Sin embargo, de no lograr el número de inscritos mínimos en el tiempo establecido, se podrá prorrogar hasta 15 días calendario adicionales, o podrá cerrarse antes del plazo establecido cuando se cumpla con la meta de inscritos. **NOTA:** Para dar apertura a la convocatoria previamente se debe tener aprobado por el supervisor del MINTIC lo siguiente: • Estrategia para la convocatoria, inscripción, caracterización y selección de posibles beneficiarios. • Imagen de marca del proyecto. • Micrositio en el dominio Mintic.gov.co implementado y en línea, establecido en la fase 4 • Formulario de registro o inscripción Web, que se estable a continuación. **Inscripción:** Se debe disponer de un formulario de registro o inscripción Web que	• Documento con el diseño de la estrategia de convocatoria, inscripción, caracterización y selección de posibles beneficiarios. • Mensualmente en reunión de seguimiento que cite el MINTIC, el CONTRATISTA deberá presentar el avance de la ejecución de la convocatoria hasta el cierre de la misma que incluya como mínimo el número de inscritos, seleccionados y caracterizados. • Un documento final que contenga: · Informe detallado del desarrollo de la estrategia de la convocatoria Nacional junto con los soportes respectivos. · Base de datos de los participantes inscritos con toda la información solicitada en el formulario. · Base de datos de los participantes caracterizados y seleccionados de acuerdo con los parámetros de priorización. · Lecciones aprendidas y recomendaciones. **Entrega:** El informe final de la convocatoria, se debe presentar al finalizar las actividades propias de la convocatoria y una vez finalizada la misma.

	deberá estar disponible 24x7 garantizando los estándares de accesibilidad, concurrencia y/o acceso simultáneo y concurrente de los usuarios sin afectar su rendimiento. A través de dicho formulario se ingresará la información requerida sobre (i) información general, (ii) características del negocio del comerciante o empresario MiPymes colombiano y (iii) capacidad y disposición para ser asistido y acompañado. Considerando lo anterior, se deberán contemplar como mínimo los siguientes campos: Seleccione tipo de beneficiario: • Persona Natural • Persona Jurídica Para personas naturales: I. Información general del participante ▪ Nombre y apellidos ▪ Tipo y número de identificación (La herramienta web de inscripción deberá validar que el usuario no haya sido beneficiario de los Proyectos "Tu Negocio en Línea 2024, Tu negocio en Línea 2023 y "Vende Digital 2022" en su línea estratégica Tiendas Virtuales, para lo cual el Ministerio TIC entregará previamente al CONTRATISTA los números de documento de beneficiarios de dicho proyecto.) ▪ Sector y actividad económica ▪ Género: F: Femenino - M: Masculino - Otro ▪ Edad ▪ Nivel educativo ▪ Pertenece a Economía popular ▪ Pertenece a población vulnerable y protegida (Adulto mayor, personas con discapacidad, LGBT+, comunidades étnicas, víctimas del conflicto armado, entre otros) ▪ Correo electrónico ▪ Año de inicio de la actividad comercial ▪ Ciudad y departamento donde ejerce su actividad comercial con código DIVIPOLA ▪ Dirección de residencia ▪ Teléfono de contacto ▪ Acceso a internet ▪ Zona Urbana o Rural ▪ Autorización del uso de los datos ▪ Portafolio de productos (si lo tiene) ▪ Presencia digital del negocio en su entorno ▪ Perfil redes sociales (Facebook – Instagram) Para personas jurídicas: II. Perfil del negocio ▪ Tipo de empresa (Micro, pequeña o mediana) ▪ Razón social ▪ NIT	

	▪ RUT ▪ Sector y actividad económica ▪ Nombre y apellidos del Representante Legal ▪ Número de identificación del Representante Legal ▪ Correo electrónico ▪ Año de creación de la empresa ▪ Ciudad y departamento donde ejerce su actividad comercial con código DIVIPOLA ▪ Dirección ▪ Teléfono de contacto ▪ Acceso a internet ▪ Zona Urbana o Rural ▪ Autorización del uso de los datos ▪ Portafolio de productos (si lo tiene) ▪ Presencia digital del negocio en su entorno ▪ Perfil redes sociales (Facebook – Instagram) Para personas naturales y jurídicas: III. Capacidad y disposición para ser asistido y acompañado: los posibles beneficiarios deberán dar respuesta positiva sobre los siguientes temas: ▪ Posee dispositivo tecnológico para ser asesorado y acompañado para implementar la tienda virtual con conectividad. ▪ Tiempo y disponibilidad para adelantar la asistencia grupal e individual. ▪ Compromiso para la implementación de una herramienta tecnológica que fortalezca el comercio electrónico de su negocio. ▪ Variables para línea base: • ¿Cuál es el canal de venta principal (tienda física, distribuidores, redes sociales, teléfono, otros)? • ¿Cuántas ventas promedio realiza al mes en el punto físico? • ¿Cuántas ventas promedio realiza al mes en canales digitales como redes sociales? • ¿Cuánto es el valor de las ventas mensuales que realiza actualmente? $0 a $1.000.000 1.000.001 a $3.000.000 $3.000.001 a $7.000.000 $7.000.001 a $15.000.000 $15.000.001 en adelante IV. Aceptación de la Política de tratamiento de Datos Personales por parte del usuario, de acuerdo con los lineamientos del MinTIC y el CONTRATISTA. **NOTAS:** El CONTRATISTA deberá incluir la funcionalidad en el momento del registro del participante, específicamente en el campo de numero de	

	documento de identidad, tanto para persona natural como jurídica, donde se cargue una copia del documento (Cédula o Certificado de existencia y representación legal de la cámara de comercio), para la validación correspondiente. El CONTRATISTA deberá garantizar el registro adecuado de la información que ingresen los beneficiarios en la plataforma. Asimismo, se debe realizar una verificación y análisis de registros masivos desde una misma dirección IP, lo anterior con el objeto de garantizar un adecuado registro de la información y estabilidad del sistema. El CONTRATISTA deberá garantizar que no exista duplicidad de registros, para lo cual validará utilizando los campos que estime conveniente de los datos de identificación del usuario. El CONTRATISTA, deberá garantizar los siguientes atributos de la base de datos: • Exactitud • Integridad • Coherencia • Relevancia • Confiabilidad • Veracidad En consecuencia, deberá establecer el CONTRATISTA un control o conjunto de controles que no permita dar continuidad a la inscripción con campos faltantes o con errores de formato (texto, números, etc.) en otras palabras el aseguramiento de la calidad de los datos. El CONTRATISTA deberá designar un administrador del Sistema de registro para dar soporte a cualquier participante. El CONTRATISTA deberá permitir al MINTIC consultas de los registros cuando este lo disponga, proporcionando información de los inscritos, mínimo con los siguientes criterios: i. Tipo de empresa ii. Genero iii. Perfil socioeconómico iv. Ubicación geográfica (Región, departamento, municipio y Zona rural o urbana) v. Sectores económicos vi. Nivel de habilidades digitales según lo establecido en el formulario de registro. vii. Nivel de conocimiento sobre comercio electrónico según lo establecido en el formulario de registro. viii. Estado (seleccionado o rechazado) Será admisible el uso de bases de datos consolidadas por el Ministerio TIC y/o las propuestas o suministradas por el operador en proyectos similares, en ejercicio de su marco funcional, como mecanismo de apoyo subsidiario en favor del cumplimiento de la meta. Para lo cual deberá garantizarse el adecuado tratamiento de los datos personales de los titulares de la	

	información. Para el uso de las bases de datos que trata este inciso, deberá informarse al supervisor del MINTIC indicando cantidad y necesidad de la utilización de estos datos para la autorización respectiva. **Selección de beneficiarios:** Cerrada la convocatoria de inscripción y al determinarse un número de inscritos superior al número de beneficiarios establecidos en la presente convocatoria, el CONTRATISTA deberá seleccionar con base en la información registrada por parte de los usuarios en la herramienta web destinada para tal fin a los posibles beneficiarios cumpliendo estrictamente y en el orden citado de acuerdo con los siguientes criterios de selección: • El operador deberá garantizar que los municipios que tengan un solo inscrito y que cumpla con los requisitos exigidos como posible beneficiario sea seleccionado, lo anterior, para asegurar mayor cobertura nacional. • Pertenecer a los sectores económicos priorizados de Agro*. • Inscritos que pertenezcan a la economía popular y comunitaria. • De acuerdo con la categorización de municipios se priorizará los inscritos que pertenezcan a municipios de categoría 5 y 6. • Inscritos pertenecientes a Zona Rural. • Pertenecer a población vulnerable y protegida • Por último, se debe tener en cuenta el orden de inscripción * Con el fin de garantizar el cumplimiento de la meta, en donde el 5% de esta, deberá ser beneficiarios del sector agro, se debe priorizar y garantizar que cada inscrito que pertenezca a dicho sector sea seleccionado y que en el momento que se tenga disponible la herramienta de comercio electrónico descrita en la fase 3, pueda empezar la asistencia aún antes del cierre la convocatoria. Los participantes seleccionados deben comprometerse a: i) Realizar el Registro correspondiente en el programa “Tu Negocio en Línea 2025 - 2026”. ii) Firmar un acuerdo de compromiso del cumplimento de los objetivos de “Tu Negocio en Línea 2025 - 2026”. iii) Firma del contrato entre el Beneficiario y el Operador (El contrato inicia su vigencia cuando la plataforma de comercio electrónico creada por el Beneficiario inicia su funcionamiento, es decir, se puede realizar transacciones en línea). Este contrato deberá suscribirse una vez sea seleccionado el posible beneficiario con el fin de asegurar el compromiso de cada uno de estos con el proyecto y disminuir la tasa de deserción. En dicho acuerdo de compromiso el comerciante y/o representante legal de la MiPyme seleccionada se compromete a: i) Designar a uno de sus empleados y/o socios como responsable de participar del proceso de sensibilización y capacitación de “Tu Negocio en Línea 2025 - 2026”, así como en la formulación y puesta en marcha	

	al interior del negocio o la MiPyme, de la estrategia de comercialización de “Tu Negocio en Línea 2025 - 2026”. ii) Seguir las recomendaciones del Operador para el montaje de la plataforma de comercio electrónico, adoptar la solución de pagos y servicios de logística propuesto por el Operador. Es de aclarar que la integración del Operador logístico debe incluir precio de envío a nivel nacional y/o local según sea el caso o permitir la integración de domiciliario o retiro en punto de venta en los casos que aplique. Así mismo, es obligatorio el uso de una modalidad o método online; es opcional que el Beneficiario adicione métodos presenciales como transferencias o pagos contra entrega. iii) Cumplir con los criterios técnicos de las plataformas de comercio electrónico. iv) Garantizar un seguimiento constante al proceso de venta, distribución, entrega y servicio postventa de los bienes y servicios que ofrece en línea. v) Autorizar a MinTIC y al contratista, si aplica, para tener acceso a la información sobre los indicadores de desempeño del eCommerce (Ventas, entregas, PQRs, Devoluciones, Tipo de productos o servicios, Sector, entro otros), y demás información que se pueda requerir en la ejecución y liquidación del contrato. **Prioridad Sector Agropecuario y Gestión de Inclusión:** En el proceso de inscripción y selección, el contratista deberá garantizar que al menos el **5% del total de beneficiarios seleccionados** pertenezcan al **sector agropecuario**, como una estrategia de apoyo a la reactivación económica rural y al cumplimiento de los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo 2022–2026. Para alcanzar esta meta, el contratista deberá diseñar e implementar estrategias específicas de convocatoria, sensibilización y promoción dirigidas al sector agro, incluyendo: • Divulgación focalizada en zonas rurales de municipios de categoría 5 y 6. • Alianzas con entidades y asociaciones sugeridas del sector agropecuario. (Ver anexo 3. GREMIOS DEL SECTOR AGROPECUARIO) • Priorización de postulantes identificados en actividades agrícolas, pecuarias o agroindustriales. En caso de que, pese a los esfuerzos desplegados, no sea posible cumplir con la meta mínima del 5% agropecuario, el contratista deberá **acreditar** ante el MinTIC la ejecución de acciones específicas orientadas a lograr dicha meta. Esta acreditación deberá soportarse mediante evidencias como registros de actividades de convocatoria, bases de datos de inscritos, reportes de difusión, alianzas formalizadas, reportes de medios de comunicación utilizados, actas de socialización territorial, entre otros documentos que	

	permitan validar la gestión realizada. Lo anterior se establecerá sin perjuicio de los demás criterios de priorización de beneficiarios previstos en este Anexo Técnico. En el evento que el posible Beneficiario, luego de ser seleccionado no remita la información solicitada dentro de 8 días calendario, el Operador podrá otorgar el cupo a otro participante inscrito, dejando las respectivas constancias de notificación al ex beneficiario y nuevo seleccionado. Es importante aclarar que se requiere que se seleccionen mínimo 8.803 Beneficiarios que se vincularán inmediatamente al proceso, sin embargo, para garantizar esta cifra, el operador deberá generar un banco mínimo del 20% adicional de elegibles, dado que en caso de que alguno de los beneficiarios seleccionados desista o abandone el proceso de acompañamiento, se podrán vincular algunas de las personas del banco de elegibles para reemplazar dicho Beneficiario. Por lo tanto, el reemplazo no implica ningún costo adicional y tiene la finalidad de lograr la meta de implementación de las herramientas tecnológicas. En caso de que el operador de forma voluntaria decida reportar beneficiarios adicionales a los establecidos en la meta (8.803) estos tendrán las mismas obligaciones contractuales, responsabilidades y requisitos que se detallan en el estudio previo y anexo técnico. **NOTAS:** · El CONTRATISTA deberá desplegar sus acciones para que en todos los departamentos del país existan beneficiarios, para lo cual deberá demostrar con evidencias (alianzas realizadas, registros fotográficos, material promocionado, registro fílmico, etc.) la promoción del proyecto en todos los departamentos del país, de acuerdo con la priorización establecida. · En caso de que un potencial Beneficiario se haya presentado y haya sido seleccionado en la línea estratégica “Tiendas Virtuales de 2021-2022” o en los proyectos Tu Negocio en Línea 2023 y 2024, no podrá ser nuevamente Beneficiado con este proyecto. Los Beneficiarios seleccionados en esta línea estratégica se revisarán en las bases de datos del proceso de selección respectivo. · Teniendo el total de participantes inscritos en “Tu Negocio en Línea 2025 - 2026” se deberá informar al Mintic sobre los resultados finales de selección de potenciales Beneficiarios según las estrategias implementadas. · Luego el operador deberá enviar una carta a los participantes **no seleccionados** agradeciendo la participación en esta convocatoria. Así mismo, se debe enviar una carta de bienvenida vía correo electrónico notificando a los participantes que han sido seleccionados como potenciales Beneficiarios de “Tu Negocio en Línea 2025 - 2026”. · Se hace claridad que no es un requisito indispensable el cumplimiento en tiempo y cantidad de inscritos en la convocatoria para iniciar el proceso de acompañamiento a los participantes	

	seleccionados, esto aplica principalmente para los posibles beneficiarios que pertenezcan al sector agro. · El CONTRATISTA deberá dar cumplimiento a la Política de Seguridad y Privacidad de la Información y la Política de Tratamiento de Datos Personales del Ministerio/Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.	

5.3. Descripción de la Fase 3: Ejecución

Tabla No. 5 Descripción de la Fase 3: Ejecución

No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
3.1	1. **Diseño de solución web y móvil** El CONTRATISTA deberá diseñar un mockup de la solución web tanto de la tienda virtual como de la vitrina, así mismo, deberá diseñar un mockup de la app móvil de la tienda virtual y la vitrina. Estos mockups deberán ser entregados y aprobados por el MinTIC para poder dar continuidad a la ejecución del proyecto. **2. Creación de las tiendas virtuales para cada beneficiario con el apoyo de Inteligencia Artificial:** El CONTRATISTA deberá generar un cronograma de asesorías personalizadas con cada uno de los beneficiarios, estas deberán ser mínimo 5 horas por cada beneficiario. En estas asesorías, se deberán identificar y caracterizar los productos / servicios que el beneficiario desee ofrecer en la tienda. En esta caracterización se deberá obtener información como: tipo de producto / servicio, nombre, fotos, precio, ubicación, descripción, entre otra que se considere relevante para promover la venta del producto / servicio. Con esta información, el asesor, con el apoyo de herramientas que utilicen IA construirá la tienda virtual, la cual contará con identificación única y una URL específica. En la construcción de cada tienda, el asesor deberá grabar videos (shorts) de no más de 2 minutos, los cuáles se entregarán al beneficiario como ayuda visual para que él mismo pueda cargar productos / servicios, ajustar stock, configurar su tienda, modificar características, eliminar productos / servicios, agregar medios de pagos digitales, medios de envío (logístico), etc. Cabe resaltar que la plataforma sobre la que se creen los productos / servicios debe contar con Inteligencia Artificial (IA) para que el proceso de creación y carga de productos / servicios sea lo más sencillo y ágil posible. La IA deberá ayudar entre otras actividades a: • Crear títulos y descripciones atractivos y con un alto impacto para los compradores (esto se podrá realizar a partir de unos datos mínimos que indique el beneficiario, ya sea por texto o por voz).	1. Mockup de solución web y de la app móvil para las tiendas y la vitrina. 2. Documento que detalle la estrategia que llevará a cabo el CONTRATISTA durante las asesorías y los acompañamientos que realizará con cada uno de los beneficiarios. 3. Documento que presente en detalle las soluciones tecnológicas de las tiendas virtuales, la vitrina y las herramientas de Inteligencia Artificial y cómo se integrarán todas entre sí. 4. Manuales técnicos de las soluciones incluyendo el de bases de datos. 5. Manuales funcionales de las soluciones tecnológicas. 6. Videos (shorts) de ayudas visuales para los beneficiarios. 7. Formulario de solicitud de información y documentos mínimos a empresas logísticas. 8. Plan de pruebas y resultado de las pruebas que incluya como mínimo: • Escenarios o casos de prueba de carga y estrés propuestos. • Umbrales de usuarios y transacciones por segundo a simular. • Metodología para identificación y

	• Cargar fotos a partir del celular del beneficiario y optimizarlas con fondos y ajustes atractivos para los compradores. • Desarrollar estrategias para que las tiendas destaquen en los resultados de búsqueda mediante el uso de herramientas SEO. Las asesorías y las ayudas visuales deberán garantizar que el beneficiario cuente con las habilidades mínimas requeridas para poder actualizar su tienda y mantenerse en el tiempo. El CONTRATISTA deberá registrar y poner a disposición el subdominio y hosting/alojamiento del sitio web en los casos que corresponda, el cual será propiedad de los comerciantes y/o MiPymes colombianas beneficiadas durante la ejecución del proyecto y los dos años adicionales contados desde la finalización del contrato. A partir de este momento, será decisión del beneficiario si continua con el proveedor para mantener su subdominio. La plataforma deberá permitir generar catálogos ampliamente descriptivos (colores, tamaños, materiales, condiciones de uso, restricciones, etc), los cuales serán accesibles a través de un motor de búsqueda fácil de usar, estructurado por categoría de productos. El uso de imágenes del eCommerce debe tener un uso adecuado del etiquetado de estas de manera tal que facilite su indexación. Las imágenes deberán ser de libre uso y en ningún caso la mala utilización de estas podrá acarrear implicaciones al MINTIC, estas serán responsabilidad de quien las utilice y estarán sujetas a las leyes establecidas en las normas vigentes. Así mismo, la plataforma deberá mantener un registro actualizado de los datos de los usuarios, historial de compras, pedidos, inventario, catálogo de productos, etc. Dicha información es exclusiva de los beneficiarios y una vez culminado el proyecto, toda esta información debe ser entregada a los participantes, sin ningún tipo de restricción. Bajo ningún supuesto esta información deberá ser utilizada por el contratista para fines diferentes a los expresamente autorizados por el beneficiario o puesta a disposición a un tercero. **3. Vitrina virtual:** Además de la tienda virtual que cada beneficiario tendrá, todos los productos / servicios publicados en las tiendas deberán aparecer en una plataforma centralizada que funcionará como una vitrina comercial de todos los beneficiarios. Así mismo, la vitrina debe proveer un ambiente digital web y móvil con elementos que permitan a los diferentes actores del comercio electrónico relacionarse para desarrollar un proceso de compra / venta de productos / servicios. Para tal fin, además de los beneficiarios que ofrecerán en venta sus productos / servicios, los compradores con sus intereses de compra y los transportadores deberán tener un espacio en la vitrina. Básicamente, los transportadores serán empresas o	documentación del punto de quiebre. • Estrategias de monitoreo y reporte de resultados. • Acciones de mitigación y recuperación ante la degradación controlada del sistema. 9. Acceso a la plataforma con usuarios del MinTIC para consultas de los reportes. Los puntos 1 a 8 se deben presentar de acuerdo con lo establecido y aprobado en el plan de trabajo de la fase 1. 10. Mensualmente en reunión de seguimiento, el CONTRATISTA deberá presentar el avance de la ejecución del acompañamiento y asistencia a los posibles beneficiarios hasta el cierre de este, que incluya estrategia de eCommerce de mejora mensual (con base en indicadores de anexo 2 o módulo de reportes) como mínimo el número de asesorados y el número de negocios, empresas MiPymes, economía naranja y/o colaborativa que implementaron la herramienta tecnológica. 11. Un documento final que contenga: · Bases de datos de los beneficiarios finales que incluya la descripción de la herramienta tecnológica implementada. · Evidencias (debe contener: el certificado de participación en el programa, registro de ingreso a cada sesión y la grabación de la sesión de las asesorías grupales), dispuesto en el repositorio de almacenamiento. Se debe presentar una vez terminada la ejecución de la estrategia de acompañamiento y asistencia a los beneficiarios y antes de la finalización del convenio.

	personas que venderán un servicio que complementa el proceso de compraventa de productos. Las funciones principales de esta vitrina deben estar apoyadas en Inteligencia Artificial, se definen por lo menos las siguientes: • Conectar vendedores de productos / servicios con compradores y transportadores, este último, en caso de que el proceso de compraventa lo requiera. • Mostrar todos los productos publicados en las tiendas. • Facilitar el mercadeo de los productos / servicios. Esta vitrina deberá contener como mínimo lo siguiente: • Buscador de productos / servicios con filtros que permitan al comprador encontrar fácilmente lo que está buscando y al vendedor definir una zona geográfica de cubrimiento para vender su producto / servicio. Deberá contener los siguientes filtros: o Filtro geográfico: el objetivo principal de este filtro será conectar al vendedor con el comprador más cercano. Deberá operar de manera automática o ser configurable por el usuario: por radio de cobertura, municipio, departamento, nivel nacional, etc. o Filtro por categoría: los productos / servicios deberán estar clasificados y agrupados por categorías, de manera que los compradores puedan explorar fácilmente sus intereses. o Filtro por precio: deberá permitirle al comprador filtrar un producto especifico por rango de precios. Los filtros podrán ser concatenados y los resultados podrán ser ordenados por precio, calificación, entre otros criterios que faciliten una decisión de compra. • Reseñas y calificaciones: Con el fin de generar confianza entre compradores y vendedores, la vitrina y la tienda deberán permitir que los compradores, vendedores y productos sean calificados luego de realizar una transacción, con la posibilidad de generar reseñas basados en su experiencia. La calificación y reseñas de vendedores y productos / servicios deberá mostrarse en la vitrina y tienda. • Publicación de ofertas especiales que pudieron crear los beneficiarios, así como la gestión de cupones de descuento que puedan ser redimidos en las compras. • Enlaces: o Vínculo directo a la tienda virtual de cada beneficiario en caso de que el comprador quiera conocer más información, productos / servicios del mismo. o Vinculo que permita agrupar y mostrar todos los productos del mismo vendedor. o Vinculo al Chatbot por WhatsApp **(obligatorio)** y redes sociales si se cuenta con estas y están relacionadas con el producto / servicio que ofrece. • Módulo de preguntas: Dentro de la publicación del producto / servicio en la vitrina, deberá existir un módulo mediante el cual el comprador y el transportador puedan realizar preguntas al vendedor y este pueda dar respuesta. Estas conversaciones	

	deberán ser almacenadas y consultadas por los involucrados en cualquier momento. • Contacto: Dentro de la publicación del producto / servicio en la vitrina, deberá existir un vínculo que le permita al comprador contactar al vendedor vía WhatsApp. • Notificaciones: La vitrina deberá contar con un módulo de notificaciones, las cuales se generarán automáticamente en los siguientes eventos: o Cuando un vendedor publique un producto / servicio automáticamente se enviarán notificaciones informando el evento a: ▪ los compradores que tengan en sus intereses el producto / servicio ofertado y que estén más cerca. ▪ los transportadores particulares que estén más cerca al vendedor. o Los compradores podrán demostrar su interés en el producto enviando al vendedor una notificación automática para que este los contacte. El módulo de notificaciones deberá permitir a los usuarios bloquear las notificaciones que reciben en la vitrina y podrán seleccionar los canales de comunicación en los cuales desean recibir las Notificaciones: correo electrónico, WhatsApp, mensajes de texto al celular o ninguno. • Precios de referencia: Dentro de la publicación del producto / servicio en la vitrina, deberá existir una gráfica que permita comparar el precio del producto con respecto a los precios de todos los productos / servicios con iguales características que se encuentren publicados en la vitrina. • Reporte del mercado: la vitrina deberá generar automáticamente reportes del estado del mercado dirigido a los vendedores, compradores y transportadores particulares, de la siguiente manera: o Para los vendedores deberá crear un reporte con: ▪ Los potenciales compradores, destacando los que estén más cerca, mejor calificados, entre otros criterios que le permitan al vendedor decidir cuál es el mejor comprador. ▪ Los posibles transportadores destacando los que se encuentren más cerca, mejor calificados, con mejores precios, entre otros criterios que le permitan al vendedor decidir el transportador que mejores beneficios le ofrezca. ▪ Una ruta de venta, es decir, la vitrina le sugerirá al vendedor el transportador y el comprador que le brinden mayores facilidades y mejores beneficios. o Para los compradores deberá crear un reporte con: ▪ los vendedores del producto / servicio de su interés, destacando los que estén más cerca, mejor calificados (productos / servicios y vendedores), mejores precios, entre otros criterios que le permitan al comprador decidir cuál es el mejor vendedor y el mejor producto / servicio. ▪ Una ruta de compra, es decir, la vitrina le sugerirá al	

	comprador cual es el vendedor que le brinda mayores facilidades y mejores beneficios. ○ Para los transportadores particulares deberá crear un reporte con los productos que estén más cerca, la cantidad/peso/volumen de los mismos, entre otra información que le permita decidir cuál es el servicio que le pueda generar mayor beneficio. **Componentes técnicos de la Tienda Virtual y/o Vitrina** **1. Posibilidad de registro de usuarios nuevos (compradores):** Tanto desde la Vitrina como desde las tiendas virtuales de cada beneficiario debe haber la posibilidad de que los compradores puedan registrarse e ingresar a la plataforma. Este ingreso deberá contar con: • Trazabilidad de sus transacciones. • Calificar y recibir la calificación sobre las transacciones. • Tener histórico de sus consultas. • Contactar directamente a las tiendas para dudas, solicitudes específicas. • Recibir notificaciones como: las guías de sus pedidos para rastreo, ofertas específicas que generen las tiendas, estado de sus pedidos (transacciones), etc. • En el registro, el comprador deberá indicar sus intereses de compra, así como: datos de contacto y ubicación geográfica. **2. Creación de usuarios para empresas de logística:** Si existe alguna persona natural o jurídica que preste servicios de logística y quiera participar de "Tu Negocio en Línea 2025-2026", este podrá registrarse en la plataforma con el fin de contactar y/o ser contactado por las tiendas para ayudar con el transporte de los pedidos y la entrega a los clientes. Dichos usuarios también deberán ser calificados después de una transacción efectiva. La intención de esto es poder llegar a negocios de difícil acceso, así como el apoyo a pequeños transportadores que puedan brindar el servicio. El CONTRATISTA deberá definir los requisitos que debe cumplir una persona natural o jurídica que quiera prestar sus servicios de logística para el transporte de mercancía. Cuando la empresa de logística se registre deberá diligenciar un formulario en el que se compruebe que cumple con esos requisitos mínimos que garanticen que puede prestar sus servicios de manera óptima. Por ejemplo, se deberá solicitar: licencia de conducción vigente, documentos al día del (los) vehículo(s), póliza todo riesgo, etc. Este formulario debe ser compartido con el MinTIC para su aprobación, antes de disponerlo en la herramienta. **3. Chatbot por cada tienda:**	

	Cada tienda deberá contar con un Chatbot por WhatsApp del beneficiario que brinde atención rápida y efectiva a los compradores resolviendo preguntas frecuentes y filtrando aquellas situaciones que definitivamente deberán ser resueltas directamente por los dueños de las tiendas. **4. Soporte de la herramienta y/o Vitrina Virtual:** Se debe asegurar que la plataforma cuente mínimo con lo siguiente: <u>Soporte técnico reactivo:</u> Un módulo de soporte en el que los beneficiarios puedan escalar cualquier petición, queja, solicitud referente a su tienda virtual o a los productos / servicios de su negocio que aparezcan en la vitrina virtual. La plataforma debe guardar el histórico de registros reportados por el beneficiario junto con las respuestas las cuales deben ser entregadas en un plazo máximo de 24 horas (el proveedor debe definir el detalle de los SLA's y los niveles de criticidad para la atención). Las preguntas y respuestas más comunes deben presentarse en un módulo de preguntas frecuentes FAQ, que le ayudará al beneficiario a implementar y mantener su Negocio en Línea de manera eficiente. El soporte técnico debe ser 7x24 y ayudará a resolver cualquier inconveniente que se presente ya sea técnico o funcional, como caídas en el sistema, errores de página, necesidad de acompañamiento para mejoras de negocio online, etc. <u>Soporte técnico proactivo y preventivo:</u> Con el fin de evitar problemas en la solución, el proveedor debe garantizar por lo menos: actualizaciones de software (parches de seguridad, actualizaciones de versiones), monitoreo a la solución, y gestión de copias de seguridad (backups). <u>Soporte evolutivo:</u> Mejorando constantemente la solución y buscando que se adapte a nuevas necesidades del mercado, se espera que el proveedor implemente desde su experiencia nuevas funcionalidades a la solución y/o mejoras al diseño de la interfaz con el fin de mejorar la experiencia de usuario. **CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA TIENDA VIRTUAL:** **Plan de Marketing Digital:** El CONTRATISTA pondrá a disposición del beneficiario los contenidos necesarios para diseñar un Plan de marketing digital para todas las fases de la cadena de valor de un eCommerce, con el objetivo de que el beneficiario pueda desarrollar un branding por eCommerce y lograr así el posicionamiento de los productos comercializados. El desarrollo de dicho plan estará sujeto a preferencia del beneficiario. Para la formulación de dicho plan será fundamental que los beneficiarios	

	con acompañamiento y asistencia del CONTRATISTA establezcan lo siguiente: • Contar con carrito de compras con funcionalidades de productos y cantidades seleccionadas, valores parciales, eliminar productos, agregar códigos de descuento, entre otras funcionalidades. • Características del nicho de mercado • Definición de estrategias de Email Marketing, SMS, SEO, Google AdWords y/o redes sociales. Con integración con las redes sociales de cada una de las empresas beneficiadas (si las tiene). Todo esto con apoyo en Inteligencia Artificial. • Contenido / mensaje de la campaña en el medio Online, para atraer la atención de los usuarios a partir de las estrategias desarrolladas para llegar a ellos. Marketing Digital con apoyo de Inteligencia Artificial. **Pagos:** • Adoptar diversas formas de pago, como billeteras virtuales, a través del sistema bancario en línea o soluciones FinTech. Para cada una de estas formas de pago, el comercio deberá destacar sus costos y beneficios. El contratista podrá negociar con diversas pasarelas y soluciones FinTech acuerdos preferenciales que beneficien a los participantes. Nota: Las condiciones de los pagos realizados a través de los eCommerce, deben ser explicitas en torno a los tiempos de aprobación y traslado de recursos económicos entre bancos y, en todo caso, cualquier pasarela de pago electrónica, no puede tardar el plazo máximo establecido por la superintendencia financiera, siempre garantizando que la operación bancaria, producto de la compra y venta se vea reflejada y afectada en las cuentas de los actores de la transacción comercial. • Proporcionar toda la información a los consumidores sobre los costos, beneficios, ventajas, herramientas, gestión de contratos, y vinculación, canales de comunicación con las diferentes formas de pago como son: billeteras electrónicas y pasarelas de pago. • Incluir todos los certificados de seguridad para la compra en línea; así como establecer una política de manejo de datos personales. **Logística:** • En la tienda virtual se debe definir y comunicar los lineamientos claros sobre el proceso de envío del producto, con el objetivo de indicar cuáles son los beneficios, costos, procesos, herramientas de gestión, funcionalidades, y proceso de vinculación de la gestión de pedidos, gestión de envíos y distribución. • Realizar actividades periódicas que precisen como se preverán las contingencias y se prestará soporte, gestionando aspectos tales como: mercancías extraviadas, demoras en la entrega, entre otras. • Generar y poner en marcha una estrategia de integración directa	

	con un operador logístico, con precio de envío a nivel nacional y/o local según sea el caso o permitir la integración de domiciliario o retiro en punto de venta en los casos que aplique. • Dar la posibilidad a los compradores de hacer un Tracking a la guía de transporte, con el fin de saber en tiempo real el estado de su pedido y la ubicación geográfica para hacer seguimiento. **Postventa:** • Determinar canales de atención de quejas y reclamos (incluye la interacción con los demás eslabones de la cadena de valor), generando una estadística y seguimiento de tales situaciones para garantizar los derechos de los consumidores. • Establecer una política de devolución, desconocimientos de compras y reclamaciones, de acuerdo con el tipo de producto ofrecido. • Obtener información por parte de los clientes acerca de su experiencia en la plataforma de eCommerce (estado del pedido, el tiempo de entrega, la atención al cliente y la experiencia de compra en general), esta información se puede recopilar a través de encuestas online, reseñas o calificaciones a los comercios y a los clientes, y otros. Se deberá brindar acompañamiento, seguimiento y verificación para que las plataformas de eCommerce y la vitrina cumplan con los siguientes criterios técnicos: • Todas las categorías creadas dentro del eCommerce y/o vitrina deben tener mínimo un producto habilitado, con descripción de este y detalles en general para conformarse como categorías. Deben excluir como categoría EL CARRITO. El carrito es el link para hacer la compra del producto seleccionado y debe estar presente todo el tiempo, en la navegación del eCommerce. • Todos los productos que se exhiben en el eCommerce y/o vitrina deben tener fotografías bien manejadas, descripciones reales y precios coherentes. Para los casos que corresponda se deben desplegar opciones múltiples para la selección de los productos, ejemplo: tallas y/o tallas únicas, color. En este punto es importante la integración con la Inteligencia Artificial que permita tener información y fotografías óptimas. • Todos los eCommerce deben tener por lo menos un (1) producto habilitado, si no tienen creadas categoría(s). • Si se relacionan años de experiencias en las plantillas de las plataformas deben especificar si hacen alusión a la experiencia del operador o del negocio del beneficiario. • Los eCommerce deben comunicar de manera visible si realizan envíos nacionales o a zonas específicas del país. Este criterio debe ajustarse según las condiciones de cada beneficiario y no ser comunicado de forma predeterminada en las plantillas. • Todos los eCommerce y la vitrina deben contar con pasarela de pagos que incluya como mínimo una modalidad o método online,	

	adicional el beneficiario puede incluir o no, métodos presenciales como transferencias o contra entrega si así lo desea el beneficiario. • La modalidad de envío de los eCommerce y la vitrina debe contar con mínimo un operador logístico a nivel nacional y/o local según sea el caso o permitir la integración de domiciliario o retiro en punto de venta en los casos que aplique. Aquí es importante el punto mencionado anteriormente con respecto a aquellas empresas que quieran prestar sus servicios de transporte. • Los eCommerce deben contar con logos, teléfonos y redes sociales actualizados por parte del beneficiario y el operador en caso de que corresponda. • En todos los eCommerce y la vitrina se deben garantizar su correcta usabilidad en términos de tamaños de botones, letras, vínculos, colores en los links, hipervínculos a botones de pago, redes sociales y de contacto. • En todos los eCommerce y la vitrina debe ser explícito el proceso de devolución de productos con sus respectivas condiciones y un número telefónico de contacto y/o email. • Todos los eCommerce y la vitrina deben poner a disposición un FAQ o link de preguntas para resolver inquietudes en el proceso de compra. Ahora bien, los requerimientos mínimos que debe cumplir el desarrollo tecnológico de todas las plataformas de comercio electrónico tipo eCommerce y la vitrina son: • Una plataforma modelo “SaaS Multi-tenant Architecture Cloud”, proporcionando escalabilidad automática de los eCommerce, seguridad en las transacciones y garantizar el correcto tratamiento de datos personales. Así como cumplir con todos los requerimientos tecnológicos definidos para “Tu Negocio en Línea 2025-2026” en este documento. • Se debe entregar una solución web accesible desde cualquier navegador de internet y una app móvil que pueda ser descargada desde cualquier tienda oficial (sistemas operativos Android y iOS). • La plataforma deberá ser responsive, es decir, adaptable a cualquier dispositivo y/o accesible; además, deberá tener certificado SSL (integración entre ambiente móvil y web), embudo de conversión, motor de búsqueda, motor de recomendaciones e integración de cada uno de los componentes de la cadena de valor. • Se descarta cualquier plataforma que funcione on-premise y que no sea auto escalable. Debe ser de manera nativa (built-in), es decir no a través de plugins creados por terceros (third party), para garantizar la compatibilidad con el resto de las funcionalidades de la aplicación y la seguridad de los eCommerce. • Contar con una capacidad suficiente para permitir que a través de la solución tecnológica puesta a disposición para “Tu Negocio en Línea	

	2025-2026", cada una de las plataformas de comercio electrónico creadas e implementadas tenga el derecho de uso de un subdominio propio y haga la transferencia de toda su información (sobre sus productos y/o servicios y clientes) a un tercero. Se precisa que, si el Beneficiario tiene acceso a un dominio propio, este lo podrá integrar a la solución tecnológica que ofrezca el contratista.
	
	• Contar con capacidad instalada para asegurar que el soporte técnico se garantizará por dos años adicionales a los Beneficiarios de las plataformas de comercio electrónico, a partir del cierre del proyecto, es decir, la fecha de terminación del contrato.
	
	• Rendimiento (Performance):
	
	  • Latencia máxima permitida: Las respuestas del sistema no deben superar los 1.500 ms para el 95% de las solicitudes.
	
	  • Tiempo de respuesta en carga máxima: El sistema debe garantizar tiempos de respuesta inferiores a 2 segundos bajo la máxima carga esperada.
	
	• Escalabilidad:
	
	  • Escalabilidad horizontal: La arquitectura debe permitir escalar horizontalmente los servicios sin interrupción.
	
	  • Autoescalado: Implementación de mecanismos de autoescalado basados en métricas como uso de CPU, memoria y número de sesiones activas.
	
	• Alta Disponibilidad (High Availability):
	
	  • Disponibilidad mínima del servicio: 99.9% mensual como mínimo (puede llegar a 99.99% para servicios críticos).
	
	  • Tolerancia a fallos: El sistema debe continuar operando ante la falla de uno o más componentes mediante redundancia y balanceadores de carga.
	
	• Confiabilidad:
	
	  • Tasa de error: No debe superar el 0.1% de fallos por número total de transacciones.
	
	  • Pruebas de estrés y carga: El sistema debe pasar pruebas formales que simulen el uso concurrente esperado.
	
	• Seguridad:
	
	  • Gestión de sesiones concurrentes: Debe manejar de forma segura múltiples sesiones simultáneas por usuario o por tenant.	

	• Cifrado: Todo dato en tránsito debe usar HTTPS/TLS 1.2+ y los datos sensibles en reposo deben cifrarse. • Control de acceso: Implementación de autenticación y autorización robusta, como OAuth 2.0 o OpenID Connect. • Capacidad de recuperación (Resiliencia): • Recuperación ante fallas: MTTR (Mean Time To Recovery) inferior a 60 minutos en caso de falla total o parcial del sistema. • Backups automáticos y restauración: Backups periódicos y políticas claras de restauración probadas en ambientes controlados. La plataforma deberá generar reportes de las plataformas de comercio electrónico tipo eCommerce y de la vitrina durante la ejecución, a través de los cuales se publique información sobre las características de los Beneficiarios, las transacciones generadas, los procesos de adopción y toda información que sea útil para poder tomar decisiones de negocio que ayude a los beneficiarios. Así mismo, es necesario la generación de reportes estadísticos para el MinTIC con el fin de poder ver en tiempo real información estadística como la cantidad de beneficiarios que tienen en funcionamiento sus eCommerce en la plataforma, los productos /servicios más y menos vendidos, cantidad de visitas a cada eCommerce, y demás información relevante. Esto debe funcionar dentro de la plataforma del CONTRATISTA, por lo que se deberá entregar al MinTIC unos usuarios exclusivos para este tipo de consultas. **Se debe considerar lo siguiente: Esquema detallado de tratamiento de datos personales para los Beneficiarios de "Tu Negocio en Línea 2025 - 2026":** Se deberá definir el esquema detallado de tratamiento de datos personales, que les permita a los beneficiarios, al final del segundo año de funcionamiento de la creación y puesta en marcha de las plataformas de comercio electrónico, elegir si continúan con su eCommerce con el operador, asumiendo para ello los costos correspondientes de dominio, hosting, administración u optan por trasladar su eCommerce con otro operador del mercado. Para este fin, durante esta fase se deben definir los protocolos de culminación del contrato entre el operador y el beneficiario en los cuales se establezca claramente lo siguiente: - El esquema de acceso a la información (contenido propio y datos de sus clientes) para la transferencia a un tercero. - Política de tratamiento de datos sobre clientes, facturación, productos más vendidos, etc. - Manejo de la información de los módulos de la solución tecnológica. - Costos que implicará para el Beneficiario continuar con el Operador, los costos de que el Beneficiario debe asumir después del segundo año de beneficio que otorga el Ministerio, deben estar dados en pesos	

	colombianos - Detallar la cobertura y beneficios con los que contará después de finalizar el beneficio que le facilitó el Ministerio Para la creación de las plataformas de comercio electrónico tipo eCommerce, la solución tecnológica de "Tu Negocio en Línea 2025-2026" deberá contar con módulos de autogestión para el beneficiario. Para lograr atender todos los requerimientos técnicos mínimos definidos, el CONTRATISTA deberá ofrecer los siguientes módulos dentro de la plataforma, los cuales deben mostrar información por beneficiario desagregada, dependiendo si la transacción del producto y/o servicio se realizó a través del eCommerce: **Módulo de Asistente con Inteligencia Artificial para Creación de Sitios Web:** Corresponde al módulo para la creación de sitios web con configuraciones de base ofrecidos por la plataforma. El módulo deberá contar con las siguientes funcionalidades específicas: • Asistente con integración a Inteligencia Artificial para permitir que un usuario final pueda crear y administrar su sitio web sin requerir intervención de un técnico/desarrollador, ni amplios conocimientos técnicos. (Plataforma de microciclo de creación de sitios web), esto incluye ajustes de estilo, productos, imágenes y gestión general de la tienda. • El beneficiario podrá escoger su subdominio (nombre) una única vez y no podrá realizar cambios en este durante la duración del proyecto, es decir, dos años contados a partir de la firma del contrato. **Módulo de cargue rápido de productos / servicios:** Este módulo deberá permitir a los beneficiarios hacer un cargue masivo de los productos / servicios o una actualización de los mismos, a partir de un archivo de Excel (.xlsx). Este archivo contendrá la información más relevante como el título del producto / servicio, la descripción, el precio, detalles adicionales (por ej: tallas, fechas, etc.) si aplican, fotografías. Cabe resaltar que se debe integrar la Inteligencia Artificial para que optimice las fotos y los contenidos que quedarán publicados. **Módulo OMS (Order Management System):** Corresponde al módulo para la gestión de pedidos solicitados en el eCommerce. El módulo deberá contar con las siguientes funcionalidades: • Gestión del ciclo de vida de un pedido. • Gestión de devoluciones y cambios. **Módulo de Marketing (Ofertas en Marketplace)**: Corresponde al módulo para la gestión de promociones y campañas de marketing. El módulo deberá contar con las siguientes funcionalidades: • Sistema de promociones de producto, a nivel de precio.	

	• Gestión de precios y promociones por producto. • Gestión centralizada de campañas de marketing Adwords, Newsletter, Banners. • Integración nativa con herramientas para la automatización de envío de emails o notificaciones push a los clientes en función de su comportamiento, para poder recuperar carritos abandonados, enviarles newsletters personalizadas, etc. **Módulo de Reportes:** Este módulo debe permitir la generación reportes sobre el funcionamiento de cada una de las tiendas virtuales implementadas y en operación, así como del Marketplace, en términos de su desempeño en la comercialización. Estos deberán ser como mínimo los siguientes indicadores: • Cantidad de visitas realizadas • Total de visitas únicas • Sesiones: Número de veces que las personas entraron a tu sitio (1 persona puede haber entrado a la página. En términos de números sería: 1 usuario con 3 sesiones) • Número de sesiones por usuarios: Cantidad promedio que un usuario entra al sitio. • Número de visitas a páginas: cuántos usuarios visitan una página específica • Páginas /sesión: Número promedio de páginas que un usuario ve cuando entra a tu sitio (home, listado de productos, detalles del producto, carro, contacto, entre otros) • Duración de permanencia: Cuál es el tiempo promedio que un usuario dedica a su sitio • Usuarios que añaden un producto al carro • Porcentaje de rebote: cuántas personas de las que entran al sitio, se van inmediatamente si interactuar • Total de transacciones realizadas en cantidad y monto (mensual y acumulativo) • Valor del ticket promedio (Total de ventas/No. Total de pedidos) Valor del ticket máximo y mínimo • Contactos por pedido Tiempos de entrega • Categorías más buscadas y vendidas • Nivel de satisfacción de los clientes • Tasa de repetición • Herramienta para minimizar los carros abandonados (lo que pasa cuando un producto es agregado al carro, pero no termina en una compra) – mejora la conversión, podría ser correos para recuperar el carro, remarketing, notificación push Se precisa que el listado de indicadores no es taxativo, y por lo demás podrá ser ampliado por solicitud del supervisor en razón a las realidades técnicas de la ejecución y la estrategia definida para el cumplimiento de la	

	meta. En todo caso el CONTRATISTA deberá suministrar toda la información requerida en el marco del ejercicio misional del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. El MinTIC deberá tener usuarios de acceso a la plataforma para poder hacer las consultas cuando lo requiera. Es importante resaltar que este módulo de reportes permitirá generar en cualquier análisis de datos claves. **NOTA:** la solución de eCommerce (Tienda Virtual) y la vitrina virtual deberán estar operativa sin ningún costo para los beneficiarios por lo menos dos años contados a partir del cierre del proyecto (fecha de terminación del contrato), con todos los niveles de servicios y soportes definidos por el anexo y la propuesta del operador. Para soportar el mínimo de horas establecidas para la asistencia a los beneficiarios el CONTRATISTA deberá presentar un certificado suscrito por el beneficiario donde conste que recibió mínimo 5 horas de asesoría para la creación y puesta en marcha de su Tienda Virtual y fortalecimiento de redes sociales.	

5.4. Descripción de la Fase 4: Promoción y Divulgación – Transversal

El CONTRATISTA diseñará y ejecutará una estrategia de promoción y divulgación Nacional del proyecto "Tu Negocio en Línea 2025 - 2026", donde la difusión esté dirigida a los comerciantes, empresarios MiPymes, unidades productivas del sector agro, población perteneciente a la economía popular y comunitaria, con el objetivo de captar posibles beneficiarios en todos los departamentos del país.

EL CONTRATISTA deberá estructurar y desarrollar un plan de comunicaciones, definiendo los actores, los canales, las acciones específicas, el cronograma, el seguimiento y la implementación, con el fin de incentivar a las personas de todo el territorio nacional.

El CONTRATISTA deberá contar al menos con un líder de comunicaciones y vincular al proyecto un diseñador y realizador audiovisual, que deberán estar disponibles cuando se requieran para los eventos presenciales y los mensajes testimoniales de video, fotografías y las piezas de comunicación que incluyan el Plan de Comunicaciones presentado a MinTIC.

El CONTRATISTA debe garantizar que la estrategia tenga alcance nacional, enfocándose en fortalecer la presencia en todas las regiones y departamentos del país. Para ello, deberá diseñar y ejecutar un plan de relacionamiento que promueva la colaboración con entidades territoriales (alcaldías, gobernaciones), cámaras de comercio, gremios empresariales (), asociaciones, líderes(as) sociales y organizaciones nacionales y regionales de los diferentes departamentos del país. Ver anexo 3 para particularizar acciones en sector agro

El plan de relacionamiento deberá ser presentado previamente al MinTIC, incluyendo las bases de datos o listados de entidades y organizaciones a las cuales se enviará material de divulgación (volantes, pendones, invitaciones, entre otros).

Las alianzas que se gestionen tendrán un carácter colaborativo y voluntario para las entidades, orientado a fortalecer la participación de los empresarios MYPES, comerciantes y actores de la economía popular, especialmente del sector agropecuario, sin que de ellas se derive vínculo contractual ni obligaciones jurídicas para las entidades aliadas.

Como parte de las condiciones del proyecto, el CONTRATISTA deberá establecer al menos una alianza de colaboración por cada departamento del país, y podrá gestionar alianzas adicionales en las ciudades capitales y en territorios donde las dinámicas regionales lo permitan, para maximizar el impacto y la cobertura del programa. Esta gestión debe garantizar la adecuada articulación con actores relevantes de los sectores público y privado, fortaleciendo así el tejido empresarial colombiano en las zonas de intervención.

El CONTRATISTA deberá realizar diferentes acciones planteadas en el Plan de Comunicaciones como contenidos (piezas gráficas, videos, audios) de difusión a través de plataformas de mensajería, alianzas con emisoras comunitarias, perifoneo, volantes, pendones, etc., con el fin de impulsar la participación del público objetivo. Todas las piezas de comunicación (diseños, audios, videos) deberán ser aprobados por MinTIC, antes de ser difundidas.

Este Plan de comunicaciones deberá contener mínimo 30 mensajes testimoniales para convocatoria y expectativa, subtitulados, en mp4 o el formato que se adapte a las plataformas de las redes sociales, con narrativa de historias, para ser difundidos por parte del CONTRATISTA a través de estas redes (Facebook, Instagram, TikTok, etc.) plataformas de mensajería y cualquier otro medio que garantice la difusión del programa entre los públicos objetivos. Igualmente, EL CONTRATISTA dentro de los mensajes testimoniales deberá crear como mínimo una estrategia con influenciadores reconocidos que contemplen tácticas para destacar los beneficios del proyecto dirigido a la población objetivo con presencia en medios masivos, digitales y alternativos.

EL CONTRATISTA deberá realizar la publicación de un banner o publicidad nativa en mínimo dos webs de periódicos digitales de mayor consulta a nivel nacional, donde se impulse la participación del público objetivo y se den a conocer las iniciativas del proyecto.

Así mismo, se deberá realizar por parte del CONTRATISTA una pauta audiovisual o comercial para televisión con un mínimo de duración de 20 segundos que promocione el proyecto, el cual debe ser subtitulado y con lenguaje de señas o incluyente, para ser publicitado por parte del CONTRATISTA de la siguiente manera:

- Emisión del comercial por lo menos tres veces en la franja denominada “prime time” o de mayor audiencia en un canal privado de televisión abierta colombiana con cobertura nacional.
- Emisión del comercial por lo menos tres veces en la franja denominada “prime time” o de mayor audiencia en un canal público de televisión abierta con cobertura nacional.
- Emisión del comercial por lo menos tres veces en la franja denominada “prime time” o de mayor audiencia en **cuatro (4)** canales de televisión con cobertura regional.

EL CONTRATISTA deberá realizar un evento de lanzamiento de la apertura de la convocatoria nacional en la región que el Ministerio TIC definirá y deberá contar con el apoyo de las entidades territoriales como Alcaldías y demás gremios o asociaciones. Para este evento, será responsabilidad del CONTRATISTA toda la organización necesaria y las prácticas comunicativas necesarias (BTL y ATL), la producción, puesta en escena, (estudio, locación en exteriores, presentador, punto fijo, equipo técnico y humano, etc.) transmisión, promoción y divulgación y en general las acciones de comunicación de este encuentro estarán a cargo del CONTRATISTA y deben ser aprobadas por MinTIC, según las condiciones previas

definidas para su realización. Para este evento, se deberán entregar a los asistentes elementos recordatorios y estímulos u obsequios de mínimo 15 dispositivos tecnológicos (Tabletas o móviles) para captar mayor audiencia y participación.

El CONTRATISTA con el objeto de mantener una correcta divulgación y promoción del proyecto deberá Implementar un micrositio alojado en el dominio mintic.gov.co que contenga como mínimo:

- Manual de marca del Ministerio TIC
- Información clave del proyecto
- Espacio para divulgar avances y logros de la estrategia.
- Enlace que redirija a la plataforma Web para el registro de posibles beneficiarios.
- Política de seguridad de la información - Resolución No. 00448 del 2022, Política de Tratamientos de datos personales - Resolución 924 de 2020 y resolución de accesibilidad web, seguridad digital y datos abiertos No. 1519 de 2020, Información de contacto relacionado con el proyecto, que debe suministrar el contratista.

NOTA: El micrositio deberá estar actualizado por el CONTRATISTA, divulgando los resultados y promocionando el proyecto en todas las fases descritas en este anexo. Este micrositio podrá estar alojado en los servidores del CONTRATISTA, haciéndole apuntamiento IP desde el dominio mintic.gov.co.

EL CONTRATISTA deberá realizar divulgación de avances, resultados y logros obtenidos durante toda la ejecución del proyecto, de la misma manera deberá realizar un evento de cierre del proyecto en región que el Ministerio TIC definirá y que deberá contar con beneficiarios y casos de éxito. Para este evento, será responsabilidad del CONTRATISTA toda la organización necesaria y las prácticas comunicativas necesarias (BTL y ATL), la producción, puesta en escena, (estudio, locación en exteriores, presentador, punto fijo, equipo técnico y humano, equipos de comunicaciones, Internet, dispositivos tecnológicos, pantallas, etc.) transmisión promoción y divulgación y en general las acciones de comunicación de este encuentro estarán a cargo del CONTRATISTA y deben ser aprobadas por MinTIC, según las condiciones previas definidas para su realización. Para este evento, se deberán entregar a los asistentes elementos recordatorios del proyecto para captar mayor audiencia y participación.

Se debe difundir los logros y casos de éxito (de diferentes regiones y sectores económicos), se deberán realizar como mínimo 25 videos en formato Full HD. Los videos deben cumplir con los estándares de calidad audiovisual y manual de marca solicitados por el MinTIC e incluir subtítulos, este material se deberá entregar al ministerio previo al evento de cierre. También cabe resaltar que los contenidos desarrollados en el plan de comunicaciones deberán aprobarse anticipadamente por MinTIC.

NOTAS:

Para la realización de eventos presenciales en el marco del proyecto (lanzamiento y cierre o cualquier otro a realizar) el CONTRATISTA deberá como mínimo con una semana de anterioridad promocionar el evento en los diferentes canales de comunicación que se establecen en el presente anexo y además con al menos dos días de anterioridad al evento, realizar promoción mediante volanteo, vallas, pendones, entre otros, en la periferia del lugar en donde se realizará el evento, esta actividad tiene el alcance de invitar a ciudadanía en general, comerciantes del sector y los aliados de la región.

Promoción de Producción Nacional – Compra Colombiano:

El contratista deberá garantizar que todas las actividades de promoción y divulgación del proyecto estén orientadas a visibilizar y fortalecer la producción nacional colombiana.

En especial, los materiales promocionales, campañas de comunicación, piezas gráficas, portales web, vitrinas virtuales y demás instrumentos de divulgación deberán:

- Resaltar de forma explícita que los productos y servicios ofertados a través de las tiendas virtuales y la vitrina virtual son **hechos en Colombia**.
- Utilizar frases, logos o sellos de promoción nacional como **"Compra Colombiano"**, **"Hecho en Colombia"**, **"Producción Nacional"**, o equivalentes.
- Fomentar el reconocimiento de los productos colombianos en los canales de comercio electrónico nacional e internacional, como parte de la estrategia de dinamización del tejido empresarial local.

Alcance de la Vitrina Virtual como Comercio Nacional:

La vitrina virtual deberá estructurarse como un espacio de comercio electrónico que promueva la visibilidad y comercialización de bienes y servicios nacionales, permitiendo:

- Agrupar productos y servicios de los beneficiarios en una plataforma centralizada de alcance nacional.
- Facilitar la conexión entre compradores y productores colombianos, privilegiando la venta directa sin intermediarios.
- Presentar filtros de búsqueda que incluyan como criterio la identificación de productos colombianos.
- Visibilizar las historias de los productores y su impacto en la economía local, cuando sea posible.

El contratista deberá diseñar la estrategia de promoción de la vitrina de manera que evidencie el **uso eficiente de los recursos públicos** destinados al proyecto, garantizando el cumplimiento de los objetivos de promoción de comercio electrónico colombiano

Para la realización del **evento de cierre** el CONTRATISTA deberá garantizar la asistencia sin costo para el empresario, de como mínimo 4 beneficiarios de cada una de las 6 regiones (Caribe, Pacifico, Orinoquía, Amazonía, Andina e Insular) del país.

Todas las piezas de divulgación del proyecto deberán ajustarse a los manuales de marca e imagen del MinTIC y tener su aprobación.

Todos los contenidos creados directamente por el operador para la ejecución del presente proyecto sean estos videos, animaciones, interactivos, actividades, documentos, diagramas, grabaciones de eventos virtuales en vivo, o audios quedarán amparados bajo la figura jurídica de Obra creada por encargo y, por lo tanto, serán propiedad del MinTIC.

Tabla No. 6 Descripción de la Fase 4: Promoción y divulgación

No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
4.1	**Estrategia de Promoción y divulgación del proyecto** La estrategia deberá contener como mínimo las siguientes actividades complementarias y/o asociadas a lo especificado en la FASE 5. Promoción	1) Documento con la estrategia de promoción y divulgación por cada fase dispuesta. Tiempo de entrega:

	y Divulgación – Transversal Diseñar y ejecutar una estrategia de promoción y divulgación para cada una de las fases del proyecto con descripción del plan y la metodología para la promoción nacional de la convocatoria dirigida a los comerciantes, empresarios MiPymes y ciudadanos colombianos, con el objetivo de captar posibles beneficiarios en todos los departamentos el país. 1. El plan de comunicaciones deberá contener como mínimo los siguientes aspectos: • Estrategia de promoción y divulgación que contenga todos los requerimientos estipulados en la FASE 5. Promoción y Divulgación – Transversal del presente documento. En el documento, el CONTRATISTA debe garantizar que dicha estrategia tenga alcance Nacional, enfocada en las regiones y logrando presencia en todos los departamentos del país. • Realizar un evento presencial de lanzamiento de la apertura de la convocatoria nacional en región que el Ministerio TIC definirá, y deberá contar con el apoyo de las entidades territoriales y otras asociaciones y/o agremiaciones • Un evento de cierre semipresencial con beneficiarios del proyecto en región que el Ministerio TIC definirá y que deberá contar con al menos 30 beneficiarios y casos de éxito para tal fin. 2. Para la divulgación de avances, resultados y logros obtenidos durante la ejecución del proyecto el CONTRATISTA deberá realizar como mínimo lo siguiente: • Plan de relacionamiento (CONTRATISTAS estratégicos), con el objetivo de lograr alianzas. • Plan de comunicaciones digital y en redes sociales al menos como: Facebook, TikTok, Instagram, YouTube, Twitter, entre otros • Plan de gestión de medios que además de lo mínimo estipulado en la FASE 5 del presente documento, cuente con diferentes canales para su promoción y divulgación como: notas de prensa, programas radiales, vallas, pendones, folletos, revistas, trípticos y carteleras informativas. • Desarrollo audiovisual que incluya subtítulos para todas las fases. • Gestión de validadores y vocería. Los validadores son expertos de las temáticas y generalmente cuentan con amplia experiencia en el tema y brindan credibilidad. • Desarrollo de la documentación estratégica de comunicaciones, que contempla: mensajes clave, perfiles de voceros, Q&A, entre otros.	Quince (15) días calendario después de la firma del acta de inicio. 2) Entrega de estrategia de comunicaciones que contenga diseño gráfico e imagen corporativa que se va a utilizar, material audiovisual, mensajes testimoniales, y demás elementos de promoción totalmente definido y listo para su divulgación. Tiempo de entrega: Veinte (20) días calendario después de la firma del acta de inicio. 3) Informe alianzas realizadas en el territorio Nacional para divulgación y promoción del proyecto. Tiempo de entrega: Treinta (30) días calendario después de la firma del acta de inicio. 4) El informe final de la implementación de la estrategia incluyendo la difusión de logros y casos de éxito, se debe presentar previo a la finalización del proyecto. Debe contener todas las evidencias de las actividades realizadas.

	• Estrategia de divulgación de logros y casos de éxito. • Propuesta de acciones de comunicaciones no convencionales. Acciones disruptivas que abarquen canales y actividades diferentes y directas con las audiencias interesadas. Además, se debe realizar lo siguiente: 1. Generar los insumos, material, contenido y versiones finales de los productos para que el Ministerio TIC adelante acciones de difusión de resultados según la etapa del proyecto, utilizando distintos formatos como comunicados, acciones en redes sociales y para medios de comunicación, material audiovisual, imagen gráfica, entre otros. a. Las piezas gráficas, documentos y demás serán aprobadas en la propuesta de la estrategia de promoción y divulgación por parte del MINTIC. 2. Piezas audiovisuales para cada medio, considerando formato, estilo y duración, para desplegar la estrategia de promoción y divulgación. 3. Difusión de logros y casos de éxito (de diferentes regiones y sectores económicos), se deberán realizar como mínimo 25 videos en formato Full HD. Los videos deben cumplir con los estándares de calidad audiovisual y manual de marca solicitados por el MinTIC e incluir subtítulos. 4. Informes de entregas periódicas de resultados de comunicaciones y métricas de acuerdo con los requerimientos del MinTIC.	
	1. Diseñar un micrositio para ser implementado y alojado en el dominio mintic.gov.co que contenga como mínimo: o Manual de marca del Ministerio TIC o Información clave del proyecto (objetivo y beneficios) o Espacio para divulgar avances y logros de la estrategia. o Link que redirija a la plataforma Web para el registro de posibles beneficiarios. o Política de Seguridad y Privacidad de la Información y Política de tratamiento de datos personales. o Información de contacto relacionado con el proyecto, el cual debe ser suministrado por el CONTRATISTA. Este micrositio será publicado y administrado por el MINTIC. 2. Implementación sobre el dominio mintic.gov.co el micrositio de la estrategia descrito en la presente Fase.	Debe encontrarse disponible mínimo cinco (5) días calendario antes de la apertura de la convocatoria. El micrositio deberá ser aprobado por parte del supervisor del proyecto, junto con visto bueno del área de comunicaciones y planeación del MinTIC

5.5. Descripción de la Fase 5: Cierre

Tabla No. 7 Descripción de la Fase 5: Cierre

No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
5.1	Cierre del proyecto Se debe realizar el informe final con las siguientes especificaciones: i. Informe de ejecución financiera. ii. Descripción detallada del desarrollo de las fases. iii. Descripción de acciones, evidencias, resultados de las metas, cifras de impacto, según los indicadores e instrumentos de valoración indicados. iv. Análisis de los resultados cualitativos del proyecto, mediante una solución de analítica de datos. v. Base de datos final de beneficiarios intervenidos. vi. Informe de la estrategia de divulgación y promoción desarrollada durante la vigencia del proyecto. vii. Análisis de indicadores parcial (Ver anexo 1 y 2) viii. Informe de las PQRs atendidas en la ejecución del proyecto. ix. Recomendaciones y lecciones aprendidas.	Un documento con el informe final detallado del proyecto. La entrega del informe final deberá darse previo a la finalización del contrato a más tardar el día 15 de septiembre de 2026 y su revisión podrá emitir comentarios por parte de la supervisión posteriormente a este plazo.
5.2.	Actividad Final de seguimiento técnico Se deberá elaborar y entregar un Informe técnico detallado sobre el comportamiento, funcionamiento y desempeño de las tiendas virtuales implementadas en el marco del proyecto, cuyo propósito consistirá permitir al Ministerio TIC analizar el impacto real de la implementación en cada unidad productiva beneficiaria. El informe deberá construirse con base en los indicadores de éxito y sostenibilidad definidos en el Anexo Técnico (Anexos 1 y 2), e incluirá aspectos como adopción tecnológica, volumen de ventas, tráfico digital, y gestión operativa de las tiendas virtuales.	El informe técnico deberá entregarse dentro de la fecha que se acuerde con el supervisor del contrato.

6. INFORMES DE EJECUCIÓN Y AVANCE

Los informes de seguimiento deben tener corte el último día de cada mes y su presentación se deberá realizar como máximo a los siete (7) días calendario, siguientes a la fecha de corte. Los informes se deberán presentar desde el primer mes de inicio y hasta la finalización del contrato.

Los informes deberán presentar información de una forma clara y concisa y deberán permitir realizar un seguimiento detallado de la ejecución del proyecto. El CONTRATISTA deberá seguir las recomendaciones de presentación de informes establecidas por el Fondo Único de TIC. Así mismo se deberá incluir información adicional solicitada por el Fondo Único de TIC y la supervisión.

Los informes mensuales deberán incluir como mínimo:

- Tablero de control que dé cuenta del avance general del contrato, así como de los componentes técnico, financiero y administrativo.
- Reporte con el cumplimiento de metas, alertas de incumplimiento y planes de choque si aplica.
- Informe financiero que permita evidenciar el cumplimiento de los compromisos, ejecución presupuestal y financiera de los recursos.
- Diagnóstico inicial (al finalizar la convocatoria) y final (último informe de ejecución) de acceso y uso de las TIC por parte de los beneficiarios (anexo 1. INDICADORES TIC Y DE DIGITALIZACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL)
- Tablero de seguimiento de indicadores de eCommerce (anexo 2. INDICADORES DE eCOMMERCE). Las cifras se deben presentar conservando un principio acumulativo referido al comienzo del proyecto, e incremental con respecto al último periodo reportado.

La revisión, verificación de cumplimiento y contenido de cada uno de los informes se adelantará por parte de la supervisión o interventoría en un plazo máximo de cinco (5) días hábiles después de la presentación de estos, plazo en el cual se podrá solicitar la información que se considere necesaria, la supervisión/interventoría podrá dar concepto parcial al Informe y solicitar aclaraciones y complemento de estos. En todo caso, el supervisor del MINTIC podrá implementar diversos mecanismos de seguimiento y control al proyecto, para verificar el correcto avance, implementación, operación y ejecución de este.

6.1. INFORME FINAL

Se deberá entregar un (1) documento de informe final de cierre. En este informe se deben recopilar los entregables definitivos, bases de datos, cifras y resultados, información para la liquidación del contrato, evidenciar el cumplimiento del objeto, alcance y obligaciones, entre otros que se definan en el clausulado. Este informe se describe en la fase de cierre.

7. PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución será como máximo 8 meses sin exceder el 31 de julio de 2026, previo cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución del contrato y la suscripción del acta de inicio.

8. EQUIPO MÍNIMO DE TRABAJO

Para el proyecto se debe contar con un equipo de trabajo de la siguiente forma:

Tabla No. 10 Equipo mínimo de Trabajo

ITEM	PERFIL	CANTIDAD
1	Gerente de proyecto	1
2	Líder Administrativo y financiero	1
3	Líder jurídico	1
4	Líder de comunicaciones	1
5	Diseñador y realizador audiovisual	1

6	Líder de Plataformas Tecnológicas	1
7	Personal de apoyo a la ejecución del proyecto	3

A continuación, el detalle de los perfiles necesarios para la ejecución del proyecto, los cuales deben estar contratados durante toda la ejecución:

Tabla No. 11 Cargos para la ejecución del proyecto

Cargo	**Gerente de proyecto**
Perfil	i. Profesional en un programa según clasificación SNIES del núcleo básico de conocimiento de: Economía, mercadeo o afines, Administración o afines, Derecho o afines, Ciencia política o afines, Relaciones internacionales o afines, Ciencias sociales y humanas o afines, Ingeniería administrativa o afines, Ingeniería de sistemas o afines, Ingeniería en Telemática o afines, Ingeniería electrónica o afines, Ingeniería en telecomunicaciones o afines, Ingeniería civil o afines Ingeniería industrial, o afines. O de acuerdo con la Clasificación Internacional Normalizada de Educación CINE niveles 03, 04, 06 y 07. Título de posgrado en programas que, de acuerdo con la clasificación del SNIES, pertenezcan a los mismos núcleos básicos de conocimiento enunciados. ii. Experiencia: Mínimo Cinco (5) años de experiencia profesional en calidad de Gestor, Gerente y/o director de proyecto, y/o Project mánager y/o coordinador de proyectos en el sector de comercio electrónico y/o sector Ciencia, Tecnología e Innovación y/o sector TIC.
Dedicación	100%
Cantidad	1
Funciones:	i. Gerenciar y supervisar el proyecto Tu Negocio en Línea 2025 - 2026 para dar cumplimiento a los objetivos, las fases y sus actividades, así como las exigencias o requisitos para ser beneficiario y metas dispuestas en el presente anexo técnico. ii. Direccionar el proyecto desde la planificación, ejecución y seguimiento técnico, administrativo y financiero con la finalidad de alcanzar los objetivos del mismo. iii. Supervisar todo el equipo de trabajo. iv. Responder a las solicitudes que realice el MinTIC en el marco del objeto del proyecto.

Cargo	**Líder Administrativo y financiero**
Perfil	i. Profesional en un programa según clasificación SNIES del núcleo básico de conocimiento de: Economía o afines, Administración o afines, Contaduría Pública o afines, Finanzas, Ingeniería administrativa y afines. ii. Experiencia: Tres (3) años de experiencia profesional en alguno de los siguientes temas: administración de recursos, o gestión de contratos y/o convenios, o seguimiento de presupuestos públicos y/o privados, Asesor Financiero, Supervisor financiero, Líder administrativo y financiero, Coordinador administrativo y financiero, Coordinador financiero.
Dedicación	100%
Cantidad	1
Funciones:	i. Control y seguimiento a la ejecución técnica, administrativa y financiera del proyecto.

Cargo	Líder Administrativo y financiero
	ii. Responder a las solicitudes que realice el MinTIC en el marco del objeto del proyecto.

Cargo	Líder jurídico
Perfil	i. Profesional en un programa según clasificación SNIES del núcleo básico de conocimiento de: Derecho o afines. ii. Experiencia: Tres (3) años de experiencia profesional, de los cuales uno (1) años debe corresponder a experiencia en contratación estatal en sus diferentes etapas (Precontractual, Contractual y Poscontractual) y relacionadas con proyectos TI.
Dedicación	100%
Cantidad	1
Funciones:	i. Velar y garantizar que los procesos jurídicos desarrollados en la ejecución del proyecto se encuentran en armonía con la constitución, la ley y los lineamientos señalados en el anexo técnico.

Cargo	Líder en comunicaciones
Perfil	i. Profesional en un programa según clasificación SNIES del núcleo básico de conocimiento de: Comunicación social, periodismo y afines y Publicidad y afines. ii. Experiencia: Cinco (5) años de experiencia profesional en actividades de comunicaciones relacionadas con el objeto del proyecto.
Dedicación	100%
Cantidad	1
Funciones:	i. Liderar la estrategia de divulgación y promoción del proyecto. ii. Liderar las labores de organización, logística y ejecución de eventos y actividades internas y externas de convocatoria, promoción y divulgación, y cierre del proyecto. iii. Crear, apoyar y/o integrar estrategias de comunicación o sinergias entre iniciativas del Ministerio realizadas en redes sociales y espacios digitales. iv. Apoyar las demás actividades que se requieran para el cumplimiento de los objetivos de comunicación del proyecto.
Cargo	**Diseñador y realizador audiovisual**
Perfil	i. Título profesional en Diseño Audiovisual, Comunicación Audiovisual y Multimedios, Medios Audiovisuales, Producción Audiovisual Interactiva, Artes visuales, cine o programas afines, registrados en el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior – SNIES. ii. Experiencia: Mínimo dos (2) años de experiencia certificada en diseño, producción y realización de contenidos audiovisuales, incluyendo la elaboración de piezas para medios digitales, redes sociales, vitrinas virtuales, contenidos educativos o promocionales.
Dedicación	100%
Cantidad	1
Funciones:	i. Diseñar y producir piezas audiovisuales que fortalezcan los procesos de apropiación digital y presencia en línea de los beneficiarios del programa. ii. Apoyar el desarrollo de contenidos multimedia para campañas institucionales, capacitaciones, tutoriales y otros recursos digitales.

	iii. Realizar edición, montaje, animación y postproducción de contenidos en formatos adaptables a distintas plataformas digitales. iv. Asegurar la calidad estética y técnica del contenido audiovisual entregado, de acuerdo con las directrices del proyecto. v. Coordinarse con los demás integrantes del equipo técnico para integrar las piezas audiovisuales dentro de las estrategias de comunicación y acompañamiento técnico.

Cargo	Líder de Plataformas Tecnológicas
Perfil	i. Profesional en un programa según clasificación SNIES de Área del conocimiento de: Ingeniería de sistemas, Telecomunicaciones, Telemática, electrónica y Afines. ii. Experiencia: Un (1) años de experiencia profesional en actividades de soporte de primer y segundo nivel sobre plataformas tecnológicas web y móvil.
Dedicación	100%
Cantidad	1
Funciones:	i. Atención de primer nivel a solicitudes, requerimientos, incidentes reportados por los beneficiarios a través de diferentes canales de atención. ii. Atención de segundo nivel a solicitudes, requerimientos, incidentes reportados por los beneficiarios a través de diferentes canales de atención. iii. Actualización tecnológica sobre la plataforma tecnológica (web y móvil). iv. Generación semanal de reportes de eventos junto con los tiempos de atención. v. Documentación de Bitácora de peticiones, incidentes, requerimientos.

Cargo	Personal de apoyo a la ejecución del proyecto
Perfil	i. Profesional y/o Tecnólogo en un programa según clasificación SNIES del núcleo básico de conocimiento de: Ingeniería, Economía o afines, Administración o afines, Relaciones internacionales o afines, sistemas o afines, electrónica o afines, telecomunicaciones o afines, software o afines, gestión empresarial o afines, finanzas o afines. ii. Experiencia: Un (1) año de experiencia laboral en apoyo para la gestión de proyectos y/o administración.
Dedicación	100%
Cantidad	3
Funciones:	i. Apoyar al equipo del proyecto en las funciones que le sean requeridas. ii. Responder a las solicitudes que realice el MinTIC en el marco del objeto del proyecto.

El CONTRATISTA dispondrá y garantizará por cuenta propia la permanencia de la totalidad del equipo necesario para garantizar el cumplimento de la meta cualitativa y cuantitativa del proyecto, en correspondencia con las calidades académicas y profesionales requeridas para tal efecto. Este deberá tener en cuenta los perfiles necesarios del Especialista en sistemas de información y estrategias de formación virtual y de los Instructores Virtuales.

El CONTRATISTA garantizará al menos 70 Instructores Virtuales para la ejecución de las sesiones de acompañamiento individual los cuales deberán tener presencia en todas las regiones del país, no obstante, este número podrá ser mayor con el fin de cumplir con la meta establecida. Por otra parte, estos instructores deberán poseer conocimientos en el uso de herramientas de Inteligencia Artificial y en Social Selling. El CONTRATISTA remitirá *el listado de instructores con su respectiva* certificación donde garantice que el equipo de instructores virtuales cumple con la experiencia solicitada en formación virtual de sistemas de información y conocimientos requeridos**.**

Soportes para el equipo mínimo de trabajo:

Los perfiles solicitados deberán acompañar para la presentación y aprobación del equipo mínimo exigido, en formato PDF y en un solo consolidado los siguientes documentos que acrediten el cumplimiento de los requisitos establecidos, para cada uno de los perfiles:

- Cedula de ciudadanía
- Hoja de vida
- Tarjeta o matricula profesional (si aplica)
- Certificaciones académicas (Acta o diploma de grado)
- Certificaciones de estudios especializados
- Certificaciones de experiencia laboral donde se incluya:
    - Fecha de inicio
    - Fecha de terminación
    - Cargo desempeñado
    - Funciones

Nota: Contabilización de la experiencia profesional
La contabilización de la experiencia profesional, de acuerdo con lo señalado en el Decreto Ley 019 de 2012 y con la Sentencia del Consejo de Estado del 12 de diciembre de 2022.

Nota:
El personal mínimo exigido debe ser idóneo y calificado en concordancia con las condiciones requeridas para llevar a cabo de buena forma el proyecto. En todo caso, cualquiera que sea el tipo de contratación, actividades relacionadas a contratos laborales o fijación de salarios u honorarios, se deberán regir y estar enmarcados dentro de las leyes colombianas. En todo caso el supervisor del contrato del MinTic, podrá requerir aclaración conforme a sus funciones de los pagos u honorarios que se efectúan al personal contratado. Cabe resaltar, que los remuneración u honorarios que se asignen al personal mínimo exigido, deberán ser concordantes con sus funciones y afines con posiciones o cargos similares en empresas de la misma categoría.

Nota: Cumplimiento de meta

El CONTRATISTA deberá en el plan de trabajo establecer un cronograma que garantice el cumplimiento de metas para las asesorías individuales, garantizando los recursos técnicos logísticos y humanos que permitan desarrollar la totalidad de asesorías previstas para mínimo 8.803 beneficiarios en la forma y oportunidad contempladas por este anexo. En caso de requerirse intensificación de dichos recursos estos no generarán variaciones sobre el presupuesto oficial del contrato.

Nota: Cambio de personal

El personal mínimo exigido deberá permanecer durante la ejecución del proyecto mínimo dos meses; de requerirse un cambio por caso fortuito o fuerza mayor, el CONTRATISTA deberá presentar al supervisor del contrato por parte del MINTIC dicha novedad, con el nuevo perfil que cuente con las mismas condiciones que fueron presentadas en la propuesta y en caso que alguno de ellos hubiese tenido calificación adicional por experiencia u otro componente, este reemplazo deberá mantener las mismas condiciones iniciales.

9. GLOSARIO

i. Acceso Web: en este eslabón participan los CONTRATISTAS fijos y móviles que proveen el acceso a internet tanto a los clientes del comercio electrónico como a las páginas web de los comerciantes.

ii. Adaptación de Procesos: se deben identificar e implementar para cada una de las empresas, los nuevos procesos requeridos para la efectiva inclusión de las empresas en el canal de comercio electrónico.

iii. Billeteras digitales: Medio de pago alternativo en línea a través de internet para el realizar transacciones financieras de forma virtual por intermedio de dispositivos digitales.

iv. Botón de pago: Es un sistema que permite mediante un enlace o link la compra o venta de un bien o servicio.

v. Cadena de valor del comercio electrónico: La cadena de valor de la industria del comercio electrónico, parte de las definiciones dadas por la OCDE en las cuales específica para las transacciones en línea y las transacciones presenciales, sus eslabones básicos.

vi. Certificado de Existencia y Representación Legal: Documento expedido por la Cámara de Comercio correspondiente, que da constancia de la existencia legal de una persona jurídica constituida en Colombia, así como de su inscripción en el registro mercantil. Este certificado indica quién o quiénes están legalmente facultados para actuar en nombre de la entidad, conforme a los estatutos sociales inscritos. Tiene valor probatorio y suele requerirse para actos jurídicos, trámites notariales, procesos judiciales y contratación pública o privada. Su vigencia depende del uso que se le vaya a dar, pero comúnmente no debe exceder los 30 días desde su expedición

vii. Comercio: Para este proyecto, comercio es el intercambio de bienes que se efectúa a través de un comerciante o un mercader. El comerciante es la persona física o jurídica que se dedica al comercio en forma habitual, como las sociedades mercantiles.

viii. Comercio electrónico: la definición de comercio electrónico establecida por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), quien lo define como *"la venta o la compra de bienes o servicios, realizadas mediante redes informáticas a través de métodos específicamente diseñados con el propósito de recibir o procesar pedidos, independientemente de si el pago y la entrega de los bienes o servicios ocurren en línea (2011)".*

ix. DIVIPOLA: es un estándar nacional que codifica y lista las entidades territoriales a saber: departamentos, municipios, corregimientos departamentales, así como los centros poblados, tanto inspecciones de policía, como caseríos y corregimientos municipales en el área rural.

x. Envío de correros masivos (Email marketing): Es el envío de un correo electrónico a gran escala dirigido a múltiples usuarios o personas correspondiente a un comunicado de interés general y /o comercial.

xi. Empresario: El empresario es quien se dedica a una actividad económica organizada para la producción, transformación, comercialización, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios, actividad que puede desarrollar a través de uno o más establecimientos de comercio. Para efectos de este proyecto, los empresarios para ser considerados como tal deberán tener vigente su registro mercantil.

xii. Empresa formal: Hace referencia a la formalidad asociada con la existencia de la empresa, que incluye los requisitos

de Registros empresariales (Registro Mercantil, RUT y NIT).

xiii. Facturación electrónica: Es la evolución de la factura tradicional, para efectos legales tiene la misma validez que el papel, sin embargo, se genera, valida, expide, recibe, rechaza y conserva electrónicamente, lo que representa mayores ventajas. Tributariamente es un soporte de transacciones de venta de bienes y/o servicios.

xiv. Falla total: Hace referencia a un evento catastrófico que impide a los usuarios el acceso a las funciones del sistema.

xv. Falla parcial: hace referencia a un error crítico en un componente específico dentro del sistema.

xvi. Fortalecimiento de Comercio Electrónico: Proceso que busca el crecimiento acelerado de las ventas del canal digital en empresas que hacen comercio electrónico como una actividad consolidada, a través de una amplia gama de recursos y servicios empresariales que puede incluir capacitación, acompañamiento, asesoría especializada, acceso a capital si lo requiere, acceso a una red de contactos y otros servicios. Todo esto con el objetivo de llevar a esas empresas a multiplicar las ventas del canal electrónico.

xvii. Gestión de pagos: en este espacio de la cadena de valor interactúan las Pasarelas de Pago anteriormente descritas y las redes procesadoras de pagos. Algunas tiendas on-line no requieren de las pasarelas de pago y pueden interactuar directamente con las redes de pago para la confirmación de la compra de los bienes y servicios.

xviii. Gestión de pedidos: la compra aprobada, desencadena los procesos logísticos necesarios para disponer los productos comprados, debidamente empacados. Dependiendo de la empresa de comercio electrónico, esta gestión de pedidos dará lugar a diferentes procesos de envío, logística, almacenamiento, distribución y entrega.

xix. Gestión de envíos: una vez procesado el pedido y configurado el envío debidamente empaquetado se da inicio al proceso de envío en el que la misma empresa u otra se encarga de la recogida del paquete y posterior despacho.

xx. Gestión de inventarios: Son los productos o bienes de una empresa que se encuentran almacenados o en stock y que se registran y administran mediante la entrada y salida de estos productos o bienes.

xxi. Gestión de logística: Una vez se recoge el paquete en el sitio designado por la tienda de comercio electrónico, se entra en la fase de logística en la que se coordinan los recursos de transporte, personas y vehículos, guías de entrega y demás aspectos necesarios para el transporte de los productos.

xxii. Herramienta de fidelización de clientes: software utilizado e implementado por las empresas con el propósito de compensar, mantener o retribuir a los clientes.

xxiii. Herramientas de seguridad: Instrumento hardware y/o software de protección para equipos informáticos, redes y de telecomunicaciones con el fin de combatir y prevenir amenazas virtuales externas durante el proceso de compra.

xxiv. Herramienta para diseño Web: Recursos que se utilizan para realizar y desarrollar los sitios o páginas web.

xxv. Herramienta tecnológica de comercio electrónico: Para efectos de la presente licitación se entenderá como aquella plataforma que facilita la creación y gestión de tiendas en línea, esta definición sin perjuicio de los requisitos solicitados en el presente documento, como solución de comercio electrónico para cada uno de los beneficiarios.

xxvi. Interfaz: compuesta por la plantilla o template y por la distribución o layout del sitio web (Página de interacción con el usuario en el sitio web). La interfaz es responsable por gran parte de la capacidad de aumento de conversión de una tienda. Los lenguajes de interfaz más comunes son HTML, Java Script y CSS.

xxvii. ISP (Internet Service Provider): el proveedor de servicios de internet se refiere a una empresa o compañía que proporciona acceso a Internet, tanto a personas como organizaciones, permitiendo que sus clientes puedan navegar en la web.

xxviii. Marketing: en este eslabón se incluyen las empresas que realizan campañas digitales de marketing y contacto a los potenciales clientes de los canales electrónicos de los comerciantes. En algunos casos las empresas que sirven de Marketplace se encargan también de realizar activaciones de marca y mercadeo digital. De igual forma, las plataformas electrónicas y redes sociales que alojan emprendimientos y comercios ofrecen servicios de publicidad como valor agregado.

xxix. Marketplace: Tiendas electrónicas que venden productos de terceros. La transacción financiera ocurre en el Marketplace y el pedido es enviado al proveedor de la mercadería para que sea facturado y enviado al cliente final. Los Marketplace ganan una comisión de los minoristas referente al costo de marketing, pago, fraude y financiación.

xxx. Mediana empresa: Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean superiores a cuatrocientos treinta y mil ciento noventa y seis Unidades de Valor Tributario (431.196 UVT) e inferiores o iguales a dos millones ciento sesenta mil seiscientos noventa y dos Unidades de Valor Tributario (2'160.692 UVT). Debe considerarse que, en el marco del comercio electrónico, las dimensiones de las empresas se analizan de forma diferente; por ende, para efectos de este proyecto se entenderá que existe una mediana empresa cuando esta obtiene entre 111 y 500 transacciones efectivas por día.

xxxi. Microempresa: Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias anuales sean inferiores o a cuarenta y cuatro mil setecientos y nueve Unidades de Valor Tributario (44.769 UVT). Debe considerarse que, en el marco del comercio electrónico, las dimensiones de las empresas se analizan de forma diferente, por ende, para efectos de este proyecto se entenderá que existe una microempresa cuando esta obtiene entre 0 y 10 transacciones efectivas por día.

xxxii. Módulo de reservas para productos y servicios: Sistema de gestión y procesamiento que captura información que permite apartar o separar un esparció o fechas predeterminadas.

xxxiii. Pauta: Publicidad basada en anuncios pagados por empresas hacia los usuarios.

xxxiv. Pequeña empresa: Aquella cuyos ingresos por actividades ordinarias sean superiores a y cuatro mil setecientos y nueve Unidades de Valor Tributario (44.769 UVT) e inferiores o iguales a cuatrocientos y un mil ciento noventa y seis Unidades de Valor Tributario (431.196 UVT). Debe considerarse que, en el marco del comercio electrónico, las dimensiones de las empresas se analizan de forma diferente, por ende, para efectos de este proyecto se entenderá que existe una pequeña empresa cuando esta obtiene entre 11 y 110 transacciones efectivas por día. Si son superiores se considerará mediana o gran empresa.

xxxv. Plataforma de asistencia Web: Espacio virtual dispuesto para los usuarios en donde reciben información relevante del proyecto, el cual el usuario podrá gestionar procesos y tareas del proyecto.

xxxvi. Postventa: en este segmento, las empresas de comercio electrónico disponen de los recursos necesarios para los procesos de atención al cliente después de que la venta ha sido efectiva y puede proveer al comprador información

relevante sobre el estado del envío, la interacción con otros eslabones, por ejemplo, para el armado de muebles o instalación de electrodomésticos. En esta fase también se dispone de los procesos necesarios para la logística inversa del proceso.

xxxvii. Registro Único Tributario – RUT: Documento expedido por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), que identifica, clasifica y ubica a las personas naturales y jurídicas obligadas a cumplir deberes formales ante la administración tributaria en Colombia. Contiene información esencial como la razón social, el NIT, la actividad económica, la responsabilidad tributaria y los datos de contacto. El RUT es obligatorio para realizar actividades económicas legales en el país y debe actualizarse cada vez que haya un cambio en los datos registrados.

xxxviii. Seguimiento a envíos: Rastreo o trazabilidad que se hace de productos y/o paquetes desde el sitio de almacenamiento hasta el destino final escogido por el comprador.

xxxix. SLA (Service Level Agreement): se estipulan las condiciones y parámetros que comprometen al prestador del servicio (habitualmente el proveedor) a cumplir con unos niveles de calidad de servicio frente al contratante de estos (habitualmente el cliente). SLA de expedición / SLA de entrega: se calcula en Pedidos enviados / Pedidos entregados en plazo.

xl. Software para encuestas de satisfacción del cliente: Instrumento desarrollado para el análisis y estudio, el cual mide el nivel de satisfacción de los clientes con los productos y/o servicios utilizados o comprados.

xli. Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC): Son el conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios; que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como: voz, datos, texto, video e imágenes (Art. 6 Ley 1341 de 2009).

xlii. Tienda física: establecimiento comercial disponible en un espacio geográfico en el cual la gente compra bienes o servicios a cambio del desembolso y tiene un horario acorde al cronograma comercial.

xliii. Tienda virtual: establecimiento comercial que funciona en el entorno virtual, no tienen una ubicación física en el territorio, ni está limitado su funcionamiento a un horario comercial. Corresponde al modelo de negocio del comercio electrónico. La Tienda virtual se compone de: Acceso al portal de compra, catálogo de productos y/o servicios, carrito de compras, medio de pagos digitales, logística de envíos y posventa.

xliv. Transacciones digitales: proceso de transferencia que se realiza en tres etapas: el pedido, el pago y la entrega, por lo cual, las transacciones de comercio electrónico pueden definirse como aquellas que solo en la primera etapa, la primera y la segunda etapa, o en las tres etapas se realizan por internet o por otros medios electrónicos.

xlv. Transformación digital: puede referirse a varios temas relacionados con las tecnologías de la información desde su modernización (por ejemplo, computación en la nube), la optimización digital, o la invención de nuevos modelos de negocios digitales. El término se usa ampliamente en organizaciones del sector público para referirse a iniciativas como poner servicios en línea o de modernización heredada. (Gartner, 2020)

xlvi. Transporte: en este eslabón las empresas encargadas del mismo realizan el movimiento de los envíos desde el almacén de acopio o bodega hacía el sitio final de entrega.

xlvii. Ventas mediante página Web: Para este proyecto, se entiende este concepto como los vendedores realizan la promoción y venta de sus productos y/o servicios mediante un desarrollo y diseño de página web a través de

internet.

xlviii. Ventas por Marketplace: Plataforma online que congrega a diferentes vendedores, que ofrecen diversos productos y servicios a potenciales compradores, en busca de los mejores precios para adquirir lo que desean.

xlix. Ventas por redes sociales: Para este proyecto se entiende este concepto como los vendedores realizan la promoción, negociación y venta de sus productos y/o servicios mediante el uso de las redes sociales actualmente, tales como: Instagram, Facebook, entre otras).

l. Web Shop: en este segmento se encuentran los Marketplace y las infraestructuras que despliegan la información de los productos o servicios disponibles.

li. OVAs: Como sus siglas lo indica son los denominados Objetos Virtuales de Aprendizajes y estos son aquellas herramientas digitales y que son mayormente utilizados en los AVA (Ambientes Virtuales de Aprendizajes), mediante del uso de las herramientas TIC.

Fecha de elaboración: octubre de 2025

Firmado Digitalmente
WILLIAM ALEXANDER SANCHEZ MARTINEZ
Director de Economía Digital (E)
Ministerio TIC

Elaboró: Oscar Andres Vega – Profesional Especializado STS
Oscar Javier Castillo – Profesional Especializado STS
Maria Paula Seba – Abogada STS

ANEXO 1 - INDICADORES TIC Y DE DIGITALIZACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

El propósito de este anexo es realizar dos diagnósticos (inicial y al finalizar la ejecución del proyecto) del nivel de adopción tecnológica y habilidades digitales en las micro, pequeñas y medianas empresas. Para ello se proponen indicadores que permiten identificar en las empresas y/o economía popular, el tipo de tecnología que utilizan (pc, computador, Tablet, teléfono, plataforma, medio de pago, entre otros) y las habilidades con las cuales impulsa su negocio. Los indicadores del presente anexo están alineados con las recomendaciones de entidades internacionales como la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), DANE y la Encuesta TIC Empresas, por lo tanto, son de insumo para las publicaciones realizadas en el Observatorio de eCommerce.

La implementación de las TIC en todos los sectores de la economía ha mejorado su rendimiento y ha impulsado el aumento de la productividad. En este sentido, cabe destacar que los sectores productores y usuarios de las TIC han constituido el núcleo del crecimiento general de la productividad en un amplio abanico de países participantes en la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE). Este componente permitirá analizar el nivel de transformación digital de los comerciantes, empresas MiPymes y economía popular y comunitaria y la capacitación de las personas durante el proyecto.

Indicadores TIC a medir

1. Número de empresas investigadas según actividad económica
2. Tenencia y uso de TIC en las empresas:
   Proporción de computadores (computador, portátil, Tablet) que usa el comerciante, MiPymes, economía popular o comunitaria
   Proporción de personas que usa (computador, portátil, Tablet) que usa el comerciante, MiPymes, economía popular o comunitaria.
3. Cantidad de empresas y dispositivos suministrados (bienes TIC - computador, portátil, Tablet) utilizados para su funcionamiento, obtención de aplicaciones o programas informáticos, aplicaciones o programas de libre acceso, tipos de red, personal que usa computador y tenencia de un área o dependencia encargada de las TIC.
4. Uso de internet y conectividad
   Proporción de negocios que usa internet
   Proporción de personas que usa internet para el negocio del total de personas que lo componen
5. Uso de las TIC para relacionarse con el Estado

Digitalización y transformación digital

- Completar el formulario de Chequeo digital, link: https://chequeodigital.mintic.gov.co/
- Proporción de negocios que tienen presencia web
- Proporción de negocios que recibe pedidos a través de la página web
- Proporción de negocios que usa redes sociales (WhatsApp, Facebook, Instagram, TikTok)
- Proporción de negocios que reciben pedidos (ventas) por internet
- Proporción de empresas que realizan pedidos (compras) por internet
- Porcentaje de empresas que cuentan con procesos de analítica de datos
- Porcentaje de empresas que implementaron soluciones de inteligencia artificial

ANEXO 2 – INDICADORES DE eCOMMERCE

El propósito de este anexo es lograr medir la efectividad (ventas, visitas, precio, personas, usuarios, sesiones, productos en el carro) del negocio o tienda de cada uno de los beneficiarios dentro del proyecto. Lo anterior permite que se pueda identificar el impacto del negocio al finalizar el proyecto y a la vez es un insumo para que el operador de la plataforma pueda controlar y proponer estrategias a los beneficiarios para darle sostenibilidad en el mediano plazo.

El comercio electrónico permite cuantificar las acciones e interacciones entre la oferta y la demanda, para ello es importante con datos que permitan medir las interacciones que hay en la tienda virtual y a la vez que sirvan de punto de partida para tomar decisiones que permitan mejorar las ventas y el interés de los compradores de productos y/o servicios. A continuación, se requiere implementar los siguientes indicadores, los cuales serán parte de los informes mensuales (Modulo de Reportes, Informes mensuales (numeral 6) y final (numeral 6.1) del presente documento:

1. Cantidad de visitas realizadas
2. Total de visitas únicas
3. Sesiones: Número de veces que las personas entraron a tu sitio (1 persona puede haber entrado a la página. En términos de números sería: 1 usuario con 3 sesiones)
4. Número de sesiones por usuarios: Cantidad promedio que un usuario entra al sitio.
5. Número de visitas a páginas: cuántos usuarios visitan una página específica
6. Páginas /sesión: Número promedio de páginas que un usuario ve cuando entra a tu sitio (home, listado de productos, detalles del producto, carro, contacto, entre otros)
7. Duración de permanencia: Cuál es el tiempo promedio que un usuario dedica a su sitio
8. Usuarios que añaden un producto al carro
9. Porcentaje de rebote: cuántas personas de las que entran al sitio, se van inmediatamente si interactuar
10. Total de transacciones realizadas en cantidad y monto (mensual y acumulativo)
11. Valor del ticket promedio (Total de ventas/No. Total de pedidos) Valor del ticket máximo y mínimo
12. Contactos por pedido Tiempos de entrega
13. Categorías más buscadas y vendidas
14. Nivel de satisfacción de los clientes
15. Tasa de repetición
16. Herramienta para minimizar los carros abandonados (lo que pasa cuando un producto es agregado al carro, pero no termina en una compra) – mejora la conversión, podría ser correos para recuperar el carro, remarketing, notificación push

ANEXO 3 – GREMIOS DEL SECTOR AGROPECUARIO

Este anexo permite al operador formular la estrategia de alcance nacional, enfocándose en fortalecer la presencia en todas las regiones y departamentos del país. Para ello, deberá diseñar y ejecutar un plan de relacionamiento que promueva la colaboración con gremios empresariales y/o asociaciones nacionales de los diferentes departamentos del país, para particularizar acciones en sector agro del numeral 5.2 "Descripción de la Fase 2: Convocatoria, inscripción y selección", sección "Prioridad Sector Agropecuario y Gestión de Inclusión", que permitan contar con el 5% de empresas de este sector:

Fuente: https://www.minagricultura.gov.co/atencion-ciudadano/Documents/Agremiaciones.xls

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL
GREMIOS - SECTOR AGROPECUARIO

GREMIO	SIGLA	DIRECCION	CIUDAD	TELEFONO	CORREO ELECTRONICO	pagina web o Red social
ASOCIACION BEEFMASTER DE COLOMBIA	**ASOBEEFMASTER**	CR 43 A #14 – 57 OF 211 Edificio San Francisco	MEDELLIN	CEL- 318 575 5812	dirtecnico@asobeefmaster.com	www.asobeefmaster.com
ASOCIACION COLOMBIANA DE LA INDUSTRIA DE ACEITRES Y GRASAS COMESTIBLES	**ASOGRASAS**	Carrera 12 A # 83-75 Oficina 402	BOGOTA	3827143	pmunoz@asograsas.com info@asograsas.com	http://www.asograsas.com/ https://twitter.com/asograsas?lang=es
ASOCIACION COLOMBIANA DE CRIADORES DE CABALLOS ARABES	**ASOARABES**	Calle 75 No. 14 – 37	BOGOTÁ	5 41 73 90	asoarabes@usa.edu.co	https://www.facebook.com/asoarabescolombia/
ASOCIACION COLOMBIANA DE CRIADORES DE BUFALOS	**ACB**	CR 35 A # 15 B 35 OF 606 CENTRO EMPRESARIAL PRISMA	MEDELLIN	(4) 2667256 – 3113082552	asobufalos@asobufalos.com	http://asobufalos.com/
ASOCIACION COLOMBIANA DE CRIADORES DE GANADO BONSMARA	**BONSMARA**	CL 125 # 21 A – 55 OF 301	BOGOTA	6 20 23 75 (1) 3002628 y 3104136184.	bonsmara.colombia@gmail.com	http://www.bonsmaracolombia.com/
ASOCIACION COLOMBIANA DE CRIADORES DE GANADO MONTBELIARDE Y SUS CRUCES	**ASOMONTBELIARDE**	Calle 97 # 71 -97 Oficina 602	BOGOTA	311 2784236	contacto@asomontbeliarde.com olbany@giteco.net	https://www.asomontbeliarde.com/

GREMIO	SIGLA	DIRECCION	CIUDAD	TELEFONO	CORREO ELECTRONICO	pagina web o Red social
ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE EXPORTADORES DE FLORES	**ASOCOLFLORES**	CRA. 9 A No 90-53	BOGOTÁ	2579311 Ext. 0116 Chatea en WhatsApp 312 4637009	asolano@asocolflores.org info@asocolflores.org comunicaciones@asocolflores.org	https://asocolflores.org/es/ https://www.facebook.com/Asocolflores
ASOCIACIÓN PORKCOLOMBIANA Fondo Nacional de la Porcicultura	**PORKCOLOMBIA**	Calle 37 No. 16 - 52	BOGOTÁ	2486777	contacto@porkcolombia.co	https://porkcolombia.co/ https://www.facebook.com/PorkiColombia/
ASOCIACION COLOMBIANA DE PROCESADORES DE LECHE	**ASOLECHE**	Carrera 13 75 20 of 302	BOGOTÁ	9278117	director.ejecutivo@asoleche.org asistente@asoleche.org oficinadeprensa@asoleche.org	https://asoleche.org/acerca/ https://www.facebook.com/asoleche
ASOCIACION COLOMBIANA DE PRODUCTORES Y PROVEEDORES DE CAÑA DE AZUCAR	**PROCAÑA**	Calle 64N # 5BN - 146 (Centro Empresa) Oficina 315 Torre A	CALI	(2) 6640615 / 664 4029 / 664 4111 celular 310 8259113	direccion@procana.org procana@procana.org	http://www.procana.org/new/index.php
ASOCIACION COLOMBIANA DE SEMILLAS Y BIOTECNOLOIA	**ACOSEMILLAS**	Calle 72 No. 12- 65 Oficina 406	BOGOTA	7593128	gerenciageneral@acosemillas.org info@acosemillas.org	http://www.acosemillas.com/ https://www.facebook.com/AcosemillasGremio/
ASOCIACIÓN DE BANANEROS DE COLOMBIA	**AUGURA**	CALLE 3 SUR No 41-65 Piso 9 - Edif Banco de Occidente	MEDELLÍN	(4) 3211333	contacto@augura.com.co presidente@augura.com.co	https://twitter.com/AuguraColombia https://www.augura.com.co/ https://www.facebook.com/augura.co/
ASOCIACION DE BANANEROS DEL MAGDALENA Y LA GUAJIRA	**ASBAMA**	CRA. 1 A No. 22-58 OFC. 1207 - Edificio Bahia Centro	SANTA MARTA	(5) 4212907 - 4234236	direccionejecutiva@asbama.com; informacion@asbama.com comunicaciones@asbama.com	http://asbama.com/ https://www.facebook.com/Asbama-1681733275383470/
ASOCIACIÓN DE BIOTECNOLOGÍA VEGETAL AGRÍCOLA	**AGRO_BIO**	Calle 93 No. 12-62 Ofc. 304	BOGOTA	6359160	agrobio@agrobio.org	https://www.agrobio.org/ https://www.facebook.com/AgroBioRegionAndina/

GREMIO	SIGLA	DIRECCION	CIUDAD	TELEFONO	CORREO ELECTRONICO	pagina web o Red social
ASOCIACIÓN DE CRIADORES DE GANADO OVINO DE COLOMBIA	**ASOOVINOS**	Crr. 16 No 79-20 OFC 404 Edif. Centro Profesional Parque El Lago	BOGOTA	311 3213698 - 321 648 19 21	nfo@asoovinos.org	https://www.asoovinoscolombia.org/ https://www.facebook.com/pg/asoovinos/about/?ref=page_internal
ASOCIACIÓN DE CULTIVADORES DE CAÑA	**ASOCAÑA**	CALI - Calle 58 Norte No. 3N-15- Cali BOGOTÁ - Carrera 7 No. 24-89 Oficina 4203	CALI BOGOTA	(2) 4877902 - 6647902 314-6308464	contactenos@asocana.org	https://www.asocana.org/ https://twitter.com/asocana?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=http%3A%2F%2Fwww.asocana.org%3A81%2F
ASOCIACIÓN HORTIFRUTÍCOLA DE COLOMBIA	**ASOHOFRUCOL**	Carrera 10 No. 19-45 PISO 9	BOGOTÁ	2810411 - 2810113 - 2810116	gerencia@asohofrucol.com.co contactenos@asohofrucol.com.co	http://www.asohofrucol.com.co/ https://twitter.com/intent/follow?screen_name=Asohofrucol&original_referer=http://www.asohofrucol.com.co/
ASOCIACION NACIONAL DE CAPRINOCULTORES Y OVINOCULTORES DE COLOMBIA	**ANCO**	Carrera 84 No. 77-25 BARRIO LA GRANJA	BOGOTA	2235574 Celular: 311 218 5195 - 310 787 65 61	ancolombia06@gmail.com dahernandezv@ufpso.edu.co	http://www.ancolombia.org.co/ https://www.facebook.com/AncoColombia
ASOCIACION NACIONAL DE EMPRESARIOS DE COLOMBIA	**ANDI**	Calle 73 No. 8-13 Pisos 7,8,9	BOGOTÁ	PBX 3268500 ext 2121 CELULAR 315 8162063	prensa_andi@andi.com.co bmacmaster@andi.com.co	http://www.andi.com.co/ https://www.facebook.com/andicolombia/
ASOCIACIÓN NACIONAL DE EXPORTADORES DE CAFÉ DE COLOMBIA	**ASOEXPORT**	Calle 40 # 13 – 09 Piso 10, Edificio UGI	BOGOTA	7942114	asoexport@asoexport.org	https://asoexport.org/ https://twitter.com/asoexport
ASOCIACIÓN NACIONAL DE GANADO CRIOLLO Y COLOMBIANO	**ASOCRIOLLO**	Calle 72 A 20 A 1	BOGOTA	4857672 celular 3124423391	asocriollo@hotmail.com	https://www.facebook.com/AsocriolloColombia

GREMIO	SIGLA	DIRECCION	CIUDAD	TELEFONO	CORREO ELECTRONICO	pagina web o Red social
ASOCIACIÓN NACIONAL DE PRODUCTORES DE LECHE	**ANALAC**	CALLE 123 No 7 57 Oficina 203	BOGOTÁ	7041710 CELULAR 3213925493	gerencia@analac.org; info@analac.org	https://analac.org/ https://www.facebook.com/AsociacionNacionalDeProductoresDeLecheAnalac/about/?ref=page_internal
ASOCIACION NACIONAL DE USUARIOS CAMPESINOS DE COLOMBIA	**ANUC**	Carrera 5A No. 9 - 05 Sur - Barrio Villas de Javier	BOGOTA	5608451	anucnal@yahoo.com; luisalejimenezc@yahoo.es	http://www.anuc.co/index.asp
CENTRO DE INNOVACIÓN DE LA FLORICULTURA COLOMBIANA	**CENIFLORES**	Carrera 9 A No. 90- 53	BOGOTÁ	2579311 Ext. 0143	info_ceniflores@ceniflores.org	https://ceniflores.org/ https://twitter.com/ceniflores?lang=es
CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE LA ACUICULTURA DE COLOMBIA	**CENIACUA**	Carrera 70 F 78 A 93	BOGOTÁ	2517321 (5) 6659206	ceniacua@ceniacua.org ceniacuactg@ceniacua.org	https://www.ceniacua.org/
CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE LA CAÑA DE AZÚCAR	**CENICAÑA**	Calle 58 Norte No. 3BN- 110	CALI	(2) 5246611 ext. 5168	admin_web@cenicana.org	https://www.cenicana.org/ https://www.facebook.com/cenicanacolombia/
CENTRO DE INVESTIGACIÓN EN PALMA DE ACEITE	**CENIPALMA**	Calle 98 No. 70-91, piso 14 Centro Empresarial Pontevedra	BOGOTÁ	3138600	comunicaciones@cenipalma.org acooman@cenipalma.org	https://www.cenipalma.org/ https://twitter.com/CenipalmaOrg
CONFEDERACION CAUCHERA COLOMBIANA	**CAUCHEROS**	Cra. 7 No. 33-49 Ofc. 1301	BOGOTÁ	2362876 312 5320716	ccc@confederacioncauchera.com direccion@confederacioncauchera.com; comunicaciones@confederacioncauchera.com	https://www.confederacioncaucheraa.com/ https://www.facebook.com/confederacioncauchera/
CONFEDERACIÓN COLOMBIANA DEL ALGODÓN	**CONALGODON**	Cra. 12 No. 70-18 1 PISO	BOGOTÁ	3178081 / 3178083 / 3178084	Conalgodon@conalgodon.com.co cesar.pardo@conalgodon.com.co; patricia.nino@conalgodon.com.co	http://conalgodon.com/

GREMIO	SIGLA	DIRECCION	CIUDAD	TELEFONO	CORREO ELECTRONICO	pagina web o Red social
CORPORACION PARA EL DESARROLLO PARTICIPATIVO Y SOSTENIBLE DE LOS PEQUEÑOS AGRICULTORES-PBA	**CDPPA**	Calle 40 No. 13- 09 Oficina 202	BOGOTÁ	PBX 2858688	corpba@corporacionpba.org	https://corporacionpba.org/nuevo/
CORPORACIÓN RED ESPECIALIZADA DE CENTROS DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO TECNOLÓGICO DEL SECTOR AGROPECUARIO DE COLOMBIA	**CENIRED**	Carrera 7 No.71-21 Torre A, Piso 5	BOGOTÁ		cenired@cenired.org.co igutierrez@cenired.org.co	http://www.cenired.org.co/
FEDERACION NACIONAL DE CULTIVADORES, ARTESANOS Y PROCESADORES DE FIQUE	**FENALFIQUE**	Carrera 4 N° 18-50 Torre A 2208	BOGOTA	7187436 311 4504204	Fenalfique2006@gmail.com josedelioporras@gmail.com	https://fenalfique.com/
FEDERACION COLOMBIANA DE ACUICULTORES	**FEDEACUA**	Calle 100 8 A 49 torre B piso 11 oficina 1101 edificio WTC Cra 7 No 32-29 Oficina 1303	BOGOTÁ	6467481 - 3099880 WhatsApp 3187285541 - 3183285480	fedeacua@fedeacua.org direccionejecutiva@fedeacua.org	https://fedeacua.org/ https://www.facebook.com/Fedeacuaorg
FEDERACION NACIONAL DE COLOMBIA DE ASOCIACIONES EQUINAS	**FEDEQUINAS**	Carrera 64 N° 98 B-36	BOGOTÁ	7221179	info@fedequinas.org contacto@fedequinas.org fedequinas2015@gmail.com	https://fedequinas.org/ https://www.facebook.com/Fedequinas
FEDERACIÓN COLOMBIANA DE COOPERATIVAS DE PRODUCTORES DE LECHE	**FEDECOOLECHE**	Calle 121 No 7 – 30 Of 302	BOGOTÁ	6207291	fedecole@fedecooleche.com	http://fedecooleche.com/
FEDERACIÓN COLOMBIANA DE GANADEROS	**FEDEGAN**	Calle 37 N° 14 - 31	BOGOTÁ	5782020 EXT 228	fedegan@fedegan.org.co jflafaurie@fedegan.org.co	https://www.fedegan.org.co/ https://www.facebook.com/FedeganColombia
FEDERACION COLOMBIANA DE PRODUCTORES DE MANGO	**FEDEMANGO**	Calle 94a # 18 – 33 Oficina 209	BOGOTA	320 2352237	fedemango.org@gmail.com presidente@fedemango.com.co secreteriageneral@fedemango.com.co	https://www.fedemango.org/

GREMIO	SIGLA	DIRECCION	CIUDAD	TELEFONO	CORREO ELECTRONICO	pagina web o Red social
FEDERACIÓN COLOMBIANA DE PRODUCTORES DE PAPA	**FEDEPAPA**	Av. Cra 45 No. 106B – 84	BOGOTA	(571) 620 58 09 (571) 215 26 00 (571) 214 77 88 2142989 - 2149625 ext. 109	comunicaciones@fedepapa.com gerencia@fedepapa.com; secretariagerencia@fedepapa.com; plantardecolombia@hotmail.com	https://fedepapa.com/ https://www.facebook.com/fedepapa/
FEDERACION COLOMBIANA DE PRODUCTORES DE LAS PASIFLORAS	**FEDEPASIFLORAS**	Carrera 19 # 82 - 33 Of. 201	BOGOTA	7968409	info@fedepasifloras.org	http://fedepasifloras.org/es/
FEDERACIÓN DE BIOCOMBUSTIBLES DE COLOMBIA	**FEDEBIOCOMBUSTIBLES**	Cra. 7 No. 32-33 ofic. 801-802 Edifc. Fenix	BOGOTÁ	PBX: 342 2885 - 342 1552	colombia@fedebiocombustibles.com	https://www.fedebiocombustibles.com/
FEDERACIÓN DE PRODUCTORES, COMERCIALIZADORES Y PEQUEÑOS INDUSTRIALES DE COCO - FEDECOCO	**FEDECOCO**	Calle Popayan, Edificio JAMA Piso 2 Ofic 207	TUMACO - NARIÑO	2-7275014 3174389419	Federcoco@gmail.com	https://fedecocotumaco.blogspot.com/p/quienes-somos_4.html
FEDERACION NACIONAL DE INDUSTRIAL DE LA MADERA	**FEDEMADERAS**	Calle 61 N° 5 - 05 Of. 101	BOGOTÁ	2494051 - 8050939	direccion@fedemaderas.org.co info@fedemaderas.org.co fedemaderas@gmail.com	http://fedemaderas.org.co/
FEDERACIÓN NACIONAL DE ARROCEROS	**FEDEARROZ**	CRA. 100 N° 25 H 55 - AV EL DORADO	BOGOTÁ	425 2000 - 4251150	gerencia@fedearroz.com.co; comunica@fedearroz.com.co	http://www.fedearroz.com.co/new/index.php
FEDERACIÓN NACIONAL DE AVICULTORES DE COLOMBIA	**FENAVI**	Avenida Calle 26 #69–76 Torre 3 - Oficina 504 - Edificio Elemento	BOGOTÁ	4321300	comunicaciones@fenavi.org	https://fenavi.org/
FEDERACIÓN NACIONAL DE CACAOTEROS "Fondo Estabilización de Precios"	**FEDECACAO**	Calle 31 No 17 27	BOGOTA	3273000 - 2887188 3273000	presidencia@fedecacao.com.co; presidencia_asistencia@fedecacao.com.co	https://www.fedecacao.com.co/portal/index.php/es/

GREMIO	SIGLA	DIRECCION	CIUDAD	TELEFONO	CORREO ELECTRONICO	pagina web o Red social
FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA	**FEDECAFE**	CALLE 73 No. 8- 13 PISO 9B	BOGOTÁ	3136600 - 3136700 - 2350714 - 2171021	prensa.fnc@cafedecolombia.com informacion.comercial@cafedecolombia.com	https://federaciondecafeteros.org/wp/
FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE CEREALES	**FENALCE**	KILOMETRO 1 VIA COTA SIBERIA VEREDA EL ABRA	BOGOTÁ	7428755 celular 314 3568764	comunicaciones@fenalcecolombia.org	https://www.fenalce.org/alfa/index.php https://www.facebook.com/Fenalce/
FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES DE PALMA DE ACEITE	**FEDEPALMA**	Calle 98 No. 70 - 91 Piso 14 y 15 - Centro Empresarial Pontevedra	BOGOTÁ	3138600	info@fedepalma.org presidencia@fedepalma.org; jmesa@fedepalma.org	http://web.fedepalma.org/ https://www.facebook.com/FedepalmaCol/
FEDERACIÓN NACIONAL DE PRODUCTORES DE PANELA	**FEDEPANELA**	Carrera 49B No. 91 - 48 La Castellana	BOGOTA	6222066 - 6222655 - 6222788	comunicaciones@fedepanela.org.co; gerencia@fedepanela.org.co	https://fedepanela.org.co/gremio/
FEDERACIÓN NACIONAL DE PRODUCTORES DE TABACO	**FEDETABACO**	Carrera 9 No. 13- 41 Interior 1 Piso 5	SAN GIL - SANTANDER	Telefax 7247327- 7244398	gerencia@fedetabacofondo.org.co	http://www.fedetabacofondo.org.co/home/
FEDERACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES, ARTESANOS Y PROCESADORES DE FIQUE. Clics. ACERCA DEL FIQUE	**FENALFIQUE**	Carrera 4 N° 18-50 Torre A 2208	BOGOTA	7187436 311 4504204	federaciondenalfique@gmail.com	https://fenalfique.com/conocenos/
SOCIEDAD AGRICULTORES DE COLOMBIA	**SAC**	Calle 97 A N° 9 – 45 OFICINA 301 Edificio Strategic 97	BOGOTÁ	2410035 - 2410036 EXT 4083	contactenos@sac.org.co	https://sac.org.co/ https://www.facebook.com/SACgremio/about
UNIÓN COLOMBIANA DE CRIADORES DE CEBÚ LECHERO Y SUS CRUCES	**UCEBUL**	Av. Carrera 45 No. 122-56 Oficina 704	BOGOTA	3102147894 3164503797	ucebul@gmail.com ucebul@ucebul.com	
UNIÓN NACIONAL DE ASOCIACIONES GANADERAS COLOMBIANAS	**UNAGA**	Calle 93 bis No. 19 - 50 oficina 201	BOGOTÁ	6161387 / 89 - 320 8489696	info@unaga.org.co	https://unaga.org.co/

REGISTRO DE FIRMAS ELECTRONICAS

Anexo Técnico TNL2025-2026 17102025 (1)

Ministerio de Tecnología de la Información y las Comunicaciones
gestionado por: azsign.com.co

Id Acuerdo: 20251017-105719-59bc35-90837479
Estado: Finalizado

Creación: 2025-10-17 10:57:19
Finalización: 2025-10-17 11:08:03

Escanee el código para verificación

Firma: Director de Economía Digital (e)



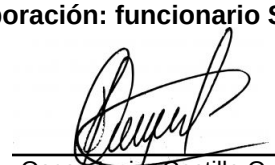
William Alexander Sánchez Martínez
1032459509
WA:
Director de Economía Digital(e)
MinTIC

Elaboración: apoyo jurídico STS



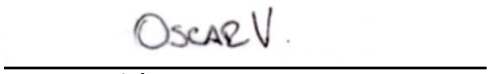
MARIA PAULA SEBA BUELVAS
1020771493
WA:

Elaboración: funcionario STS



Oscar Javier Castillo Quevedo
1026259582
WA:
Profesional Especializado

Elaboración: funcionario STS



Oscar Andrés Vega
C.C. 80833581
WA:
Profesional Especializado
MinTIC - Subdirección para la Transformación Sectorial

REPORTE DE TRAZABILIDAD

Anexo Técnico TNL2025-2026 17102025 (1)

Ministerio de Tecnología de la Información y las Comunicaciones
gestionado por: azsign.com.co

Id Acuerdo: 20251017-105719-59bc35-90837479
Creación: 2025-10-17 10:57:19
Estado: Finalizado
Finalización: 2025-10-17 11:08:03

Escanee el código para verificación

TRAMITE	PARTICIPANTE	ESTADO	ENVIO, LECTURA Y RESPUESTA
Elaboración	Oscar Andrés Vega WA: Profesional Especializado MinTIC - Subdirección para la Transformación Secto	Aprobado	Env.: 2025-10-17 10:57:22 Lec.: 2025-10-17 10:58:02 Res.: 2025-10-17 10:59:09 IP Res.: 190.145.189.98
Elaboración	Oscar Javier Castillo Quevedo WA: Profesional Especializado	Aprobado	Env.: 2025-10-17 10:59:09 Lec.: 2025-10-17 10:59:50 Res.: 2025-10-17 11:00:03 IP Res.: 191.156.50.241
Elaboración	MARIA PAULA SEBA BUELVAS WA:	Aprobado	Env.: 2025-10-17 11:00:03 Lec.: 2025-10-17 11:01:01 Res.: 2025-10-17 11:01:21 IP Res.: 191.95.54.122
Firma	William Alexander Sánchez Martínez WA: Director de Economía Digital(e) MinTIC	Aprobado	Env.: 2025-10-17 11:01:21 Lec.: 2025-10-17 11:07:55 Res.: 2025-10-17 11:08:03 IP Res.: 191.95.52.50