Estrategia 3P

Tu Negocio En Línea

Diseño de la estrategia para la convocatoria, inscripción, caracterización y posibles participantes del proyecto

UT ESTRATEGIA 3P

2025 - 2026

Contenido

1. Introducción 3
1.1 Propósito del documento 3
1.2 Alcance de la fase 1 3
2. Convocatoria de los participantes 4
2.1 Objetivo 4
2.2 Objetivos específicos 5
2.3 Plan de promoción y divulgación 6
2.4 Estrategia de comunicación 11
2.5 Piezas publicitarias 17
2.6 Inscripción 17
2.7 Proceso de inscripción para el programa “Tu Negocio en Línea” 19
2.8 Objetivo del formulario 20

1. Introducción

1.1 Propósito del documento

En el marco del proyecto que tiene como fin configurar la Solución de Comercio Electrónico de 9.503 beneficiarios, entre comerciantes, empresarios MiPymes (micro, pequeñas y medianas empresas), unidades productivas del sector agro y población perteneciente a la economía popular y comunitaria, que busquen asistencia y asesoría, sensibilización y capacitación en habilidades digitales orientadas al fortalecimiento del comercio en línea; así como ampliar su oferta de productos y servicios de forma ágil y efectiva, por medio de la implementación de herramientas tecnológicas y canales digitales que contribuyan al incremento de las ventas y a una mayor sostenibilidad de su actividad económica, se desarrolla una estrategia efectiva de convocatoria, inscripción y selección de participantes.

Dicha estrategia tiene como propósito dar a conocer el programa “Tu Negocio en Línea” a través de diferentes medios de comunicación de cubrimiento nacional, de manera que un mayor número de colombianos pueda avanzar con solidez y calidad en la transformación digital de sus negocios.

1.2 Alcance de la fase 1

Para el desarrollo del proyecto es necesario presentar una estrategia de comunicación que permita alcanzar la meta propuesta, utilizando todos los recursos humanos, técnicos y de comunicación para divulgar, dar a conocer, informar de manera suficiente y motivar a los empresarios colombianos a avanzar en el proceso, conocer el programa, inscribirse y participar activamente en todas las etapas de formación, seguimiento y acompañamiento, con el fin de lograr la configuración de sus soluciones de comercio electrónico.

En esa línea, como parte fundamental de la fase 1, se busca que la estrategia de divulgación permita dar a conocer, informar, motivar y vincular a los 9.503 empresarios, para que, a través del proceso de inscripción, validación y caracterización, sea posible realizar un acompañamiento personalizado que les permita, de manera individual, configurar su plataforma de comercio digital.

De manera general, en la siguiente tabla se presenta la estrategia que permitirá alcanzar la meta propuesta para el proyecto.

OBJETIVO	SEGMENTACIÓN	MERCADO META	MEDIOS FÍSICOS Y DIGITALES
Generar el registro de 9.503 empresarios, emprendedores y comerciantes.	País: Colombia. Población: hombres y mujeres entre 18 y 50 años. Estrato: 2,3,4 y 5.	- Comerciantes. - Empresarios. - MiPymes Personas pertenecientes a la economía popular y comunitaria del Sector Agro.	. Facebook. . Instagram. . TikTok. . Google. . YouTube. . Cuñas radiales. . Bases de datos. (Cámaras de Comercio). . Aliados gubernamentales.

Tabla 1: Imagen factores del proyecto. Fuente: Documento planeación del proyecto.

Para lograr la participación de 9.503 potenciales participantes, comerciantes y/o empresarios colombianos, especialmente del sector agro y pertenecientes a la economía popular y comunitaria, se diseñó una estrategia integral orientada a brindar asistencia, asesoría, sensibilización y capacitación en habilidades digitales, enfocadas en el fortalecimiento del comercio en línea y el uso efectivo de herramientas tecnológicas.

Esta estrategia contempla una cobertura nacional en los 32 departamentos del país, en cumplimiento de lo establecido en el anexo técnico, mediante la articulación y establecimiento de alianzas territoriales con actores locales como cámaras de comercio, asociaciones productivas, entidades territoriales, organizaciones comunitarias y aliados estratégicos, que permitirán garantizar el alcance, la apropiación y la pertinencia de la intervención en los distintos contextos regionales.

Adicionalmente, se ejecutará el plan de promoción y divulgación definido en la fase 4, en la cual se garantizará el despliegue de la convocatoria en la totalidad de los departamentos del país, mediante las acciones exigidas, priorizando la divulgación en municipios de categoría 5 y 6, zonas rurales, municipios PDET y municipios apartados, con énfasis en el sector agro. Estas acciones permitirán ampliar la oferta de productos y servicios de los participantes de manera ágil y efectiva, mediante la implementación de canales digitales, contribuyendo al incremento de las ventas y al desarrollo económico, local y nacional.

En ese sentido, la convocatoria se viene desarrollando conforme a la planeación definida en la estrategia, a través de diferentes medios de comunicación de cubrimiento nacional, con el fin de que un mayor número de colombianos participe en el proceso formativo y en la implementación de la solución de comercio electrónico, objetivo principal del proyecto Tu Negocio en Línea, y así avanzar con solidez y calidad en la transformación de sus negocios.

Con base en lo anterior, se tuvo en cuenta que no podrán participar los empresarios y comerciantes no autorizados por la UT Estrategia 3P y el MinTIC, en particular aquellos que fueron beneficiarios del proyecto Vende Digital 2022, en cualquiera de sus dos líneas estratégicas: Vende en Línea, salvo las excepciones descritas en el anexo técnico.

Selección de beneficiarios finales:

Una vez cerrada la convocatoria de inscripción y al determinarse un número de inscritos superior al número de beneficiarios establecidos en la presente convocatoria, se seleccionará a los posibles beneficiarios con base en la información registrada por los usuarios en la herramienta web dispuesta para tal fin, cumpliendo estrictamente y en el orden señalado los siguientes criterios de selección:

- Garantizar que los municipios que cuenten con un solo inscrito y que cumpla con los requisitos exigidos como posible beneficiario sean seleccionados, con el fin de asegurar una mayor cobertura nacional.

- Pertenecer a los sectores económicos priorizados, con énfasis en el sector agro.

- Inscritos que pertenezcan a la economía popular y comunitaria.

- De acuerdo con la categorización municipal, se priorizan los inscritos pertenecientes a municipios de categoría 5 y 6.

- Inscritos ubicados en zonas rurales.

- Pertenecer a población vulnerable y protegida.

- Finalmente, se tiene en cuenta el orden de inscripción.

Con el fin de garantizar el cumplimiento de la meta establecida, en la cual al menos el **cinco por ciento (5%)** de los beneficiarios deben pertenecer al **sector agro**, el operador prioriza y garantiza la selección de todos los inscritos que pertenezcan a dicho sector y cumplan con los requisitos. Así mismo, una vez se encuentre disponible la herramienta de comercio electrónico descrita en la **fase 3**, estos beneficiarios pueden iniciar el proceso de asistencia incluso antes del cierre de la convocatoria.

Por otra parte, se establecerá que, en dado caso haya un desempate al momento de seleccionar a los beneficiarios, solo se tendrá en cuenta a los inscritos cuya información y requisitos esté bien diligenciada:

- Realizar el Registro correspondiente en el programa "Tu Negocio en Línea 2025 - 2026".
- Firmar un acuerdo de compromiso del cumplimiento de los objetivos de "Tu Negocio en Línea 2025 - 2026".
- 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.

2. Convocatoria de los participantes

2.1 Objetivo

La campaña se lleva a cabo en un contexto en el que se reconoce la relevancia del comercio electrónico como una herramienta clave para impulsar el crecimiento económico y la modernización de las operaciones comerciales. La plataforma de comercio electrónico que se desarrollará tiene como propósito facilitar las transacciones en línea, promover el crecimiento de pequeñas empresas, comerciantes y personas vinculadas a la economía popular y comunitaria, y mejorar la experiencia de compra digital para los consumidores.

En esa ruta, el objetivo es desarrollar una campaña de divulgación integral que informe, dé a conocer, motive, inscriba, implemente una estrategia de caracterización, valide y apruebe la participación de 9.503 colombianos, con el fin de que inicien una estrategia de formación que, además de fortalecer sus habilidades digitales, les permita configurar una solución de comercio electrónico para la venta de sus productos o servicios.

De manera específica, se busca posicionar el programa Tu Negocio en Línea, con el objetivo de construir una comunicación estratégica que permita al público objetivo conocer el programa, registrarse y ser seleccionado. Para lograrlo, se desarrollaron las siguientes acciones:

- Construir e implementar campañas de divulgación y difusión de la convocatoria.
- Medición y optimización de campañas mediante dashboards de seguimiento.
- Incluir un espacio de contextualización para elevar la calidad del *lead*.
- Diseñar un formulario de inscripción a través de una landing page propia del programa.
- Generar un mecanismo de selección de los beneficiarios.

2.2 Objetivos específicos

- Inscribir **20.000** comerciantes y/o empresarios de micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) interesados en participar en el programa *Tu Negocio en Línea*, con el objetivo de alcanzar una participación efectiva estimada de **9.503 inscritos**, considerando un **margen de deserción del 40%**.

- La convocatoria se abrirá a partir del 13 de enero de 2026 y estará disponible para el público hasta el 16 de marzo de 2026. No obstante, en caso de no alcanzar el número mínimo de inscritos dentro del plazo establecido, se podrá otorgar una prórroga de hasta 15 días (31 de marzo de 2026) para completar la meta. Asimismo, la convocatoria podrá cerrarse de manera anticipada una vez se alcance el número de inscritos requerido.

- Seleccionar, durante la ejecución del proyecto, a 9.503 participantes colombianos interesados en la implementación de la solución de comercio electrónico.
- Promover y divulgar los requisitos, beneficios y atributos del programa Tu Negocio en Línea, para lograr los objetivos anteriormente mencionados.

2.3 Plan de promoción y divulgación

El objetivo es dar a conocer el programa Tu Negocio en Línea a comerciantes y empresarios interesados, mediante una gestión eficaz en el desarrollo de contenidos de impacto que despierten interés, motiven la inscripción y faciliten la carga completa de la documentación requerida para acceder a los beneficios del programa.

El plan de promoción se estructura a partir de una comunicación estratégica diseñada para que empresarios, comerciantes e integrantes de la economía agro tengan acceso oportuno y claro a la información del programa, y puedan tomar la decisión de registrarse y postularse para el proceso de selección. Para ello, se implementan las siguientes acciones:

✔ Campañas de divulgación y difusión de la convocatoria.
✔ Medición y optimización de campañas mediante dashboards de seguimiento, con el fin de elevar la calidad del *lead*.
✔ Aplicación de los formularios de inscripción y del mecanismo de selección de los beneficiarios.

La propuesta de las temáticas a desarrollar es:

Plan de contenidos

Se realizará de manera eficaz el desarrollo de contenidos de impacto, generando interés en los potenciales participantes en realizar la completitud de su inscripción y anexando la documentación requerida para obtener la aprobación de participar en el programa. La propuesta de las temáticas a desarrollar es:

Comunicación digital

De manera semanal se realizarán comunicaciones asertivas para la divulgación del programa a través de los canales definidos por MinTIC y la UT Estrategia 3P, conforme a la programación establecida. Estas acciones reforzarán la campaña de convocatoria mediante piezas gráficas para redes sociales y Google Ads, enfocadas en conceptos y requisitos de inscripción, diligenciamiento de formularios y contenidos publicitarios relacionados con los beneficios del proyecto, los plazos de la convocatoria, las características del ecosistema de comercio electrónico y la competitividad del negocio.

Esta comunicación constará de las siguientes acciones:

- Campaña de convocatoria.
- Generación de piezas para redes y Google Ads informando conceptos y requisitos de inscripción.
- Generar piezas para redes y Google Ads que contengan como CTA - “Call To Action” el formulario de inscripción.
- Generar contenido en formato historia en redes sociales, para promocionar la convocatoria.
- Crear contenido interactivo para redes sociales, de forma publicitaria, con el fin de duplicar los alcances de las piezas.

- Generar contenidos con las siguientes temáticas: beneficios del proyecto, plazos de la convocatoria (inmediatez), características del ecosistema del comercio electrónico y competitividad del negocio.

Contacto directo

A través del *contact center* (centro de atención telefónica) y las redes sociales se realizará un acompañamiento permanente a comerciantes y empresarios MiPymes, con el fin de invitarlos a participar y registrarse en el programa, así como resolver inquietudes durante el proceso de inscripción.

Esta línea de acción comprende:

- Contacto desde el *contact center* a comerciantes y empresarios MiPymes, con invitación al registro y seguimiento a través de redes sociales.
- Preparación y habilitación de una línea de atención y asesoría para que los comerciantes y empresarios puedan comunicarse y recibir orientación oportuna.

Actividades virtuales

Como refuerzo de la campaña de convocatoria, se realizarán actividades virtuales orientadas a ampliar el alcance del programa y resolver dudas de los potenciales participantes, fortaleciendo el interés y la confianza en el proceso.

Estas actividades incluyen:

- Realización de un evento digital de refuerzo de la campaña de convocatoria.
- Transmisiones en vivo a través de redes sociales para aclarar dudas, presentar los beneficios del programa y motivar la participación de empresarios y comerciantes.

Actividades presenciales

Se establecieron alianzas estratégicas con entidades públicas, como las alcaldías, lo cual contribuye de manera significativa al fortalecimiento de la convocatoria y facilita el contacto directo con los negocios y empresas interesados en postularse al programa.

En este componente se contempla:

- Búsqueda de mediadores y alianzas con entidades públicas, como las alcaldías, que apoyen el proceso de convocatoria.
- Identificación de negocios y empresas que cumplan los requisitos para aplicar,

y acercamiento mediante estrategias de voz a voz, apoyadas con material impreso como folletos y pendones.

Medios de difusión

Lanzamiento del programa Tu Negocio en Línea

El evento de lanzamiento

Plan de acción:

- Plan de relacionamiento para gestionar aliados, con el fin de fortalecer el proceso de convocatoria, enfocado en generar inscripciones del público objetivo, con énfasis en la región.
- Generar contacto directo con las diferentes agremiaciones, como cámaras de comercio, alcaldías y aliados estratégicos regionales, con el fin de presentar la iniciativa del programa Tu Negocio en Línea.
- Crear sesiones de trabajo con los departamentos de comunicación de cada uno de los aliados estratégicos regionales, con el propósito de entender los protocolos a seguir en los diferentes recursos comunicacionales que se llevarán a cabo.
- Compartir los artes y recursos visuales planeados para que sean divulgados en cada uno de los canales y, de esta manera, continuar con el plan de comunicación.
- Las sesiones serán documentadas como respaldo y evidencia de las actividades informativas que se deben llevar a cabo.
- En el evento se entregarán a los asistentes elementos recordatorios y estímulos u obsequios, incluidos mínimo 15 dispositivos tecnológicos (tabletas o dispositivos móviles), con el fin de captar mayor audiencia y participación.

Plan de promoción y divulgación de la convocatoria

(Orgánico y pauta en canales digitales). Este plan de promoción y divulgación de la convocatoria será desarrollado por el operador; se realizará de manera priorizada en municipios de categoría 5 y 6, zonas rurales, municipios PDET (programas de desarrollo con enfoque territorial) y municipios apartados del país.

Para el desarrollo del plan de acción se diseñarán piezas acordes con la propuesta del proyecto y con el *target group* (grupo objetivo), con el fin de generar una expectativa relevante y una motivación orientada al desarrollo exitoso del proceso de inscripción de los candidatos a ser participantes de la entrega de la Solución de Comercio Electrónico.

Piezas publicitarias

- Redes.
- Piezas pautas Google.

Branding (Tu Negocio en Línea)

Objetivo: contribuir al posicionamiento del MinTIC (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones) como una entidad que trabaja por la adopción del ecosistema de comercio electrónico en los comerciantes y el sector empresarial de Colombia. Esta fase comprende actividades y tácticas para la divulgación de los beneficios y atributos del programa Tu Negocio en Línea.

Actividades

- Campañas SEM (search engine marketing), pauta paga.
- Campañas en redes sociales.
- Realización de microsegmentación por región.
- Generación de copys y piezas gráficas por microsegmento regional, para impactar de manera directa a las personas potencialmente interesadas.

Convocatoria regular

Objetivo: divulgar y dar a conocer, a través de distintos medios tanto digitales como tradicionales, los requisitos, beneficios y atributos del programa, con el fin de lograr el mayor número posible de registros. La meta es sensibilizar a comerciantes, empresarios y demás actores del sector comercial para que inicien un camino de éxito a través del comercio electrónico.

Acciones clave

- Construir un inventario de los canales de comunicación disponibles.
- Creación de recursos gráficos y audiovisuales para los canales del operador, de UT Estrategia 3P y MinTIC, aliados y medios masivos.
- Compartir los recursos gráficos y audiovisuales en los canales del operador, de UT Estrategia 3P y MinTIC, aliados y medios masivos.
- Publicación (orgánica) de material audiovisual en redes sociales.
- Pauta (paga) de material audiovisual en medios digitales.
- Creación de alianzas estratégicas regionales (cámaras de comercio, alcaldías y demás entidades públicas) para la divulgación de los requisitos, beneficios y atributos del programa Tu Negocio en Línea.
- Creación de alianzas con medios masivos nacionales para ampliar el impacto y llegar a más posibles interesados.

- Creación de alianzas estratégicas con entidades del sector privado, como cooperativas y agremiaciones, entre otras.

Propuesta de actividad para la apertura de inscripciones de la convocatoria

Realización de un webinar, en el cual se presenten los beneficios y atributos del programa, generando un primer acercamiento, destacando los puntos positivos y relevantes de implementar el comercio electrónico, así como la divulgación de los requisitos mínimos para hacer parte del programa Tu Negocio en Línea.

Perfiles de los participantes

I. **Comerciante:** persona natural o jurídica colombiana que resida actualmente en el país y que ejerza de manera habitual y profesional alguna de las actividades que la ley considera mercantiles.
II. **Empresario MiPyme:** representante legal o gerente de una micro, pequeña o mediana empresa (MiPyme) legalmente constituida en Colombia, conforme a lo dispuesto en el artículo 2.2.1.13.2.2 del Decreto 957 del 5 de 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 que desarrolle oficios y ocupaciones mercantiles (producción, distribución y comercialización de bienes y servicios) y no mercantiles (domésticas o comunitarias), a través de unidades económicas de baja escala (personales, familiares, micronegocios o microempresas), en cualquier sector económico.
IV. **Sector agro:** actividades dedicadas a la producción, transformación y comercialización de productos agrícolas y pecuarios, fundamentales para la seguridad alimentaria, el desarrollo rural y la economía de los territorios, caracterizadas por su relación directa con los recursos naturales, el trabajo del campo y la adopción progresiva de tecnologías.

2.4 Estrategia de comunicación

El objetivo principal de esta estrategia será la generación de *leads* potenciales. Se busca un enfoque orientado a la atracción de la economía popular y comunitaria, comerciantes y empresarios de las MiPymes de Colombia, resaltando los beneficios de migrar sus negocios al mundo digital y dando a conocer, por medio de sesiones de formación, una solución a las personas que desconocen cómo realizar este proceso.

Para la generación de registros se realizarán diferentes acciones y tácticas

comunicativas, donde el segmento principal estará conformado por empresarios, emprendedores, comerciantes, MiPymes, emprendimientos, entre otros.

Por otra parte, la estrategia de comunicación contará con 30 mensajes testimoniales para convocatoria y generación de expectativa, subtitulados, en formato mp4 o en el formato que se adapte a las plataformas de redes sociales, con narrativa basada en historias.

- **Pautas publicitarias en Instagram y Facebook Ads**

Por medio de la *fanpage* estructurada con la línea gráfica, se generarán piezas gráficas cuyo objetivo principal será la convocatoria y el prerregistro en la *landing page* inicial, con el fin de enviar comunicaciones directas sobre el programa, sus beneficios y alianzas regionales, teniendo en cuenta que estas redes sociales cuentan con alta acogida en Colombia y son utilizadas frecuentemente para la venta de productos.

Se elaborarán contenidos donde se reflejen de manera persistente los requisitos del programa, con el fin de resolver posibles dudas, resaltando los beneficios y conceptos clave y asegurando la mayor cobertura posible.

Se utilizará Instagram por su amplio alcance y capacidad de segmentación, ya que es una red social muy popular en Colombia, con una base de usuarios diversa y activa. Al aprovechar sus herramientas publicitarias, se podrá llegar de manera efectiva a emprendedores en todas las regiones del país, promocionando este recurso que impulsa el crecimiento de sus negocios en línea y fomenta el desarrollo económico a nivel nacional. Esta campaña dirigirá a los interesados al micrositio de Tu Negocio en Línea.

- **TikTok Ads**

A través de contenidos en video para TikTok Ads, desarrollados bajo una línea gráfica coherente con el programa, se impulsará la convocatoria y el prerregistro al programa Tu Negocio en Línea, dirigiendo a los interesados a la landing page inicial.

El contenido estará diseñado para captar la atención de emprendedores y MiPymes, destacando de forma clara y repetitiva los beneficios del programa, sus requisitos y las alianzas regionales, con el objetivo de resolver dudas frecuentes y motivar la inscripción.

Dado que TikTok es una de las redes sociales con mayor crecimiento y uso en Colombia, especialmente para la promoción y venta de productos y servicios, se

aprovecharán sus formatos de video corto y herramientas de segmentación para alcanzar emprendedores en todas las regiones del país.

La campaña tendrá como objetivo generar alto alcance, tráfico calificado y registros efectivos, conduciendo a los usuarios al micrositio de Tu Negocio en Línea, donde podrán ampliar la información y completar su registro.

- **Radio**

Se llevará a cabo una campaña de difusión en emisoras de radio ubicadas en municipios clasificados como categoría 5 y 6, siempre que cuenten con cobertura radial. El objetivo principal de esta estrategia es establecer un canal sólido de comunicación con los negocios localizados en estas zonas, tanto en entornos rurales como urbanos, resaltando la relevancia de todos los sectores económicos del país distribuidos en sus diferentes departamentos.

- **Televisión**

Pauta audiovisual o comercial para televisión con una duración mínima de 20 segundos, la cual deberá ser subtitulada y contar con lenguaje de señas o enfoque incluyente, y será difundida de la siguiente manera:

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

- **Influencers**

Se implementará una estrategia de marketing de *influencers* con el objetivo de aumentar la visibilidad del programa y llegar a un público más amplio. Se seleccionarán creadores de contenido con 100.000 seguidores o más, teniendo en cuenta aspectos como su ubicación geográfica, tipo de contenido, nivel de interacción y percepción ante el público.

Asimismo, se emplearán anuncios radiales en municipios clasificados como categoría 5 y 6 que dispongan de cobertura radial, con el propósito de fortalecer la comunicación con los negocios ubicados en estas zonas. Para reforzar esta estrategia, se generarán alianzas con cámaras de comercio del país que permitan obtener datos de empresas interesadas en vincularse de manera constante al

programa.

El principal objetivo para el llamado a la acción es redirigir, por medio de mensajes llamativos y de interés, a los participantes potenciales hacia un micrositio, donde se encuentra la información de “Tu Negocio en Línea”; este micrositio tiene como finalidad registrar a 20.000 interesados, de los cuales 9.503 serán los participantes elegidos para participar en el programa “Tu Negocio en Línea”, con un remanente planeado de un 10 % para llevar a cabo el proceso de transformación digital.

Para la selección de los participantes finales se debe tener en cuenta que estos cumplan con los requisitos preliminares, como: haber realizado el registro del formulario, ser personas naturales o jurídicas que realicen actividades de comercio (comerciantes o MiPymes) y, por último, que residan en Colombia. Si el participante inscrito cumple con los requisitos anteriormente mencionados, empezará su proceso y recibirá un correo de bienvenida al programa “Tu Negocio en Línea”.

Pautas publicitarias

Se implementará una estrategia de pauta digital multicanal que incluirá publicidad en redes sociales, pauta en buscadores (Google Ads) y la participación en un programa con temáticas orientadas a empresarios y comerciantes, en el cual se desarrollarán contenidos de interés en horarios estratégicos, con el objetivo de promocionar el programa y dinamizar las inscripciones.

De manera complementaria, se aplicará analítica de datos mediante Google Analytics, con el fin de monitorear y analizar el comportamiento de los usuarios en el micrositio. A través de esta herramienta se podrá visualizar información clave como:

- Número de visitas y páginas vistas
- Duración promedio de la sesión
- Ubicación geográfica de los usuarios
- Perfil etario (rangos de edad)
- Canales de procedencia del tráfico (redes sociales, buscadores, tráfico directo, entre otros)
- Tipo de dispositivos de acceso (móvil, escritorio, tablet)

Estos datos permitirán optimizar las campañas en tiempo real, ajustar la segmentación, mejorar la experiencia del usuario y fortalecer la toma de decisiones orientadas al cumplimiento de la meta de inscripciones.

Cronograma estratégico:

CRONOGRAMA DE CONVOCATORIA , INSCRIPCIÓN Y CARACTERIZACIÓN					
Fase	**Actividad**	**Actividad**	**Fecha inicio**	**Fecha fin**	**Canal**
Fase 1: Planeación y alistamiento	Ajuste de estrategia, mensajes, micrositio y formularios	Definir y ajustar la estrategia de convocatoria, los mensajes clave, la estructura del micrositio y los formularios de inscripción, asegurando coherencia con los objetivos del programa y los lineamientos del anexo técnico.	9/01/2026	9/01/2026	
	Configuración de analítica (Google Analytics)	Configurar e implementar herramientas de analítica digital (Google Analytics), incluyendo eventos, conversiones y paneles de seguimiento para el monitoreo del tráfico, comportamiento de usuarios e inscripciones.			
	Gestión y activación de alianzas territoriales	Identificar, gestionar y activar alianzas con actores territoriales (cámaras de comercio, asociaciones, entidades locales y organizaciones comunitarias) para apoyar la divulgación y convocatoria del programa en los territorios.			
Fase 2: Promoción y divulgación	Lanzamiento oficial de la convocatoria	Realizar el lanzamiento oficial de la convocatoria mediante canales digitales y territoriales, comunicando fechas, requisitos, beneficios y mecanismos de inscripción.	13/01/2026	16/03/2026	N\A
	Evento de lanzamiento	Minuto a minuto del evento - propuesta y aprobación. Propuesta del evento a MINTIC, lugar, sitio y temática Contratación de los servicios logísticos - Souvenires Realización del evento	22/01/2026	22/01/2026	
	Pauta en redes sociales (Meta, Instagram, TikTok)	Diseñar, publicar y optimizar campañas de pauta en redes sociales, orientadas a la convocatoria y prerregistro de potenciales beneficiarios, con segmentación por territorio, sector y perfil poblacional.	13/01/2026	16/03/2026	
	Pauta en buscadores (Google Ads)	Implementar campañas de pauta en buscadores mediante Google Ads, orientadas a captar demanda activa de comerciantes y empresarios interesados en comercio electrónico y transformación digital.			
	Producción y divulgación de cuñas radiales	Producir y difundir cuñas radiales en emisoras nacionales, regionales y comunitarias, en horarios estratégicos, para promover la convocatoria y aumentar el alcance en zonas rurales y municipios priorizados.	12/02/2026	15/05/2026	-Emisora Radio Nacional de Colombia. -Cobertura en 32 Departamentos.
	Producción y divulgación de Cormecial T.V.	Desarrollo integral de un comercial televisivo que incluye la conceptualización, guionización, producción audiovisual, edición y postproducción, así como su posterior divulgación mediante pauta en canales de televisión nacionales y/o regionales, en horarios	9/04/2026	18/06/2026	Canal Público. Canal Privado. Cobertura Regional (4).
	Divulgación de 30 testimonaliales	Investigación y busqueda para 30 testimoniales			MinTIC
	Comunicación de inscripciones a bases ya	Desarrollo de contenido -Parrillas de contenido. -Parrilla de expectativa. -Parrilla de convocatoria. -Parrilla de registro. -Parrilla de recordación. -Parrilla de beneficios.	13/01/2026	16/03/2026	Correo Redes sociales -IG -Facebook -TikTok
	Evento de Cierre Semipresencial	Minuto a minuto del evento - propuesta y aprobación Propuesta de evento a MINTIC - lugar, sitio, tematica Contratación de los servicios logisticos - souvenires	15/06/2026	30/06/2026	N\A

A continuación, las actividades realizadas:

Proceso de Reclutamiento – Paso a Paso (con pauta digital):

1. Inicio del proceso

- Se define la estrategia de reclutamiento y convocatoria.

2. Difusión y atracción de usuario

Ejecución de anuncios en:

- Meta Ads
- Google Ads
- TikTok Ads
- **Alianzas con:**
- Cámaras de comercio
- Radios locales
- Voceros y aliados estratégicos
- **Públicos objetivo:**
- Emprendedores y PYMES
- Municipios (categorías 5 y 6)
- Sector agro
- Campañas dirigidas a landing page.

3. Registro en landing page

- El usuario ingresa a una landing page con registro gratuito.
- **Dos posibles escenarios:**
- Completa el registro
- Usuario abandona - entra a campañas de remarketing.

4. Lead confirmado

- **Cuando el usuario completa el registro:**
- Se clasifica como Lead confirmado.
- Se envía correo de bienvenida con acceso a:
- Plataforma
- Información inicial
- Tipo de formulario correspondiente

5. Validación de información

El usuario completa la información solicitada.

- Se evalúa si la información está correctamente diligenciada.

- **Si no completa:**
- Entra en secuencia de correos y llamadas (2–3 intentos) para completar el registro.
- **Si completa correctamente**:
- Avanza en el proceso.

6. Lead seleccionado

- El usuario que cumple los requisitos pasa a estado:
- Lead seleccionado
- Se envía información para:
- Firma de acta de compromiso
- Firma de contrato en línea

7. Firma de documentos

- **El usuario firma:**
- Acta
- Contrato en línea
- **Nuevamente se valida:**
- **Si no firma:**
- Entra en secuencia de seguimiento (correos y llamadas).
- **Si firma:**
- Continúa el proceso.

8. Lead caracterizado

- El usuario pasa al estado:
- Lead caracterizado
- Queda oficialmente confirmado dentro de la convocatoria.

9. Seguimiento final

- **Para quienes no completan alguna etapa:**
- Secuencia de:
- 2–3 correos
- 2–3 llamadas
- **Objetivo**:
- Reducir la deserción
- Recuperar usuarios que abandonaron el proceso.

10. Estados visibles en el dashboard

El dashboard de seguimiento debe mostrar en tiempo real:

- Lead registrado
- Lead confirmado
- Lead seleccionado
- Lead caracterizado
- Lead abandonado
- Usuarios que no completaron etapas

Apoyo de correo electrónico y SMS

Se desarrollarán estrategias con correos electrónicos y SMS (mensajes de texto) que incentiven y acompañen a los posibles participantes en su inscripción, caracterización y selección.

El correo electrónico y los mensajes de texto se usarán con dos objetivos:

1. Seguimiento a todos los posibles participantes para terminar su proceso de inscripción.
2. Otorgar información relevante de todo el proceso del programa, para que estén al día de los momentos importantes de cada una de las fases.

Línea de comunicación

El mensaje principal de la estrategia se enfocará en la generación de interés en la convocatoria, por medio de la presentación de una problemática o necesidad, donde Tu Negocio en Línea es la solución. Se usará un tono amigable y directo, sin enfatizar en palabras técnicas, brindando instrucciones y/o indicaciones precisas para que las personas se capaciten en las diferentes herramientas ofrecidas.

Para mejorar la información, se presenta en la siguiente imagen el recorrido que hacen los participantes a lo largo de la estrategia, desde el inicio de la campaña y hasta el final, cuando son validados y aprobados para ingresar al desarrollo del proyecto.

Registro de la convocatoria

Para garantizar el número total de inscritos requeridos (9.503), durante la estrategia de convocatoria diseñada, usaremos el micrositio perteneciente a MinTIC (landing central), el cual contiene la información completa del programa y genera mayor confianza para la ciudadanía. Además, se contará con una landing page alternativa para la línea estratégica de Tu Negocio en Línea, como se muestra en el siguiente

ejemplo www.mintic.go.co/tunegocioenlínea, como un espacio de contextualización, el cual estará principalmente orientado a:

- Reforzar la información de la línea estratégica “Tu Negocio en Línea”.
- Generar interés: iniciando con una pregunta problema de la situación actual del mundo frente a la migración digital, brindando la solución a “Tu Negocio en Línea” y dando de manera detallada la información sobre requisitos, beneficios del comercio electrónico y una sección de preguntas frecuentes para resolver las dudas de los posibles participantes.
- Evitar que los *leads* se pierdan en el proceso, ofreciendo una línea directa (recorrido del participante).
- Tener manejo de la trazabilidad del participante, desde el registro hasta el diligenciamiento del formulario; con ello, se puede hacer retargeting a las personas que no diligencien el formulario por múltiples razones.

2.5 Piezas publicitarias

Las piezas publicitarias son un medio muy importante de comunicación, ya que permiten llegar directamente al participante para informar, orientar, precisar y señalar la ruta de la estrategia que le permitirá generar una Solución de Comercio Electrónico para la venta de productos y servicios. Todas las piezas tienen una intención comunicativa clara y aportan a mejorar los canales de comunicación y motivación hacia el participante.

Estas piezas, enfocadas en la inscripción, se desarrollan según el plan de comunicaciones, teniendo en cuenta las temáticas planteadas para cada semana, tales como: expectativa, sostenibilidad, registro, convocatoria, beneficios, dudas frecuentes, entre otras. Para la estrategia de Tu Negocio en Línea, se presentan las piezas gráficas desarrolladas con el fin de generar una comunicación asertiva, clara, precisa y orientadora con el participante.

- Parrillas de contenido.
- Parrilla de expectativa.
- Parrilla de convocatoria.
- Parrilla de registro.
- Parrilla de recordación.
- Parrilla de beneficios.

2.6 Inscripción

El formulario de inscripción desempeña un papel fundamental en la inclusión de personas en un proyecto de comercio electrónico, ya que constituye la primera interacción formal entre los interesados y el equipo del proyecto. A continuación, se destacan algunas de las razones por las cuales el formulario de inscripción es clave en este contexto:

- **Recopilación de información relevante**

El formulario permite recopilar información esencial de los interesados, como habilidades, experiencia previa en comercio electrónico, disponibilidad, motivación y áreas de especialización. Esta información resulta crucial para evaluar si los candidatos cuentan con las cualidades necesarias para contribuir al proyecto.

- **Filtrado y selección**

El formulario funciona como una herramienta de filtrado inicial, que permite al equipo organizador revisar las solicitudes y seleccionar a los candidatos más adecuados. Esto optimiza tiempo y recursos, al evitar entrevistas o evaluaciones en profundidad de personas que no cumplen con los requisitos mínimos.

- **Organización de la base de datos**

La información recopilada a través del formulario puede organizarse en una base de datos estructurada, lo que facilita el proceso de selección y la comunicación posterior con los interesados, especialmente cuando se recibe un alto volumen de solicitudes.

- **Comunicación efectiva**

El formulario permite recopilar de manera sistemática la información de contacto, como correos electrónicos y números de teléfono, lo que facilita la notificación de resultados, el envío de información relevante y el seguimiento durante el proceso.

- **Gestión de Registro y Deserción**
- Incluir el análisis del tema de deserción.
- Identificar que, al abordarlo, se los volúmenes de registro.
- Evaluar puntos donde las personas abandonan el proceso

- **Propuesta de Seguimiento y Transparencia**

Proponer un dashboard de seguimiento en línea. El dashboard debe permitir que MinTIC consulte la información de forma transparente.

- **Estados de los Leads (para el Dashboard)**

1. Lead confirmado
2. Lead seleccionado
3. Lead abandonado
4. Personas que no completaron etapas del proceso

Estos estados deben ser visibles y actualizados dentro del dashboard.

- **Transparencia y formalidad**

El uso de un formulario de inscripción establece un proceso formal y transparente, brindando confianza a los interesados al garantizar que se seguirá un procedimiento claro, ordenado y equitativo para la selección de participantes.

- **Gestión de expectativas**

A través del formulario se pueden definir expectativas claras respecto al proyecto, sus objetivos, compromisos y requisitos, lo cual alinea desde el inicio a los participantes con las condiciones del programa.

- **Seguridad y privacidad**

Los formularios de inscripción pueden incorporar medidas de seguridad y protección de datos, garantizando la confidencialidad de la información sensible de los participantes, aspecto especialmente relevante en proyectos que involucran datos personales, comerciales o financieros.

2.7 Proceso de inscripción para el programa “Tu Negocio en Línea”

Para inscribirse en el programa, se diseñará un proceso sencillo, pero completo, que permitirá a todos los participantes fortalecer sus habilidades digitales y mejorar su presencia en línea.

En el proceso de inscripción y selección, se garantizará que al menos el 5 % del total de beneficiarios seleccionados pertenezcan al sector agropecuario, como estrategia de apoyo a la reactivación económica rural y al cumplimiento de los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo 2022–2026.

Paso 1: registro inicial

- El primer paso es ingresar a www.tunegocioenlinea2023.com y completar el registro inicial. El participante deberá proporcionar información básica como nombre, correo electrónico, número de contacto y tipo de persona, a través de un formulario sencillo que permite la caracterización de comerciantes o empresarios MiPymes.

  Esta plataforma estará disponible 24x7, garantizando accesibilidad, concurrencia y acceso simultáneo, sin afectar su rendimiento.

Paso 2: formulario de inscripción

- Una vez registrado, se presentará un formulario de inscripción más detallado, el cual podrá variar según el tipo de persona, natural o jurídica. Para completarlo, se deberá suministrar información adicional del negocio como ubicación, sector de actividad, perfiles sociales y otros datos relevantes.

Paso 3: diagnóstico

- Posterior al diligenciamiento del formulario, el participante deberá realizar un diagnóstico de conocimientos, en el que se evaluarán: nivel de habilidades digitales y nivel de conocimiento y apropiación del comercio electrónico. Esta clasificación permitirá personalizar el proceso formativo.

Paso 4: firma del acuerdo de compromiso y contrato

- Una vez completados los pasos anteriores, el participante deberá revisar y firmar el Acuerdo de Compromiso, en el cual se establecen las responsabilidades tanto del programa como del beneficiario. Adicionalmente, se firmará el contrato que formaliza la participación en “Tu Negocio en Línea”.

  Estas firmas podrán realizarse de manera digital, agilizando el proceso.

Paso 5: inicio del proceso formativo

- Con todos los pasos completados, el participante iniciará su proceso formativo

en “Tu Negocio en Línea”, con acceso a módulos de formación, herramientas y recursos orientados a fortalecer sus habilidades digitales y desarrollar su Solución de Comercio Electrónico.

2.8 Objetivo del formulario

El formulario de inscripción tiene como objetivo recopilar información esencial de los participantes, que permitirá a las entidades responsables evaluar su idoneidad y adaptar la formación según sus necesidades. El formulario consta de varios pasos:

Formulario principal

- A través de este formulario se ingresará la información requerida relacionada con datos generales, características del negocio del comerciante o empresario MiPyme colombiano y su 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 validará 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 comercios digitales; para ello, el Ministerio TIC entregará previamente los números de documento de los beneficiarios).
- Sector y actividad económica.
- Género: F femenino, M masculino, otro.
- Edad.
- Nivel educativo.
- Pertenece a la 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 en 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 en 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 a los siguientes aspectos:

- Posee dispositivo tecnológico con conectividad para implementar la tienda virtual.
- Cuenta con tiempo y disponibilidad para la asistencia grupal e individual.
- Manifiesta compromiso para implementar una herramienta tecnológica que fortalezca el comercio electrónico de su negocio.

IV. 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?
- ¿Cuál es el valor de las ventas mensuales actuales?
    - $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
- Aceptación de la política de tratamiento de datos personales, de acuerdo con los lineamientos del MinTIC y del operador.