

ANEXO TÉCNICO FORTALECIMIENTO DIGITAL COMERCIAL

1. CONTEXTO

La Secretaría Distrital de Desarrollo Económico, a través de la Subdirección de Intermediación, Formalización y Regulación Empresarial, impulsa una estrategia de fortalecimiento digital orientado a mejorar las capacidades de los negocios locales en etapa de nacimiento y/o crecimiento. Esta estrategia se abre a todo el público que cumpla con requisitos mínimos de madurez empresarial.

El objetivo es acompañar a los negocios en la transición hacia entornos de venta electrónica, ampliando sus oportunidades de conexión con clientes mediante distintos canales digitales y fortaleciendo sus capacidades estratégicas, operativas y comerciales.

Los negocios locales presentan brechas significativas en conocimientos y capacidades digitales, que se evidencian en distintos niveles de madurez:

- Uso limitado y no estratégico de redes sociales y canales digitales para la promoción de productos y marcas.
- Bajo conocimiento para estructurar catálogos digitales, definir propuestas de valor, fijar precios competitivos y gestionar contenidos comerciales orientados a la conversión.
- Débil manejo de plataformas de comercio electrónico y marketplaces, así como de herramientas de pago en línea.
- Falencias en la gestión de inventarios, logística y cumplimiento de pedidos asociados a ventas digitales.
- Escaso dominio de procesos de facturación electrónica y otros mecanismos de formalización digital.
- Limitadas capacidades para la atención, experiencia y fidelización de clientes en entornos virtuales.

Según estudios recientes, los emprendimientos en Bogotá muestran avances en la adopción de herramientas digitales, pero aún enfrentan retos importantes:

- Más del 80% de los negocios utilizan redes sociales como principal canal de promoción, aunque con baja estrategia de segmentación y conversión.
- Solo un 35% cuenta con presencia en marketplaces o plataformas de comercio electrónico y el 51% no logra vender por ninguno de estos canales.
- Menos del 25% de los negocios locales implementan soluciones de pago digital de manera sistemática.
- La mayoría de los emprendimientos carece de procesos logísticos integrados y de gestión de inventarios adaptados al comercio electrónico.

Esta estrategia busca cerrar las brechas identificadas, de manera progresiva, práctica y orientada a resultados, fortaleciendo no solo el uso de herramientas tecnológicas, sino también el desarrollo de estrategias efectivas de ventas en línea que permitan incrementar las ventas, posicionar las marcas locales en entornos digitales y aprovechar de manera sostenible las oportunidades que ofrecen los diferentes canales de comercialización digital. De esta manera, se contribuye a la consolidación de un ecosistema empresarial más competitivo, inclusivo y preparado para enfrentar los retos de la economía digital.

Es importante resaltar que la presente estrategia se implementa en calidad de piloto institucional, orientado a la validación de metodologías de fortalecimiento digital y a la evaluación de su impacto en emprendimientos en etapa de nacimiento y/o crecimiento. En tal sentido, su carácter piloto implica que los resultados obtenidos servirán como insumo para la eventual definición de lineamientos permanentes, sin que ello genere obligación de continuidad automática ni compromisos de cobertura general.

2. CÓDIGOS UNSPSC

Clasificación UNSPSC	Segmento	Familia	Clase	Producto
86132001	Servicios Educativos y de Formación	Servicios Educativos Especializados	Servicios de Educación y Capacitación en Administración	Servicio de entrenamiento (coaching) ejecutivo
86101705	Servicios Educativos y de Formación	Formación Profesional	Servicios de capacitación vocacional no-científica	Capacitación administrativa
80101507	Servicios de gestión, servicios profesionales de empresa y servicios administrativos	Servicios de asesoría de gestión	Servicios de consultoría de negocios y administración corporativa	Servicios de asesoramiento sobre tecnologías de la información
80141601	Servicios de gestión, servicios profesionales de empresa y servicios administrativos	Comercialización y distribución	Actividades de ventas y promoción de negocios	Servicios de promoción de ventas
80141612	Servicios de gestión, servicios profesionales de empresa y servicios administrativos	Comercialización y distribución	Actividades de ventas y promoción de negocios	Programas de venta o de mercadeo

3. OBJETIVO GENERAL

Fortalecer las capacidades digitales de negocios locales en etapa de nacimiento y/o crecimiento, para que puedan vender de forma efectiva a través de canales digitales.

La estrategia busca que los participantes pasen de un uso básico y poco estratégico de herramientas digitales, a gestionar con autonomía su presencia en línea, su operación comercial y su relación con clientes en entornos virtuales.

4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar capacidades básicas para la promoción, publicación y venta de productos y servicios en canales digitales, mediante el uso estratégico de contenidos comerciales orientados a la conversión y a mantener la identidad visual y narrativa de marca en un contexto más amplio, como el branding del emprendimiento.
- Fortalecer la identidad digital y la propuesta de valor de los negocios, mejorando la calidad, coherencia y consistencia de su presencia digital, así como la estructuración de catálogos y mensajes comerciales.
- Implementar prácticas básicas de gestión de inventarios y pedidos en entornos digitales, que permitan a los negocios organizar su operación comercial y responder de manera eficiente a la demanda generada por ventas en línea.
- Fortalecer las capacidades logísticas asociadas a la venta digital, incluyendo la preparación, despacho y entrega de pedidos, con el fin de mejorar los tiempos de respuesta y la experiencia del cliente.
- Promover y acompañar la adopción de procesos de facturación electrónica y otros mecanismos de formalización digital, asociados a la operación de ventas en canales digitales.
- Mejorar las capacidades de atención, servicio y fidelización de clientes en entornos virtuales, mediante el uso de buenas prácticas de comunicación, seguimiento postventa y gestión de reclamos.
- Preparar a los negocios locales para la adopción progresiva de esquemas de comercio electrónico (ecommerce, marketplace y/o redes sociales, entre otros).

5. ALCANCE DE LA ESTRATEGIA

Implementación de la estrategia de fortalecimiento en comercialización digital de la SDDE, **dirigido a 150 negocios locales en etapas de Nacimiento y/o Crecimiento del modelo DIME** de la SDDE.

El presente proceso debe tener en cuenta:

1. **Ruta pedagógica escalonada:** Implementación de una ruta formativa progresiva,

alineada con el modelo DIME, que lleve a los negocios desde la alfabetización digital básica hasta la adopción de prácticas estructuradas de venta y operación comercial en línea.

2. **Formación práctica en comercio digital:** Capacitación aplicada con énfasis en la venta real de productos, cubriendo de forma integral el proceso comercial digital: visibilidad, promoción, catálogos y fotografía de producto, gestión de ventas, medios de pago, logística, facturación electrónica, atención al cliente y postventa.
3. **Acompañamiento técnico:** Asesoría individual y/o grupal durante toda la vigencia del vehículo contractual, orientada a que los negocios implementen acciones concretas en sus canales digitales, ajusten sus procesos operativos y consoliden prácticas sostenibles de comercio digital.
4. **Entregables verificables:** Por cada módulo o fase se deberán generar evidencias que permitan a la SDDE realizar seguimiento y control, incluyendo: registros de asistencia, diagnósticos iniciales y finales, evidencias de implementación, productos digitales creados y reportes de resultados.
5. **Periodo de alistamiento:** De ser necesario, el interesado podrá contar con un periodo de alistamiento previo al inicio de la ejecución de máximo 10 días calendario desde la firma del vehículo jurídico. Durante este periodo deberá presentar un plan detallado que incluya preparación logística, metodología y coordinación con la SDDE.

Nota sobre deserción y cobertura:

*Se establece una tasa estimada de deserción entre el 20% y el 30% sobre el total de negocios beneficiarios. En consecuencia, el interesado deberá garantizar que al menos **150 completen el proceso** y sean contabilizados como fortalecidos.*

Para gestionar esta deserción, el interesado deberá implementar mecanismos de seguimiento, retención y reemplazo de participantes que aseguren el cumplimiento de la meta definida en el objeto contractual.

Adicionalmente, la convocatoria liderada desde la SDDE proyectará al menos el doble de la meta contractual (300 negocios convocados), con el fin de garantizar un flujo suficiente de candidatos que permita cubrir tanto la meta base de 150 como los cupos de reemplazo necesarios para alcanzar los inscritos y atendidos.

6. ESTRUCTURA MÍNIMA DE LA RUTA DE FORTALECIMIENTO

El plazo de ejecución del vehículo contractual que se suscriba será contado a partir de la fecha de suscripción del acta de inicio, previo cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución, y sin superar el 31 de diciembre de 2026, periodo dentro del cual las partes aúnan esfuerzos para la implementación en favor de ciento cincuenta (150) negocios locales, organizados inicialmente en tres (3) cohortes sucesivas de mínimo cincuenta (50) beneficiarios cada una. La ejecución deberá garantizar la cobertura integral de las cohortes, así como la trazabilidad de las actividades y entregables previstos en el cronograma contractual.

En consideración a los riesgos de deserción propios de procesos formativos, se contemplan en caso de ser necesario, abrir sesiones intensivas de recuperación, que le permita a los beneficiarios cumplir y culminar su proceso formativo, dichas sesiones están previstas se lleven

a cabo del 23 noviembre al 10 de diciembre del 2026, esto se hace con el fin de asegurar el cumplimiento de la meta de ciento cincuenta (150) negocios locales fortalecidos. Esta previsión hace parte del marco de negociación con el interesado y deberá estar incluida en la planeación operativa y contractual de la estrategia.

El fortalecimiento se desarrollará mediante una ruta metodológica escalonada, estructurada en niveles o módulos progresivos, orientada a acompañar a los negocios en la transición desde condiciones básicas de habilitación para la venta digital hasta esquemas organizados de operación comercial en entornos digitales, conforme a su nivel de madurez y a su clasificación en las etapas de Nacimiento y/o Crecimiento del modelo DIME.

Las temáticas mínimas a tener en cuenta son:

6.1. Habilitación para la venta digital básica:

El objetivo es que los negocios locales cuenten con las condiciones mínimas para vender efectivamente en canales digitales de alta demanda (Marketplaces, Redes Sociales y/o E-commerce, entre otros), priorizando herramientas de uso cotidiano y bajo nivel de complejidad.

- Publicación básica de productos en Redes Sociales, con enfoque comercial (fotos, descripciones, precios y llamados a la acción).
- Gestión de ventas a través de WhatsApp Business, incluyendo catálogo, respuestas rápidas, seguimiento de clientes y cierre de ventas.
- Buenas prácticas para la interacción comercial digital y la generación de confianza con clientes.

6.2. Identidad digital y contenido comercial:

El objetivo es fortalecer la identidad digital del negocio y la coherencia de su comunicación comercial con su branding y narrativa de marca, para aumentar la conversión y el posicionamiento dentro del mercado.

- Definición básica de identidad de marca en entornos digitales (nombre, imagen, tono y propuesta de valor).
- Creación de contenido comercial orientado a la venta, diferenciando contenido promocional, informativo y de fidelización.
- Organización básica de catálogos digitales, fotografía de producto y mensajes comerciales.

6.3. Gestión de canales digitales propios:

Orientado a que los negocios locales gestionen de manera más estructurada sus canales digitales, reduciendo la improvisación operativa.

- Gestión integrada de redes sociales, WhatsApp y otros canales digitales utilizados por el negocio. Uso de herramientas como linktree.
- Organización de pedidos provenientes de distintos canales.
- Buenas prácticas para mantener actualizada la información comercial (precios, stock, tiempos de entrega, etc.).

6.4. Servicio al cliente y experiencia de compra online:

El objetivo es mejorar la experiencia del cliente digital, fortaleciendo la confianza, la recompra y la reputación del negocio.

- Atención al cliente en entornos digitales: tiempos de respuesta, lenguaje, seguimiento y cierre.
- Gestión básica de reclamos, devoluciones y postventa.
- Estrategias iniciales de fidelización y comunicación postventa.

6.5. Gestión de inventario digital:

Permitirá a los negocios organizar su oferta y evitar quiebres de inventario asociados a ventas digitales. En registro de productos, cantidades disponibles y control manual o semiautomatizado implementando buenas prácticas para la actualización y control del inventario en contextos de venta digital.

6.6. Articulación entre inventario, pedidos y canales digitales:

Enfocado en ordenar la operación comercial digital, reduciendo errores y mejorando la capacidad de respuesta.

- Flujo operativo de pedidos digitales: recepción, validación, preparación y despacho.
- Articulación entre inventario, ventas y atención al cliente.
- Uso de herramientas simples para el control del proceso comercial.

6.7. Operación logística para ventas digitales:

Su objetivo es fortalecer la capacidad de cumplimiento de pedidos y mejorar la experiencia del cliente final.

- Opciones de entrega y despacho (propias y tercerizadas).
- Definición de costos, tiempos y zonas de entrega.
- Preparación de pedidos, embalaje y comunicación con el cliente.

6.8. Facturación electrónica y formalización transaccional para ventas digitales:

Permitirá a los negocios cumplir con requerimientos de formalización vinculados a la venta digital.

- Conceptos básicos de facturación electrónica aplicados a ventas digitales.
- Flujo de facturación asociado a pedidos y medios de pago.
- Buenas prácticas de registro y control de ventas digitales.
- Manejo e implementación pasarela de pagos

6.9. Introducción al ecommerce y a los demás modelos de venta estructurados:

Orientado a que los negocios comprendan los fundamentos del ecommerce, los diferentes modelos de venta digital y los requisitos mínimos para su implementación, con el fin de facilitar una toma de decisiones informada sobre cuándo y cómo avanzar hacia esquemas de comercialización más estructurados, de acuerdo con su nivel de madurez digital.

- Conceptos básicos y modelos de ecommerce aplicables a pequeños negocios.
- Requisitos operativos mínimos: catálogo, inventario, pagos, logística y facturación.

6.10. Inteligencia Artificial para el Comercio Digital:

El objetivo es incorporar herramientas de IA accesibles que permitan a los negocios locales vender mejor en canales digitales, optimizar procesos y generar confianza con clientes.

- Automatización comercial: Chatbots en WhatsApp Business y redes sociales para responder preguntas frecuentes y agilizar cierres de venta.
- Optimización de contenidos: IA para mejorar fotos, descripciones y segmentación de publicaciones, aumentando la visibilidad y conversión.
- Análisis inteligente de datos: Identificación de patrones de compra y métricas clave para decisiones rápidas y efectivas.
- Ética y confianza: Transparencia en el uso de asistentes digitales y protección de datos personales.

Este módulo posicionará a los negocios en la frontera de la transformación digital, mostrando que la IA no es exclusiva de grandes empresas, sino una herramienta práctica y cotidiana para emprendedores locales.

7. METODOLOGÍA

La metodología estará basada en un enfoque práctico, progresivo y centrado en la acción, diseñado para facilitar la apropiación de conocimientos por parte de emprendedores con diferentes niveles de alfabetización y madurez digital, priorizando la aplicación inmediata de lo aprendido en la operación real de los negocios. Se enfatiza que la implementación será fruto de la colaboración entre la SDDE y el interesado, compartiendo responsabilidades y recursos.

La metodología deberá contemplar, los siguientes principios:

- *Aprender haciendo*, mediante ejercicios prácticos, demostraciones guiadas y actividades orientadas a que los negocios implementen acciones concretas en sus propios canales digitales durante el proceso formativo.
- *Progresividad en los contenidos*; organizando los módulos de menor a mayor complejidad, permitiendo que los emprendedores avancen de manera gradual desde conceptos básicos hasta prácticas más estructuradas de comercio digital.
- *Lenguaje claro y sencillo*, adaptado al contexto de los emprendedores, evitando tecnicismos y priorizando con ejemplos prácticos y casos aplicados a negocios locales.
- *Formación grupal por etapa* (nacimiento medio, nacimiento alto y/o crecimiento), que facilite el aprendizaje colaborativo, el intercambio de experiencias y la optimización de recursos, complementada con espacios de acompañamiento para resolver dudas y apoyar la implementación.
- *Acompañamiento orientado a la implementación*, enfocado en apoyar a los negocios en la puesta en marcha de lo aprendido, la resolución de barreras operativas y el ajuste de sus procesos de venta digital.

- *Uso de herramientas digitales accesibles (gratuitas)*, priorizando plataformas de uso común entre los emprendedores, que no representen barreras tecnológicas ni económicas para su adopción.
- *Uso de materiales pedagógicos prácticos*, tales como memorias de cada curso, guías paso a paso, plantillas, checklists y recursos visuales, que permitan a los negocios replicar y sostener las prácticas aprendidas más allá del proceso formativo.

Esta metodología deberá garantizar que los emprendedores avancen a un ritmo adecuado que permita cumplir con el objetivo principal del proyecto, consolidando aprendizajes aplicables a su realidad y que a la vez fortalezcan de manera sostenible sus capacidades en el comercio digital.

Condiciones técnicas:

Mínimo: 40 horas.

- Este número es suficiente para cubrir los contenidos fundamentales sin sobrecargar a los beneficiarios.
- Distribución ideal:

57% sesiones sincrónicas bajo modalidad híbrida (9 horas presenciales y 14 horas virtuales, para un total de 23 horas): talleres prácticos, mentorías grupales, espacios de interacción directa.

43% trabajo autónomo (17 horas): módulos en plataforma, videos, ejercicios aplicados y retos de implementación en sus propios negocios.

Con esta estructura, cada negocio local recibe un acompañamiento que integra formación conceptual, ejercicios prácticos y aplicación directa en su propio contexto operativo. El formato mixto responde, además, a las condiciones reales de los participantes en términos de disponibilidad y ritmo de aprendizaje.

En ese sentido, la carga de 40 horas, articulada con un diseño metodológico mixto, favorece la apropiación efectiva de los contenidos clave y, de manera progresiva y accesible para el emprendedor, su transferencia e implementación en la operación del negocio, reduciendo al mismo tiempo el riesgo de deserción durante la ejecución del vehículo contractual.

Cronograma Tentativo (40 horas / 10 semanas)

Semana 1 – Inducción y Diagnóstico (5h)

- Sincrónicas (3h): Bienvenida, diagnóstico digital inicial, introducción a comercio electrónico y redes sociales.
- Autónomas (2h): Plan personal de aprendizaje y elección del canal principal (RRSS / marketplace / e-commerce)

Semana 2 – Listo para vender (4h)

- Sincrónicas (2h): Estrategias básicas de habilitación comercial digital
- Autónomas (2h): Checklist de condiciones mínimas para vender en línea

Semana 3 – Canal de venta (4h)

- Sincrónicas (2h): Configuración guiada de tienda online / perfil en marketplace / optimización de RRSS
- Autónomas (2h): Ejercicio práctico de apertura y carga de productos

Semana 4 – Cobrar y entregar (4h)

- Sincrónicas (2h): Medios de pago y logística básica
- Autónomas (2h): Simulación de cobro y entrega con herramientas digitales

Semana 5 – Primera venta “piloto” (4h)

- Sincrónicas (2h): Mentoría para cierre de primera venta digital
- Autónomas (2h): Registro de evidencia de la primera transacción

Semana 6 – Atención y cierre de ventas (4h)

- Sincrónicas (2h): Buenas prácticas de servicio al cliente digital
- Autónomas (2h): Flujo autónomo de atención y seguimiento postventa

Semana 7 – Atraer tráfico orgánico (4h)

- Sincrónicas (2h): Estrategias de contenido y posicionamiento orgánico.
- Autónomas (2h): Publicación autónoma de contenidos en redes sociales.

Semana 8 – Pauta básica (4h)

- Sincrónicas (2h): Introducción a campañas pagas
- Autónomas (2h): Configuración de una pauta piloto con bajo presupuesto

Semana 9 – Repetir y fidelizar (4h)

- Sincrónicas (2h): Estrategias de recompra y fidelización digital
- Autónomas (2h): Implementación de acciones de fidelización en el negocio

Semana 10 – Proyecto Final y Cierre (3h)

- Sincrónicas (3h): Presentación de proyectos.

Este modelo tiene menos carga semanal pero más tiempo para asimilar y aplicar lo aprendido, lo que ayuda a reducir la deserción y aumentar la calidad del aprendizaje.

Con este esquema, un negocio local que alcance al menos el **80%** de participación efectiva puede considerarse que aprobó exitosamente el proceso y podrá certificarse, ya que esto demuestra compromiso y aplicación práctica.

8. RÚBRICA DE EVALUACIÓN:

Componente	Peso (%)	Criterios de aprobación	Evidencias
Asistencia a sesiones sincrónicas	50%	Participación mínima del 80% de las horas programadas (Ej: 18 de 23 horas)	Registros de asistencia, listados nominales con hora de conexión y desconexión, reportes automáticos de la plataforma (LMS) con trazabilidad por sesión y validación cruzada con bitácoras del sistema y logs de conexión.
Trabajo autónomo aplicado	50%	Entrega de evidencias de implementación práctica en el negocio	<p>Detalle por módulo:</p> <p>Introducción y diagnóstico: Elaboración del plan personal de aprendizaje. Evidencia: Documento con objetivos y metas del negocio + canal principal elegido</p> <p>Listo para vender: Producto estrella definido Evidencia: Producto con foto, precio con margen, descripción, propuesta de valor, todo esto aplicando IA.</p> <p>Canal de venta: Canal publicado y funcional. Evidencia: Captura de perfil/catálogo/tienda según elección, aplicando IA</p> <p>Cobrar y entregar: Medio de pago activo Evidencia: Enlace activo de (Nequi/Bold/Wompi/Mercado Pago/PSE u otro) + esquema de entrega.</p> <p>Primera venta: Transacción real Evidencia: Venta controlada + soporte de transacción</p> <p>Atención y cierre de ventas:</p>

Componente	Peso (%)	Criterios de aprobación	Evidencias
			<p>Guión de atención + respuestas rápidas. Evidencia: Primera venta documentada</p> <p>Atraer tráfico orgánico: Calendario de contenido</p> <p>Evidencia: Captura de campaña publicada + reporte de métricas.</p> <p>Repetir y fidelizar: Postventa, solicitud de reseña, recompra Evidencia: Evidencia de CRM básico o automatización; registro de interacción con clientes</p> <p>Proyecto Final y Cierre: Presentación de resultados finales Evidencia: Informe o pitch con indicadores de ventas digitales, evidencias de formalización + + plan de 90 días.</p>

9. ENTREGABLES MÍNIMOS DE LOS INTERESADOS

Los productos deberán ser claros, verificables y coherentes con la metodología, la ruta de fortalecimiento y el alcance de la estrategia. Se subraya que los entregables reflejarán la colaboración entre las partes, evidenciando la aplicación práctica de los aprendizajes y la corresponsabilidad en la implementación.

9.1. Plan metodológico detallado:

Documento que describa de manera integral la estructura de la estrategia, incluyendo la ruta pedagógica escalonada, los módulos de formación, los objetivos de aprendizaje, la metodología de intervención, los criterios de avance entre niveles y los mecanismos de acompañamiento e implementación para los negocios locales beneficiados.

Este plan deberá evidenciar su alineación con las etapas de Nacimiento y/o Crecimiento del modelo DIME, así como con las estrategias y herramientas de la SDDE.

9.2. Cronograma de ejecución:

Cronograma detallado que establezca las fases, actividades, sesiones formativas y espacios de acompañamiento, indicando tiempos, responsables y objetivos de entrega, de manera que permita el seguimiento y control por parte de la SDDE durante la vigencia contractual. El cual deberá ser entregado dentro de los 3 días hábiles siguientes a la suscripción del acta de inicio, para aprobación de la supervisión del contrato.

9.3. Materiales pedagógicos:

Recursos didácticos utilizados en el proceso formativo, tales como presentaciones, guías prácticas, manuales con los respectivos paso a paso, plantillas, checklists y recursos digitales, diseñados con lenguaje claro y sencillo y que estén orientados a la implementación práctica por parte de los emprendedores.

Este material deberá ser entregado en formato digital y quedar disponibles para la SDDE. En virtud del vehículo contractual, el interesado autoriza a la SDDE el uso, reproducción, adaptación, transformación, comunicación, divulgación, publicación y reutilización del material entregado para fines institucionales, pedagógicos y de fortalecimiento empresarial, sin limitación temporal ni territorial, de conformidad con lo dispuesto en la Ley 23 de 1982, la Decisión Andina 351 de 1993 y demás normas concordantes sobre derechos de autor, garantizando en todo caso el reconocimiento de los derechos morales de autor a que haya lugar.

9.4. Registro de asistencia y participación:

El interesado deberá garantizar mecanismos verificables de control de asistencia y cumplimiento horario en los cursos virtuales. Para ello, se exigirá: (i) reportes automáticos generados por la plataforma (LMS) con nombre del participante, tiempo de conexión y avance por módulo; (ii) bitácoras de sistema y registros complementarios de conexión que permitan validar la permanencia efectiva; (iii) consolidado de horas asistidas frente a las horas programadas, con un mínimo del 80% como condición de aprobación; y (iv) evidencias prácticas de implementación (catálogos, campañas, ventas documentadas) que corroboren la participación activa. Estos mecanismos serán condición necesaria para la certificación de los beneficiarios y para la validación contractual de los resultados

9.5. Evidencias de implementación por negocio:

Conjunto de evidencias que demuestren la aplicación real de los aprendizajes por parte de cada negocio, tales como publicaciones activas en canales digitales, diseño y elaboración de catálogos digitales, flujos básicos de atención al cliente, organización y control de inventarios y otros productos derivados de los módulos cursados.

Estas evidencias permiten verificar el avance individual de los negocios en su proceso de fortalecimiento y se deben visualizar en tiempo real.

9.6. Reportes periódicos de avance:

9.6.1 Reporte mensual: Permite a la SDDE monitorear avances de manera continua y da visibilidad sobre el número de negocios atendidos, actividades realizadas (capacitaciones, asesorías, integraciones digitales) y resultados iniciales.

9.6.2 Reporte trimestral consolidado: Debe profundizar en indicadores de impacto (ventas en línea, adopción de herramientas, participación en redes sociales, marketplace y/o e-commerce), e incluir análisis cualitativo: casos de éxito, dificultades comunes, ajustes metodológicos.

9.7. Informe final de resultados:

Documento completo en el cual se presentan los resultados generales de la estrategia, incluyendo el número total de negocios impactados, el nivel de avance alcanzado en capacidades de comercio digital, links de cada plataforma creada, los principales resultados cualitativos y cuantitativos, las lecciones aprendidas y los insights recopilados a lo largo del desarrollo de la estrategia para futuros fortalecimientos.

9.8. Certificación de los negocios locales beneficiarios:

El interesado será responsable de expedir la certificación oficial de participación y culminación exitosa del proceso de fortalecimiento digital a cada negocio local beneficiario que cumpla con los criterios mínimos de aprobación establecidos en la estrategia.

Dicha certificación deberá:

- Ser emitido en nombre del interesado, con su respectiva firma y logotipo institucional.
- Incluir la identificación del negocio local, la cohorte a la que perteneció y el periodo de ejecución.
- Señalar expresamente que el negocio cumplió con los requisitos de participación y aprobación definidos en la ruta metodológica.
- Ser entregado en formato físico o digital, garantizando su validez y trazabilidad para efectos de verificación y control por parte de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico.

La expedición de estas certificaciones será condición necesaria para la validación del cumplimiento de metas del vehículo contractual.

10. INDICADORES DE RESULTADO

10.1. Cobertura y participación:

10.1.1. Número de negocios convocados para participar en el fortalecimiento en comercio digital. Total de negocios que fueron convocados por los canales de comunicación oficiales.

Fórmula: *Número de negocios convocados en el marco de la estrategia*

10.1.2. Número de negocios fortalecidos en comercio digital: Total de negocios que culminan el proceso formativo y de acompañamiento.

Fórmula: *Número de negocios que finalizan el fortalecimiento*

10.1.3. Porcentaje de negocios que completan la ruta de fortalecimiento: porcentaje total de negocios que culminan el proceso formativo y de acompañamiento.

Fórmula: $(\text{Número de negocios que completan la ruta} \div \text{Número total de negocios vinculados}) \times 100. (\%)$

10.1.4. Porcentaje de deserción de negocios en la ruta de fortalecimiento de comercio digital.

Fórmula: $(\text{Número de negocios que desertan de la ruta} \div \text{Número total de negocios vinculados}) \times 100$.

10.2. Activación de la venta a través de canales digitales:

10.2.1 Porcentaje de negocios que publican sus productos en el o los diferentes canales digitales

Fórmula: $(\text{Número de negocios con publicaciones activas} \div \text{Número total de negocios participantes})$

10.3. Dominio de la operación comercial a través de los diferentes canales digitales:

10.3.1 Porcentaje de negocios con stock digital implementado y actualizado.

Fórmula: $(\text{Número de negocios con inventario digital básico o avanzado} \div \text{Número total de negocios participantes}) \times 100$

10.4. Formalización y gestión de ventas digitales:

10.4.1 Porcentaje de negocios que utilizan facturación electrónica asociada a las ventas digitales

Fórmula: $(\text{Número de negocios que usan facturación electrónica} \div \text{Número total de negocios obligados o aptos}) \times 100$

Nota técnica: El denominador deberá considerar únicamente los negocios obligados o en capacidad de facturar electrónicamente.

10.4.2 Porcentaje de negocios que utilizan pasarela y medios de pago digitales

Fórmula: $(\text{Número de negocios con medios de pago digitales activos} \div \text{Número total de negocios participantes}) \times 100$

10.5. Uso de canales estructurados:

-

10.5.1 Porcentaje de negocios que avanzan hacia esquemas estructurado de comercialización digital

Fórmula: $(\text{Número de negocios que implementan ecommerce o marketplace} \div \text{Número total de negocios participantes}) \times 100$

10.6. Experiencia con la estrategia definido por la SDDE

10.7.1 Nivel de satisfacción de los negocios locales beneficiados

Fórmula: *(Suma de calificaciones obtenidas ÷ Número total de encuestas respondidas)*

Unidad de medida: *Promedio (escala definida por la SDDE)*

Nota sobre indicadores de impacto esperado

Los indicadores de impacto mencionados en el Estudio del Sector (incremento proyectado en ventas digitales de entre el 20% y el 30%, y avance del 50% en procesos de formalización) constituyen metas de referencia institucional para evaluar la pertinencia y efectividad de la estrategia piloto. Dichos indicadores no configuran obligaciones contractuales exigibles al interesado, sino parámetros de análisis que la SDDE utilizará para valorar los resultados del piloto y retroalimentar la definición de lineamientos futuros. El cumplimiento contractual del interesado se medirá exclusivamente con base en los entregables verificables, la cobertura de negocios fortalecidos y los indicadores de participación definidos en el presente Anexo Técnico.

11. ROL DE LA SDDE

La Secretaría Distrital de Desarrollo Económico (SDDE), a través de la Subdirección de Intermediación, Formalización y Regulación Empresarial en Bogotá, liderará la dirección estratégica y garantizará la articulación institucional, supervisión y seguimiento del vehículo contractual, incluyendo:

- Definir los lineamientos estratégicos, técnicos y metodológicos que orientan la estrategia, así como los estándares mínimos de calidad y cumplimiento.
- Seleccionar, priorizar y convocar a los negocios beneficiarios, de acuerdo con los criterios establecidos por la estrategia del modelo DIME.
- Realizar el seguimiento, supervisión y control del vehículo contractual, verificando el cumplimiento del objeto, el alcance, los entregables y los indicadores de resultado.
- Brindar lineamientos y retroalimentación técnica al interesado cuando sea necesario para el adecuado desarrollo de la estrategia.

12. ROL DEL INTERESADO

El interesado será corresponsable de la planeación, ejecución y cierre técnico de la estrategia, en coordinación permanente con la SDDE. Su rol será complementario y colaborativo, asegurando la implementación efectiva de las acciones y deberá asumir, las siguientes funciones:

- Diseñar y ejecutar la estrategia de Fortalecimiento en Comercio Digital, conforme a los objetivos, metodología, ruta pedagógica y alcance establecidos en el vehículo contractual.

- Implementar los procesos de formación y acompañamiento a los negocios beneficiarios, asegurando una intervención progresiva, práctica y orientada a la implementación real.
- Acompañar a los negocios durante todo el proceso, brindando soporte técnico, resolviendo barreras operativas y facilitando la adopción de prácticas de comercio digital.
- Garantizar el cumplimiento de los indicadores de resultado, mediante la ejecución efectiva de la estrategia y la generación de evidencias verificables.
- Elaborar y presentar a la SDDE los reportes periódicos de avance y el informe final de resultados, con información clara, oportuna y trazable.
- Custodiar y entregar a la SDDE todos los productos, materiales y evidencias generadas en el marco del vehículo contractual.

Por otro lado, el interesado deberá demostrar y poner a disposición de la estrategia la capacidad instalada necesaria para el desarrollo integral de la estrategia de fortalecimiento digital. Este entregable comprende:

- **Infraestructura tecnológica:** Plataformas de formación virtual, sistemas de gestión de aprendizaje (LMS) y herramientas de seguimiento y trazabilidad de beneficiarios. La plataforma de formación debe garantizar estabilidad y escalabilidad para soportar entre 100 y 300 negocios locales simultáneos sin interrupciones, asegurar registro y trazabilidad mediante control de asistencia, participación y reportes automáticos, y contar con soporte técnico en tiempo real para resolver incidencias durante las sesiones en vivo. Asimismo, debe ofrecer interactividad a través de chat, encuestas y trabajo colaborativo, garantizar seguridad y accesibilidad con protocolos de autenticación y facilidad de acceso desde distintos dispositivos, e integrarse con un LMS para consolidar evidencias y contenidos. Complementariamente, se requiere accesibilidad permanente 24/7, un sistema de gestión de contenidos organizado con materiales y guías descargables, espacios para evidencias verificables que demuestren la aplicación práctica, y un sólido soporte metodológico mediante recursos pedagógicos que aseguren la cobertura de los contenidos mínimos establecidos en el cronograma. De esta forma, la SDDE podrá verificar en tiempo real la permanencia de los beneficiarios y el cumplimiento de las metas del vehículo contractual.
- **Recursos humanos especializados:** Equipo de facilitadores con experiencia comprobada en ventas digitales, marketing digital, IA, experiencia de clientes y post venta, así como personal administrativo para la coordinación operativa.

Cada facilitador debe implementar los módulos de su especialidad y brindar soporte técnico directo a las MiPymes, asegurando que los beneficiarios aprendan a vender en redes sociales, gestionar campañas digitales con apoyo de IA y consolidar relaciones sostenibles con sus clientes mediante procesos de postventa digital.

→ **Facilitador** en **Ventas Digitales:**

- ◆ Capacitar en el uso de redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp Business)

como canales de venta.

- ◆ Guiar la creación y gestión de catálogos digitales básicos en páginas web sencillas o en marketplace.
- ◆ Acompañar en la configuración de herramientas de social commerce y en la realización de las primeras ventas digitales.
- ◆ Brindar soporte técnico directo para resolver problemas prácticos en la implementación de canales de venta.

→ **Facilitador en Marketing Digital + IA:**

- ◆ Diseñar y acompañar campañas de publicidad digital con presupuestos ajustados para MiPymes.
- ◆ Implementar herramientas de IA accesibles como chatbots para atención inicial y automatización de campañas en redes sociales.
- ◆ Capacitar en segmentación de audiencias, creación de contenidos y uso de analítica predictiva básica para identificar tendencias.
- ◆ Dar soporte técnico en la configuración de plataformas de pauta digital y en la medición de resultados.

→ **Facilitador en Experiencia de Clientes y Postventa Digital:**

- ◆ Implementar y capacitar en el uso de CRM básicos para MiPymes.
- ◆ Guiar la atención multicanal (chat, redes sociales, correo, WhatsApp Business) con protocolos simples de servicio.
- ◆ Acompañar en la gestión de postventa: seguimiento de pedidos, resolución de reclamos y fidelización de clientes.
- ◆ Brindar soporte técnico en la configuración de flujos de atención digital y en la mejora de la experiencia del negocio local.

- **Espacios físicos y logísticos:** En caso de requerirse actividades presenciales, el interesado deberá contar con espacios adecuados y equipados, o garantizar convenios que permitan su disponibilidad.

13. PERFIL DEL NEGOCIO LOCAL

La Subdirección de Intermediación, Formalización y Regulación Empresarial define los criterios de priorización de negocios locales dentro de la estrategia de Fortalecimiento Digital Comercial, con el propósito de orientar la selección hacia perfiles con condiciones mínimas de madurez empresarial que permitan aprovechar de manera efectiva el acompañamiento ofrecido.

La priorización se estructura en tres perfiles, determinados a partir de seis dimensiones de evaluación: formalidad, organización interna, motivación y visión, presencia digital, capacidad de producción y probabilidad de aprovechamiento de la estrategia, así:

Dimensión	Perfil apto (Alta elegibilidad)	Perfil potencial (elegibilidad intermedia)	Perfil no apto (nula elegibilidad)
Formalidad	Registro en Cámara de Comercio activo, RUT actualizado, dispuesto a cumplir facturación digital	En proceso de formalización, trámites incompletos	Informal, sin registro ni intención de formalizar
Organización Interna	Manejo básico de inventarios y procesos administrativos	Organización parcial, registros manuales sin sistematización	Sin control de inventarios ni procesos
Motivación y Visión	Emprendedor con mentalidad de crecimiento y apertura a innovación	Motivación presente pero con resistencia al cambio	Enfoque de subsistencia, sin interés en escalar
Presencia Digital	Uso activo de redes sociales, WhatsApp Business, interés en marketplaces/ecommerce	Redes sociales básicas sin estrategia clara	Sin presencia digital o rechazo a usar canales digitales
Capacidad de Producción	Puede atender pedidos fuera de su barrio/localidad	Producción limitada, depende de demanda local	Producción mínima, no escalable
Aprovechamiento de la estrategia	Escala ventas digitales, se formaliza y permanece en el mercado	Requiere acompañamiento intensivo para lograr resultados	Alta probabilidad de desertión, bajo retorno del fortalecimiento

- **Perfil apto** (Alta elegibilidad) = **DIME Crecimiento**

Este grupo representa negocios con bases sólidas de formalidad y organización, motivación clara hacia el crecimiento y disposición para adoptar herramientas digitales. Son los que garantizan un retorno inmediato y sostenible de la inversión pública, pues escalan sus ventas, generan empleo y permanecen en el mercado.

- **Perfil potencial** (elegibilidad intermedia) = **Nacimiento alto**

Negocios con motivación y alguna presencia digital, pero con limitaciones en formalidad, producción o estrategia. Requieren acompañamiento intensivo y seguimiento cercano para que el fortalecimiento digital tenga impacto.

En virtud de lo expuesto, se debe disponer la implementación de un plan de acompañamiento intensivo para los negocios de perfil potencial, el cual deberá incluir indicadores de avance claros y verificables, que permitan medir su progreso y determinar su permanencia en el proceso.

Glosario – Estrategia de Fortalecimiento Digital Comercial

1. **Negocio local:** De acuerdo con el DTS del proyecto de inversión de la SIFRE negocio local es definido como: Es una unidad productiva, ya sea micronegocio, microempresa, pequeña o mediana empresa, formalizada o no, que desarrolla una actividad económica en la ciudad de Bogotá.
2. **Alfabetización digital:** Nivel de conocimiento y habilidades básicas que permiten a un negocio utilizar herramientas digitales para su operación comercial (redes sociales, mensajería, inventario, facturación).
3. **Diagnóstico digital:** Evaluación inicial que identifica brechas en capacidades digitales de cada negocio, incluyendo presencia en redes sociales, gestión de inventario, logística, facturación electrónica y servicio al cliente online.
4. **Ruta pedagógica:** Secuencia estructurada de módulos de formación y acompañamiento, diseñada para que los negocios avancen progresivamente en la adopción de prácticas digitales.
5. **Inventario digital:** Registro sistematizado de productos y servicios en plataformas digitales, que permite gestionar pedidos, controlar existencias y articular la operación comercial con canales digitales.
6. **Servicio al cliente online:** Conjunto de prácticas y herramientas para atender a clientes a través de medios digitales (WhatsApp, correo electrónico, chatbots, redes sociales), garantizando calidad y oportunidad en la respuesta.
7. **Facturación electrónica aplicada a ventas digitales:** Implementación de sistemas de facturación electrónica que cumplen con la normativa vigente y se integran a las operaciones de comercio digital.
8. **Ecommerce (comercio electrónico):** Modelo avanzado de comercialización digital que permite a los negocios vender sus productos en plataformas especializadas, marketplaces o tiendas virtuales propias
9. **Acompañamiento aplicado:** Proceso de asesoría práctica en el que los negocios implementen lo aprendido en su operación real, con seguimiento y evidencias verificables.
10. **Evento de cierre:** Espacio de socialización de resultados, networking y presentación de casos de éxito, que permite visibilizar el impacto de la estrategia y fomentar alianzas estratégicas.
11. **Seguimiento a impacto:** Monitoreo posterior a la finalización de la estrategia, orientado a medir indicadores como adopción de herramientas digitales, incremento de ventas y mejora en la atención al cliente.

Fuentes:

GoDaddy. (2025, junio). Informe sobre emprendimiento digital en Colombia. GoDaddy Latinoamérica.

Latinpyme. (2025, julio). Encuesta Global de Emprendimiento 2025: adopción digital de las MiPymes en Colombia. Latinpyme.

Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. (2026, febrero). Informe de comercio electrónico en Colombia 2025. Bogotá: CCCE.