

Plan metodológico detallado

Estrategia de Fortalecimiento Digital Comercial

Entregable correspondiente al numeral 9.1 del Anexo Técnico

Versión 3.0 · Septiembre de 2026

Documento formulado en coherencia con el Cronograma de Ejecución versión 2, ajustado conforme a lo acordado en el Comité Técnico N.º 2 del 15 de septiembre de 2026

Índice

	Contenido
1	Presentación y alcance del documento
2	Población objetivo y alineación con el modelo DIME
3	Ruta pedagógica escalonada
4	Módulos de formación
5	Objetivos de aprendizaje
6	Metodología de intervención
7	Criterios de avance entre niveles
8	Mecanismos de acompañamiento
9	Sistema de evidencias, criterio de aprobación y proporcionalidad en la verificación
Anexo A	Matriz de trazabilidad temática
Anexo B	Inventario de materiales pedagógicos
Anexo C	Relación entre evidencias e indicadores de la estrategia
Anexo D	Información pendiente de definición externa

1. Presentación y alcance del documento

1.1. Objeto

Este documento constituye el entregable previsto en el numeral 9.1 del Anexo Técnico. Describe de manera integral la ruta pedagógica escalonada de la Estrategia de Fortalecimiento Digital Comercial, sus módulos de formación, los objetivos de aprendizaje asociados, la metodología de intervención, los criterios de avance entre niveles, los mecanismos de acompañamiento y el sistema de evidencias que soporta la aprobación de los negocios beneficiarios.

El desarrollo de la ruta formativa se articula con el Cronograma de Ejecución del proyecto, documento independiente que contiene la programación de las actividades y cuya actualización se gestiona mediante versiones, garantizando la trazabilidad de los ajustes realizados durante la ejecución.

1.2. Alcance de la intervención

La estrategia acompaña a negocios locales de Bogotá en etapa de nacimiento y crecimiento en su transición hacia entornos de venta electrónica. Cada beneficiario recorre una malla formativa de cuarenta (40) horas distribuidas en diez (10) módulos, compuesta por sesiones sincrónicas virtuales, jornadas sincrónicas presenciales y trabajo autónomo aplicado a su propio negocio.

Concepto	Definición
Cobertura	Cuatro cohortes de ochenta cupos cada una, para un total de trescientos veinte (320) cupos. (incluye porcentaje de deserción)
Organización	Dos lanzamientos consecutivos. Lanzamiento 1: Cohortes 1 y 2. Lanzamiento 2: Cohortes 3 y 4.
Día fijo de sesión	Cohorte 1 martes, Cohorte 2 miércoles, Cohorte 3 jueves y Cohorte 4 viernes. (horarios por confirmar)
Duración por beneficiario	Cuarenta horas: veintitrés sincrónicas (incluye las horas presenciales) y diecisiete de trabajo autónomo.
Cierre del proceso formativo	26 de noviembre de 2026 para la totalidad de las cohortes.

1.3. Documentos de referencia

- Anexo Técnico de la Estrategia de Fortalecimiento Digital Comercial.
- Cronograma de Ejecución versión 2, entregable correspondiente al numeral 9.2.
- Diagnóstico de Madurez Empresarial (DIME), Secretaría Distrital de Desarrollo Económico.
- Evidencias de implementación por negocio, conforme a lo establecido en el numeral 9.5 del Anexo Técnico.

2. Población objetivo y alineación con el modelo DIME

2.1. Etapas de madurez atendidas

El Diagnóstico de Madurez Empresarial de la Secretaría clasifica a los negocios en cinco etapas de desarrollo. La estrategia atiende las dos etapas intermedias, conforme a la conformación de cohortes establecida contractualmente:

Etapas DIME	Necesidad que define la etapa	Cohorte
Nacimiento	Consolidar la operación del negocio y ampliar su mercado.	Cohortes 1 y 3
Crecimiento	Optimizar y profesionalizar un negocio que ya opera.	Cohortes 2 y 4

La distinción no expresa una jerarquía de calidad sino un momento distinto de desarrollo. Para efectos formativos la diferencia es operativa: un negocio en nacimiento monta por primera vez cada eslabón de la venta digital, mientras que un negocio en crecimiento ordena, mide y profesionaliza eslabones que ya tiene en funcionamiento.

2.2. Cómo se materializa la diferenciación

La malla formativa, los módulos y las evidencias son comunes a las cuatro cohortes, conforme al Cronograma de Ejecución. La diferenciación por etapa de madurez se aplica en el desarrollo de la sesión sincrónica, que es el espacio donde el acompañamiento experto se ajusta a la condición real de cada grupo:

Punto de diferenciación	Cómo opera y cómo se verifica
Guion diferenciado por cohorte	Cada sesión cuenta con un guion que ajusta el punto de partida y el punto de llegada del ejercicio práctico según la etapa de madurez de la cohorte. El contenido y el producto exigido son comunes; el trabajo guiado es distinto.
Registro de la diferenciación	La grabación íntegra de cada sesión se publica en la plataforma y constituye el registro verificable del énfasis aplicado a cada cohorte.

Ejemplo de aplicación

En el módulo 3, Canal de venta, un negocio en etapa de nacimiento construye y publica su primer canal digital; un negocio en etapa de crecimiento optimiza el canal existente e integra catálogo y medios de contacto. El producto exigido es el mismo —un canal publicado y funcional— y el trabajo de la sesión es distinto.

3. Ruta pedagógica escalonada

3.1. Principio de diseño

La ruta se organiza en dos capas complementarias con funciones distintas y articuladas:

Capa	Función
Sesiones sincrónicas	Constituyen la ruta formativa. En ellas se explica cada paso, se trabaja sobre el negocio del beneficiario y se produce la evidencia del módulo. Son el espacio del acompañamiento experto.
Plataforma virtual de aprendizaje	Sostiene la ruta: aloja los materiales, las grabaciones, el trabajo autónomo y las evaluaciones de cada módulo, y registra la trazabilidad individual de cada beneficiario.

La progresividad se cumple en la secuencia de los módulos: cada uno parte de lo producido en el anterior y ninguno exige conocimientos previos distintos de los trabajados en la ruta. La estructura avanza del reconocimiento del estado del negocio a la construcción del canal, de allí a la transacción y finalmente a la sostenibilidad comercial.

3.2. La ruta y sus estaciones

Cada módulo corresponde a una estación de la ruta, con un propósito y un logro esperado formulados desde la perspectiva del beneficiario. La denominación de las estaciones se emplea en la comunicación con los negocios participantes.

Mód.	Estación	Denominación de la sesión	Logro del beneficiario
1	CONECTA	Encuentro de bienvenida y conexión	Entiendo la ruta, conozco lo que viene y sé por qué esto puede ayudar a mi negocio.
1	DESCUBRE	Arranca tu transformación digital	Sé dónde está mi negocio y qué necesito mejorar.
2	PREPÁRATE	Pon tu negocio a punto para vender	Mi negocio está listo para dar el siguiente paso: vender.
3	CONSTRUYE	Tu vitrina, tu canal, tu oportunidad	Ya tengo un espacio donde mi negocio puede mostrar y ofrecer lo que vende.
4	FACILITA	Haz fácil el pago y la entrega	Sé cómo facilitarle al cliente el pago y la recepción de su compra.
5	PRUEBA	De la vitrina al primer «sí, compro»	Pasé de tener mi canal listo a comprobar que puedo vender.
6	CONVIERTE	Conecta, convence y cierra	Sé cómo atender, generar confianza y llevar una conversación hacia el cierre.
7	ATRAE	Haz que tus clientes te encuentren	Estoy haciendo que más personas descubran mi negocio.

8	AMPLÍA	Llega a más clientes con pauta	Puedo utilizar la pauta para llegar a personas que todavía no conocen mi negocio.
9	FIDELIZA	Vende hoy, vuelve a vender mañana	Entiendo que el objetivo no es solo vender una vez, sino lograr que el cliente regrese.
10	TRASCIENDE	De la primera venta al próximo nivel	Tengo resultados, aprendizajes y claridad sobre lo que sigue para mi negocio.

Las estaciones CONECTA y DESCUBRE integran el módulo 1. La primera se desarrolla como sesión conjunta de las dos cohortes del lanzamiento y la segunda por cohorte.

3.3. Distribución de las 40 horas

Horas	Componente	Descripción
14 horas	Sesiones sincrónicas virtuales	Módulos 1, 2, 4, 6, 7, 8 y 9, de 18:00 a 20:00 en el día fijo de cada cohorte.
9 horas	Jornadas sincrónicas presenciales	Módulos 3, 5 y 10, en jornada única de la cohorte completa. La franja horaria de cada jornada se define según la disponibilidad de espacios y se precisa en el Cronograma de Ejecución.
17 horas	Trabajo autónomo	Trabajo en plataforma y aplicación de cada paso al negocio del beneficiario.

Total: 23 horas sincrónicas y 17 horas de trabajo autónomo, para un total de 40 horas por beneficiario.

3.4. Secuencia de la malla formativa

Mód.	Contenido sincrónico	Modalidad	Horas	Evidencia verificable exigida
1	Inducción y diagnóstico. Puesta a punto de plataforma y reglas de participación (1 h). Bienvenida, diagnóstico digital inicial e introducción al comercio electrónico (2 h).	Virtual	3 + 2 aut.	Plan personal de aprendizaje y canal principal elegido
2	Listo para vender. Condiciones mínimas, producto estrella, precio con margen y propuesta de valor.	Virtual	2 + 2 aut.	Producto estrella con foto, precio con margen y propuesta de valor
3	Canal de venta. Configuración guiada de tienda en línea, perfil en	Presencial	3 + 1 aut.	Canal publicado y funcional

	marketplace u optimización de redes sociales.			
4	Cobrar y entregar. Medios de pago digitales, pasarela y logística básica: costos, tiempos y zonas de entrega.	Virtual	2 + 2 aut.	Medio de pago activo y esquema de entrega definido
5	Primera venta piloto. Mentoría acompañada para el cierre de la primera venta digital real.	Presencial	3 + 1 aut.	Primera transacción real con soporte
6	Atención y cierre de ventas. Tiempos de respuesta, lenguaje, seguimiento y cierre.	Virtual	2 + 2 aut.	Guion de atención y respuestas rápidas
7	Atraer tráfico orgánico. Estrategias de contenido comercial y posicionamiento orgánico.	Virtual	2 + 2 aut.	Calendario de contenido y publicaciones activas
8	Pauta básica. Campañas pagas con presupuestos ajustados y medición de resultados.	Virtual	2 + 2 aut.	Campaña publicada y reporte de métricas
9	Repetir y fidelizar. Consultorio en vivo: recompra, solicitud de reseña y gestión básica de clientes.	Virtual	1 + 3 aut.	Evidencia de CRM básico o automatización
10	Cierre y socialización de resultados. Socialización, networking y casos de éxito.	Presencial	3	Informe de indicadores de ventas digitales y plan de 90 días

Las fechas calendario de cada sesión, con día, hora de inicio y fin y responsable designado, se detallan en el Cronograma de Ejecución (numeral 9.2).

4. Módulos de formación

La plataforma virtual organiza el contenido en módulos correspondientes a la malla formativa. Cada módulo contiene los materiales de la sesión, la grabación correspondiente, el trabajo autónomo asociado, contenidos de profundización y una evaluación.

4.1. Estructura de cada módulo

Componente	Descripción
Materiales de la sesión	Presentación de la sesión, en formato descargable.
Grabación	Publicada en los días siguientes a la sesión, de modo que la inasistencia puntual no interrumpa el avance.
Formulario de evidencia	Instrumento en línea que abre con la ficha del entregable —qué se entrega, cómo se elabora y con qué criterios se verifica— y a continuación recoge la evidencia en campos estructurados. El beneficiario accede mediante un único enlace.
Trabajo autónomo	Contenidos y actividades del módulo, cuyo avance registra la plataforma.
Contenidos de profundización	Recursos de ampliación disponibles desde el primer día y sin restricción de orden, para los negocios que requieran mayor desarrollo temático.
Evaluación del módulo	Instrumento de verificación de suficiencia sobre el contenido trabajado en la sesión. Es común a las cuatro cohortes, de modo que el desempeño resulte comparable entre etapas de madurez.

Criterio de accesibilidad

La totalidad del contenido se encuentra disponible desde el inicio del programa, sin secuencia obligatoria. Esta configuración permite que cada beneficiario avance a su ritmo y que quien se reincorpore tras una inasistencia pueda retomar sin bloqueos.

5. Objetivos de aprendizaje

5.1. Objetivo general

Al finalizar la ruta, el negocio beneficiario cuenta con un canal digital de venta publicado y operativo, con capacidad para recibir pagos y cumplir entregas, habiendo realizado al menos una venta digital documentada, y dispone de un plan de continuidad a noventa días para sostener su operación comercial digital.

5.2. Objetivos por módulo

Mód.	Módulo	Al terminar el módulo, el beneficiario es capaz de
1	Inducción y diagnóstico	Reconocer el estado digital actual de su negocio, formular objetivos medibles a noventa días y elegir el canal principal con el que trabajará la ruta.
2	Listo para vender	Definir su producto estrella, calcular un precio con margen explícito y formular la propuesta de valor con la que se presentará al mercado.
3	Canal de venta	Publicar y dejar operativo un canal digital de venta con catálogo mínimo, identificación del negocio y forma de contacto visible.

4	Cobrar y entregar	Activar un medio de pago digital funcional y definir las condiciones de entrega de sus pedidos en costos, tiempos y zonas.
5	Primera venta piloto	Completar el ciclo íntegro de una venta digital, desde la conversación con el cliente hasta el pago y la entrega.
6	Atención y cierre de ventas	Atender consultas comerciales con tiempos y lenguaje adecuados, manejar la objeción de precio y conducir la conversación hacia el cierre.
7	Atraer tráfico orgánico	Planificar y publicar contenido comercial orientado a que nuevos clientes encuentren su negocio.
8	Pauta básica	Configurar y publicar una campaña paga con presupuesto ajustado, y leer sus resultados para tomar decisiones.
9	Repetir y fidelizar	Organizar su base de clientes y ejecutar una acción concreta orientada a la recompra.
10	Cierre y socialización de resultados	Presentar los resultados alcanzados con indicadores de ventas digitales y proyectar los siguientes noventa días de su negocio.

Los objetivos se formulan en términos de capacidad demostrable: cada uno se verifica mediante la evidencia asociada al módulo y no mediante declaración del beneficiario.

6. Metodología de intervención

La intervención se rige por los principios establecidos en el Anexo Técnico y se concreta en las siguientes reglas de operación:

Principio	Cómo se aplica
Aprender produciendo	Cada módulo termina con un producto real del negocio. Las evidencias son piezas de la operación del beneficiario, no ejercicios académicos.
Lenguaje claro	Los materiales se redactan sin tecnicismos y con ejemplos de negocios comparables. Los términos técnicos se introducen únicamente cuando el beneficiario necesita usarlos.
Herramientas accesibles	La ruta se ejecuta con herramientas gratuitas o de uso extendido. Ninguna evidencia exige la contratación de servicios pagos, con excepción del presupuesto mínimo de la campaña del módulo 8, ajustado a la capacidad del negocio.
Progresividad	La secuencia avanza de la habilitación básica a la sostenibilidad comercial. Ningún módulo supone haber completado contenidos opcionales.
Criterios públicos	Los criterios de aprobación de cada evidencia se entregan al beneficiario junto con la ficha del entregable, antes de que deba producirla.
Proporcionalidad en la revisión	Los criterios verifican que el negocio ejecutó la acción, no la calidad estética del resultado.
Acompañamiento activo	El seguimiento no espera a que el beneficiario solicite ayuda: se activa por indicadores de inactividad y de atraso en la entrega de evidencias.

7. Criterios de avance entre niveles

La ruta se organiza en tres niveles sucesivos. El avance entre niveles se determina por la producción de evidencias y no por el transcurso del calendario.

Nivel	Módulos	Condición de avance	Evidencias que la acreditan
Nivel 1 · Habilitación	1 a 3	El negocio tiene definido su producto y su propuesta de valor, y cuenta con un canal digital publicado y funcional.	Plan personal de aprendizaje, producto estrella y canal publicado.
Nivel 2 · Transacción	4 a 6	El negocio puede cobrar y entregar, ha completado al menos una venta digital y atiende con un guion definido.	Medio de pago activo, primera transacción con soporte y guion de atención.
Nivel 3 · Sostenibilidad	7 a 10	El negocio atrae tráfico de forma planificada, amplía alcance, gestiona su base de clientes y proyecta su continuidad.	Calendario de contenido, campaña publicada, evidencia de gestión de clientes e informe con plan de 90 días.

7.1. Tratamiento del no cumplimiento

El no cumplimiento de una condición de avance no implica retiro ni pérdida del cupo. Determina la activación de mecanismos de acompañamiento adicionales:

Situación	Acción
Evidencia devuelta	Devolución con indicación expresa del criterio incumplido y de la corrección requerida. El beneficiario dispone de cinco días calendario para corregir y reenviar.
Segunda devolución de la misma evidencia	Se agenda acompañamiento individual o en grupo pequeño, según el número de casos con la misma dificultad, en lugar de una tercera devolución.
Entrega extemporánea	Se acepta hasta el cierre del módulo siguiente, registrando la fecha real de entrega.
Nivel no completado al cierre del bloque	El beneficiario continúa con su cohorte e ingresa a la ruta de nivelación programada entre el 20 y el 25 de noviembre de 2026.

Regla de no exclusión

Ningún beneficiario es retirado de la ruta por no haber alcanzado una condición de avance. El registro de su situación queda en el seguimiento individual y activa acompañamiento, no exclusión.

8. Mecanismos de acompañamiento

8.1. Seguimiento individual

Mecanismo	Descripción
Semáforo por beneficiario	Clasificación semanal en verde, amarillo o rojo según horas acreditadas y evidencias entregadas. El estado rojo activa contacto individual.
Verificación de acceso efectivo	Durante los primeros días de la ruta se verifica el ingreso de la totalidad de los beneficiarios de la cohorte. Quien no haya ingresado recibe contacto telefónico de apoyo.
Revisión y devolución	Cada evidencia se revisa dentro de la semana siguiente a su cargue. La devolución indica el criterio incumplido y la corrección requerida, de modo que el beneficiario no deba rehacer el entregable completo.
Publicación de grabaciones	La grabación de cada sesión se publica en la plataforma en los días siguientes a su realización, de modo que la inasistencia puntual no interrumpa el avance.
Canal de contacto de apoyo	Se mantiene un canal de mensajería para recordatorios, soporte de acceso y acompañamiento, con banco de mensajes estandarizados. Este canal permite además el registro asistido de evidencias descrito en el numeral 9.3.
Consultorio en vivo	El módulo 9 se desarrolla en formato de consultorio, con revisión de casos reales de los beneficiarios de la cohorte.

8.2. Acompañamiento a la implementación

El acompañamiento no se agota en la permanencia del beneficiario en la ruta: se orienta a que cada negocio ejecute, con apoyo directo, los pasos que lo llevan de la habilitación digital básica a la implementación de estrategias de venta en línea. Los siguientes mecanismos operan sobre esa implementación.

Mecanismo	Descripción
Aplicación al negocio propio en cada sesión	El tramo final de cada sesión sincrónica se destina a que el beneficiario ejecute el paso del módulo sobre su propia operación, con acompañamiento en línea del equipo formador. La evidencia del módulo es el resultado de esa ejecución.
Construcción guiada del canal de venta	La jornada presencial del módulo 3 se destina a configurar y publicar el canal de venta de cada negocio, con acompañamiento directo. El beneficiario termina la jornada con su canal en funcionamiento.
Cierre acompañado de la primera venta	La jornada presencial del módulo 5 acompaña la ejecución de una transacción digital real de extremo a extremo: publicación del producto, cobro por medio digital, entrega y soporte de la operación.
Consolidación de resultados comerciales	La jornada presencial del módulo 10 acompaña la elaboración del informe de indicadores de ventas digitales y del plan de los noventa días siguientes, con el que cada negocio da continuidad a lo implementado.

8.3. Momentos críticos

El seguimiento se intensifica en los momentos de mayor riesgo de abandono:

Momento	Acción de acompañamiento
Semana de alistamiento	Verificación de acceso efectivo a la plataforma para la totalidad de los beneficiarios de la cohorte, previa al primer módulo.
Módulos 1 y 2	Insumo del punto de decisión de dimensionamiento del 18 de septiembre de 2026: acceso efectivo, asistencia a las dos primeras sesiones y respuesta al contacto individual.
Módulos 3 y 4	Primer periodo con evidencia verificable exigida. Insumo del punto de recalibración del acompañamiento del 2 de octubre de 2026.
Módulos 8 y 9	Verificación de la brecha entre horas acreditadas y horas requeridas, con activación de nivelación individual.
20 al 25 de noviembre de 2026	Semana de nivelación y recuperación de evidencias pendientes para las cuatro cohortes.

Delimitación de responsabilidades

Conforme al Anexo Técnico, la convocatoria, la selección de beneficiarios y la gestión de retiros y reemplazos corresponden a la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico. Las acciones descritas en este capítulo constituyen contacto de apoyo orientado a la permanencia y no sustituyen ni asumen la gestión de la base de beneficiarios.

9. Sistema de evidencias y criterio de aprobación

9.1. Criterio de aprobación

Se certifica al negocio beneficiario que acredite el 80% del total de las 40 horas del programa, equivalente a 32 horas, sumando horas sincrónicas y trabajo autónomo, y que entregue las evidencias verificables exigidas.

Componente	Forma de acreditación
Horas sincrónicas	Registro nominal de conexión de las sesiones virtuales y listados de asistencia de las jornadas presenciales.
Trabajo autónomo	Porcentaje de avance registrado en la plataforma. El 100% de avance equivale a las 17 horas previstas en la malla.
Evidencias verificables	Registro de aprobación por módulo, conforme a los criterios establecidos en el numeral 9.2.

Aplicación del criterio en dos niveles

El criterio del 80% opera en dos niveles sucesivos y complementarios. El primero determina qué sesiones se contabilizan como asistidas; el segundo determina si el beneficiario aprueba la ruta. Ambos deben cumplirse.

Nivel	Regla	Forma de verificación
Umbral por sesión	Una sesión se contabiliza como asistida cuando el beneficiario permanece conectado o presente durante al menos el 80% de su duración. En una sesión virtual de dos horas, el mínimo es de una hora y treinta y seis minutos. En una jornada presencial de tres horas, el mínimo es de dos horas y veinticuatro minutos. La sesión en la que no se alcanza ese umbral no se contabiliza como asistida.	Sesiones virtuales: reporte nominal de conexión de la plataforma de sesiones, con hora de ingreso y de salida. Cuando un mismo beneficiario registra varios ingresos y salidas en una misma sesión, se suman los minutos efectivos de conexión. Jornadas presenciales: listado nominal de asistencia suscrito por los participantes en la jornada.
Umbral global de la ruta	Sobre el total de horas contabilizadas, sumando las sesiones asistidas y el avance en la plataforma, el beneficiario debe acreditar el 80% de las 40 horas del programa, equivalente a 32 horas.	Consolidación en el instrumento de registro de las horas sincrónicas contabilizadas y del porcentaje de avance registrado en la plataforma virtual de aprendizaje.

9.2. Criterios de aprobación de las evidencias

Cada evidencia se evalúa con tres criterios y se aprueba únicamente si cumple los tres. Si falla uno, se devuelve indicando cuál. Los criterios verifican que el negocio ejecutó la acción con los medios a su alcance, no la calidad estética del resultado ni el uso de herramientas especializadas.

Evidencia	Criterios de aprobación
Plan personal de aprendizaje	Tres objetivos con un número asociado y horizonte a noventa días · Producto o servicio específico elegido · Canal principal elegido
Producto estrella	Fotografía propia del producto · Precio publicado con margen identificado · Descripción que menciona un beneficio para el comprador
Canal de venta publicado	Enlace que abre sin iniciar sesión desde otro dispositivo · Al menos tres productos con precio visible · Nombre del negocio y forma de contacto visibles
Medio de pago activo	Medio de pago configurado, acreditado con captura del enlace, código o cuenta de cobro · Medio disponible para el cliente en el canal o en la conversación de venta · Condiciones de entrega escritas
Primera venta piloto	Acredita capacidad transaccional por una de dos vías, a elección del negocio: prueba de cobro, con captura de la notificación de un pago recibido por cualquier valor; u oferta comercial enviada, con captura de la conversación en que se ofrece el producto con precio, medio de pago y condiciones de entrega · El registro es posterior al inicio del programa · Corresponde al producto y al canal trabajados en la ruta
Guion de atención	Cinco preguntas frecuentes con su respuesta escrita · Una respuesta preparada para la objeción de precio · Las respuestas invitan a continuar la conversación o a comprar
Calendario de contenido	Cuatro publicaciones programadas con fecha, canal y tema · Al menos una publicación efectivamente en línea · Enlace verificable de la publicación

Campaña pagada	Campaña creada y publicada, acreditada con captura de su configuración · Presupuesto y duración registrados · Una conclusión escrita sobre el resultado esperado u obtenido
Fidelización y plan de 90 días	Base de clientes organizada, con un mínimo de diez registros consultables · Acción de contacto o recompra enviada, acreditada con captura · Tres metas a noventa días con indicador y fecha

9.3. Criterio de proporcionalidad en la verificación

La verificación de evidencias se rige por el principio de proporcionalidad, en atención a las condiciones reales de operación de los negocios beneficiarios, que corresponden a unidades productivas en etapa de nacimiento y crecimiento con capacidad instalada limitada. En aplicación de ese principio se observan las siguientes reglas:

Regla	Fundamento y alcance
Ninguna evidencia depende de la decisión de un tercero	La decisión de compra de un cliente no se encuentra bajo control del negocio beneficiario ni del proceso formativo. Condicionar la aprobación a un hecho ajeno haría depender la certificación de una variable externa al aprendizaje. Por ello el módulo 5 acredita capacidad transaccional y admite la prueba de cobro como vía de verificación.
La captura de pantalla es medio de prueba suficiente	Los negocios beneficiarios operan mayoritariamente desde dispositivos móviles. Exigir formatos documentales elaborados introduce una barrera tecnológica ajena al objeto de la estrategia. La captura de pantalla acredita el hecho verificado con la misma certeza.
Registro asistido de evidencias	Cuando el beneficiario presenta dificultades para el diligenciamiento en línea, la coordinación registra la evidencia a partir del soporte remitido por el canal de contacto, dejando constancia de la fecha, la cohorte, el módulo y el responsable de la verificación. La barrera de registro no puede convertirse en causa de no certificación.
La verificación recae sobre la acción, no sobre el resultado comercial	Los criterios constatan que el negocio ejecutó la acción formativa. Los resultados comerciales se recogen de manera complementaria y alimentan los indicadores de la estrategia sin condicionar la aprobación.

Registro complementario de resultados comerciales

El formulario de evidencia de los módulos 5 y 10 incorpora una pregunta adicional sobre ventas efectivamente realizadas a clientes, con adjunto optativo de soporte. Esta pregunta no condiciona la aprobación de la evidencia y constituye la fuente del indicador de negocios que realizan ventas digitales.

9.4. Registro y trazabilidad

Registro	Fuente y forma de verificación
Asistencia sincrónica	Listados nominales con hora de ingreso y salida y reportes de conexión exportables en Excel y PDF, con visualización disponible para la supervisión.
Avance en plataforma	Reportes con nombre del beneficiario y porcentaje de avance por módulo.
Evidencias de implementación	Registro individual por negocio, con trazabilidad por nombre, cohorte y módulo.

Consolidado por cohorte	Tablero de seguimiento con horas acreditadas, evidencias aprobadas y estado de cumplimiento del criterio de aprobación.
-------------------------	---

Los cuatro registros se cruzan mediante el documento de identidad del beneficiario y el identificador del negocio, capturados con formato idéntico en todos los sistemas.

Anexo A. Matriz de trazabilidad temática

Relación entre las temáticas mínimas establecidas en el Anexo Técnico, el módulo de la malla que las desarrolla y la evidencia que acredita su aplicación en el negocio.

Temática del Anexo Técnico	Módulo	Evidencia que la acredita
Habilitación para la venta digital básica	1 y 2	Plan personal de aprendizaje · Producto estrella
Identidad digital y contenido comercial	2 y 7	Producto estrella · Calendario de contenido
Gestión de canales digitales propios	3 y 8	Canal publicado · Campaña publicada
Servicio al cliente y experiencia de compra	6 y 9	Guion de atención · Evidencia de gestión de clientes
Gestión de inventario digital	2 y 4	Producto estrella con precio y margen · Esquema de entrega
Articulación de inventario, pedidos y canales	4 y 5	Medio de pago y esquema de entrega · Prueba de cobro u oferta comercial enviada
Operación logística para ventas digitales	4 y 5	Condiciones de entrega escritas · Condiciones de entrega comunicadas al cliente en la oferta
Facturación electrónica y formalización	4 y 10	Medio de pago activo · Informe de indicadores de ventas digitales
Introducción al comercio electrónico	1	Plan personal de aprendizaje y canal principal elegido
Inteligencia artificial para el comercio digital	2, 3 y 7	Producto estrella · Canal publicado · Calendario de contenido

La numeración de los módulos de la malla formativa no coincide con la numeración de las temáticas del Anexo Técnico. Esta matriz establece la correspondencia y constituye el instrumento de verificación de cobertura temática.

Anexo B. Inventario de materiales pedagógicos

Relación de los recursos didácticos que soportan la ruta, con indicación de su origen y su condición de entrega, para efectos del numeral 9.3.

Recurso	Formato	Condición
Presentación de la sesión	PowerPoint editable y PDF	Material base de los diez módulos. Producido para la estrategia. Se entrega.

Formulario de evidencia con ficha integrada	Formulario en línea	Material base de los módulos con evidencia asociada. Producido para la estrategia. Se dispone para el beneficiario mediante enlace.
Grabación de la sesión	Video	Material base de los diez módulos. Producido para la estrategia. Se entrega.
Contenidos de profundización de la plataforma	Contenido en plataforma	Material preexistente del interesado y sus aliados, no desarrollado con cargo a esta estrategia. Se dispone para acceso de los beneficiarios durante la vigencia.

Los materiales sirven a las cuatro cohortes y permanecen disponibles en el entorno virtual durante toda la vigencia de la estrategia. La estrategia no traslada al beneficiario la administración de documentos de trabajo: los entregables que requieren elaboración se construyen durante las jornadas sincrónicas, con acompañamiento del equipo formador, y su resultado se reporta a través del formulario de evidencia del módulo correspondiente.

Anexo C. Relación entre evidencias e indicadores

Correspondencia entre los productos de la ruta y los indicadores de la estrategia, con indicación de la fuente que alimenta cada uno.

Indicador	Módulo que lo produce	Fuente de verificación
Negocios fortalecidos y porcentaje que completa la ruta	Transversal	Consolidado de cumplimiento del criterio de aprobación por cohorte
Porcentaje de deserción	Transversal	Tablero de seguimiento y registros de asistencia
Negocios con publicaciones activas en canales digitales	3, 7 y 8	Canal publicado, calendario de contenido y campaña publicada
Negocios con medios de pago digitales activos	4	Medio de pago configurado y disponible para el cliente
Negocios con capacidad transaccional acreditada	5	Prueba de cobro u oferta comercial enviada
Negocios que realizan ventas digitales	5 y 10	Registro complementario de ventas efectivas del formulario de evidencia, conforme al numeral 9.3
Negocios que avanzan a esquemas comerciales estructurados	3 y 10	Canal publicado e informe de indicadores con plan de 90 días
Nivel de satisfacción de los negocios beneficiados	10	Encuesta de cierre aplicada en la sesión de socialización

Anexo D. Información pendiente de definición externa

Información que debe ser suministrada o confirmada por terceros para completar la ejecución de la ruta descrita. Ninguno de estos puntos impide el inicio del proceso formativo.

#	Punto	Responsable de suministrarlo
1	Sedes de las jornadas sincrónicas presenciales de los módulos 3, 5 y 10	Por confirmar con la Secretaría
2	Conformación de los grupos beneficiarios de las Cohortes 3 y 4, requerida a más tardar el 19 de septiembre de 2026	Secretaría Distrital de Desarrollo Económico
3	Instrumento y escala de la encuesta de satisfacción de beneficiarios	Por definir con la Secretaría

Documento elaborado por la Dirección General de la operación, con el concurso de la Coordinación de proyectos, la Coordinación operativa, la Coordinación administrativa y la administración de la plataforma. La designación nominal de responsables por sesión se relaciona en el Cronograma de Ejecución del numeral 9.2.

Presentado para validación técnica, jurídica y pedagógica de la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico.