

Bogotá D.C,

PARA: JEFATURA DE CONTRATACIÓN

DE: WILMAR SEPÚLVEDA DÍAZ
Gerente de Infraestructura

ASUNTO: ESTUDIO PREVIO PARA LA CONTRATACIÓN DE HASTA DOS (2) OPERADORES PARA FORMULAR, EJECUTAR Y REALIZAR EL SEGUIMIENTO DE UNA ESTRATEGIA QUE LES PERMITA A COMERCIANTES Y/O MIPYMES COLOMBIANAS DE DIFERENTES SECTORES ECONÓMICOS, LA SENSIBILIZACIÓN Y CAPACITACIÓN VIRTUAL PARA LA CREACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE TIENDAS VIRTUALES QUE LES PERMITA HACER VISIBLES SUS NEGOCIOS EN EL ECOSISTEMA DIGITAL E INCREMENTAR SUS VENTAS MEDIANTE EL COMERCIO ELECTRÓNICO E INCREMENTO DE TRANSACCIONES DIGITALES.

El Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – FONTIC, en el marco del plan TIC 2018- 2020 “El futuro digital para todos” y para lograr avances en el proceso de transformación digital de comerciantes y/o mipymes colombianas en Colombia suscribió con la Banca de Desarrollo Territorial – FINDETER, el Convenio Interadministrativo No. 716 del 28 de enero de 2022, cuyo objeto es “*Aunar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros para la formulación y ejecución de una estrategia de sensibilización, capacitación y apropiación de habilidades digitales y comercio electrónico para comerciantes y/o mipymes colombianas,*”

En virtud del convenio referenciado FONTIC y FINDETER se comprometen a aunar esfuerzos para el desarrollo de la línea estratégica **TIENDAS VIRTUALES**

Acorde a lo anterior, se presentan los Estudios Previos para que el grupo a su cargo elabore los Términos de Referencia y se realicen los trámites para la aprobación ante los miembros del Comité Técnico de la contratación del asunto, sin perjuicio de dar inicio al proceso de selección, hasta tanto la Dirección de Contratación valide que se cumple con todos los requerimientos necesarios para su inicio.

1. DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD A SATISFACER

1.1. MARCO LEGAL QUE FUNDAMENTA LA PRESENTE CONVOCATORIA

La Banca de Desarrollo Territorial S.A.- FINDETER, creada bajo la Ley 57 de 1989, y modificada por el Decreto 4167 de 2011, es una sociedad de economía mixta del orden nacional, del tipo de las anónimas, organizada como un establecimiento de crédito, vinculada al Ministerio de Hacienda y Crédito Público, y sometida a vigilancia de la Superintendencia Financiera de Colombia.

Conforme a lo establecido en el literal h del artículo 270 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero, adicionado por el artículo 28 de la Ley 1328 de 2009, FINDETER en desarrollo de su objeto social, puede prestar servicios de asistencia técnica, estructuración de proyectos, consultoría técnica y financiera, y por tanto, en ejercicio de estas facultades legales, celebra contratos y convenios para el diseño, ejecución y administración de proyectos o programas de inversión relacionados con las actividades señaladas en el numeral 2° del artículo 268 del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero.

Así mismo, por expresa disposición del artículo 6 del citado Decreto 4167 DE 2011, así como del artículo 15 de la Ley 1150 de 2007, el régimen de contratación de FINDETER es el derecho privado, salvo en lo que se refiere al régimen de inhabilidades e incompatibilidades previsto legalmente para la contratación estatal y los principios de la función administrativa y de la gestión fiscal de que tratan los artículos 209 y 267 de la Constitución Política.

Por lo anterior, los procesos de contratación se regirán de acuerdo con lo establecido en el Código Civil, Código de Comercio y demás normas que resulten aplicables.

1.2. ANTECEDENTES PARTICULARES DE LA LÍNEA ESTRATÉGICA

La Ley 1341 de 2009, “*Por la cual se definen Principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones*”, tiene como uno de sus principios orientadores el fomento, la promoción y el desarrollo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones como una política de Estado que involucra a todos los sectores y niveles de la administración pública y de la sociedad, para contribuir al desarrollo educativo, cultural, económico, social y político e incrementar la productividad, la competitividad, el respeto a los derechos humanos inherentes y la inclusión social.

Que el artículo 4 de la citada Ley, establece que el Estado intervendrá en el sector de tecnologías de la información y las comunicaciones, para lograr fines como promover el acceso a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, teniendo como fin último el servicio universal, el desarrollo de contenidos y aplicaciones, la prestación de servicios que usen TIC y la masificación del Gobierno en Línea e incentivar y promover el desarrollo de la industria de tecnologías de la información y las comunicaciones para contribuir al crecimiento económico, la competitividad, la generación de empleo y las exportaciones.

Que la mencionada ley, en su artículo 17 establece como objetivos del MINISTERIO TIC, entre otros: “1. Diseñar, formular, adoptar y promover las políticas, planes, programas y proyectos del sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, en correspondencia con la Constitución Política y la ley, con el fin de contribuir al desarrollo económico, social y político de la Nación, y elevar el bienestar de los colombianos (...) 3. Impulsar el desarrollo y fortalecimiento del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, promover la investigación e innovación buscando su competitividad y avance tecnológico conforme al entorno nacional e internacional (...)”.

Que así mismo, el artículo 18 de la Ley 1341 de 2009 establece como funciones del MINISTERIO TIC, entre otras, las siguientes: “1. Diseñar, adoptar y promover las políticas, planes, programas y proyectos del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. 2. Definir, adoptar y promover las políticas, planes y programas tendientes a incrementar y facilitar el acceso de todos los habitantes del territorio nacional, a las tecnologías de la información y las comunicaciones y a sus beneficios para lo cual debe: a) Diseñar, formular y proponer políticas, planes y programas que garanticen el acceso y la implantación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, con el fin de fomentar su uso como soporte del crecimiento y aumento de la competitividad del país en los distintos sectores; b) Formular políticas, planes y programas que garanticen a través del uso de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones: el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad, el acceso a mercados para el sector productivo, y el acceso equitativo a oportunidades de educación, trabajo, salud, justicia, cultura y recreación, entre otras. (...); 14. Propender por la utilización de las TIC para mejorar la competitividad del país. (...)22. Las demás que le sean asignadas en la ley (...)”.

La Ley 1978 de 2019, por la cual se moderniza el Sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC, se distribuyen competencias, se crea un Regulador Único y se dictan otras disposiciones en su artículo 13, por medio del cual se modifica el artículo 17 de la Ley 1341 de 2009, establece como objetivos del MINISTERIO TIC, entre otros:

“1. Diseñar, formular, adoptar y promover las políticas, planes, programas y proyectos del sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, en correspondencia con la Constitución Política y la ley, con el fin de contribuir al desarrollo económico, social y político de la Nación, y elevar el bienestar de los colombianos”.

Así mismo el artículo 14 de la ley 1978 de 2019 que modificó el artículo 18, párrafo 3 de la Ley 1341 de 2009 establece que, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones tendrá, además de las funciones que determinan la Constitución Política, y la Ley 489 de 1998, la labor de:

“(…) 3. Promover el establecimiento de una cultura de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el país, a través de programas y proyectos que favorezcan la apropiación y masificación de las tecnologías, como instrumentos que facilitan el bienestar y el desarrollo personal, social y económico”.



En este mismo sentido el artículo 2º del Decreto 1064 de 2020, establece como funciones del Ministerio, entre otras las siguientes:

“(..)

1. *Diseñar, adoptar y promover las políticas, planes, programas y proyectos del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.*
2. *Definir, adoptar y promover las políticas, planes y programas tendientes a incrementar y facilitar el acceso de todos los habitantes del territorio nacional, a las tecnologías de la información y las comunicaciones y a sus beneficios, para lo cual debe:*
 - a. *“Diseñar, formular y proponer políticas, planes y programas que garanticen el acceso y la implantación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, con el fin de fomentar su uso como soporte del crecimiento y aumento de la competitividad del país en los distintos sectores.*
 - b. *Formular políticas, planes y programas que garanticen a través del uso de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones: el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad, el acceso a mercados para el sector productivo, y el acceso equitativo a oportunidades de educación, trabajo, salud, justicia, cultura y recreación, entre otras.*
 - c. *Apoyar a las entidades del Estado en el acceso y uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para facilitar y optimizar la gestión de los organismos gubernamentales y la contratación administrativa transparente y eficiente, y prestar mejores servicios a los ciudadanos.*
 - d. *Apoyar a las entidades del Estado en la formulación de los lineamientos generales para la difusión de la información que generen los Ministerios, Departamentos Administrativos y Establecimientos Públicos y efectuar las recomendaciones que considere indicadas para lograr que esta sea en forma ágil y oportuna.*
 - e. *Planear, formular, estructurar, dirigir, controlar y hacer el seguimiento a los programas y proyectos del Ministerio.*
 - f. *Diseñar y desarrollar estrategias masivas que expliquen a los ciudadanos las utilidades y potencialidades de las TIC.”*
3. *Promover el establecimiento de una cultura de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el país, a través de programas y proyectos que favorezcan la apropiación y masificación de las tecnologías, como instrumentos que facilitan el bienestar y el desarrollo personal, social y económico”.*

El artículo 29 del Decreto 1064 de 2020, establece como funciones de la Dirección de Economía Digital, las siguientes:

“(..)

1. *Dirigir el diseño, la formulación, la implementación y el seguimiento de políticas para la industria de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.*
2. *Promocionar e incentivar en el país la innovación en materia de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.*
3. *Apoyar la formulación y ejecutar en coordinación con las entidades competentes, organismos y grupos interesados, la visión estratégica en materia de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, que permita posicionar esta industria en el País como una industria de talla mundial.*
4. *Liderar procesos de investigación que permitan identificar Tecnologías de la Información y Comunicaciones innovadoras a nivel mundial y evaluar la viabilidad de su adopción en la industria nacional de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.*
5. *Formular, coordinar y hacer seguimiento a la implementación de políticas públicas y programas orientados al aprovechamiento de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para el desarrollo y promoción del comercio electrónico de bienes y servicios.*
6. *En coordinación con el Ministerio del Trabajo y el Departamento Administrativo de la Función Pública, adelantar evaluaciones del capital humano del País en materia de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, y promover y articular acciones para mejorar la cantidad y la calidad del talento humano en Tecnologías de la Información, tanto a nivel estatal como en el sector privado.*



7. *Coordinar las acciones que promuevan la industria de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones con las entidades del gobierno que tengan competencia en la materia.*
8. *Estudiar, evaluar y preparar los procesos y los actos administrativos relacionados con la industria de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, en el marco de sus funciones.*
9. *Definir, diseñar y promover políticas y acciones relacionadas con la adopción de buenas prácticas para la industria de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.*
10. *Definir, diseñar y promover la creación de mecanismos de fomento para la industria de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.*
11. *Apoyar la formulación, articular e impulsar programas para el aprovechamiento de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, para desarrollar el comercio electrónico de bienes y servicios.*
12. *Las demás que le sean asignadas, inherentes a la naturaleza de la dependencia.”*

El artículo 32 del Decreto 1064 de 2020, establece que la Subdirección de Transformación Sectorial, tiene –entre otras– las siguientes funciones:

- “1. *Apoyar la formulación de políticas y la articulación de programas, planes y proyectos dirigidos a la mayor utilización y aprovechamiento de las tecnologías de la información y las comunicaciones en los procesos productivos y en el desarrollo y promoción del comercio electrónico de bienes y servicios.*
2. *Diseñar e implementar estrategias encaminadas a promover el uso intensivo de tecnologías de la información y las comunicaciones en sectores considerados estratégicos en los planes de desarrollo nacional y regionales.*
3. *Establecer espacios de diálogo y participación con los actores competentes, para la definición e implementación de mecanismos que aumenten el grado de desarrollo y la transformación de modelos de negocio, a partir del comercio electrónico.*
4. *Implementar planes, programas y Proyectos para promover el uso estratégico de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en los procesos productivos de las micro, pequeñas y medianas empresa (...).”*

En relación con las funciones del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, la Ley 1978 de 2019, en el Artículo 21º, modificó el artículo 34 de la Ley 1341 de 2009, dispuso:

“El Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (FonTIC), se denominará Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, como una Unidad Administrativa Especial del orden nacional, dotado de personería jurídica y patrimonio propio, adscrita al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Los recursos del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones conformarán una cuenta especial a la que se le integrará el Fondo para el Desarrollo de la Televisión y los Contenidos (FonTV) de que trataba la Ley 1507 de 2012. Los derechos, el patrimonio y los recursos de FonTIC y de FonTV harán parte del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Esto incluye la cesión de la posición contractual administrativa y judicial de FonTIC y de FonTV. El objeto del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones es financiar los planes, programas y proyectos para facilitar prioritariamente el acceso universal y el servicio universal de todos los habitantes del territorio nacional a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, garantizar el fortalecimiento de la televisión pública, la promoción de los contenidos multiplataforma de interés público y cultural, y la apropiación social y productiva de las TIC, así como apoyar las actividades del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y la Agencia Nacional del Espectro, y el mejoramiento de su capacidad administrativa, técnica y operativa para el cumplimiento de sus funciones.

Como garantía de la televisión pública y de la radiodifusión sonora pública, se mantendrá anualmente, por lo menos, el monto máximo de recursos que, desde la creación del Fondo para el Desarrollo de la Televisión y los Contenidos (FonTV), fueron destinados por este a RTVC y a los canales regionales de televisión. Así mismo, se mantendrá, por lo menos, el monto promedio destinado a RTVC por el Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (FonTIC), desde su creación, para la radiodifusión sonora pública. Estos montos serán traídos a su valor presente al momento de la entrada en vigor de la presente ley y esta base será ajustada en el mismo porcentaje de variación anual del Índice de Precios al Consumidor (IPC).

PARÁGRAFO 1o. Son principios del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones:



- a) Especializar su inversión en la masificación del acceso, uso y apropiación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y cerrar la brecha digital, así como en la promoción de contenidos multiplataformas.
- b) Procurar el uso de mecanismos que le permitan lograr mejores resultados con un mismo valor de inversión y sin incrementar el nivel de riesgo.
- c) Evaluar periódicamente la eficiencia, eficacia e impacto de los planes, programas y proyectos que financie.
- d) Generar incentivos para vincular al sector privado y público en general en sus iniciativas de inversión.
- e) Aplicar criterios de factibilidad financiera, social, técnica, económica, jurídica, institucional y de sostenibilidad, para justificar las inversiones en planes, programas y proyectos de su competencia.”

De conformidad con el artículo 34 del Decreto 1064 de 2020, se encuentran dentro de las funciones de la Oficina para la Gestión de Ingresos del Fondo:

“(…) 3. Asesorar la estructuración de planes de trabajo y la conceptualización del componente económico de los instrumentos jurídicos que comprometan recursos del Fondo. 4. Asesorar el análisis y la revisión de los planes, programas y proyectos que se financien con recursos del Fondo, aplicando criterios de factibilidad financiera, social, técnica, económica”.

En cumplimiento de los fines y funciones previamente citados el Ministerio de Tecnologías de Información y Comunicaciones ha establecido como parte del “Plan El Futuro Digital es de Todos”, una estrategia nacional de Transformación Digital enfocada a la masificación del comercio electrónico y la digitalización de los sectores productivos.

Para cumplir esta meta la estrategia plantea 3 ejes o pilares estratégicos que buscan generar una sinergia entre los actores del ecosistema empresarial digital en aras de promover la transformación digital en las empresas colombianas; los citados ejes son: (i) Transformación de la Mentalidad y Cultura Empresarial, (ii) Acompañamiento en la Transformación de los procesos empresariales y, (iii) Desarrollo e Implementación de Tecnología para la Transformación Digital.

A propósito del segundo eje de la estrategia, es importante precisar que este busca fortalecer la transformación digital de las empresas a nivel nacional, a través de dos actividades específicas: (i) realizar alianzas estratégicas para la adopción y uso productivo de la Transformación digital de las empresas a nivel nacional; (ii) definir y ejecutar instrumentos y estrategias para promover la adopción de tecnología y la transformación de los modelos de negocio de las empresas a partir del uso estratégico de las TIC.

En suma, el artículo 3 de Ley 1955 de 2019 por la cual se expidió el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022. “Pacto por Colombia. Pacto por la Equidad” estableció los objetivos de política pública nacional a través de una serie de pactos y en este sentido la citada norma estableció que:

“El Plan se basa en los siguientes tres pactos estructurales:

1. *Legalidad. El Plan establece las bases para la protección de las libertades individuales y de los bienes públicos, para el imperio de la Ley y la garantía de los derechos humanos, para una lucha certera contra la corrupción y para el fortalecimiento de la Rama Judicial.*
2. *Emprendimiento. Sobre el sustento de la legalidad, el Plan plantea expandir las oportunidades de los colombianos a través del estímulo al emprendimiento, la formalización del trabajo y las actividades económicas, y el fortalecimiento del tejido empresarial en las ciudades y en el campo.*
3. *Equidad. Como resultado final, el Plan busca la igualdad de oportunidades para todos, por medio de una política social moderna orientada a lograr la inclusión social y la inclusión productiva de los colombianos, y que se centra en las familias como los principales vehículos para la construcción de lazos de solidaridad y de tejido social.”*

El logro de estas premisas requiere de algunas condiciones habilitantes que permitan acelerar el cambio social. Por lo tanto, el Plan contempla los siguientes pactos que definen las estrategias transversales impulsadas por el Gobierno Nacional:

“ (...)”

4. *Pacto por la sostenibilidad: producir conservando y conservar produciendo.*

5. *Pacto por la ciencia, la tecnología y la innovación: un sistema para construir el conocimiento de la Colombia del futuro.*

7. *Pacto por la transformación digital de Colombia: Gobierno, empresas y hogares conectados con la era del conocimiento. (...) 17-25. Pacto por la productividad y la equidad de las regiones (...)*”.

De forma tal que, en concordancia con lo contemplado en el Plan Nacional de Desarrollo “Pacto por Colombia, pacto por la equidad”, se establece como meta para este Ministerio pasar de 87 millones a 290 millones de transacciones digitales, así como a los lineamientos estipulados por el Plan TIC 2020 y el CONPES 3975 - 2019 Transformación Digital e IA¹.

Considerando los ejercicios de articulación entre las funciones del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, el Viceministerio de Transformación Digital, la Dirección de Economía Digital y los objetivos trazados en el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 “Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad” se hace necesario fomentar iniciativas que teniendo como punto de partida la misionalidad de las áreas técnicas promuevan el uso estratégico de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones como un habilitador del desarrollo social y económico, con impactos positivos en la productividad y la competitividad, considerando que estas premisas se traducen en crecimiento económico de largo plazo, reducción de la desigualdad y, por ende, en la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.

Con respecto del contexto en el que deben desarrollarse estas iniciativas es preciso indicar que:

1. La transformación digital de la sociedad es el mecanismo fundamental para implementar modelos de desarrollo económico en el marco de la cuarta revolución industrial. Sobre el particular se ha indicado que: *“Prepararse para un futuro digital no es una tarea fácil (...) las empresas que consiguen mejores resultados son aquellas que marcan metas más ambiciosas y despliegan mayores recursos en sus caminos hacia la transformación digital plena”*².
2. La cuarta revolución industrial impulsa a los diferentes integrantes del ecosistema empresarial a adoptar medidas tendientes a consolidar su transformación digital y productiva, de modo que puedan tener acceso a más y mejores oportunidades en perspectiva de un esquema de economía digital. Las dinámicas derivadas de la 4ª revolución industrial impactan el desarrollo de los modelos económicos y el relacionamiento entre los diferentes individuos que conforman dicho ecosistema.

La transformación digital abarca la educación, el trabajo y la forma como la población interactúa, entre otros aspectos, lo que se constituye en una oportunidad para que todas las personas potencien sus capacidades y mejoren su bienestar. Sin embargo, la realidad de las empresas en el país es otra. Existe *poca presencia de las ventas online, por desconocimiento y percepción errónea del e-commerce*. De hecho, de acuerdo con los datos de la Encuesta TIC / 2020, Dentro de las fuentes de información seleccionadas y utilizadas, dos de las principales fueron la Encuesta Nacional de Calidad de Vida -ECV- que desarrolla anualmente el Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE- y los reportes que trimestralmente presentan al MinTIC los Proveedores de Redes y Servicios de Telecomunicaciones -PRST.

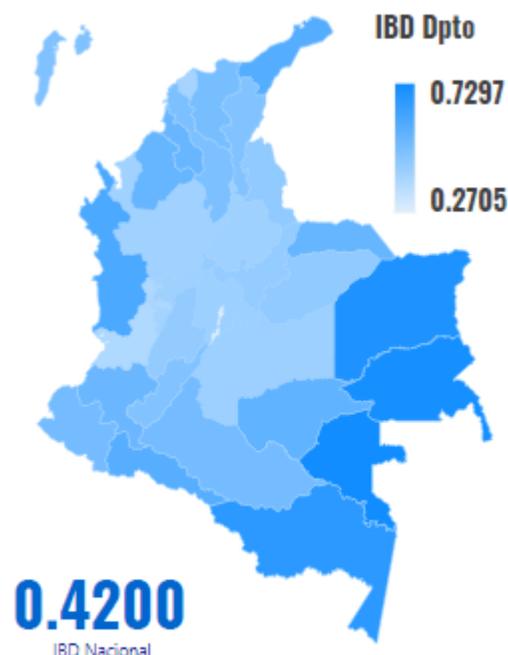
¹ El Conpes definió en su línea de acción 2, referente a la necesidad de “Desarrollar ajustes normativos e institucionales para favorecer la adopción de la transformación digital en componentes clave de la productividad empresarial, como misión de MINTIC impulsar estrategias que le permitan a los empresarios colombianos “acceder a diferentes alternativas de comercialización en línea, de bienes y servicios, permitiendo fortalecer el tejido empresarial y así expandir sus negocios a mercados nacionales e internacionales”. Página 42.

² BLANCO Fernando y CASTRO José Manuel, las claves de la cuarta revolución Industrial, cómo afectará a los negocios y las personas 1° ed. octubre de 2019



Según el IBD 2020, Colombia tiene un puntaje del Índice de Brecha Digital igual a 0,4200, lo que equivale a una diferencia de 0,1494 con el mejor puntuado – Bogotá (0,2705) – y una diferencia de 0,3098 con el peor puntuado – Vaupés (0,7297). Por otra parte, la dimensión de Habilidades Digitales explica el 34,4% de la brecha digital a nivel Nacional; la dimensión de Acceso Material, el 32,6%; la dimensión de Aprovechamiento, el 29,4%; y, la dimensión de Motivación, el 3,6%.

Gráfico 2. Mapa Brecha Digital Colombia. Total Departamentos 2020



Fuente: MinTIC, IBD.

Tabla 1. Ranking Departamental Brecha Digital Total Departamentos 2020

Departamento	Rank	IBD Dpto
Bogotá D.C	1	0,2705
Valle del Cauca	2	0,3731
Risaralda	3	0,3784
Atlántico	4	0,3960
Quindío	5	0,4033
Antioquia	6	0,4062
Caldas	7	0,4109
Santander	8	0,4116
Meta	9	0,4163
Cundinamarca	10	0,4178
Boyacá	11	0,4350
Tolima	12	0,4378
Casanare	13	0,4449
Norte de Santander	14	0,4461
Cesar	15	0,4762
Huila	16	0,4766
San Andrés, Providencia y Santa Catalina	17	0,4802
Bolívar	18	0,4892
Magdalena	19	0,5006
Caquetá	20	0,5079
Nariño	21	0,5082
Cauca	22	0,5314
Sucre	23	0,5380
Córdoba	24	0,5405
Arauca	25	0,5423
Guaviare	26	0,5539
Putumayo	27	0,5730
La Guajira	28	0,5779
Chocó	29	0,6006
Amazonas	30	0,6718
Vichada	31	0,7013
Guainía	32	0,7185
Vaupés	33	0,7297

En el estudio *Tendencias de la Oferta de Bienes y Servicios en Línea*, desarrollado por el Observatorio eCommerce en el 2019, se dio a conocer que la penetración en el 2018 fue de 32%, es decir, que este es el porcentaje de empresas que tenían habilitados opciones propias del comercio electrónico.

Es importante destacar la relevancia del papel desempeñado por las TIC en lo relacionado con la implementación de las medidas de reactivación contempladas en la agenda pública nacional, dado que a través del uso estratégico de la tecnología se habilitan nuevas maneras de comercializar bienes, prestar servicios y en general operar los eslabones de la cadena de valor asociada a diferentes modelos de negocio, con lo cual muchas de las actividades productivas han podido continuar su desarrollo mediante esquemas de operación y venta en línea.

Es por esto que se hace necesario promover iniciativas que permitan otorgar a los comerciantes y mipymes colombianas que aun no hacen uso de la tecnología en la operación de sus modelos de negocio de todas las herramientas necesarias



para mantener su nivel de ventas efectivas a través del uso estratégico de las TIC como un camino para la generación de ingreso que permita su sostenimiento y desarrollo en un contexto de aislamiento social y de contracción económica.

De conformidad con los Convenios 1232 de 2016 y 1003 de 2020 suscritos entre la Financiera del Desarrollo Territorial – FINDETER, y el FONDO TIC-Ministerio TIC, cuyos objetos fueron “Aunar recursos y capacidades de orden técnico, tecnológico, administrativo y financiero para implementar la estrategia nacional MIPyME Vive Digital del Ministerio TIC, que busca la masificación de la conectividad y la transformación de los procesos productivos” y “Aunar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros para formular, ejecutar y realizar el seguimiento, de una estrategia que les permita a empresarios y/o emprendedores de todo el país la creación y puesta en marcha de soluciones de comercio electrónico” respectivamente, MINTIC evidenció la necesidad de seguir desarrollando iniciativas que promuevan el uso estratégico de las tecnologías de la información con el fin de generar prácticas sostenibles para el comercio de bienes y servicios en el contexto de la reactivación económica.

El proyecto Tiendas 1.0, involucró a un total de 1.875 tiendas, de las cuales 265 lograron ventas efectivas al 31 de diciembre del 2019 por \$12.011.469.612. Como resultado, de lo consignado en el informe final del proyecto durante la ejecución de dicha iniciativa, se evidenció un aumento en el conocimiento por parte de los empresarios de las estrategias de marketing digital, y por ello la necesidad de continuar fortaleciendo este tipo de iniciativas.

En consecuencia, con la iniciativa Tiendas Virtuales 2.0, la cual involucró a un total de 7.393 tiendas, de las cuales 1.883 lograron ventas efectivas al 20 de octubre del 2021 por \$25.535.785,09. Sin embargo, el esfuerzo sigue siendo insuficiente, tal como quedó consignado en el informe final del proyecto durante la ejecución de dicha iniciativa, por lo anterior, desde el gobierno nacional se pretende continuar afianzando este tipo de iniciativas en beneficio del tejido empresarial.

Para atender a estos retos, de la línea estratégica “Tiendas Virtuales” tiene como meta implementar soluciones de comercio electrónico que les permita al menos a 4.060 comerciantes y/o mipymes colombianas de diferentes sectores económicos, poner a disposición su oferta de bienes y servicios en canales digitales, con lo cual se busca promover el uso y la apropiación del comercio electrónico por parte de los actores del ecosistema empresarial.

Para lo anterior, el día veintiocho (28) de enero de 2022 Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –FONTIC y FINDETER suscribieron el Convenio Interadministrativo No. 716, cuyo objeto es *“Aunar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros para la formulación y ejecución de una estrategia de sensibilización, capacitación y apropiación de habilidades digitales y comercio electrónico para comerciantes y/o mipymes colombianas”*

La fecha de inicio del Convenio Interadministrativo fue el once (11) de febrero de 2022 y en Comité Fiduciario No. 1 del 24 de febrero de 2022 se realiza la aprobación del Manual Operativo del PATRIMONIO AUTÓNOMO FINDETER- FONTIC.

Para el desarrollo del contrato que suplirá la necesidad mencionada, FINDETER suscribió con Fiduciaria Popular S.A, un contrato de fiducia mercantil cuyo objeto es *“i) La constitución de un PATRIMONIO AUTÓNOMO con los recursos transferidos por Findeter o FONTIC a título de fiducia mercantil, para su administración, inversión y pago. ii) La recepción, administración, inversión y pago por parte de la FIDUCIARIA, de los recursos que le transfiera FONTIC con el cual Findeter suscribió el CONTRATO INTERADMINISTRATIVO, y iii) La celebración de los contratos derivados en calidad de vocero y administrador del PATRIMONIO AUTÓNOMO en virtud de las instrucciones que para tal efecto imparta el COMITÉ FIDUCIARIO”*

Una vez suscrito el convenio interadministrativo FINDETER adelantó mesas de trabajo con delegados del MINTIC con quienes se definió el alcance de los presentes estudios previos para la contratación de los operadores de la línea estratégica.

En el marco del convenio referido se llevará a cabo la convocatoria.

2. NECESIDAD DE LA CONTRATACIÓN

El auge de la sociedad de la cibercultura, la globalización de los mercados, el alto grado de especialización de los hábitos de los consumidores y la llegada de la llamada Cuarta Revolución Industrial enmarcan un escenario muy positivo en la expansión del comercio electrónico en el mundo y en constante proceso de transformación.

La compra y venta de bienes y servicios ya no se realiza exclusivamente a través de mercados en línea regidos por el sistema bancario, sino que los consumidores se encuentran ante una amplia oferta de productos, esquemas de pagos y nuevos actores que están innovando constantemente en este mercado. Se trata de un ecosistema dinámico en el cual el consumidor tiene la posibilidad de observar en línea o en puntos de venta bajo tecnologías de realidad aumentada el producto al cual quiere acceder, usar diversas aplicaciones para comparar características, precios y ventajas según sus necesidades; pagar a través del sistema bancario en línea o mediante el uso de soluciones FinTech, recibir en su casa, oficina o tienda del bien haciendo constantemente seguimiento a través de tecnologías de georreferenciación y/o acceder a un servicio personalizado de postventa para mejorar su experiencia de compra.

Es decir, este nuevo ecosistema de comercio está regido por la omnicanalidad y la interoperabilidad de las entidades que participan de este entorno, e implica el despliegue de actividades económicas que demandan integraciones del mundo online y offline para poner a disposición una oferta de productos fácilmente accesibles.

Dicha transformación en la forma de comprar y vender implica desafíos tecnológicos, logísticos y culturales para los actores que participan de este ecosistema y desean garantizar la sostenibilidad de sus modelos de negocio. Más aún cuando, los estudios en la materia permiten entender que *"Prepararse para un futuro digital no es una tarea fácil (...) las empresas que consiguen mejores resultados son aquellas que marcan metas más ambiciosas y despliegan mayores recursos en sus caminos hacia la transformación digital plena"*³.

En este escenario, todos los agentes de la cadena de valor se enfrentan a constantes desafíos en especial en lo relacionado con los procesos de transformación digital que se están adelantando por parte de los sectores productivos y de la base empresarial; razón por la cual es primordial fortalecer dinámicas de producción y consumo propias de la economía digital. Con este fin es necesario aprovechar las oportunidades que surgen de la convergencia tecnológica.

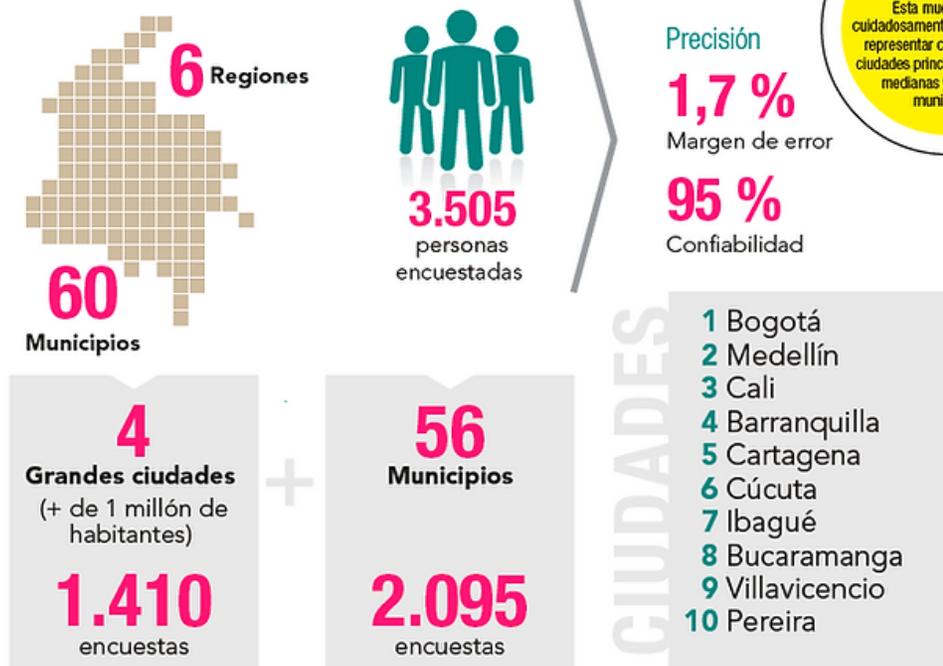
Desde el punto de vista empresarial y sectorial, la transformación digital se concibe como el uso y apropiación de las tecnologías de información combinadas con la capacidad de liderazgo y el cambio organizacional para mejorar o cambiar radicalmente el desempeño y el modelo de negocio de las empresas, e impactar las actividades productivas de diferentes sectores.

Considerando este contexto, los comerciantes y/o MiPymes colombianas tienen enormes desafíos para acceder, usar y apropiarse del comercio electrónico. Al respecto, el estudio Caracterización de las MiPymes colombianas y conocimiento de su relación con las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – TIC, realizado por el Centro Nacional de Consultoría (CNC) en el año 2017, reveló que tan solo el 32% de las MiPymes colombianas ha realizado al menos una de las actividades relacionadas con el comercio electrónico.

Posteriormente, en el 2021, el Centro Nacional de Consultoría a través del estudio de Oferta del Comercio Electrónico, llevado a cabo para el Observatorio eCommerce evidenció que el Internet hoy permite medir con mucha precisión los comportamientos de los usuarios cuando están dentro de la red, e inclusive registrar la información de localización, salud, etc., que los diferentes dispositivos proporcionan sin que los usuarios sean conscientes de que están proporcionando dicha información. Sin embargo, existe muy poca información sobre las personas cuando no están conectadas. El estudio de Apropiación Digital es un estudio de fuente única que desvela con detalle los comportamientos y actitudes que las personas tienen en relación con el mundo digital.

³ BLANCO Fernando y CASTRO José Manuel, las claves de la cuarta revolución Industrial, cómo afectará a los negocios y las personas 1a e de octubre de 2019

MUESTRA



MÁS ALLÁ DE LAS GRANDES CIUDADES
Esta muestra está cuidadosamente diseñada para representar con detalle diez ciudades principales, ciudades medianas y pequeños municipios.

El estudio de Apropiación Digital reúne con una visión profunda las formas en que las personas están haciendo uso de internet, evidenciando cómo son esos usos y las capas que conforman la relación que tiene la población con lo digital. Estas capas permiten identificar cómo las personas están iniciándose en la red, si aún el e-mail es su puerta de entrada o si los dispositivos móviles han alterado este orden y hoy son el chat y las redes sociales las formas en que la gente se involucra en la red. A través de estas capas de información se verifican los usos que crean espacios fértiles para el e-commerce, la bancarización, la educación, el internet de las personas y de las cosas, los pro-consumidores y el posconflicto, entre otros. Esta especie de altimetría de la apropiación nos permitirá tener información útil para crear estrategias digitales más acertadas en casi cualquier área.

Estos resultados obedecen –entre otras- a las siguientes razones:

- Acceso al portal web: (i) desconocimiento por parte de las mipyme de estrategias de branding para la generación de flujo a sus portales. (ii) falta de adaptación de las empresas en línea al desarrollo de portales para dispositivos móviles.
- Compra: (i) Desconocimiento de las oportunidades de mercado en el exterior y de la normatividad del comercio transfronterizo; (ii) bajo desarrollo de los catálogos de productos: diversificados, descriptivos y llamativos, (iii) falta de motores de búsqueda y herramientas comparativas (reviews).
- Pago en línea: (i) Baja adopción de la facturación electrónica; (ii) altos costos de las transacciones digitales para mipyme, (iii) falta de claridad en la legislación cambiaria – en especial en relación con los pagos con tarjetas débito o en efectivo hechos en el exterior; (iv) fuga de información sensible, robo de datos, almacenamiento no seguro de los mismos.
- Logística: (i) Bajo nivel de tercerización de servicios especializados para carga; (ii) o adopción de sistemas de geolocalización: miedos por robos; (iii) poca flexibilidad y previsión de los tiempos de reparto.



- Servicio postventa: (i) Poca inversión en la evaluación de la experiencia del cliente y (ii) falta de claridad sobre logística reversa.

En consecuencia, el déficit de participación de las empresas colombianas en el ecosistema digital es una situación frente a la cual el Estado debe ejecutar iniciativas con el fin de generar un cambio de paradigma y estimular el comercio de bienes y servicios en entornos virtuales. Con este fin, el MINTIC ha desarrollado diversos proyectos orientados a fomentar la transformación digital de las pymes del país tal como se describió en el título denominado “necesidad y pertinencia” del presente documento, y pretende ejecutar la línea estratégica “Tiendas Virtuales” con la suscripción del convenio interadministrativo.

3. DISPONIBILIDAD PRESUPUESTAL Y CONSTANCIA DE CERTIFICACIÓN DE RECURSOS

Teniendo en cuenta el presupuesto a cargo del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – FONTIC y de acuerdo con la entrega de los recursos para la ejecución del Convenio Interadministrativo No. 716 de 2022, se define que para la ejecución de los contratos derivados se cuenta con el siguiente recurso:

CONSTANCIA DE DISPONIBILIDAD DE RECURSOS	OBJETO	VALOR DISPONIBILIDAD PRESUPUESTAL
Certificado de disponibilidad de recursos No. 002	Aunar esfuerzos técnicos, administrativos y financieros para la formulación y ejecución de una estrategia de sensibilización, capacitación y apropiación de habilidades digitales y comercio electrónico para comerciantes y/o mipymes colombianas	\$9.538.105.002

Para la presente contratación se cuenta con las constancias de disponibilidad de recursos pertenecientes al Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –FONTIC y expedida por la Dirección de Planeación de Negocios Fiduciarios de FINDETER.

El total de los recursos disponibles para la presente contratación asciende a la suma de **NUEVE MIL QUINIENTOS TREINTA Y OCHO MILLONES CIENTO CINCO MIL DOS PESOS (\$9.538.105.002) M/CTE**, incluido el IVA y todos los costos, gastos, tasas, impuestos y demás contribuciones de orden nacional o territorial a que hubiere lugar, de acuerdo con cómo se describirá más adelante en estos estudios previos.

4. DESCRIPCIÓN Y ALCANCE DEL OBJETO A CONTRATAR

OBJETO: Contratar “**HASTA DOS (2) OPERADORES PARA FORMULAR, EJECUTAR Y REALIZAR EL SEGUIMIENTO DE UNA ESTRATEGIA QUE LES PERMITA A COMERCIANTES Y/O MIPYMES COLOMBIANAS DE DIFERENTES SECTORES ECONÓMICOS, LA SENSIBILIZACIÓN Y CAPACITACIÓN VIRTUAL PARA LA CREACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE TIENDAS VIRTUALES QUE LES PERMITA HACER VISIBLES SUS NEGOCIOS EN EL ECOSISTEMA DIGITAL E INCREMENTAR SUS VENTAS MEDIANTE EL COMERCIO ELECTRÓNICO E INCREMENTO DE TRANSACCIONES DIGITALES**”.

4.1. ALCANCE DEL CONTRATO

- De las empresas registradas, los operadores deben seleccionar y capacitar al menos 4.060 **(2.030 beneficiarios por cada uno de los dos operadores)**.
- Formular y desarrollar una convocatoria nacional de comerciantes y/o mipymes colombianas.
- Poner a disposición una plataforma que les permita al menos a 4.060 comerciantes y/o mipymes colombianas crear y poner su solución de comercio electrónico como principal canal de comercialización en línea (2.030 empresas por cada uno de los dos operadores).
- Contar con un remanente adicional de posibles Beneficiario de al menos el 30% 1.218 (609 empresas por cada operador) inscritos validados para mitigar una posible deserción en cualquier fase del convenio. Lo anterior, no limita el cumplimiento de la meta de 4.060 comerciantes y/o mipymes colombianas que deberán terminar el programa.
- Desarrollar una estrategia de acompañamiento técnico que le permita al menos a 4.060 comerciantes y/o



mipymes colombianas formular sus estrategias de comercialización en línea para viabilizar la puesta a disposición de su oferta de productos en el entorno digital. (50% (2.030 empresas) por cada uno de los dos operadores).

- Estructurar e implementar un esquema de seguimiento transversal al proceso de implementación de la línea estratégica Tiendas Virtuales con el objetivo de generar una retroalimentación continua del proceso de acuerdo con los requerimientos técnicos definidos para tal efecto.

De conformidad con lo anterior, se aclara que en el marco del presente proceso se seleccionarán hasta dos (2) Operadores y que, en esa medida, los proponentes tendrán la posibilidad de presentar su oferta para un grupo y hasta dos grupos, así:

Grupo 1	Grupo 2
2.030 beneficiarios	2.030 beneficiarios

Cada proponente, persona natural o jurídica, que participe en forma individual o como integrante de un consorcio o unión temporal, deberá presentar solamente una oferta, la cual podrá ir dirigida a un grupo o a todos los grupos de la convocatoria, lo cual deberá manifestar en la carta de presentación de la propuesta.

En todo caso, un mismo proponente sólo podrá ser seleccionado para ser OPERADOR en un grupo, quedando como no habilitado para el otro grupo, excepto que habiéndose presentado a los dos grupos y habiendo resultado seleccionado en uno de ellos, en el otro grupo resulte ser el único oferente habilitado.

Al respecto resulta pertinente resaltar, que inicialmente será seleccionado el OPERADOR del grupo que cuente con el menor número de proponentes habilitados. En caso de tener el mismo número de proponentes habilitados, se realizará la adjudicación empezando por el grupo No. 1 y terminando por el grupo No. 2.

Dado que los Operadores deben garantizar que como mínimo 4.060 de los beneficiarios (2.030 para cada uno de los dos operadores) reciban una Tienda Virtual, el acompañamiento / formación, realicen procesos de transformación digital orientada a fortalecer las actividades de comercio electrónico, así como los objetivos que se les asignarán para cumplir la línea estratégica, deberán estimar, haciendo uso de métodos matemáticos y cualitativos, cuál es la cantidad de participantes con los que deberá iniciar el proceso para asegurar que mínimo 2.030 por grupo, lo finalicen de manera exitosa y, por lo tanto, cuál será la cantidad inicial de cupos disponibles. Lo anterior se realiza para soportar eventuales deserciones. Se recomienda que como mínimo los operadores cuenten con un 30% más de participantes que cumplan con los requisitos habilitantes de participación en el mismo, es decir 2.639 comerciantes y/o mipymes colombianas de diferentes sectores económicos.

A continuación, se describen las actividades y productos a desarrollar y que se tendrán en cuenta para efectos de lograr el satisfactorio cumplimiento del objeto contractual:

4.1.1. FASES, ACTIVIDADES Y PRODUCTOS A DESARROLLAR POR CADA OPERADOR.

Para el desarrollo de la línea estratégica “Tiendas Virtuales”, se plantean las fases con su descripción, actividades y entregables. Las fases se deben desarrollar de acuerdo con la figura 2. “Esquema de la línea estratégica Tiendas Virtuales”. A partir de las aprobaciones correspondientes a la fase 1 (Planeación de la línea estratégica “Tiendas Virtuales”), las fases siguientes, fase 2 (Diseño, actualización y aprobación), fase 3 (Convocatoria, selección y caracterización) y fase 4 (Sensibilización, formación y apropiación), deben ser ejecutadas en paralelo según propuesta y se debe finalizar con la fase 5 (Cierre y socialización de resultados). La fase 6 (Promoción y divulgación) y la fase 7 (Seguimiento e indicadores) deben realizarse de forma transversal al proyecto hasta la finalización de la fecha de la misma ejecución de la línea estratégica “Tiendas Virtuales”.

Para los efectos previamente señalados la estructura desglosada de la línea estratégica se compone de 7 fases como se señala a continuación:



FASE 1: PLANEACIÓN.

Corresponde a la estructuración, planeación, diseño y aprobación del modelo operativo, plan de trabajo detallado, herramientas y/o software para el seguimiento gerencial a utilizar y software para el almacenamiento y seguimiento de la información de la línea estratégica. Estos componentes se deberán presentar máximo a la primera semana de ejecución del proyecto y deberán ser aprobados a satisfacción por el supervisor designado por parte de Findeter.

No.	Actividades específicas Asociadas	Entregables
1.1	<p>Propuesta del modelo operativo, plan de trabajo detallado, herramientas y/o software para el seguimiento gerencial a utilizar y software para el almacenamiento y seguimiento de la información de la línea estratégica.</p> <p>Cada OPERADOR deberá diseñar y presentar un documento que contenga como mínimo, los siguientes aspectos:</p> <p>i) Modelo operativo: deberá definir las capacidades, procesos y sistemas internos para mantener el flujo de trabajo. ii) Plan de trabajo detallando cada una de las actividades, subactividades, recursos, tiempos de ejecución, etc., que incluya:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Actividades generales, específicas y subactividades por fase. 2. Descripción de los informes y documentos establecidos para acreditar los compromisos previstos por el proyecto. 3. Cronograma (diagrama de Gantt) que incluyan las fechas en las cuales se deberán culminar las actividades y presentar los entregables que acrediten el cumplimiento de los compromisos plasmados para la línea estratégica. 	<p>Un documento que contenga:</p> <ol style="list-style-type: none"> i) Modelo operativo. ii) Plan de trabajo detallado. iii) Herramientas y/o software para el seguimiento gerencial. iv) Equipo de Trabajo v) Software para el almacenamiento y seguimiento de la información de la línea estratégica. <p>Momento de entrega:</p> <p>Se debe entregar en la primera semana de ejecución del proyecto y deberá ser presentado y aprobado por el supervisor designado por FINDETER.</p>



	<p>4. Porcentaje planeado y real de avance por actividades y general de la línea estratégica.</p> <p>Nota: en el caso que se presente una desviación superior al 5% entre el avance real Vs planeado, se debe proponer un anexo, y adjunto al informe del periodo, como se va a nivelar dicha desviación.</p> <p>5. Metodología establecida para control de cambios y solicitud de ajustes o requerimientos de información respecto de los entregables desarrollados, incluyendo tiempos de respuesta.</p> <p>iii) Definición y disposición de herramientas y software de seguimiento gerencial:</p> <p>6. Mecanismos que garanticen la trazabilidad al seguimiento de la ejecución de la línea estratégica.</p> <p>7. Esquema del tablero de control que dé cuenta del avance general de la línea estratégica en tiempo real (metas, indicadores, gestión técnica administrativa y financiera, entre otros).</p> <p>8. Carpeta compartida donde se subirá en tiempo real cada avance de la línea estratégica (Entregables, informes, solicitudes, comunicados, actas, en general toda la documentación generada en torno a la línea estratégica).</p> <p>9. Metodología establecida para hacer el seguimiento asociado al relacionamiento del cumplimiento de metas.</p> <p>10. Informe financiero por rubro o actividad o entregable que dé cuenta del compromiso, ejecución y seguimiento a la ejecución financiera de los recursos de la línea estratégica.</p> <p>iv) Descripción y hojas de vida del equipo de trabajo que ejecutará la línea estratégica. Debe contener como mínimo la descripción del equipo de trabajo propuesto, sus funciones y perfiles, con las respectivas hojas de vida y soportes. Debe estar compuesto como mínimo con el equipo de trabajo base descrito en este anexo técnico en el numeral 9.1.</p> <p>v) Definición del software para el almacenamiento y seguimiento de la información de la línea estratégica (Por el plazo de ejecución del contrato y hasta su liquidación). El Operador deberá entregar en medios magnéticos y bajo la periodicidad mensual, toda la información relacionada y generada de la línea estratégica, y, bajo los estándares, protocolos, formas y estructuras definidas por Findeter. Adicionalmente, Findeter realizará el seguimiento y control a la línea estratégica sobre los servidores y repositorios del Operador. Para tal fin, Findeter establecerá características técnicas y de contenido para el seguimiento.</p> <p>En el caso que se presenten comentarios o ajustes a cualquiera de los componentes anteriores por parte de la supervisión, la entidad contratada deberá realizar los ajustes solicitados en un plazo máximo de tres (3) días y presentar los mismos para su revisión y aprobación a la instancia respectiva.</p>	
--	--	--

FASE 2: DISEÑO, ACTUALIZACIÓN Y APROBACIÓN.



En esta fase los operadores deberán presentar la solución tecnológica para el desarrollo de las Tiendas Virtuales, la cual incluye la plataforma que soporta el Centro de Recursos, para ello Findeter entregará en los 5 días posteriores a la emisión de cada acta de inicio los contenidos que los operadores deberán mejorar, actualizar y entregar como los materiales de formación (OVAs) del centro de recursos. y diseñar la estrategia de acompañamiento a Beneficiarios para aprobación de Findeter.

Se debe diseñar una estrategia para la convocatoria e inscripción de comerciantes y/o mipymes colombianas de acuerdo con los siguientes requisitos:

Características de los Beneficiarios:

- Ser el representante legal o gerente de una micro, pequeña o mediana empresa legalmente constituida en Colombia y con domicilio en Colombia según lo dispuesto en el Artículo 2.2.1.13.2.2. del Decreto 957 de 05 junio de 2019, que realice procesos de comercialización de bienes y/o servicios.
- Persona natural colombiana que practique una actividad comercial y cuente con RUT o Matrícula mercantil vigente con domicilio en Colombia.
- Estar constituido con al menos seis meses de antigüedad (Con RUT o Matrícula mercantil vigente.)
- Se deben encontrar al día en el pago de todas sus obligaciones tributarias
- Demostrar ventas al menos de un millón de pesos (\$1.000.000) en el último año través de canales digitales que tengan experiencia en comercio en línea, lo cual se debe evidenciar con un certificado emitido por un contador público con tarjeta profesional vigente.
- En el momento de registrarse en la convocatoria, el potencial Beneficiario no debe haber tenido dentro de los 2 últimos años, ni tener actualmente, a su registro una solución de comercio electrónico bajo la modalidad de Tienda Virtual.
- Si el Beneficiario esta aceptado en el proyecto vende en línea no puede hacer parte de la línea estratégica Tiendas Virtuales y viceversa.
- **El beneficiario aceptado en la presente línea estratégica no puede haber sido Beneficiario de los programas anteriores de Tiendas Virtuales.**

Lo anterior debe ser aprobado por el Supervisor designado por FINDETER antes de iniciar las fases correspondientes.

No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
2.1	<p>Diseño de estrategia para la convocatoria e inscripción en la línea estratégica “Tiendas virtuales”.</p> <p>Los operadores deben diseñar una estrategia con su respectivo cronograma de actividades tanto técnicas como comunicacionales, para el desarrollo de la convocatoria e inscripción de los interesados, así mismo, desarrollar propuesta del mecanismo de selección de los comerciantes y/o mipymes colombianas que serán beneficiarias con sus respectivos cronogramas de acuerdo con los requisitos descritos en detalle para la FASE 3 “Convocatoria, selección y caracterización” de Beneficiarios “Tiendas Virtuales ”.</p> <p>Una vez presentada la estrategia para la convocatoria, inscripción y selección de los Beneficiarios “Tiendas Virtuales” con el cumplimiento de los requerimientos, debe ser aprobado por el Supervisor designado por FINDETER. La cual podrá ser sujeta a modificaciones.</p>	<p>Un documento que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> i) Diseño de la estrategia para la convocatoria, inscripción de los potenciales Beneficiarios que comprenda: <ul style="list-style-type: none"> a. Formulario de inscripción. b. Diseño e implementación de micrositio. c. Campaña de difusión y divulgación de la convocatoria. ii) Mecanismo de selección de Beneficiarios. <p>Momento de entrega: De acuerdo con la fecha de entrega relacionada en el plan de trabajo aprobado por el Supervisor designado por Findeter.</p>
2.2	<p>Alistamiento de la solución tecnológica de la línea estratégica “Tiendas Virtuales” para la creación de las tiendas virtuales.</p> <p>Los OPERADORES deberán presentar la solución tecnológica para</p>	<p>Un documento que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> i) La descripción de la solución tecnológica.



No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
	<p>el desarrollo de las Tiendas Virtuales cumpliendo los requerimientos detallados en la FASE 4, en la actividad específica “Solución tecnológica de la línea estratégica “Tiendas Virtuales ” para la creación de las Tiendas Virtuales”, que debe incluir la descripción de las plantillas de las Tiendas Virtuales dispuestas en la solución tecnológica, el esquema detallado de tratamiento de datos personales para los Beneficiarios y la descripción detallada de cada módulo de la solución tecnológica.</p> <p>Una vez presentada la solución tecnológica con el cumplimiento de los requerimientos, debe ser aprobado por el Supervisor. Estos entregables, podrán ser sujetos de modificaciones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ii) La descripción de las plantillas de las tiendas virtuales dispuestas en la solución tecnológica. iii) El esquema detallado de tratamiento de datos personales para los Beneficiarios de la línea estratégica “Tiendas virtuales”. iv) La descripción detallada de cada módulo de la solución tecnológica. <p>Momento de entrega: De acuerdo con la fecha de entrega relacionada en el plan de trabajo aprobado por el supervisor</p>
<p>2.3</p>	<p>Mejora y actualización de los contenidos del material de sensibilización y capacitación del centro de recursos de la línea estratégica “Tiendas virtuales”.</p> <p>Considerando que son recursos virtuales, se manejarán bajo el esquema de Objetos Virtuales de Aprendizaje (OVA); es decir, material estructurado y empaquetado, asociado a un propósito educativo y que corresponda a un recurso de carácter digital que pueda ser distribuido y consultado a través de la Internet y enlazado a las plataformas mediante estándares SCORM o similares, que contengan videos, animaciones, actividades, diagramas o audios, los cuales deben ser puestos a disposición de los Beneficiarios mediante acceso público y gratuito.</p> <p>Los operadores deberán desarrollar los módulos, OVAs e información correspondientes a las siguientes temáticas sin limitarse a ello:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Retos de la omnicanalidad 2. Sistemas para la interoperabilidad 3. Tributación crossborder 4. Estatuto del consumidor 5. Marketing digital 6. Seguridad y política de tratamiento de datos <p>Estos módulos, OVAs e información son el insumo para la revisión, mejora y actualización según las exigencias del mercado. Se podrá ampliar la información a otros temas que se consideren pertinentes para fortalecer las actividades de comercio electrónico en la población objetivo, los cuales deberán ser concertados con el equipo de Findeter.</p> <p>Adicionalmente los Operadores deben desarrollar un módulo introductorio sobre las condiciones contractuales, operativas, etc., que adquieren los Beneficiarios con la firma del contrato con los operadores con una cartilla de presentación de la línea estratégica descargable (esta cartilla también debe ser enviada a los Beneficiarios de manera digital, una vez inicie la FASE 4 de la línea estratégica “Tiendas Virtuales”).</p>	<p>documento con todos los contenidos del material de sensibilización y capacitación del centro de recursos, que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> i) Presentación detallada del centro de recursos con la Actualización de los 6 módulos y el material introductorio con los respectivos OVAs y todos los contenidos del material de sensibilización y capacitación. del centro de recursos. ii) El material introductorio. iii) Las cartillas debidamente actualizadas y diseñadas y demás documentos guía y material de apoyo de las sesiones sincrónicas de acompañamiento grupales y asesorías individuales. <p>Momento de entrega: De acuerdo con la fecha de entrega relacionada en el plan de trabajo aprobado por el supervisor.</p>



No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
	<p>Si bien se podrá ampliar la información a otros temas que se consideren pertinentes para fortalecer las actividades de comercio electrónico en la población objetivo, deberán ser concertados con el equipo de Findeter.</p> <p>Una vez presentada la mejora y actualización de los contenidos del material de formación del centro de recursos con el cumplimiento de los requerimientos, debe ser aprobado por el Supervisor. Estos entregables, podrán ser sujetos de modificación.</p> <p>En el caso de desarrollarse o actualizarse Objetos Virtuales de Aprendizaje (OVA) y los módulos de formación, los derechos patrimoniales de dichas obras serán titularidad del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, toda vez que se entienda serán creadas bajo la figura de Obra creada por encargo contemplada por la Ley 23 de 1982 y, por ende, el autor o los autores de las obras ceden sus derechos patrimoniales sobre las mismas.</p>	
2.4	<p>Diseño de la estrategia de acompañamiento a Beneficiarios de la línea estratégica “Tiendas virtuales”.</p> <p>Los OPERADORES deberán diseñar y presentar la estrategia de acompañamiento a Beneficiarios para sensibilizar y capacitar sobre el uso de herramientas prácticas para el funcionamiento del ecosistema del comercio electrónico, el esquema para la apropiación de la plantilla de su Tienda Virtual y la adopción por parte de cada Beneficiario de una Estrategia de Comercialización en Línea (ECL), de acuerdo con los requerimientos detallados en la FASE 4, en la actividad específica “Estrategia de acompañamiento a Beneficiarios”, la cual debe ofrecer tres tipos de recursos para la transferencia de conocimiento: i.) Centro de recursos; ii.) Sesiones sincrónicas de acompañamiento grupales; y iii.) Asesorías individuales.</p> <p>Una vez presentado el diseño de la estrategia de acompañamiento a Beneficiarios con el cumplimiento de los requerimientos, debe ser aprobado por el Supervisor. La estrategia podrá ser sujeto de modificaciones.</p>	<p>Un documento que contenga una estrategia de acompañamiento a Beneficiarios la cual debe incluir:</p> <ul style="list-style-type: none"> i) Presentación del “Centro de Recursos”. ii) Cronogramas de la realización de las sesiones sincrónicas de acompañamiento grupales y asesorías individuales. iii) Documentos guía y material de apoyo. <p>Momento de entrega: De acuerdo con la fecha de entrega relacionada en el plan de trabajo aprobado por el supervisor delegado por Findeter.</p>

FASE 3: CONVOCATORIA, SELECCIÓN Y CARACTERIZACIÓN.

Esta fase contempla la realización de una convocatoria dirigida a la población objetivo a nivel nacional descrita en la Fase 2 (Características de los Beneficiarios). Como parte del proceso de selección, los participantes que se postulan para participar de esta la línea estratégica deberán completar y enviar un formulario que permita realizar una caracterización, orientada a proporcionar información acerca de sus características socioeconómicas.

Los Operadores deben realizar un acompañamiento constante a los comerciantes y/o a las mipymes colombianas, garantizando el cumplimiento de las actividades de la presente fase; en especial, en el diligenciamiento y envío del formulario de inscripción en la línea estratégica “Tiendas Virtuales”.

No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
3.1	Convocatoria Nacional de la línea estratégica “Tiendas Virtuales”.	Un documento que contenga:



No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
	<p>Se debe desarrollar y ejecutar en su totalidad una estrategia que permita realizar una convocatoria nacional cuyo fin sea la inscripción de participantes de acuerdo con los requisitos descritos en la Fase 2 (Características de los Beneficiarios).</p> <p>Los requisitos mínimos de la estrategia de Convocatoria Nacional de la línea estratégica “Tiendas Virtuales” son:</p> <p>ESTRATEGIA:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Objetivo. 2. Público objetivo caracterizado y acorde a la población que se requiere impactar. 3. Estrategia. 4. Tácticas (plan de contenidos, donde se incluya la propuesta de temáticas a desarrollar). 5. Identificación de hitos. 6. Plan de acción (actividades detalladas y segmentadas por tipo de público). Esto debe contener como mínimo: <ol style="list-style-type: none"> 6.1. Plan de relacionamiento para gestionar aliados con el fin de fortalecer el proceso de la convocatoria enfocada a generar inscripciones del público objetivo con énfasis en región. 6.2. Plan de promoción y divulgación de la convocatoria (orgánico y pauta en canales digitales (No puede ser exclusivamente en redes sociales). 6.3. Propuesta de actividad para apertura de inscripciones de la convocatoria. 6.4. Propuesta y desarrollo de eventos de activación (virtuales y presenciales) de fortalecimiento a la convocatoria enfocadas a generar inscripciones en el público objetivo con énfasis en región. 7. Cronograma 8. Mecanismo de evaluación y seguimiento 9. Indicadores <p>NOTA: La estrategia y todos sus componentes, como imagen, mensajes, entre otros, deben estar siempre alineados a los requisitos del MinTIC y serán elaborados por cada uno de los Operadores</p> <p>PLATAFORMA suministrada por Findeter:</p> <p>Las inscripciones a la convocatoria de la línea estratégica “Tiendas Virtuales” deben realizarse a través de una plataforma virtual (Página Web suministrada por Findeter) de registro exclusiva para esta convocatoria, bajo la imagen del programa, de las siguientes características y definiciones : (i) El objetivo, meta, entidades responsables, fechas claves y formas de participación de la línea estratégica “Tiendas Virtuales”; (ii) Perfil de los Beneficiarios esperados en función de los requisitos de selección; (iii) Condiciones de participación en la convocatoria; (iv) El contenido de los módulos temáticos virtuales descritos en (iv) Formulario virtual de inscripción para que sea diligenciado en línea; (v) Información de contacto para</p>	<ol style="list-style-type: none"> i) Informe detallado del desarrollo de la estrategia de la convocatoria Nacional “Tiendas Virtuales” junto con los soportes respectivos. ii) Base de datos de los participantes inscritos con toda la información solicitada en el formulario. iii) Lecciones aprendidas y recomendaciones. <p>Momento de entrega: El documento debe ser entregado mínimo 5 días antes de su presentación, de acuerdo con el plan de trabajo, y será aprobado por el Supervisor.</p>



No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
	<p>resolución de dudas e inquietudes; (vi) Visualización de la política de tratamiento de datos del MinTIC y Findeter.</p> <p>FORMULARIO (Findeter): Findeter pondrá a disposición de todos los beneficiarios un formulario virtual que tiene como objeto conocer los datos generales del potencial Beneficiario, ubicación y perfil socioeconómico, a través del cual los comerciantes y/o mipymes colombianas interesadas en participar en la línea estratégica “Tiendas Virtuales” puedan postularse. A través de dicho formulario ingresará la información requerida sobre (i) información general, (ii) características del negocio del comerciante o la mipymes colombiana, (iii) habilidades digitales, (iv) Nivel de conocimiento de comercio electrónico y (v) participación en TecDigital para realizar un diagnóstico del nivel de madurez digital y la elaboración de la ruta para la transformación digital (para los Beneficiarios que cumplan con los requisitos de TecDigital vigentes).</p> <p>Esto se describe a continuación:</p> <p><u>(i) Información general del participante:</u> Secciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nombre y apellidos • Tipo y número de identificación • Género: F: Femenino - M: Masculino - Otro • Edad • Nivel educativo • Correo electrónico • Ciudad y departamento donde ejerce su actividad comercial • Dirección de residencia • Teléfono de contacto • Acceso a internet • Perfil socioeconómico • Autorización del uso de los datos • Zona Urbana o Rural <p><u>(ii) Perfil del negocio</u> Busca identificar las características principales del negocio del comerciante y/o mipymes colombianas para determinar si pertenece al grupo objetivo de la línea estratégica. Secciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Razón social • Registro único Tributario (RUT) • Número de Identificación Tributaria (NIT) • Código CIUU • Tamaño de la empresa • Número de empleados • Sector económico de la iniciativa, según el sistema de Clasificación de las Actividades Económicas (CIUU) a 4 dígitos y el nombre que le asignan estos cuatro dígitos • Tipo de productos a comercializar, clasificados según el Sistema de Clasificación Central de Productos (CPC) a 2 dígitos y tipificarlos por escrito 	



No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
	<ul style="list-style-type: none"> • Ingresos brutos del último año • Ubicación • Zona • Dirección • Teléfono • Dirección de la página web, si cuenta con esta, y/o nombre comercial en redes sociales • Zona Urbana o Rural • Municipio categoría del 2 al 6 <p><u>(iii) Nivel de habilidades digitales</u> Tiene como objeto determinar si el postulante cuenta con las habilidades básicas para realizar las actividades, diseño de objetivos y recibir el acompañamiento previsto a lo largo de la línea estratégica.</p> <p>Como mínimo el participante seleccionado deberá contar con habilidad para ingresar y usar los canales de comunicación que sean dispuestos para el desarrollo de la línea estratégica (correo electrónico, WhatsApp, teléfono móvil, etc.) de manera que pueda recibir la información sobre fechas de las actividades a realizarse, los documentos o contenidos guía para el desarrollo de las actividades y cumplimiento de objetivos, y el acompañamiento del consultor que le sea asignado.</p> <p>El postulante, deberá también estar en capacidad de ingresar a la plataforma digital dispuesta para el desarrollo de la línea estratégica, tomar fotos digitales y acceder a redes sociales.</p> <p>Secciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manejo de comunicaciones (correos, mensajería instantánea, etc.) • Manejo de tecnologías portátiles (computador, teléfono móvil) <p><u>(iv) Nivel de conocimiento de comercio electrónico</u> Secciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Total, de ventas actuales • Canales digitales certificados actuales • Medios de pago utilizados • Cantidad de transacciones digitales • Procesos comerciales actuales <p>Esta información se utilizará para:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Seleccionar a los participantes que pertenezcan a la población objetivo, cuenten con las competencias digitales básicas para recibir el acompañamiento y tengan la mentalidad empresarial requerida para consolidar su negocio en el mediano y largo plazo. b. Realizar una caracterización inicial que permita identificar a los participantes en cuanto a su perfil socioeconómico, características de sus negocios, nivel de desarrollo de sus competencias digitales, mentalidad empresarial, potencial de formalización y establecer una línea de base que permita medir el impacto de la intervención. 	



No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
	<p>c. Segmentar los participantes en grupos de trabajo con características afines para las actividades grupales que hacen parte del desarrollo de la línea estratégica “Tiendas Virtuales” (por sector económico, competencias digitales, tipo de negocio, etc.) y detectar oportunidades de mejora específicas para el desarrollo de sus negocios.</p> <p>d. Plantear las actividades a trabajar por los Beneficiarios durante la línea estratégica, a las cuales el equipo operador de la línea estratégica debe hacer seguimiento.</p> <p>e. Identificar las mipymes participantes que desean y cumplan los requisitos vigentes para realizar un diagnóstico del nivel de madurez digital y la elaboración de la ruta que permita su transformación digital mediante la estrategia de TecDigital del MinTIC.</p> <p>NOTA: Dado que se deberá garantizar que como mínimo 4.060 (50% (2030 empresas) por Operador mínimo) de los participantes reciban el acompañamiento para aprender a utilizar herramientas prácticas sobre el funcionamiento del ecosistema del comercio electrónico, el esquema para la apropiación de la plantilla de su Tienda Virtual, la adopción por parte de cada Beneficiario de una Estrategia de Comercialización en Línea (ECL) y la creación y puesta en marcha de su Tienda Virtual, así como los objetivos que se les asignarán para cumplir la línea estratégica “Tiendas Virtuales”, el Operador deberá estimar, haciendo uso de métodos matemáticos y cualitativos, cuál es la cantidad de participantes con los que deberá iniciar el proceso para asegurar que mínimo 4.060 (50% (2030 empresas) por operador mínimo) lo completen de manera exitosa y por lo tanto, cuál será la cantidad inicial de cupos disponibles. Lo anterior se realiza para soportar eventuales deserciones. El Operador deberá con por lo menos un 30% más de participantes que cumplan con los requisitos habilitantes de participación en el mismo.</p> <p>NOTA: La convocatoria deberá durar como mínimo dos (2) meses y como máximo un tiempo de cuatro (4) meses: este tiempo puede variar de acuerdo con el interés mostrado por comerciantes y/o mipymes colombianas para ser parte de la línea estratégica “Tiendas Virtuales”.</p>	
<p>3.2</p>	<p>Selección de los Beneficiarios de la línea estratégica “Tiendas Virtuales”.</p> <p>Se debe formular un sistema de validación que permita seleccionar aquellos inscritos que cumplan con los requisitos mínimos habilitantes para participar mencionados anteriormente. Se seleccionará a los participantes de acuerdo con el orden de inscripción y hasta agotar los cupos disponibles.</p> <p>NOTA: En caso de que un potencial Beneficiario se haya presentado y haya sido seleccionado en la línea estratégica “Tiendas Virtuales 2.0 de 2021” no podrá ser nuevamente Beneficiado con esta línea estratégica, así no haya iniciado o culminado todas las fases de este. Los Beneficiarios seleccionados en esta línea estratégica se revisarán en las bases de datos del proceso de selección respectivo.</p>	<p>Un documento que contenga el informe detallado de la selección de los participantes a beneficiar con la línea estratégica “Tiendas Virtuales”, con sus respectivos soportes. Debe incluir:</p> <ul style="list-style-type: none"> i) El resultado de la evaluación para la selección de participantes a beneficiar. ii) Bases de datos de los participantes seleccionados a beneficiar. iii) Lecciones aprendidas y recomendaciones.



No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
	<p>NOTA: Los participantes seleccionados no pueden estar inscritos en la línea estratégica “Vende en Línea” del proyecto Vende Digital 2022 y viceversa, ni haber sido Beneficiarios de programas anteriores de Vender en Línea o Tiendas Virtuales.</p> <p>Teniendo el total de participantes inscritos en la línea estratégica “Tiendas Virtuales” se deberá informar a Findeter sobre los resultados finales de selección de potenciales Beneficiarios según las estrategias implementadas.</p> <p>Luego los operadores deberán enviar una carta a los participantes no seleccionados agradeciendo la participación en esta convocatoria. Así mismo, se debe enviar una carta de bienvenida vía correo electrónico notificando a los participantes que han sido seleccionados como potenciales Beneficiarios de la línea estratégica “Tiendas Virtuales”.</p> <p>NOTA: Se hace claridad de que no es un requisito indispensable el cumplimiento en tiempo y cantidad de inscritos de la fase 3 para iniciar la fase 4. “Sensibilización, capacitación y apropiación”, toda vez que se puede iniciar el proceso de acompañamiento a los participantes seleccionados.</p> <p>NOTA: Los participantes seleccionados deben comprometerse a:</p> <ul style="list-style-type: none"> i) Realizar el diagnóstico del nivel de madurez digital para la elaboración de la ruta que permita su transformación digital mediante la estrategia de TecDigital del MinTIC (Aplica para los Beneficiarios que cumplan con los requisitos de TecDigital vigentes). ii) Firmar un acuerdo de compromiso del cumplimiento de los objetivos de la línea estratégica “Tiendas Virtuales”. iii) Firma del contrato entre el Beneficiario y el Operador (El contrato inicia su vigencia cuando la Tienda Virtual creada por el Beneficiario inicia su funcionamiento, es decir, se puede realizar transacciones en línea). <p>En dicho acuerdo de compromiso el comerciante y/o representante legal de la mipyme seleccionada se compromete a:</p> <ul style="list-style-type: none"> i) Designar a uno de sus empleados y/o socios como responsable de participar del proceso de sensibilización y capacitación de la línea estratégica “Tiendas Virtuales”, así como en la formulación y puesta en marcha al interior del negocio o la mipyme, de la estrategia de comercialización de la línea estratégica “Tienda Virtual”. ii) Seguir las recomendaciones del Operador para el montaje de la Tienda Virtual, adoptar la solución de pagos y servicios de logística propuesto por el Operador. Es de aclarar que la integración del Operador logístico es obligatoria, no obstante, puede ser opcional que la cobertura sea a nivel nacional o a zonas específicas dependiendo del bien o servicio que oferte 	<p>Momento de entrega: El documento debe ser entregado mínimo 5 días hábiles antes de su presentación, de acuerdo con el plan de trabajo, y será aprobado por el Supervisor.</p>



No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
	<p>el Beneficiario y su ubicación, es opcional el adicionar opciones para recoger en tienda. Así mismo, es obligatorio el uso de una pasarela de pago que incluya como mínimo una modalidad o método online; es opcional que el Beneficiario adicione métodos presenciales como transferencias o pagos contra entrega.</p> <ul style="list-style-type: none"> iii) Cumplir con los criterios técnicos de las Tiendas Virtuales. iv) Garantizar un seguimiento constante al proceso de venta, distribución, entrega y servicio postventa de los bienes y servicios que ofrece en línea. v) Autorizar a MinTIC y Findeter el acceso a la información sobre los indicadores de desempeño de la tienda (Ventas, entregas, PQRs, Devoluciones, Tipo de productos o servicios, Sector, entre otros), y demás información que se pueda requerir en la ejecución y liquidación del contrato. <p>En el evento que el Beneficiario no remita la información solicitada dentro de 8 días calendario, el Operador podrá abrir ese cupo para otra participante, dejando las respectivas constancias.</p> <p>NOTA: Para efectos de la selección de los Beneficiarios, se debe considerar que el 30% de los Beneficiarios deberá estar ubicado en municipios de categoría 2 a 6 según la categorización de las entidades territoriales, consignada en la Resolución No. 400 del 21 de noviembre de 2019 expedida por la Contaduría General de la Nación.</p> <p>Igualmente, es importante aclarar que, se debe garantizar que se seleccionen mínimo 4.060 Beneficiarios (50% (2.030) empresas por cada uno de los dos Operadores) que se vincularán inmediatamente al proceso, deberá garantizar que se seleccionen y genere un Banco mínimo del 30% de elegibles, dado que en caso de que alguno de los 4.060 Beneficiarios desista o abandone el proceso de acompañamiento, se podrán vincular algunas de las personas del Banco de Elegibles para reemplazar dicho Beneficiario. Por lo tanto, el reemplazo no implica ningún costo adicional y tiene la finalidad de lograr la meta de la creación y puesta en marcha de mínimo 4.060 Tiendas Virtuales con pasarela de pagos y/o operador logístico. (50% (2030) por cada uno de los dos operadores como mínimo).</p> <p>NOTA: en caso de que los operadores de forma voluntaria decidan reportar beneficiarios adicionales a los establecidos en la meta (4.060) estos tendrán las mismas obligaciones contractuales, responsabilidades y requisitos que se detallan en el presente estudio y anexo técnico.</p>	
3.3	<p>Caracterización de los Beneficiarios de la línea estratégica “Tiendas Virtuales”.</p> <p>Realizar una caracterización inicial que permita identificar a los participantes en cuanto a su perfil socioeconómico, características de sus negocios, nivel de desarrollo de sus competencias digitales y establecer una línea de base para los indicadores que permita medir</p>	<p>Un documento que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> i) El informe de caracterización inicial (línea base) de los potenciales Beneficiarios. ii) La base de datos de caracterización.



No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
	<p>el impacto de la intervención (Ventas, entregas, PQRs, Devoluciones, Tipo de productos o servicios, Sector, entre otros).</p> <p>Además, se debe realizar las siguientes clasificaciones:</p> <p>PRIMERA DIVISIÓN: Los participantes seleccionados se deben clasificar en dos grupos:</p> <p><u>Primer grupo:</u> Comerciantes y/o mipymes que a la fecha cuentan con página web activa.</p> <p><u>Segundo grupo:</u> Comerciantes y/o mipymes que tienen redes sociales, no tienen página web y comercializan en el entorno digital exclusivamente a través de redes sociales (por ejemplo: Facebook, Instagram, Pinterest y WhatsApp). La certificación por parte del interesado en el formulario de registro será considerada la prueba para la verificación de este requisito.</p> <p>SEGUNDA DIVISIÓN:</p> <p>Se deben dividir los Beneficiarios dependiendo del conocimiento y apropiación que tengan de la cadena del comercio electrónico, de forma tal que durante el proceso de transferencia de capacidades reciban un acompañamiento en los encuentros grupales más acordes a su contexto. Nota: Al menos 14 grupos de a 300 personas acorde al nivel de competencias digitales, así como a la actividad comercial.</p> <p>NOTA: Findeter podrá requerir otras variables en esta actividad específica de caracterización y para el seguimiento de la línea estratégica, las cuales deben quedar analizadas y entregadas en los informes requeridos.</p>	<p>Momento de entrega: El documento debe ser entregado mínimo 5 días hábiles antes de su presentación, de acuerdo con el plan de trabajo, y será aprobado por el Supervisor.</p>

FASE 4: SENSIBILIZACIÓN, CAPACITACIÓN Y APROPIACIÓN

El operador deberá poner a disposición la solución tecnológica de la línea estratégica “Tiendas Virtuales ” para la creación de las Tiendas Virtuales e implementar la estrategia de acompañamiento a Beneficiarios diseñada, presentada y aprobada por el supervisor designado por FINDETER en la Fase 2 “DISEÑO, ACTUALIZACIÓN Y APROBACIÓN” de la línea estratégica “Tiendas Virtuales ” enfocada a sensibilizar y capacitar sobre el uso de herramientas prácticas para el funcionamiento del ecosistema del comercio electrónico, el esquema para la apropiación de la plantilla de su Tienda Virtual y la adopción por parte de cada Beneficiario de una Estrategia de Comercialización en Línea (ECL), el cual debe ofrecer tres tipos de recursos para la transferencia de conocimiento:

- i.) Centro de recursos;
- ii.) Sesiones sincrónicas de acompañamiento grupales;
- iii.) Asesorías individuales.

No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
4.1	Puesta a disposición de la solución tecnológica de la línea estratégica “Tiendas virtuales” para la creación de las Tiendas Virtuales.	<p>Un documento que contenga:</p> <ol style="list-style-type: none"> i) Descripción detallada de la puesta a disposición de la



No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
	<p>Se debe poner a disposición la solución tecnológica de la línea estratégica “Tiendas Virtuales” para la creación de las Tiendas Virtuales presentada y aprobada por el Findeter en la Fase 2 “DISEÑO, ACTUALIZACIÓN Y APROBACIÓN” de la línea estratégica “Tiendas Virtuales” de acuerdo con lo aprobado en la actividad específica 2.2 Solución tecnológica de la línea estratégica “Tiendas virtuales” para la creación de las tiendas virtuales”.</p> <p>Los requerimientos mínimos que debe cumplir el desarrollo tecnológico de todas las tiendas virtuales son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Una plataforma modelo “SaaS Multi-tenant Architecture Cloud”, proporcionando escalabilidad automática de las tiendas virtuales, seguridad en las transacciones y garantizar el correcto tratamiento de datos personales. Así como cumplir con todos los requerimientos tecnológicos definidos para la línea estratégica “Tiendas Virtuales” en este documento. • La plataforma deberá ser responsive, es decir adaptable a cualquier dispositivo y/o accesible; además, deberá tener certificado SSL (integración entre ambiente móvil y web), embudo de conversión, motor de búsqueda, motor de recomendaciones e integración de cada uno de los componentes de la cadena de valor. • Se descarta cualquier plataforma que funcione on-premise y que no sea auto escalable. Debe ser de manera nativa (built-in), es decir no a través de plugins creados por terceros (third party), para garantizar la compatibilidad con el resto de las funcionalidades de la aplicación y la seguridad de las tiendas. • Contar con una capacidad suficiente para permitir que a través de la solución tecnológica puesta a disposición para la línea estratégica “Tiendas Virtuales”, cada una de las 4.060 (50% (2030) por cada uno de los dos operadores como mínimo) Tiendas Virtuales creadas e implementadas tenga el derecho de uso de un subdominio propio y haga la transferencia de toda su información (sobre sus productos y/o servicios y clientes) a un tercero. Se precisa que, si el Beneficiario tiene acceso a un dominio propio, este lo podrá integrar a la solución tecnológica que ofrezca el Operador. • Contar con capacidad instalada para asegurar que el soporte técnico se garantizará por un año adicional a los 	<p>solución tecnológica y creación de Tiendas Virtuales.</p> <ul style="list-style-type: none"> ii) Bases de datos de los beneficiarios que crearon, implementaron su tienda virtual. iii) Evidencias. iv) Lecciones aprendidas y recomendaciones. <p>Momento de entrega: De acuerdo con la fecha de entrega relacionada en el plan de trabajo aprobado por el supervisor.</p>



No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
	<p>Beneficiarios de las Tiendas Virtuales, a partir de la firma del contrato entre el Beneficiario y el Operador.</p> <p>El Operador deberá ofrecer reportes de la puesta en marcha de las Tiendas Virtuales durante la ejecución de la línea estratégica, a través de los cuales se genere información sobre la ubicación de las Tiendas Virtuales, así como capacidad para generar diversos reportes sobre las características de los Beneficiarios y los procesos de adopción de las Tiendas Virtuales.</p> <p>Los reportes de los comerciantes y/o del representante legal de la mipymes beneficiaria deben contener: nombre completo, número de identificación, edad, sexo, nivel educativo, correo electrónico, Teléfono de contacto, otros. Los reportes de la mipymes beneficiaria deben contener: Nombre, Nit, ubicación (región, departamento y municipio), zona (urbana/rural), dirección, tamaño, número de empleados, sector económico, código CIIU, ingresos brutos del último año, autorización del uso de los datos, URL la Tienda Virtual.</p> <p>Así como reportes sobre el funcionamiento de la Tienda Virtual en línea. Dichos reportes deberán versar, por ejemplo y sin limitación a estos exclusivamente, a la cantidad de transacciones digitales que realiza cada una de las Tiendas Virtuales, la recurrencia de los usuarios por cada una de las Tiendas Virtuales, la cantidad de pedidos al mes y el número de quejas o reclamos. Para su generación se debe utilizar el Módulo de reportes.</p> <p>Se debe considerar lo siguiente:</p> <p>Plantillas de las Tiendas Virtuales dispuestas en la solución tecnológica de la línea estratégica “Tiendas Virtuales”:</p> <p>El Operador deberá tener al menos 10 plantillas predeterminadas con las siguientes particularidades:</p> <ul style="list-style-type: none">• Las plantillas deben adaptarse de manera intuitiva a cualquier dispositivo electrónico (portátil, celular, tablet, computador de escritorio), de forma tal que todas las tiendas en línea que se creen tengan y ofrezcan experiencias de navegación adaptada a cada uno de estos tipos de dispositivos electrónicos.• El contenido visual de las plantillas debe ser llamativo, priorizar el uso de textos cortos y adaptar el tamaño de fotos e imágenes de acuerdo con el formato de cada dispositivo electrónico desde donde se acceda o consulte a la tienda en línea.• El diseño de las plantillas para la configuración de las tiendas debe priorizar la generación de un catálogo virtual	



No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
	<p>con información detallada sobre las características de los productos ofrecidos. Dicho catálogo debe precisar información sobre el tipo, dimensiones, materiales, colores, condiciones de uso, fechas de expiración, de los productos; así como debe garantizar la carga de productos y/o servicios de forma masiva, con promociones y cupones.</p> <ul style="list-style-type: none">• La plantilla debe ofrecer el servicio de incorporación de carrito de compras siempre visible y la integración con pasarelas de pagos online y/o modelos de pago FinTech. La plantilla puede ofrecer como opcional el pago en puntos de recaudo (tales como Baloto o Efecty) siempre y cuando privilegie y esté presente el pago en línea.• La plataforma debe generar tiendas virtuales que tengan buscadores de productos y/o servicios que permitan el uso de herramientas de comparación entre sus productos y/o servicios de manera visible para el comprador final.• La plantilla debe incorporar campos que obliguen al diligenciamiento de información clara sobre el sistema de pagos en línea, el esquema de logística y la atención postventa.• La plantilla debe ofrecer la posibilidad de acceder a un módulo de seguimiento de las ventas, CRM, que este actualizado en línea, así como herramientas para que la empresa conozca información sobre su tasa de conversión, porcentaje de compra, tipo de pago y niveles de satisfacción de los clientes con el proceso de compra. Así como ofrecer información para la gestión de inventarios, integración con sistemas de inventarios (si aplica) y módulo de reportes estadísticos.• Todas las plantillas deben tener certificado de seguridad (SSL), así como incluir un administrador de usuarios. <p>Esquema detallado de tratamiento de datos personales para los Beneficiarios de la línea estratégica “Tiendas virtuales”:</p> <p>El operador deberá definir el esquema detallado de tratamiento de datos personales, que les permita a los beneficiarios, al final del año de funcionamiento de la creación y puesta en marcha de las tiendas virtuales, elegir si continúan con su tienda virtual con el operador, asumiendo para ello los costos correspondientes de dominio, hosting, administración u optan por trasladar su tienda en línea con otro operador del mercado. Para este fin, durante esta fase se deben</p>	



No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
	<p>definir los protocolos de culminación del contrato entre el operador y el beneficiario en los cuales se establezca claramente lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El esquema de acceso a la información (contenido propio y datos de sus clientes) para la transferencia a un tercero. - Política de tratamiento de datos sobre clientes, facturación, productos más vendidos, etc. - Manejo de la información de los módulos de la solución tecnológica. - Costos que implicará para el Beneficiario continuar con el Operador, los costos de que el Beneficiario debe asumir después del año de beneficio que otorga el Ministerio, deben estar dados en pesos colombianos - Detallar la cobertura y beneficios con los que contará después de finalizar el beneficio que le facilitó el Ministerio <p>Módulos de la solución tecnológica de la línea estratégica “Tiendas virtuales” para la creación de las tiendas virtuales:</p> <p>Para lograr atender todos los requerimientos técnicos mínimos definidos en esta línea estratégica, el operador deberá ofrecer los siguientes módulos, los cuales deben mostrar información por beneficiario desagregada, dependiendo de si la transacción del producto y/o servicio se realizó a través de la tienda virtual:</p> <p><u>Módulo de Asistente para Creación de Sitios Web:</u> Corresponde al módulo para la creación de sitios web con las configuraciones de base de los diferentes módulos de la plataforma. El módulo deberá contar con las siguientes funcionalidades específicas para la tienda virtual:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistente para permitir que un usuario final pueda crear y administrar sitios Web sin requerir intervención de un técnico/desarrollador. (Plataforma de microciclo de creación de sitios web). • Se de presentar a los beneficiarios por lo menos 50 plantillas web preconstruídas y debidamente diseñadas, para que estos puedan usarlas y parametrizarlas de forma rápida. <p><u>Módulo PIM (Product Information Management):</u> Corresponde al módulo para la gestión de información de los productos y/o servicios disponibles en la tienda virtual. El módulo deberá contar con las siguientes funcionalidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión de la información asociada a los productos, tales como categorías, título, descripción, precios, imágenes, etc. • Actualización de productos de manera singular y masiva a través de archivos CSV. • Ordenamiento automático y de forma manual de los productos en el sitio web, de acuerdo con los productos disponibles. 	



No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
	<p><u>Módulo CMS (Content Management System):</u> Corresponde al módulo para la gestión del contenido que se mostrará en el sitio web. El módulo deberá contar con las siguientes funcionalidades:</p> <ul style="list-style-type: none">• Gestión SEO en los contenidos y landing pages.• Importación y exportación de contenidos de manera masiva a través de archivos CSV. <p><u>Modulo CRM (Customer Relationship Management):</u> Corresponde al módulo para la gestión de relacionamiento de clientes, de los que establecen la relación a través de la tienda virtual. El módulo deberá contar con las siguientes funcionalidades:</p> <ul style="list-style-type: none">• Gestión centralizada de las solicitudes creadas por los usuarios, independiente del canal de apertura. (Sitio Web)• Integración nativa con plataformas que permitan la recolección de los datos comportamentales de los consumidores, para futuro uso en campañas de Marketing dirigidas a segmentos de mercado específicos. <p><u>Módulo OMS (Order Management System):</u> Corresponde al módulo para la gestión de pedidos tanto los solicitados en la tienda virtual. El módulo deberá contar con las siguientes funcionalidades:</p> <ul style="list-style-type: none">• Gestión del ciclo de vida de un pedido.• Gestión de ruta óptima para la entrega de los productos, bienes o servicios según la geolocalización de los usuarios clientes, teniendo presente los tiempos de entrega.• Gestión de devoluciones y cambios.• Gestión centralizada de los pedidos independiente del canal de venta (Sitio Web). <p><u>Módulo WMS (Warehouse Management System):</u> Corresponde al módulo para la gestión del inventario. El módulo deberá contar con las siguientes funcionalidades:</p> <ul style="list-style-type: none">• Gestión de inventario disponible y reservado por pedidos actualmente en proceso.• Gestión de picking / packing.• Gestión de reportes de los productos, bienes o servicios disponibles en cada una de las bodegas.• Programación automática de recogida del pedido en la bodega. <p><u>Módulo de Marketing:</u> Corresponde al módulo para la gestión de promociones y campañas de marketing. El módulo deberá contar con las siguientes funcionalidades:</p> <ul style="list-style-type: none">• Sistema de promociones de producto, a nivel de precio.• Gestión de precios y promociones por variante.• Gestión centralizada de campañas de marketing Adwords, Newsletter, Banners.	



No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
	<ul style="list-style-type: none"> • Integraciones nativas con herramientas de Email Marketing. • Integración nativa con herramientas para la automatización de envío de emails o notificaciones push a los clientes en función de su comportamiento, para poder recuperar carritos abandonados, enviarles newsletters personalizadas, etc. <p><u>Módulo de Reportes:</u> La función principal del Módulo de reportes será generar información sobre la implementación de la línea estratégica “Tiendas virtuales”, por lo tanto, se constituye en la principal fuente de datos para el cálculo de los indicadores de proceso y resultados que se estipulan en la fase 6, relativa al proceso de seguimiento y evaluación.</p> <p>Adicional al cálculo de los indicadores, el módulo de reportes deberá ofrecer información en tiempo real sobre las características socioeconómicas de los beneficiarios (ubicación, género, edad, nivel de formación, tipo de empresa, sector económico); así como permitir la generación reportes sobre el funcionamiento de cada una de las tiendas virtuales, en términos de su desempeño en la comercialización. Estos deberán ser como mínimo:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tasas de búsqueda 2. Cantidad de visitas realizadas 3. Tasa de rebote 4. Tasa de disponibilidad 5. Total de visitas únicas 6. Tasa de agregación al carrito 7. Tasa de abandono 8. Total de transacciones realizadas en cantidad y monto 9. Tasas de conversión 10. Valor del ticket promedio 11. Valor del ticket máximo y mínimo 12. Contactos por pedido 13. Tiempos de entrega 14. Categorías más buscadas y vendidas 15. Tasa de devolución 16. Nivel de satisfacción de los clientes 17. Tasa de repetición <p>Es importante resaltar que este módulo de reportes permitirá generar en cualquier momento de la ejecución de la línea estratégica datos claves. Adicionalmente, los operadores deberán garantizar que el módulo de reportes estará habilitado al menos por un año, tras la finalización del plazo de ejecución del contrato.</p>	
4.2	<p>Implementación de la estrategia de acompañamiento a beneficiarios de la línea estratégica “Tiendas virtuales”.</p> <p>Se debe implementar la estrategia de acompañamiento a beneficiarios diseñada, presentada y aprobada por Findeter en la Fase 2 “DISEÑO, ACTUALIZACIÓN Y APROBACIÓN” de la línea</p>	<p>Un documento que contenga:</p> <ol style="list-style-type: none"> i) Descripción detallada de la implementación de la estrategia de acompañamiento a beneficiarios de la línea



No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
	<p>estratégica “Tiendas Virtuales ” de acuerdo con lo aprobado en la actividad específica 2.4 “Diseño de la estrategia de acompañamiento beneficiarios” enfocada a la sensibilización y capacitación sobre el uso de herramientas prácticas para el funcionamiento del ecosistema del comercio electrónico, el esquema para la apropiación de la plantilla de su tienda virtual y la adopción por parte de cada beneficiario de una Estrategia de Comercialización en Línea (ECL), el cual debe ofrecer tres tipos de recursos para la transferencia de conocimiento: i.) Centro de recursos; ii.) Sesiones sincrónicas de acompañamiento grupales; y iii.) Asesorías individuales.</p> <p>Se contemplan al menos siete ejes temáticos para la realización de talleres, el diseño de las actividades, el cumplimiento de objetivos orientados a visibilizar, vender el producto en línea y la realización de sesiones de acompañamiento grupales e individuales, los cuales se describen en la actividad específica “Mejora y actualización de los contenidos del material de sensibilización y capacitación del centro de recursos” de la FASE 2 de la línea estratégica “Tienda Virtual”.</p> <p>Para el desarrollo de los temas podrán contemplarse, entre otros, la realización de presentaciones magistrales, uso material didáctico y aplicativos interactivos, evaluaciones de selección múltiple online, metodologías aplicadas basadas en el estudio de casos, discusión de lecturas previas, talleres prácticos en vivo y objetivos orientados al desarrollo de ejercicios para que los beneficiarios pongan en práctica los conocimientos adquiridos.</p> <p>Requisitos del Centro de Recursos</p> <p>El Centro de recursos debe ser una plataforma que les permitirá a los beneficiarios el acceso a contenidos de formación sobre temas trascendentales para el comercio electrónico, organizados mediante módulos que corresponden y contienen los OVAs de las temáticas descritas en la Actividad 2.3 “Mejora y actualización de los contenidos del material de sensibilización y capacitación del centro de recursos”.</p> <p>El centro de recursos debe cumplir al menos con las siguientes consideraciones técnicas:</p> <p><u>1. Detalles de Información:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Información de los potenciales beneficiarios para la activación de usuarios. • Video introductorio: Que permita brindar explicación de la línea estratégica “Tiendas Virtuales” y generalidades de los módulos. • Calendario de los talleres con link de acceso adonde se dictará el taller. • Agendamiento de los talleres, sesiones grupales o individuales: Que permita a los beneficiarios del proceso de transformación digital recibir a través de sus correos 	<p>estratégica “Tiendas Virtuales” junto con los soportes respectivos.</p> <p>ii) Cronograma de entrega.</p> <p>iii) Bases de datos de los beneficiarios apropiados.</p> <p>iv) Evidencias</p> <p>v) Lecciones aprendidas y recomendaciones.</p> <p>Momento de entrega: El documento debe ser entregado mínimo 5 días hábiles antes de su presentación, de acuerdo con el plan de trabajo, y será aprobado por el supervisor.</p>



No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
	<p>electrónicos la programación de las fechas en las cuales se realizarán las sesiones de las diferentes temáticas.</p> <ul style="list-style-type: none">• Información que se considere necesaria. <p><u>2. Detalles de Recursos pedagógicos:</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Evaluación diagnóstica: Que permita indagar sobre los presaberes del participante en las diferentes temáticas.• Videos explicativos: Cápsulas cortas de video, para presentar los temas más importantes de los módulos.• Infografías y recursos interactivos: Esquemas didácticos para que el consumo de la información por parte del beneficiario sea de fácil entendimiento y comprensión. En este espacio se contemplan infografías, ejercicios básicos de comprensión, presentaciones animadas o dinámicas entre otros recursos que se puedan integrar a la plataforma.• Evaluación final de cada módulo: Sección de preguntas con respuestas de selección múltiple, para medir el nivel de apropiación por parte del beneficiario.• Lecturas: Descripciones cortas de los temas que serán utilizados para afianzar los conocimientos de los beneficiarios.• Encuesta de satisfacción: Encuesta para recibir realimentación sobre los conceptos abordados en la formación.• Cargue de sesiones virtuales grabados. <p>NOTA: En cada módulo el beneficiario podrá descargar un PDF ubicado al final de las lecturas educativas, para que así pueda consumir el contenido de las lecturas en un solo lugar, y de forma offline.</p> <p><u>3. Detalles de Seguimiento:</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Realizar registro de usuarios.• Realizar seguimiento en tiempo real a las actividades realizadas por los participantes del proyecto "Tiendas Virtuales".• Realizar seguimiento a las encuestas de satisfacción.• Permitir descargar información para consolidar base de datos.• Permitir la visualización de indicadores, tableros de control y reportes se debe realizar a través de Power BI (Business Intelligence).	



No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
	<ul style="list-style-type: none"> Hacer seguimiento del avance del proceso (participantes inscritos, actividades desarrolladas y evidencias recolectadas). <p>El Centro de recursos compartido debe:</p> <ul style="list-style-type: none"> Estar disponible las 24 horas del día desde el inicio de ejecución de fase 4. Ser de fácil acceso para los beneficiarios. Ser amigable con los beneficiarios. Ser de uso intuitivo. <p>Requisitos de las sesiones sincrónicas de acompañamiento grupales:</p> <p>Cinco (5) sesiones sincrónicas se deben desarrollar por consultores expertos y en grupos de máximo 300 personas y será una actividad opcional para los beneficiarios. Cada sesión sincrónica debe tener una duración entre 45 minutos a una hora, con sesión de preguntas incluida. Las temáticas por encuentro deben ser las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> Funcionamiento de la cadena de valor Acceso al portal de compra tienda Proceso de compra y métodos de pago Operación logística y servicio postventa Estrategias de marketing digital + uso de herramientas gratuitas <p>Adicional a estos temas el operador puede incluir hasta 5 adicionales que considere pertinentes para apoyar el proceso de transformación digital de los beneficiarios.</p> <p>Requisitos de asesorías individuales</p> <p>El principal objetivo de las asesorías individuales es lograr que cada beneficiario, una vez familiarizado con los retos del comercio electrónico, su esquema de funcionamiento y los actores de la cadena de valor, logre formular su Estrategia de Comercialización en Línea (ECL) para poner en funcionamiento efectivamente su solución de comercio electrónico.</p> <p>En total serán 4 sesiones, cada una de mínimo 45 minutos y máximo 1 hora, con especialistas en comercio electrónico. Cada una de estas sesiones tendrá un tema en particular los cuales son:</p> <ol style="list-style-type: none"> Implementación de la plantilla + Transformación del modelo de negocio Manejo logístico de acuerdo con el modelo de negocio Plan de comercialización en línea + Manejo de clientes en línea 	



No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
	<p>4. Resolución de dudas sobre implementación de plantillas y seguimiento al funcionamiento de la tienda.</p> <p>NOTA: Cada uno de los beneficiarios debe haber recibido al menos 3 sesiones individuales.</p> <p>El desarrollo de las asesorías individuales debe darse a lo largo de los meses de ejecución del proyecto y debe estar orientado a que el beneficiario logre formular y poner en marcha su ECL. Para estos efectos, el operador debe ofrecerle al beneficiario unas condiciones, herramientas y recursos mínimos que le permitan a este adoptar medidas específicas por estadio de la cadena de valor, las cuales configurarán así su ECL. Es decir, al final de las asesorías individuales, los beneficiarios tendrán claro cómo actuar, qué lineamientos adoptar y cuáles son sus retos.</p> <p>Se debe además cumplir con lo siguiente:</p> <p>Estadio 1. Acceso WEB. El operador en el marco de la contratación derivada debe permitir que cada beneficiario pueda:</p> <ul style="list-style-type: none">• Registrar y poner a disposición el dominio y hosting/alojamiento del sitio web en los casos que corresponda, el cual será propiedad de los comerciantes y/o mipymes colombianas. Una vez culminado el proyecto, el beneficiario tendrá la titularidad de los derechos sobre el nombre del dominio por lo cual podrá utilizar el mismo utilizando el mismo operador de comercio electrónico u otro, si así lo decide.• Propender porque el sistema de registros de los usuarios sea fácil e integrado con el uso de otras plataformas electrónicas (redes sociales); de manera que se disminuya la tasa de rebote, o en su defecto que se promueva la compra sin necesidad de registro específico del comprador.• Generar catálogos ampliamente descriptivos (colores, tamaños, materiales, condiciones de uso, restricciones, etc), los cuales serán accesibles a través de un motor de búsqueda fácil de usar, estructurado por categoría de productos. El uso de imágenes de la tienda debe tener un uso adecuado del etiquetado de las imágenes de manera tal que se facilite la indexación.• Mantener un registro actualizado de los datos de los usuarios, historial de compras, pedidos, inventario, catálogo de productos, etc. Dicha información es exclusiva de los beneficiarios y una vez culminado el proyecto, toda esta información debe ser entregada a los participantes, sin ningún tipo de restricción. Bajo ningún supuesto esta información deberá ser utilizada por el contratista para fines	



No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
	<p>diferentes a los expresamente autorizados por el beneficiario o puesta a disposición a un tercero.</p> <ul style="list-style-type: none">• Contar con soporte técnico que les permita solventar cualquier inconveniente que se presente, como caídas en el sistema o errores de página, así como acompañamiento para ofrecer oportunidades, ejemplo, recomendaciones para mejorar su negocio online. <p>Estadio 2. WEB Shop / Marketing:</p> <p>El operador debe apoyar acompañar a los beneficiarios para diseñar un Plan de marketing digital personalizado para todas las fases de la cadena de valor con el objetivo de desarrollar un branding por tienda en línea y lograr así el posicionamiento de los productos comercializados, este acompañamiento debe ser guiado, estructurado y quedar registrado para cada beneficiario en su perfil o enviado al email registrado, con el fin de reutilizado en cualquier momento.</p> <p>Para la formulación de dicho plan será fundamental que las empresas participantes establezcan lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none">• Características del nicho de mercado;• Definición de estrategias de Email Marketing, SMS, SEO, Google AdWords y/o redes sociales. Con integración con las redes sociales de cada una de las empresas beneficiadas (si las tiene).• Contenido / mensaje de la campaña en el medio Online, para atraer la atención de los usuarios a partir de las estrategias desarrolladas para llegar a ellos. <p>Se espera que los beneficiarios, elijan por lo menos una estrategia de las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none">• Campañas de display advertising o campañas de gráfica en internet bajo del modelo CPM (Coste por mil impresiones/impactos publicitarios)• Campañas de display AD bajo modelo CPC (coste por clic), Campañas PPC (Price per-clic) y SEO (aquellos esfuerzos de adaptación a los criterios de los motores de búsqueda) para conseguir posicionar sus páginas en los primeros resultados de búsqueda de palabras claves y frases.• Social Media Marketing, a través de la generación de contenido) de los comerciantes y/o las mipymes colombianas en los medios sociales, así como la optimización de dicha presencia (redes sociales,	



No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
	<p>microblogging, foros, blogs, entre otros)</p> <ul style="list-style-type: none">• Modelos CPL (Coste por Lead/Registro)• Estrategias para realizar Marketing en motores de búsqueda (SEM, Search Engine Marketing) <p>Estadio 3. Pagos:</p> <ul style="list-style-type: none">• Proporcionar toda la información a los consumidores sobre los costos, beneficios, ventajas, herramientas, gestión de contratos, y vinculación, canales de comunicación con las pasarelas de pago.• Adoptar diversas formas de pago, en especial aquellas proporcionadas por las entidades bancarias como Daviplata, Nequi, Bancolombia a la mano, entre otras, tanto a través del sistema bancario en línea como utilizando soluciones FinTech. Para cada una de estas formas de pago, el comercio deberá destacar sus costos y beneficios. El operador podrá negociar con diversas pasarelas y soluciones FinTech con acuerdos preferenciales que garanticen la integración de al menos 4.060 tiendas virtuales a los modelos de pago en línea. Nota: Las condiciones de los pagos realizados a través de las tiendas virtuales, deben ser explícitas en torno a los tiempos de aprobación y traslado de recursos económicos entre bancos y en todo caso cualquier pasarela de pago electrónica, no puede tardar el plazo máximo establecido por la superintendencia financiera, y, siempre garantizando que la operación bancaria, producto de la compra y venta se vea reflejada y afectada en las cuentas de los actores de la transacción comercial.• Incluir todos los certificados de seguridad para la compra en línea; así como establecer una política de manejo de datos personales. <p>Estadio 4. Logística:</p> <ul style="list-style-type: none">• Definir y comunicar los lineamientos claros sobre el proceso de envío del producto, con el objetivo de indicar cuáles son los beneficios, costos, procesos, herramientas de gestión, funcionalidades, y proceso de vinculación de la gestión de pedidos, gestión de envíos y distribución. Dichos lineamientos deben permitir que el cliente esté informado a lo largo del proceso del envío del pedido (ejemplo: enviar un correo electrónico o un mensaje a su teléfono móvil cuando se inicia el trámite del pedido, comunicar al	



No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
	<p>Beneficiario las tarifas de las empresas logísticas de envío).</p> <ul style="list-style-type: none">Realizar actividades relacionadas con la gestión del pedido, hecho que conlleva a la definición de procesos para la consecución efectiva de su entrega, así como de calidad (etiquetas de envío, empaque, embalaje de acuerdo con cada producto, tratamiento ágil del stock y facturación, entre otras).Realizar actividades periódicas que precisen como se preverán las contingencias y se prestará soporte, gestionando aspectos tales como: almacenamiento, mercancías devueltas, incidencias, mercancías averiadas, extraviadas, entre otras.Generar y poner en marcha una estrategia de integración directa con un operador logístico. <p>Estadio 5. Postventa:</p> <ul style="list-style-type: none">Determinar canales de atención de quejas y reclamos (incluye la interacción con los demás eslabones de la cadena de valor), generando una estadística y seguimiento de tales situaciones para garantizar los derechos de los consumidores.Establecer una política de devolución, desconocimientos de compras y reclamaciones, de acuerdo con el tipo de producto ofrecido.Generar una cultura de atención al cliente que se traduzca en gestión (soluciones) por parte de la empresa para contribuir al aumento de la confianza por parte de los clientes (uso de marketing digital, branding, mejoramiento continuo, otras herramientas).Obtener información por parte de los clientes acerca de su experiencia en la plataforma de ecommerce (estado del pedido, el tiempo de entrega, la atención al cliente y la experiencia de compra en general), esta información se puede recopilar a través de encuestas online u otros.Usar un CRM, a través de datos, para analizar el comportamiento de sus clientes y cómo mejorar su canal online para atraer nuevos o retener los existentes. <p>Los operadores deberán brindar acompañamiento, seguimiento y verificación para que todas las tiendas virtuales cumplan con los siguientes Criterios técnicos:</p>	



No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
	<ul style="list-style-type: none">• Todas las categorías creadas dentro de las tiendas virtuales deben tener mínimo un producto habilitado, con descripción de este y detalles en general para conformarse como categorías. Deben excluir como categoría EL CARRITO. El carrito es el link para hacer la compra del producto seleccionado y debe estar presente todo el tiempo, en la navegación de la Tienda Virtual.• Todos los productos que se exhiben en las tiendas virtuales deben tener fotografías bien manejadas, descripciones reales y precios coherentes. Para los casos que corresponda se deben desplegar opciones múltiples para la selección de los productos, ejemplo: tallas y/o tallas únicas, color.• Todas las tiendas virtuales deben tener un mínimo de 5 productos habilitados, si no tienen creadas categoría(s).• Si se relacionan años de experiencias en las plantillas de las tiendas virtuales deben especificar si hacen alusión a la experiencia del operador o del negocio del beneficiario.• Las tiendas virtuales deben comunicar de manera visible si realizan envíos nacionales o a zonas específicas del país. Este criterio debe ajustarse según las condiciones de cada beneficiario y no ser comunicado de forma predeterminada en las plantillas.• Todas las tiendas virtuales deben contar con pasarela de pagos que incluya como mínimo una modalidad o método online, adicional el beneficiario puede incluir o no, métodos presenciales como transferencias o contra entrega si así lo desea el beneficiario.• La modalidad de envío de las tiendas virtuales debe contar con mínimo un operador logístico a nivel nacional (especificando la cobertura) y adicional el beneficiario puede incluir o no, opciones como recoger en tienda para los casos que aplique.• Las tiendas virtuales deben contar con logos, teléfonos y redes sociales actualizados por parte del beneficiario y el operador en caso de que corresponda.• En todas las tiendas virtuales se debe garantizar su correcta usabilidad en términos de tamaños de botones, letras, vínculos, colores en los links, hipervínculos a botones de pago, redes sociales y de contacto.• En todas las tiendas virtuales debe ser explícito el proceso de devolución de productos con sus respectivas condiciones y un número de telefónico de contacto y/o email.• Todas las tiendas virtuales deben poner a disposición un FAQ o link de preguntas para resolver inquietudes en el proceso de compra. <p>NOTA:</p> <p>Todos los operadores deben garantizar un FAQ o link de preguntas para resolver inquietudes de los beneficiarios en el proceso de pago.</p>	

No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
	<p>Los operadores deben garantizar canales de comunicación directa con los beneficiarios para la resolución de dudas, desde el momento que inicia el contrato.</p> <p>Los Operadores deben generar comunicaciones masivas, a través de diferentes canales, para socializar con los Beneficiarios, los costos que deben asumir después del año del beneficio otorgado por el Ministerio, los costos que deben asumir de las pasarelas de pagos, detalles de aspersiones de dineros, control de ventas, costos de los operadores logísticos.</p>	

FASE 5. CIERRE Y SOCIALIZACIÓN DE RESULTADOS

Para el desarrollo de la fase final de la línea estratégica “Tiendas Virtuales”, se debe realizar un informe final que evidencia los resultados de esta.

No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
5.1	<p>Cierre de la línea estratégica “Tiendas Virtuales”.</p> <p>Se debe realizar el informe final de la línea estratégica “Tiendas Virtuales” con las siguientes especificaciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> Informe de ejecución financiera. Descripción detallada del desarrollo de las fases. Descripción de acciones, evidencias, resultados de las metas, cifras de impacto, según los indicadores e instrumentos de valoración indicados. Análisis de los resultados cualitativos de la línea estratégica (Habilidades, uso y apropiación del comercio electrónico y ECL). Reporte de funcionamiento de la solución tecnológica. Base de datos final de beneficiarios intervenidos. Informe de la estrategia de divulgación y promoción desarrollada durante la vigencia de la línea estratégica. Informe de las PQRs atendidas en la ejecución de la línea estratégica “Tiendas Virtuales”. Recomendaciones y lecciones aprendidas. <p>NOTA: La descripción y el contenido de los entregables propuestos en las tablas descritas en cada una de las fases, quedarán sujetos a la revisión y aprobación de la supervisión de la línea estratégica.</p> <p>NOTA: Todas las piezas de divulgación de la línea estratégica deberán ajustarse a los manuales de marca e imagen del MinTIC y tener su aprobación, la construcción de las piezas, contenidos y demás requisitos comunicacionales están a cargo de los Operadores, que deberán trabajar bajo la línea gráfica del Ministerio.</p> <p>NOTA: Todos los contenidos creados directamente por el operador para la ejecución de la presente línea estratégica sean estos videos, animaciones, interactivos, actividades, documentos, diagramas, grabaciones de eventos virtuales en vivo, o audios quedarán</p>	<p>Un documento con el informe final detallado de la línea estratégica “Tiendas Virtuales”.</p> <p>Momento de entrega: El documento debe ser entregado mínimo 5 días antes de su presentación de acuerdo con el plan de trabajo, y será aprobado por el Supervisor.</p>



No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
	amparados bajo la figura jurídica de Obra creada por encargo y, por lo tanto, serán propiedad del MinTIC.	

FASE 6. PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN

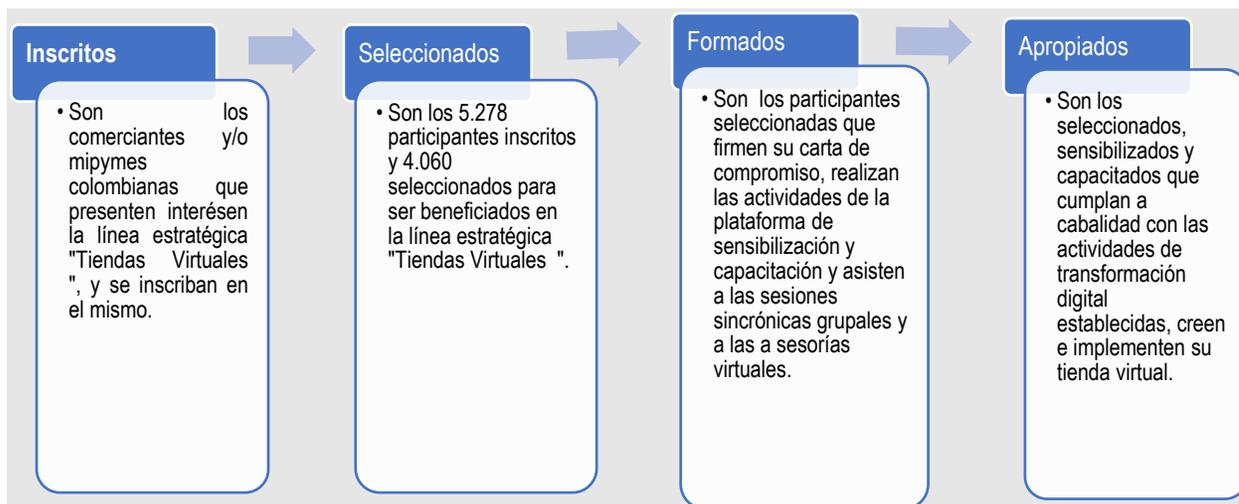
No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
6.1	<p>Promoción y divulgación de la línea estratégica “Tiendas Virtuales”.</p> <p>Los requisitos mínimos de la estrategia de Promoción y divulgación de la línea estratégica “Tiendas Virtuales” son:</p> <p>Estrategia de promoción y divulgación para cada una de las fases del. La estrategia deberá estar compuesta por los siguientes frentes:</p> <ol style="list-style-type: none"> Un plan de promoción y divulgación de la iniciativa dirigida a los posibles participantes de la línea estratégica con el objetivo de dar a conocer el programa, avances, beneficios e impacto del programa, en este punto se deberá divulgar y promocionar la convocatoria, relacionamiento y posicionamiento del programa dentro de las audiencias y público objetivo, en este punto no aplica free press. Divulgación externa de resultados y logros obtenidos durante la ejecución de la línea estratégica “Tiendas Virtuales”. En este punto se debe realizar un encuentro semipresencial con beneficiarios para la línea estratégica “Tiendas Virtuales”, entre otros, el evento semi presencial está a cargo de los Operadores y debe ser un evento coordinado entre los Operadores Cada uno de estos frentes deberá contener como mínimo: <ul style="list-style-type: none"> Plan de relacionamiento detallado, cronograma y nombre de empresas y/o personas, se deben presentar soportes de visuales y escritos de las actividades Plan de comunicaciones digital (No es exclusivamente redes sociales), se deben apalancar en medios digitales con cobertura nacional, las redes sociales están permitidas, pero se debe hacer difusión en medios pagos Plan de gestión de medios. Se deberá realizar un mapeo de medios de comunicación tradicionales y no tradicionales interesados en la temática de la iniciativa. El contacto con los medios lo realiza el MinTIC, sin embargo, el operador deberá realizar el plan y definir detalladamente la estrategia. Desarrollo audiovisual. Gestión de validadores y vocería. Los validadores son expertos de las temáticas y generalmente cuentan con amplia experiencia en el tema y brindan credibilidad. Desarrollo de la documentación estratégica de comunicaciones, esta contempla: mensajes clave, perfiles de voceros, Q&A, etc. 	<p>Un documento con el informe de la implementación de la estrategia de promoción y divulgación de la línea estratégica “Tiendas Virtuales”.</p> <p>Momento de entrega: El documento debe ser entregado mínimo 5 días antes de su presentación de acuerdo con el plan de trabajo, y será aprobado por el Supervisor.</p>



No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
	<ul style="list-style-type: none">• Estrategia de divulgación de logros y casos de éxito, a lo largo del convenio se deben identificar casos de éxito y/o historias relevantes. <p>Además, se debe realizar lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Generar los insumos, material, contenido y versiones finales de los productos para que el MinTIC adelante acciones de difusión de resultados según la etapa de la línea estratégica, utilizando distintos formatos como comunicados, acciones en redes sociales y para medios de comunicación, material audiovisual, imagen gráfica, entre otros.<ul style="list-style-type: none">• La cantidad de piezas gráficas, documentos y demás serán aprobadas en la propuesta de la estrategia de comunicación por parte de MinTIC a través de Findeter.2. Piezas audiovisuales para desplegar la estrategia de promoción y divulgación.3. Difusión de logros y casos de éxito, se deberán realizar hasta 5 videos, por Operador. Los videos deben cumplir con los estándares de calidad audiovisual solicitados por el MinTIC.4. Informes de entregas periódicas de resultados de comunicaciones y métricas de acuerdo con los requerimientos del MinTIC a través de Findeter. <p>NOTA: La descripción y el contenido de los entregables propuestos en las tablas descritas en cada una de las fases, quedarán sujetos a la revisión y aprobación de la supervisión de la línea estratégica.</p> <p>NOTA: Todas las piezas de divulgación de la línea estratégica deberán ajustarse a los manuales de marca e imagen del MinTIC y tener su aprobación.</p> <p>NOTA: Todos los contenidos creados directamente por el operador para la ejecución de la presente línea estratégica sean estos videos, animaciones, interactivos, actividades, documentos, diagramas, grabaciones de eventos virtuales en vivo, o audios quedarán amparados bajo la figura jurídica de Obra creada por encargo y, por lo tanto, serán propiedad del MinTIC.</p>	

FASE 7. SEGUIMIENTO E INDICADORES

Para efectos del seguimiento los beneficiarios de la línea estratégica Tiendas Virtuales se clasificarán así:



No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
7.1	<p>Seguimiento de las fases e indicadores de la línea estratégica "Tiendas Virtuales".</p> <p>Se debe realizar seguimiento necesario para garantizar el cumplimiento de las metas establecidas.</p> <p>Se debe presentar un informe mensual consolidado que evidencie el seguimiento de las fases e indicadores de la línea estratégica "Tiendas Virtuales" una vez iniciada la FASE 2 de la línea estratégica "Tiendas Virtuales": DISEÑO, ACTUALIZACIÓN Y APROBACIÓN.</p> <p>Los informes deben tener por lo menos la siguiente información: (i) Tablero de control que relacione el avance general de la ejecución de la línea estratégica "Tiendas Virtuales", incluyendo la descripción, avances, resultados y demás aspectos asociados al desarrollo de las fases de la línea estratégica "Tiendas Virtuales" en su componente técnico, (ii) Informe con el relacionamiento del cumplimiento de metas e indicadores para cada una de las fases de la línea estratégica "Tiendas Virtuales", (iii) Informe financiero que dé cuenta del compromiso, ejecución, seguimiento a la ejecución financiera de los recursos aportados para la línea estratégica "Tiendas Virtuales", (iv) Riesgos, niveles de ejecución e impactos sobre las fases, metas e indicadores de la línea estratégica "Tiendas Virtuales", recomendando las acciones pertinentes, y (v) otras que solicite el MinTIC a través de Findeter.</p> <p>NOTA: Para el seguimiento de la línea estratégica "Tiendas Virtuales" se debe utilizar una herramienta compatible entre operadores y</p>	<p>Siete documentos con los informes mensuales del seguimiento de las fases e indicadores del proyecto "Tiendas Virtuales".</p> <p>Momento de entrega: Se debe entregar un informe mínimo 5 días antes de su presentación de acuerdo con el plan de trabajo, y será aprobado por el Supervisor.</p>



No.	Actividades Específicas Asociadas	Entregables
	Findeter, para el seguimiento de los procesos de creación de las tiendas virtuales y la sensibilización, capacitación y apropiación de los beneficiarios, así como los soportes que den lugar en las diferentes fases de la línea estratégica.	

Indicadores de la línea estratégica “Tiendas virtuales”

Además de los entregables descritos en cada una de las fases para esta línea estratégica, el seguimiento se realizará a partir de la medición de una lista de indicadores de proceso y de resultado, los cuales deberán ser calculados utilizando la información disponible en tiempo real del Módulo de reportes.

Los 7 indicadores de proceso miden el avance de las actividades principales de cada fase y tienen la función de ofrecer información continua sobre el proceso de implementación de la línea estratégica, de forma tal que se puedan plantear alertas tempranas y a partir de allí, generar recomendaciones de ajuste para establecer rápidamente acciones que permitan el cumplimiento de la meta de la línea estratégica “Tiendas virtuales”.

Por su parte, los indicadores de proceso medirán los efectos directos y en el corto plazo de la línea estratégica “Tiendas virtuales”, motivo por el cual su cálculo se realizará periódicamente y se deben reportar en los entregables asociados a los desembolsos. Y los indicadores de resultado se deben medir una única vez en el informe final.

Adicional a la lista que a continuación se presenta los indicadores de proceso y de resultado, el ejecutor de la línea estratégica podrá optar por incorporar nuevos indicadores adicionales a sus ejercicios de implementación previo consenso, utilizando en todos los casos la información proveniente de los módulos planteados en el en la Fase 4: SENSIBILIZACIÓN, CAPACITACIÓN Y APROPIACIÓN. Sumado a esto, se deben realizar reportes semanales para conocer la evaluación de la línea estratégica según los acuerdos establecidos.

A continuación, se presenta la lista de indicadores para cada uno de los dos operadores:

Nombre del indicador	Meta	Aclaración	Medio de verificación - Entregables
1. Total de inscritos en la convocatoria.	Al menos 4.060 comerciantes y/o mipymes colombianas se registran en el portal web de la línea estratégica “Tiendas Virtuales”. Nota: 50% o 2030 empresas por cada operador mínimo	Solo se consideran aquellos que diligencien todos los campos del formulario en línea.	Formularios diligenciados completamente al cierre de la convocatoria y validados. Lista de al menos 4.060 seleccionados. Los participantes seleccionados deben ser como mínimo el 100% de los Beneficiarios contratados 4.060 más el 30% adicional a la meta establecida, que se pactó como remanente.
2. Divulgación de la línea estratégica “Tiendas Virtuales”.	Lograr la visibilización de la línea estratégica “Tiendas Virtuales”.	Se trata de un indicador cualitativo que deberá considerar cómo se difundió la noticia tanto en medios tradicionales como virtuales.	Informe de ejecución de la propuesta de estrategia de difusión aprobada. Los informes semanales deben incluir la ejecución de divulgación a la fecha, al finalizar cada fase se debe entregar un



			informe de todas las acciones comunicacionales del convenio con evidencias gráficas de las mismas.
3. Total de comerciantes y/o mipymes colombianas vinculadas a la línea estratégica "Tiendas Virtuales.	Al menos 4.060 comerciantes y/o mipymes colombianas participantes se vinculan a la línea estratégica "Tiendas virtuales".	La vinculación a la línea estratégica "Tiendas Virtuales" se corrobora con la copia del contrato firmado entre el operador y cada uno de los beneficiarios de la línea estratégica "Tiendas Virtuales".	Copia digital del contrato firmado por los comerciantes y/o mipymes colombianas beneficiarias.
4. Uso del Centro de recursos.	100% de los beneficiarios seleccionados acceden al centro de recursos y visualizan el material puesto a disposición (Objetos Virtuales de Aprendizaje).	Se estimará que un beneficiario usó el Centro de Recursos, si por lo menos accedió y visualizó completamente un video, bajó un documento, escuchó un audio completo.	Informe generado a partir del módulo de reportes.
5. Participación de los beneficiarios en las asesorías individuales.	100% de los comerciantes y/o representantes legales y/o gerentes de las mipymes seleccionadas participaron de las capacitaciones virtuales.	Se entenderá que un beneficiario accedió y participó de las asesorías virtuales personalizadas siempre y cuando la intensidad total de dichas asesorías hubiera sido como mínimo de 3 sesiones.	Informe generado a partir del Módulo de reportes definido según los requerimientos técnicos de la Fase 4.
6. Participación de los beneficiarios en las sesiones sincrónicas grupales.	80% de los comerciantes y/o representantes legales y/o gerentes de las mipymes seleccionados accedieron a las sesiones sincrónicas grupales.	Se validará la participación de los beneficiarios, para efectos de la medición de este indicador, cuando el comerciante y/o el representante legal y/o gerente de la mipymes que haya accedido a una sesión sincrónica.	Informe generado a partir del Módulo de reportes.

A continuación, se presenta la lista de indicadores de resultado:

Nombre del indicador	Meta	Aclaración	Forma de cálculo y medio de verificación
1. Total de transacciones y promedio.	Al final de la ejecución de la línea estratégica "Tiendas Virtuales", las tiendas virtuales puestas en marcha recibieron durante la ejecución de la línea estratégica "Tiendas Virtuales" al menos 3 transacciones efectivas en promedio.	Nótese que el indicador incluirá datos de las tiendas virtuales que hayan sido puestas en funcionamiento al menos dos meses antes de culminar la línea estratégica "Tiendas Virtuales".	Indicador (Total de Transacciones): Suma de las transacciones registradas por el operador para todas las tiendas virtuales en funcionamiento. Cálculo de la Meta: Promedio de las transacciones de las tiendas virtuales = (Total de todas las transacciones recibidas por las tiendas virtuales) / (Número de tiendas virtuales puestas en funcionamiento dos meses antes de la medición)



			Tienda puesta en marcha: beneficiario que finalizó su formación en un 100% y ya puso en marcha la Tienda Virtual, con el conocimiento recibido en la formación
2. Visitas realizadas.	En promedio, cada tienda virtual establecida obtiene al menos 7 visitas durante la ejecución del contrato.	Este indicador mide el número de visitantes totales que entran al portal de compra, sin importar que se den dos visitas desde la misma dirección IP, dado que desde la misma IP se puede entrar varias veces al mismo portal de compra. En ese caso, cada entrada se registra como una visita. Igualmente, es importante recordar que en comercio electrónico se registra la existencia de una visita realizada, normalmente, cuando el ingreso supera los 3 segundos. Si hay algún click con un tiempo inferior a 3 segundos no se considera visita realizada.	Indicador (Visitas realizadas): Suma de todas las visitas registradas por el operador a las tiendas virtuales en funcionamiento. Cálculo de la Meta: Promedio de visitas a las tiendas virtuales = (Total de todas las visitas a las tiendas virtuales) / (Número de tiendas virtuales puestas en funcionamiento dos meses antes de la medición).
3. Tasa de conversión.	Las tiendas virtuales creadas por los beneficiarios logran durante los últimos dos meses de la ejecución de la línea estratégica "Tiendas Virtuales", una tasa de conversión promedio de al menos 1%.	Este indicador se valorará para las tiendas virtuales que hayan sido puestas en funcionamiento al menos dos meses antes de culminar la línea estratégica "Tiendas Virtuales".	Cálculo: Relación entre el número de visitas realizadas y el número de transacciones efectivas registradas.
4. Nivel de satisfacción de los beneficiarios de la línea estratégica "Tiendas virtuales".	En promedio, al menos el 70% de los comerciantes y/o mipymes colombianas manifiestan sentirse muy satisfechos o satisfechos con su participación en la línea estratégica "Tiendas virtuales".	Para el cálculo de la meta de este indicador se deben considerar el total de participantes que iniciaron el proceso de creación y puesta en marcha de la solución tecnológica, independientemente de si culminaron o no el proceso.	Encuesta de satisfacción al 100% de los beneficiarios, la cual deberá ser aplicada al menos dos semanas antes de culminar la implementación de la línea estratégica "Tiendas Virtuales".
5. Nivel de Satisfacción al Cliente.	En promedio, al menos el 80% de los clientes de las tiendas virtuales manifiesta sentirse muy satisfecho o satisfecho con su experiencia de compra.	Para el cálculo de la meta de este indicador la base de estimación no son el total de clientes que efectivamente realizaron una compra en línea, sino el número de clientes que compraron y diligenciaron las encuestas de satisfacción al cliente.	Encuesta de satisfacción al cliente.



El análisis del cumplimiento de las metas por indicadores de proceso será presentado al supervisor delegado por Findeter, el cual podrá solicitar reportes específicos sobre estos en cualquier momento de la ejecución de la línea estratégica ajustes o modificaciones a los indicadores.

Especificaciones de la base de datos de beneficiarios de la línea estratégica “Tiendas virtuales”

Se deberá poner a disposición de la ejecución de la línea estratégica “Tiendas virtuales” una plataforma virtual que permita registrar los beneficiarios, obtener los insumos necesarios para la construcción de una base de datos y hacer seguimiento a evidencias en tiempo real. Se deberá entregar a la supervisión para al menos tres (3) usuarios de acceso para el seguimiento a la línea estratégica.

Para la validación de los beneficiarios, se deberá remitir base de datos con los comerciantes y/o mipymes intervenidas. Al momento de la remisión los campos deben estar diligenciados en su totalidad.

DILIGENCIAMIENTO DE CAMPOS - BASE DE DATOS

A continuación, se presenta la descripción de los campos mínimos de la base de datos de los beneficiarios, así como las características de diligenciamiento de éstos.

- ID ÚNICO: Número que identifica al usuario intervenido.
- Nombre del negocio, organización o mipymes: Denominación asignada por el comerciante o empresario a su negocio, organización o mipymes. Ejemplo: HOTEL EL REDIL
- Datos de contacto del beneficiario (Nombre, cédula, teléfono de contacto, correo electrónico): Se incluye los datos personales de la persona que lidera la intervención. Cada dato debe ir en una columna. Ejemplo: JUAN MARTINEZ, 123456, 3033333333, juanmartinez@mail.com, Gerente (Asignado por la empresaria María Rodríguez)
- Departamento: Nombre del departamento en el cual se encuentra la empresa. Ejemplo: META
- Municipio categoría: del 2 al 6
- Ciudad: Nombre del municipio en el cual se encuentra la empresa. El Municipio debe corresponder al departamento incluido en el campo anterior. Ejemplo: VILLAVICENCIO
- Género: F: Femenino - M: Masculino - OTRO
- Edad: Rangos: Seleccionar mediante X alguno de los rangos establecidos así: 18 a 25 – 26 a 35 – 36 a 45 – 46 a 55 – 56 a 75 – Mayor de 75.
- Tipo de Beneficiario: Microempresa, pequeña empresa o mediana empresa.
- RUT (Si aplica) Corresponde a número de identificación tributaria. Se debe incluir el dígito de verificación antecedido del guion. Ejemplo: 40330111-4.
- Código CIU
- Evidencia del proceso o culminación de cada una de las fases de la línea estratégica Tiendas Virtuales



- Autorización uso de datos personales: Es la aprobación del comerciante o representante de la mipymes para que sus datos puedan ser usados por el MinTIC para efectos de validaciones y comunicaciones relacionadas con la misión del MinTIC en cuanto a oferta, convocatorias e información relevante para el usuario.

NOTA: La base de datos debe tener un formato digital. Todos los campos deberán ser diligenciados en mayúscula excepto por el correo electrónico. Los campos de números no deben contener puntos. Los criterios para evidenciar el proceso de cumplimiento o culminación de las fases de la línea estratégica deben estar estandarizados y anonimizados en cada una de las entregas de la base de datos.

NOTA: La base de datos y los campos requeridos deberán ser propuestos en el plan de Trabajo Inicial.

NOTA: La base de datos debe ser remitida en cada uno de los reportes semanales de avance de la línea estratégica

Especificaciones adicionales para el Desarrollo y componentes tecnológicos de la línea estratégica “Tiendas Virtuales”

Se debe cumplir con lo establecido en manual de lineamientos para la adquisición, recepción, desarrollo y puesta en producción de soluciones tecnológicas, sistemas de información y/o Aplicaciones (GTI-TIC-MA-018)

Además, se debe cumplir con todas las especificaciones y actividades previstas en el anexo técnico referente al desarrollo y componentes tecnológicos, el cual hace parte integral de la línea estratégica:

- La Oficina de TI debe avalar la Arquitectura de desarrollo que se vaya a emplear, esta debe contemplar las capas de proceso, aplicaciones, datos e Infraestructura conforme a la línea tecnológica del Ministerio TIC.
- Alinear los desarrollos con la estrategia y programa de gobierno de datos del MinTIC, conforme a las necesidades presentadas por el área funcional y dando cumplimiento a lo establecido en la política y lineamientos de gobierno y calidad de datos, así como, con el programa de calidad de datos según corresponda a cada sistema.
- Para los desarrollos de requerimientos de software se aplicarán las reglas del manual de lineamientos GTI-TIC-MA-018 respecto al cumplimiento de la implementación de las pautas y políticas de desarrollo seguro, tales como:
 - Se deberá generar y mantener actualizada la hoja de vida del sistema de información conforme a lo establecido en los lineamientos de la Oficina de TI, en el formato establecido para ello.
 - Se utilizará la metodología de desarrollo que como mínimo debe contemplar los siguientes productos:
 1. Documento de descripción del requerimiento firmado por el Área Funcional y el Contratista.
 2. Documento de estimación del requerimiento, desglosando las horas de esfuerzo necesarias para cada actividad, firmado por el Supervisor del contrato y el Contratista.
 3. Plan de y/o Casos de pruebas, con su evidencia de ejecución, firmadas por el área funcional y el Contratista (GTI-TIC-FM-022 y GTI-TIC-FM-021).
 4. Acta de entrega y recibo a satisfacción del requerimiento, firmada por el Contratista y el Área Funcional, en formato de acta de reunión del MinTIC.
 5. Cronograma en donde se registren como mínimo los tiempos para: levantamiento, etapa de desarrollo, pruebas y puesta en producción del requerimiento.
- La recepción, instalación y/o Migración de aplicativos y Sistemas de Información se deberá realizar por parte del proveedor y en conjunto con la Oficina de TI, conforme a lo establecido en el procedimiento de Recepción de recursos y/o sistemas (GTI-TIC-PR-028).

1.1.2. LICENCIAS, PERMISOS Y AUTORIZACIONES APLICABLES



Con la presentación de la propuesta el proponente certifica que cuenta con la propiedad intelectual, sobre los productos, bienes y/o servicios contratados, derechos de autor, y derechos de explotación.

El proponente podrá incluir en su propuesta técnica el uso de software libre o de un tercero, siempre y cuando su proveedor garantice el cumplimiento del régimen de protección de datos personales y la regulación de propiedad intelectual aplicables en Colombia.

Así mismo, el proponente que incluya en su propuesta técnica el uso de software libre o de un tercero, si resulta seleccionado como Operador de servicio deberá garantizar durante la ejecución del contrato el cumplimiento del régimen de protección de datos personales y la regulación de propiedad intelectual aplicable en Colombia.

1.1.3. PRODUCTOS REQUERIDOS DURANTE LA EJECUCIÓN DE LA LÍNEA ESTRATÉGICA

A continuación, se detallan los productos y entregables que deberán presentar los operadores para cada una de las fases descritas en el numeral anterior:

ENTREGABLES DE LA LÍNEA ESTRATÉGICA	
Fase	Descripción del entregable
Fase 1: PLANEACIÓN	1. Un documento que contenga: <ul style="list-style-type: none"> i) Modelo operativo. ii) Plan de trabajo detallado. iii) Herramientas y/o software para el seguimiento gerencial. iv) Equipo de trabajo. v) Software para el almacenamiento y seguimiento de la información de la línea estratégica. Total, de entregables 1
Fase 2: DISEÑO, ACTUALIZACIÓN Y APROBACIÓN	2. Un documento que contenga: <ul style="list-style-type: none"> i) Diseño de la estrategia para la convocatoria, inscripción de los potenciales beneficiarios que comprenda: <ul style="list-style-type: none"> a. Formulario de inscripción. b. Diseño e implementación de micrositio. c. Campaña de difusión y divulgación de la convocatoria. ii) Mecanismo de selección de beneficiarios. 3. Un documento que contenga: <ul style="list-style-type: none"> i) La descripción de la solución tecnológica. ii) La descripción y una visual de cada una de las plantillas de las tiendas virtuales dispuestas en la solución tecnológica. iii) El esquema detallado de tratamiento de datos personales para los beneficiarios de la línea estratégica "Tiendas virtuales". iv) La descripción detallada de cada módulo de la solución tecnológica. 4. Un documento con la estrategia de acompañamiento y todos los contenidos del material de sensibilización y capacitación del centro de recursos, que contenga: <ul style="list-style-type: none"> i) Presentación detallada del centro de recursos con la Actualización de los 6 módulos y el material introductorio con los respectivos OVAs y todos los contenidos del material de sensibilización y capacitación. del centro de recursos.



ENTREGABLES DE LA LÍNEA ESTRATÉGICA	
Fase	Descripción del entregable
	<ul style="list-style-type: none"> ii) El material introductorio. iii) Las cartillas debidamente actualizadas y diseñadas y demás documentos guía y material de apoyo de las sesiones sincrónicas de acompañamiento grupales y asesorías individuales. <p>5. Un documento que contenga a estrategia de acompañamiento a beneficiarios la cual debe incluir:</p> <ul style="list-style-type: none"> i) Presentación del “Centro de Recursos”. ii) Cronograma detallado de la realización de las sesiones sincrónicas de acompañamiento grupales y asesorías individuales. iii) Documento guía y material de apoyo. <p>Total, de entregables 4</p>
Fase 3: CONVOCATORIA, SELECCIÓN Y CARACTERIZACIÓN	<p>6.Un documento que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> i) Informe detallado del desarrollo de la estrategia de la convocatoria Nacional de la línea estratégica “Tiendas Virtuales” junto con los soportes respectivos. ii) Base de datos de los participantes inscritos con toda la información solicitada en el formulario (no se aceptan campos vacíos). iii) Lecciones aprendidas y recomendaciones. <p>7. Un documento que contenga el informe detallado de la selección de los participantes a beneficiar con la línea estratégica "Tiendas Virtuales“, con sus respectivos soportes. Debe incluir:</p> <ul style="list-style-type: none"> i) El resultado de la evaluación para la selección de participantes a beneficiar. ii) Bases de datos de los participantes seleccionados a beneficiar. iii) Lecciones aprendidas y recomendaciones. <p>8. Un documento que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> i) El informe de caracterización inicial (línea base) de los potenciales beneficiarios. ii) La base de datos de caracterización. <p>Total, de entregables 3</p>
Fase 4: SENSIBILIZACIÓN, CAPACITACIÓN Y APROPIACIÓN	<p>9. Un documento que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> i) Descripción detallada de la puesta a disposición de la solución tecnológica y creación de tiendas virtuales. ii) Bases de datos de los beneficiarios que crearon, implementaron su tienda virtual.



ENTREGABLES DE LA LÍNEA ESTRATÉGICA	
Fase	Descripción del entregable
	<ul style="list-style-type: none"> iii) Evidencias. iv) Lecciones aprendidas y recomendaciones. <p>10. Un documento que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> i) Descripción detallada de la implementación de la estrategia de acompañamiento a beneficiarios de la línea estratégica “Tiendas Virtuales” junto con los soportes respectivos. ii) Cronograma detallado de la entrega. iii) Bases de datos de los beneficiarios apropiados. iv) Evidencias v) Lecciones aprendidas y recomendaciones. <p>Total, de entregables 2</p>
Fase 5: CIERRE Y SOCIALIZACIÓN DE RESULTADOS	<p>11. Un documento con el informe final detallado de la línea estratégica “Tiendas Virtuales”, debe incluir soportes, anexos, lecciones aprendidas, conclusiones y recomendaciones.</p> <p>Total, de entregables 1</p>
Fase 6: PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN	<p>12. Un documento con el informe de la implementación de la estrategia de promoción y divulgación de la línea estratégica “Tiendas Virtuales” deben venir los informes parciales, las aprobaciones, soportes visuales de las acciones, lecciones aprendidas, conclusiones y recomendaciones.</p> <p>Total, de entregables 1</p>
Fase 7: SEGUIMIENTO E INDICADORES	<p>13. Siete documentos con los informes mensuales del seguimiento de las fases e indicadores de la línea estratégica “Tiendas Virtuales”.</p> <p>Total, de entregables 7 (1 mensual por Operador)</p>

NOTA: Todos los entregables definidos en el presente numeral deberán ser elaborados por los operadores y presentados al supervisor del contrato para su revisión y aprobación de acuerdo con los plazos establecidos en el plan de trabajo aprobado. Igualmente, dichos entregables serán socializados con el MINTIC a través de Findeter.

De manera transversal a la ejecución de la línea estratégica, se presentará por parte de cada operador informes de seguimiento que deben tener corte mensual al último día del mes calendario, a partir del cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución de los contratos. La presentación del informe se deberá realizar como máximo a los cinco (5) días, siguientes de la fecha de corte. Los informes se deberán presentar hasta la finalización del contrato.

Aprobación de Informes.

La revisión, verificación de cumplimiento y contenido de cada uno de los informes a los que se hace referencia en cada una de las fases de la línea estratégica, se adelantará por parte de la supervisión en un plazo máximo de cinco (5) días hábiles después de la presentación de estos, plazo en el cual la supervisión podrá solicitar a los operadores la información que considere necesaria.

En el evento en que la supervisión solicite ajustes relacionados con el Informe, los operadores deberán realizar los ajustes correspondientes en un término máximo de tres (2) días calendario. La supervisión tendrá como máximo tres (3) días



calendario para la revisión de los ajustes que presenten los Operadores.

NOTA 1: La descripción y el contenido de los entregables propuestos en los cuadros anexos de cada una de las fases, quedarán sujetos a la revisión y aprobación de la supervisión de la línea estratégica y a la socialización con MINTIC a través de Findeter.

NOTA 2: Todas las piezas de divulgación de la iniciativa deberán ajustarse a los manuales de marca e imagen del MINTIC y de FINDETER.

NOTA 3: Todos los contenidos creados directamente por el operador para la ejecución de la presente la línea estratégica sean estos videos, animaciones, actividades, documentos, diagramas, grabaciones de eventos virtuales en vivo, o audios quedarán amparados bajo la figura jurídica de Obra creada por encargo y, por lo tanto, serán propiedad del MinTIC.

Los proponentes deberán tener en cuenta que los siguientes son los rubros prohibidos para poder ser beneficiarios de la convocatoria que hagan los operadores:

RUBROS	CONCEPTO
Agencias de adopción	Prohibido
Animales exóticos	Prohibido
Apuestas, juegos de azar, casinos, bingos o similares	Prohibido
Bases de datos	Prohibido
Bebidas alcohólicas, tabaco o cigarrillos	Prohibido
Cambio de divisas / Forex / compra - venta de títulos	Prohibido
Casas de empeño	Prohibido
Chats para adultos, contenidos pornográficos, acompañantes o links que lleven a estos sitios	Prohibido
Cigarrillos electrónicos	Prohibido
Clubes de inversión, venta de acciones, valores, opciones y otras inversiones, inversiones en oro, títulos de capitalización (inversión con premios)	Prohibido
Cupones de descuento, cupones	Prohibido
Desbloqueo de celulares, programación de tarjetas electrónicas, dispositivos de evasión para consolas de juego, desbloqueo de canales de tv, entre otras. Adaptador R4i (nintendo)	Prohibido
Dropshipping	Prohibido
Encubrimiento y lavado de activo de origen delictivo	Prohibido
Esquemas piramidales	Prohibido
Manejo y transporte de residuos orgánicos, hospitalarios o peligrosos	Prohibido
Medicamentos de venta con receta	Prohibido



Monederos electrónicos y/o carga de crédito para e-wallets, tarjetas prepago, monedas virtuales	Prohibido
Paginas esotéricas, consultas psíquicas	Prohibido
Personas y organizaciones que apoyan al terrorismo	Prohibido
Prestamos	Prohibido
Producción, comercio o tráfico de armas o municiones.	Prohibido
Productos originarios de Cuba, Liria, Siria, Irak, Irán, Nigeria, Afganistan, Corea del Norte, Europa del Este y/o cualquier país de la OFAC	Prohibido
Recarga de crédito en teléfonos celulares	Prohibido
Replicas o imitaciones de productos	Prohibido
Sex shops y artículos eróticos Servicios profesionales	Prohibido
Sistema de anticipos (pagos parciales), plan de automóviles	Prohibido
Sitios de contactos (amigos y relaciones personales)	Prohibido
Subastas online)	Prohibido
Tráfico de órganos	Prohibido
Tratamientos estéticos invasivos	Prohibido
Venta de Boletería para eventos	Prohibidos
Venta de Piedra Preciosas / Bisutería de Alto Valor Venta de	Prohibido
Venta de sustancias alucinógenas y drogas no <u>permitidas</u>	Prohibido
Ventas multinivel, beneficios por referencia o ingreso de nuevos usuarios	Prohibido
Ventas puerta a puerta	Prohibido

4.1.1.1. NORMATIVIDAD APLICABLE

Se enumera a continuación parte de la normativa técnica aplicable que debe ser tenida en cuenta para la ejecución y desarrollo de la línea estratégica por parte del OPERADOR y objeto de seguimiento por parte de la supervisión (Las que apliquen de acuerdo con el objeto del contrato):

1. Constitución Política Colombiana de 1991
2. Ley 1341 de 2009, modificada por la Ley 1978 de 2019
3. Decreto 1064 de 2020, Por el cual se modifica la estructura del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
4. Ley 1581 de 2012
5. Decreto Reglamentario 1377 de 2013
6. Ley 1266 de 2005
7. Ley 1273 de 2009
8. Ley 1377 de 2012
9. Ley 1712 de 2014
10. Ley 1955 de 2019 art 147
11. Decreto 620 de 2020.

5. LUGAR DE EJECUCIÓN DE LA LÍNEA ESTRATÉGICA

La ejecución del contrato será a nivel nacional teniendo como sede contractual la ciudad de Bogotá D.C.

6. ACTAS DEL CONTRATO

6.1 ACTA DE INICIO U ORDEN DE INICIO DEL CONTRATO

Cada OPERADOR y la CONTRATANTE a través de quien designe para el efecto, deben suscribir el acta de inicio o se deberá emitir orden de inicio, la cual deberá contener, entre otros aspectos los siguientes:

1. Lugar y fecha de suscripción del acta u orden de inicio.
2. Nombre e identificación completa de los intervinientes.
3. Plazo del contrato
4. Plazo de ejecución.
6. Fecha de terminación del contrato.
7. Valor total del contrato
9. Información del OPERADOR

Los siguientes requisitos de ejecución deberán ser entregados al supervisor en un plazo no mayor a TRES (3) DÍAS posteriores a la suscripción del contrato:

- a. Hojas de vida del personal del OPERADOR para la ejecución de la línea estratégica.
- b. Cronograma de ejecución
- c. Garantías para aprobación por parte de la contratante. (Documento para legalización del contrato).
- d. Afiliación a la seguridad social integral de los profesionales que intervienen en el contrato.

Nota: Legalizado el contrato, el operador deberá suscribir el Acta de Inicio dentro de los TRES (3) días hábiles siguientes. Si vencidos los plazos para la suscripción del acta de inicio y cumplidos los requisitos de ejecución, no se firma el documento por causa injustificada, la entidad podrá expedir la orden de inicio del contrato.

6.2 ACTA DE TERMINACIÓN DEL CONTRATO.

Una vez cumplido el plazo estipulado para la ejecución del contrato, cada OPERADOR y la CONTRATANTE a través de quien designe para el efecto, deben suscribir las correspondientes actas de terminación.

6.4 ACTA DE ENTREGA Y RECIBO A SATISFACCIÓN DEL CONTRATO.

Vencido el plazo de ejecución del Contrato contado a partir de la suscripción del Acta de Inicio o emisión de la Orden de Inicio, se dejará constancia del recibo mediante Acta de Entrega y Recibo a satisfacción Final, suscrita entre la CONTRATANTE y el OPERADOR.

7. PLAZO DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO

El plazo de ejecución de cada contrato será de **SIETE (7) MESES** los cuales se contabilizarán a partir de la suscripción del acta de inicio o emisión de la orden de inicio.

Teniendo en cuenta que para la presente convocatoria se seleccionarán hasta dos (2) operadores, los contratos resultantes del proceso de selección se podrán ejecutar de manera simultánea e iniciarán con la suscripción de la respectiva acta de inicio u orden de inicio del contrato.

Los plazos se han determinado de acuerdo con el tiempo requerido para la línea estratégica. LA CONTRATANTE no reconocerá por ningún motivo mayores permanencias, ni valores adicionales a los establecidos en el Contrato.

8. ANÁLISIS DE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DEL CONTRATO

8.1 METODOLOGÍA DE CÁLCULO – PRESUPUESTO ESTIMADO (PE) PARA CADA LÍNEA ESTRATÉGICA

El método para la determinación del valor del contrato es por PRECIO GLOBAL FIJO SIN FÓRMULA DE AJUSTE y corresponderá a un valor efectivo del contrato, por tanto, en el valor pactado para la ejecución del contrato se entienden incluidos, entre otros, los gastos de administración, salarios, prestaciones sociales e indemnizaciones del personal, incrementos salariales y prestacionales; desplazamientos, transporte, alojamiento y alimentación del equipo de trabajo del OPERADOR; honorarios, asesorías y/o el acompañamiento en actividades relacionadas con la ejecución del contrato; implementación de protocolos y de elementos de bioseguridad, uso de computadores, licencias de utilización de software; la totalidad de tributos originados por la celebración, ejecución y liquidación del contrato; las deducciones a que haya lugar; la remuneración para el OPERADOR, imprevistos y en general, todos los costos en los que deba incurrir el OPERADOR para el cabal cumplimiento del contrato. La CONTRATANTE no reconocerá, por consiguiente, ningún reajuste realizado por el OPERADOR en relación con los costos, gastos o actividades adicionales que aquel requiera para la ejecución que fueron previsibles al momento de la presentación de la oferta.

De acuerdo con la metodología expuesta en este capítulo, se determinó un Presupuesto Estimado para el desarrollo de la línea estratégica de **NUEVE MIL QUINIENTOS TREINTA Y OCHO MILLONES CIENTO CINCO MIL DOS PESOS M/CTE (\$9.538.105.002)** M/CTE, incluido el IVA, costos, gastos, impuestos, tasas y demás contribuciones de orden territorial y nacional a que hubiere lugar.

El valor del presupuesto estimado se ha establecido para la línea estratégica incluyendo las dedicaciones indicadas en el numeral del personal requerido, las cuales corresponden a las mínimas requeridas para la elaboración de las actividades y productos establecidos en los documentos de la convocatoria.

LA CONTRATANTE no reconocerá, por consiguiente, ningún reajuste realizado por el OPERADOR en relación con los costos, gastos o actividades adicionales que aquel requiera para la ejecución del contrato y que fueron previsibles al momento de la presentación de la propuesta.

8.2 PRESUPUESTO

El valor total del presupuesto estimado de la convocatoria asciende a la suma **NUEVE MIL QUINIENTOS TREINTA Y OCHO MILLONES CIENTO CINCO MIL DOS PESOS M/CTE (\$9.538.105.002)**, Incluido IVA, y todos los costos, gastos, impuestos y contribuciones de orden nacional y local en que deba incurrir el operador para la ejecución del objeto contractual y honorarios.

No obstante, lo señalado, y teniendo en cuenta que el presente proceso se adelantará por grupos, el Presupuesto Estimado PE de cada uno de ellos será el siguiente:

GRUPO 1:	GRUPO 2
\$ 4.769.052.501	\$ 4.769.052.501

Contratación de hasta dos (2) operadores para formular, ejecutar y realizar el seguimiento de una estrategia que les permita a comerciantes y/o mipymes colombianas de diferentes sectores económicos, la sensibilización y capacitación virtual para la creación⁴ y puesta en marcha de tiendas virtuales que les permita hacer visibles sus negocios en el ecosistema digital e incrementar sus ventas mediante el comercio electrónico e incremento de transacciones digitales.

PARA CADA GRUPO

⁴ Se entenderá por Tiendas Virtuales creadas a aquellas tiendas y beneficiarios que han sido validadas y que ya iniciaron su proceso de implementación de la tienda virtual.

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR MÍNIMO FASE (IVA INCLUIDO)	VALOR MÁXIMO FASE (IVA INCLUIDO)
FASE 1: PLANEACIÓN	Global	1	\$300.714.750	\$334.127.500
FASE 2: DISEÑO, ACTUALIZACIÓN Y APROBACIÓN	Global	1	\$236.544.299	\$262.826.999
FASE 3: CONVOCATORIA, SELECCIÓN Y CARACTERIZACIÓN	No de beneficiarios	2030	\$484.154.999	\$537.949.999
FASE 4: SENSIBILIZACIÓN, CAPACITACIÓN Y APROPIACIÓN	No de beneficiarios	2030	\$1.843.857.529	\$2.048.730.588
FASE 5: CIERRE Y SOCIALIZACIÓN DE RESULTADOS	Global	2030	\$53.741.205	\$59.712.450
FASE 6: PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN	Global	1	\$837.103.996	\$930.115.551
FASE 7: SEGUIMIENTO E INDICADORES	Global	7	\$536.030.473	\$595.589.415
SUBTOTAL GRUPO POR GRUPO			\$4.292.147.251	\$4.769.052.501
VALOR TOTAL GRUPO 1 + GRUPO 2			\$8.584.294.502	\$9.538.105.002

8.3 VALORES MÁXIMOS Y MÍNIMOS PARA LA PROPUESTA ECONÓMICA

A continuación, se resumen los valores correspondientes al valor mínimo y al valor máximo de cada uno de los grupos de la presente convocatoria, y del total del presupuesto estimado, dentro de los cuales se deben presentar las ofertas económicas.

Así las cosas, los proponentes no podrán ofertar un valor inferior al valor mínimo ni superior al valor máximo del presupuesto estimado para cada uno de los grupos, así:



	DESCRIPCIÓN	VALOR MÍNIMO	VALOR MÁXIMO
1	Grupo 1: Operador 1	\$4.292.147.251 M/cte	Hasta la suma de \$ 4.769.052.501 M/cte
2	Grupo 2: Operador 2	\$4.292.147.251 M/cte	Hasta la suma de \$ 4.769.052.501 M/cte
VALOR TOTAL PRESUPUESTO OFICIAL (1+2)		\$8.584.294.502 M/cte	\$9.538.105.002 M/cte

El proponente deberá considerar en su propuesta económica los valores correspondientes al valor mínimo y al valor máximo del valor del Presupuesto Estimado PE total.

La propuesta económica del proponente deberá realizarse teniendo como referencia los valores mínimos y máximos para cada grupo, y en general el presupuesto oficial.

Nota: En todo caso, el contrato se suscribirá por el valor ofertado en cada uno de los grupos.

8.4 IMPUESTOS

El proponente deberá considerar en su oferta todos los costos correspondientes a impuestos, tasas, contribuciones o gravámenes que se causen con ocasión de la suscripción, ejecución y liquidación del contrato y demás a que haya lugar del orden nacional y/o territorial.

Adicionalmente tendrá en cuenta, los costos de las pólizas incluidas en el numeral GARANTÍAS del presente documento y todos los demás impuestos que se generen por la celebración del contrato.

Es responsabilidad exclusiva del PROPONENTE realizar las averiguaciones, los cálculos y estimaciones que considere necesarios para elaborar su propuesta económica y, por ende, le asiste la obligación de consultar ante las diferentes entidades recaudadoras qué impuesto le es aplicable en caso de ser adjudicatario, todo esto enmarcado en el hecho de que EL PATRIMONIO AUTONOMO FINDETER - FONTIC es EL CONTRATANTE y realiza la contratación bajo el Régimen Jurídico del derecho privado.

9. PERSONAL

LOS OPERADORES deberán suministrar y mantener para la ejecución del objeto contractual el personal mínimo solicitado y el que resulte pertinente con las dedicaciones necesarias, hasta la entrega final de los productos objeto del contrato dentro del plazo de este, personal que deberá cumplir con las calidades técnicas, profesionales, experiencia general y específica exigida.

9.1 PERSONAL Y DEDICACIONES MÍNIMAS

Cada OPERADOR dentro de los tres (3) días calendario siguientes a la suscripción del contrato, deberá presentar al supervisor, previo a la suscripción del acta de inicio u orden de inicio, las hojas de vida y demás soportes correspondientes del personal necesario que acrediten las calidades y la experiencia general y específica para el desarrollo de este.

Lo anterior, deberá ser aprobado por el supervisor.

Así mismo el OPERADOR deberá mantener durante la ejecución de la línea estratégica EL PERSONAL MÍNIMO REQUERIDO en los términos de referencia, so pena de inicio de procedimiento de la aplicación de la cláusula penal de apremio establecida en el contrato por este concepto.



Para la ejecución de los contratos resultantes del presente proceso de selección, cada OPERDOR deberá garantizar el personal mínimo requerido para el desarrollo de la línea estratégica según lo descrito a continuación:

PERSONAL MÍNIMO POR CADA OPERADOR						
Cant.	Cargo	Formación Académica	Experiencia General	Experiencia Específica	No. de Contratos	Porcentaje de Dedicación mínima
1	Coordinador Técnico	Profesional en Ingeniería Industrial y afines o; Ingeniería Administrativa y afines o; administración o; economía de acuerdo con el Sistema Nacional de Educación Superior SNIES.	4 años	Tres (3) años deben corresponder a experiencia en el sector de comercio electrónico y/o específica en gerencia de proyectos.	3	100 %
1	Líder Administrativo y Financiero	Profesional en Ingeniería Industrial y afines o; administración o; economía	4 años	Tres (3) años de experiencia específica en Gestión administrativa y financiera.	3	100%
1	Coordinador jurídico	Velar y garantizar que los procesos jurídicos desarrollados en la ejecución del proyecto se encuentran en armonía con la constitución, la ley y los lineamientos señalados en el anexo técnico.	6 años	Cuatro (4) años de experiencia específica como coordinador o líder jurídico.	3	25%
1	Especialista en sistemas de información y administración de plataformas y soluciones de comercio electrónico	Profesional en ingeniería de sistemas, electrónica, telecomunicaciones, telemática y afines de acuerdo con el Sistema Nacional de Educación Superior SNIES.	10 años	Siete (7) años deberán corresponder a experiencia en gestión de soluciones de comercio electrónico y en estrategias de seguimiento, analítica de datos, o evaluación de proyectos de orden nacional.	7	50 %
1	Líder Diseño y comunicaciones	Profesional en Comunicación social y afines, publicidad y afines, Marketing digital y afines, o administración y afines de acuerdo con el Sistema Nacional de Educación Superior SNIES.	3 años	Uno (1) años de experiencia profesional en el desarrollo de estrategias de comunicación en línea. Nota: 1. debe desarrollar estrategias de comunicación on y off line 2. debe conocer manejo orgánico y pago de las redes sociales 3. debe saber hacer piezas para medios digitales y of line 4. debe tener excelentes aptitudes gramaticales, de redacción y Ortografía	3	100%
1	Administrador de plataformas educativas	Profesional en Educación, Ingeniería Administrativa y Afines, Ingeniería De Sistemas, Telemática y Afines, Ingeniería Electrónica, Telecomunicaciones y Afines de acuerdo con el Sistema Nacional de Educación Superior SNIES, con título postgrado en herramientas virtuales para la educación.	6 años	Cuatro (4) años de experiencia en desarrollo y administración de sistemas de información o diseño educativo, actualización, configuración y pruebas de plataformas educativas, estrategias de seguimiento, analítica de datos, o evaluación de proyectos de orden nacional.	3	60%
1	Coordinador de operación virtual	Profesional en Artes Plásticas, Visuales y Afines, Diseño, Educación, Ingeniería Administrativa y Afines,	3 años	Uno (1) años de experiencia profesional como coordinador de formación u operación virtual, procesos y logística en virtualidad y acompañamiento en la	2	60%



PERSONAL MÍNIMO POR CADA OPERADOR						
Cant.	Cargo	Formación Académica	Experiencia General	Experiencia Específica	No. de Contratos	Porcentaje de Dedicación mínima
		Ingeniería De Sistemas, Telemática y Afines, Ingeniería Electrónica, Telecomunicaciones y Afines, Ingeniería Industrial y Administración relacionada al campo de aplicación de proyecto de acuerdo con el Sistema Nacional de Educación Superior SNIES.		planeación, alistamiento, ejecución, evaluación y análisis de resultados de actividades académicas y operativas asociadas a la virtualidad.		
1	Líder tecno pedagógico	Profesional en Educación acuerdo con el Sistema Nacional de Educación Superior SNIES con título de postgrado en Educación virtual o Nuevas Tecnologías.	6 años	Cuatro (4) años de experiencia profesional en actividades de diseño y gestión de contenidos y metodologías didácticas para educación no formal y capacitación empresarial virtual, coordinación de personal y de programas educativos en escenarios virtuales, generación de informes a partir del análisis de reportes de formación empresarial o informal para adultos de grupos masivos.	2	100%
3	Consultores (seleccionados)	Profesional en Artes Plásticas, Visuales y Afines, Diseño, Educación, Ingeniería Administrativa y Afines, Ingeniería De Sistemas, Telemática y Afines, Ingeniería Electrónica, Telecomunicaciones y Afines, Ingeniería Industrial y Afines, Otras Ingenierías, Publicidad y Afines Comunicación Social, Periodismo y Afines, Administración relacionada al campo de aplicación de proyecto de acuerdo con el Sistema Nacional de Educación Superior SNIES con postgrado en Comercio electrónico, Marketing digital, Negocios digitales o afines.	6 años	Ocho (4) años de experiencia profesional como Especialista UX, Diseño web, producción multimedia desarrollo web FrontEnd, Community Manager, E-commerce Manager, Digital Marketing Manager o similares, y experiencia en procesos de capacitación o mentoring.	2	30%
20	Tutores (seleccionados)	Profesional en Artes Plásticas, Visuales Y Afines, Diseño, Educación, Ingeniería Administrativa Y Afines, Ingeniería De Sistemas, Telemática Y Afines, Ingeniería Electrónica, Telecomunicaciones Y Afines, Ingeniería Industrial Y Afines, Otras Ingenierías, Publicidad Y Afines Comunicación Social, Periodismo y Afines, Administración relacionada al campo de aplicación de proyecto, de acuerdo con el Sistema Nacional de Educación Superior SNIES.	3 años	Uno (1) años de experiencia profesional en marketing digital, comercio electrónico, diseño para web, UX, producción multimedia, desarrollo o producción web o afines o formación virtual.	2	50%
1	Profesional de apoyo	Profesional en Ingeniería Industrial y afines o; Ingeniería Administrativa y afines	N/A	NA	NA	100 %



PERSONAL MÍNIMO POR CADA OPERADOR						
Cant.	Cargo	Formación Académica	Experiencia General	Experiencia Específica	No. de Contratos	Porcentaje de Dedicación mínima
	Programa primer empleo					

NOTA 1: Los operadores podrán adicionar nuevos perfiles a los mínimos requeridos si lo consideran necesario para cumplir con el plan de trabajo sin que ello genere costos adicionales.

NOTA 2: Los operadores deberán anexar las hojas de vida con soportes (académicos y de experiencia profesional (referencias laborales y descripción de cargos) relacionada con las actividades a desarrollar) para ser analizados por la supervisión, previo a la suscripción del acta de inicio.

NOTA 3: La acreditación de la experiencia del personal mínimo requerido se debe realizar conforme las alternativas descritas en los términos de referencia.

NOTA 4: El personal anteriormente descrito, será de carácter obligatorio durante la ejecución de todo el contrato, por lo cual, cada operador deberá tener en cuenta y considerar los perfiles descritos en su totalidad, si se llega a realizar algún cambio durante la ejecución del contrato deberá ser informado al supervisor del contrato para su aprobación.

NOTA 5: El PROPONENTE deberá garantizar que, durante la ejecución del objeto contractual, se mantendrá el personal mínimo solicitado o el que resulte pertinente con las dedicaciones necesarias, hasta el cumplimiento del objeto contractual, el cual deberá cumplir con las calidades técnicas, profesionales de experiencia general y específica exigida.

NOTA 6: El personal mínimo requerido, sus hojas de vida y las certificaciones que la acompañen, NO deben presentarse con la propuesta. Estos documentos solo deben presentarse por los proponentes que resulte seleccionados previo a la suscripción del acta de inicio o emisión de la orden de inicio del contrato, conforme a lo señalado en el PLAZO DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO.

CONTRATACIÓN PRIMER EMPLEO.

Para el caso el CONTRATISTA debe vincular el profesional del primer empleo teniendo en cuenta las siguientes condiciones:

- Profesional de nacionalidad colombiana que se encuentre entre los 18 y los 28 años.
- El profesional ofertado para el primer empleo no debe registrar afiliación ni cotización como trabajador dependiente o independiente al Sistema Integral de Seguridad Social de manera posterior a la fecha de graduación como profesional.

Todo el personal anteriormente descrito para el contrato será de carácter obligatorio en la línea estratégica, por lo cual, los proponentes lo deberán tener en cuenta y considerar en su totalidad.

1. MODALIDAD Y CRITERIOS DE SELECCIÓN

10.1 MODALIDAD

El presente proceso de selección se adelanta mediante la modalidad de selección de que trata el numeral 4.4.1 “convocatoria pública” del MANUAL OPERATIVO del PATRIMONIO AUTÓNOMO FINDETER - FONTIC. El procedimiento a seguir será el previsto en el numeral 4.5 “procedimiento para las convocatorias públicas y privadas” del precitado manual.



10.2 CRITERIOS MÍNIMOS DE SELECCIÓN HABILITANTES

La Gerencia de Infraestructura de FINDETER, teniendo en cuenta las actividades que se desarrollarán durante la ejecución del contrato, su tipo, alcance, magnitud y complejidad, y en aras de propender por la selección de un hasta tres (3) operadores idóneos que ejecuten el contrato con las mejores calidades, ha determinado que los proponentes deberán cumplir con los siguientes requerimientos mínimos:

10.2.1 REQUISITOS TÉCNICOS:

10.2.1.1 EXPERIENCIA ESPECÍFICA DEL PROPONENTE

Para la presente convocatoria se verificará que los proponentes cumplan con los siguientes criterios de experiencia mínimos exigidos:

Para efectos de acreditar la experiencia los proponentes deberán aportar máximo **TRES (03) CONTRATOS** terminados y recibidos a satisfacción antes de la fecha de cierre del proceso, a manera de ejemplo: cumplido al 100% el objeto del contrato o ejecutado en su totalidad o sin pendientes de ejecución, que cumplan las siguientes condiciones:

EJECUCION DE PROYECTOS DE DESARROLLO O IMPLEMENTACIÓN: DE TIENDAS VIRTUALES O SOLUCIONES O APLICACIONES A TRAVÉS DE PLATAFORMAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO (ECOMMERCE).

- **Para aquellos proponentes que se presenten a un grupo de la presente convocatoria se considera que el factor técnico de escogencia es la Experiencia Específica, la cual deberá ser en:**
 - a) La sumatoria del valor de los contratos aportados, deberá ser igual o mayor a 1.0 vez el valor del PRESUPUESTO ESTIMADO (PE) para 1 grupo, expresado en SMMLV.
 - b) Uno de los contratos aportados, deberá ser igual o mayor a 0.5 veces el valor del PRESUPUESTO ESTIMADO (PE) para 1 grupo, expresado en SMMLV.
- **Para aquellos proponentes que se presenten a dos grupos de la presente convocatoria se considera que el factor técnico de escogencia es la Experiencia Específica, la cual deberá ser en:**
 - a) La sumatoria del valor de los contratos aportados, deberá ser igual o mayor a 1.0 vez el valor del PRESUPUESTO ESTIMADO (PE) para 2 grupos, expresado en SMMLV.
 - b) Uno de los contratos aportados, deberá ser igual o mayor a 0.5 veces el valor del PRESUPUESTO ESTIMADO (PE) para 2 grupos, expresado en SMMLV.

NOTA 1: En el evento en que los contratos aportados acrediten objetos diferentes en los requerimientos como experiencia específica del proponente, solo se tendrá en cuenta el valor ejecutado correspondiente a las actividades o alcances relacionados directamente con la experiencia solicitada, lo cual deberá soportarse con las reglas de acreditación establecidas por la entidad.

NOTA 2: Si el proponente se presenta a más de un grupo, pero la experiencia aportada no cumple con la condición de valor señalada en el literal a), la Entidad solo tendrá en cuenta la propuesta para el o los grupos para los cuales cumple con dicha condición empezando por el grupo No. 1 y terminando por el grupo No. 2.

NOTA 3: Para efectos de la presente convocatoria se tendrán en cuenta las siguientes definiciones:

- a) **Comercio electrónico:** Cualquier transacción para la venta de bienes y servicios efectuada sobre redes de computadores por medio de métodos específicamente diseñados con el propósito de recibir el pedido, independientemente si el pago y la entrega de los bienes o servicios ocurren en línea. Las transacciones de comercio



- electrónico pueden definirse como aquellas que sólo en la primera etapa, la primera y la segunda etapa o en las tres etapas se realizan por Internet o por medios electrónicos” (DANE, 2012).
- b) **Plataforma de comercio electrónico:** Software desarrollado que se licencia para la construcción de servicios de comercialización digital cuyo alojamiento será en servidores externos a las compañías que los contratan.
 - c) **Tiendas virtuales:** Son sitios web que permite la transacción de bienes, productos y/o servicios entre oferentes y compradores, ligado a diversas soluciones de pago en línea.
 - d) **Soluciones o aplicaciones:** Desarrollo propio o programas o software en ambiente web.
 - e) **Desarrollo:** Construcción, creación y mantenimiento de sitios web o tiendas virtuales. Incluye aspectos como diseño web, publicación web, programación web y gestión de bases de datos.
 - f) **Implementación:** Puesta en funcionamiento en espacio de servidores web de proyectos o plataformas web o e-commerce”.

NOTA 4: La experiencia específica del proponente deberá ser acreditada mediante los documentos establecidos como válidos en el numeral REGLAS DE ACREDITACIÓN DE LA EXPERIENCIA ESPECÍFICA de los Términos de Referencia.

NOTA 5: LA SUBSANACIÓN O ACLARACIÓN DE LA EXPERIENCIA ESPECÍFICA DEL PROPONENTE SOLO PODRÁ EFECTUARSE SOBRE LA EXPERIENCIA APORTADA.

NOTA 6: Todos los contratos válidos para la acreditación de la experiencia deben haber sido ejecutados en el territorio nacional de Colombia

10.2.1.2 PLATAFORMA VIRTUAL PARA LA LÍNEA ESTRATÉGICA

Los proponentes deberán acreditar que cuentan con una plataforma virtual disponible para la ejecución del contrato, para el efecto, deberán manifestar bajo la gravedad de juramento con la suscripción del FORMATO DE CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS DE LA PLATAFORMA VIRTUAL PARA PROVEER SOLUCIONES DE COMERCIO ELECTRÓNICO, DE ACUERDO A LA DEFINICIÓN TÉCNICA DEL MODELO DE TIENDAS VIRTUALES., a través del cual garantizan que la misma cumple con los “Requerimiento de la solución tecnológica” establecidos en la **Fase 4: PUESTA A DISPOSICIÓN DE LA SOLUCIÓN DE COMERCIO ELECTRÓNICO.**

Del cumplimiento de los requisitos precitados, el evaluador dejará constancia en el formato de verificación de requisitos habilitantes técnicos otorgando la calificación de “CUMPLE” o “NO CUMPLE”, según aplique y teniendo en el diligenciamiento del FORMATO DE CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS DE LA PLATAFORMA VIRTUAL PARA LA REALIZACIÓN DE LOS TALLERES Y SESIONES DE ACOMPAÑAMIENTO.

Con el fin de comprobar la existencia real de la plataforma y sus módulos, los proponentes deberán proporcionar un vínculo en el FORMATO DE CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS DE LA PLATAFORMA VIRTUAL PARA PROVEER SOLUCIONES DE COMERCIO ELECTRÓNICO, DE ACUERDO CON LA DEFINICIÓN TÉCNICA DEL MODELO DE TIENDAS VIRTUALES. Con el usuario y la clave de prueba.

Adicionalmente los proponentes deberán allegar con su propuesta el instructivo correspondiente, de modo tal que el evaluador pueda identificar claramente la existencia de los ocho (8) módulos requeridos, evento en el cual se otorgará la calificación CUMPLE.

10.2.2 REQUISITOS FINANCIEROS

Los requerimientos financieros de la convocatoria serán definidos por el área financiera de FINDETER en los Términos de Referencia de la Convocatoria.

10.2.3 REQUISITOS JURÍDICOS

Los requerimientos jurídicos de la convocatoria serán definidos por la Dirección de Contratación de FINDETER en los términos de referencia de la convocatoria.



10.3 CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN DE LAS PROPUESTAS

La asignación del puntaje a las propuestas, de acuerdo con los patrones preestablecidos en estos términos de referencia, será realizada por los evaluadores designados por FINDETER. Se seleccionará la propuesta mejor calificada y que por ello resulte ser la más favorable para la entidad y para los fines que ella busca con esta contratación, para esto se tendrá en cuenta que el puntaje máximo de la evaluación será de cien (100) puntos, resultantes del siguiente factor y criterio de evaluación:

FACTOR DE CALIFICACIÓN	PUNTAJE
Evaluación Económica	100 puntos
TOTAL	100 puntos

Y la posterior aplicación del criterio de evaluación factor cumplimiento contratos anteriores.

11. CONDICIONES DEL CONTRATO

11.1 FORMA DE PAGO

LA CONTRATANTE pagará a los operadores el valor por el cual les fue adjudicado cada grupo, de acuerdo con la siguiente forma de pago:

1. Un primer pago correspondiente al quince por ciento (15%) del valor total del contrato, una vez se cuente con el recibo a satisfacción y aprobación por parte del Supervisor, del plan de trabajo de la línea estratégica la aprobación de las hojas de vida del personal.
2. Un segundo pago correspondiente al cinco por ciento (5%) del valor total del contrato, una vez se cuente con el recibo a satisfacción y aprobación por parte del supervisor, de todos los entregables de la Fase 2. En caso en que en desarrollo de la Fase 2 el operador no logre el total entregables, este pago se efectuará de manera proporcional al número de entregables, siendo 4 el 100%.
3. Un tercer pago del cinco por ciento (5%) del valor total del contrato, una vez se cuente con el recibo a satisfacción y aprobación por parte del supervisor, de todos los entregables de la Fase 3. Este pago se efectuará de manera proporcional al número de beneficiarios, siendo 2.030 el 100%.
4. Un cuarto pago del veinticinco por ciento (25%) del valor total del contrato, una vez se cuente con el recibo a satisfacción y aprobación por parte del supervisor, de todos los entregables de la Fase 4. Este pago se efectuará de manera proporcional al número de beneficiarios, siendo 2.030 el 100%.
5. Un quinto pago del diez por ciento (10%) del valor total del contrato, una vez se cuente con el recibo a satisfacción y aprobación por parte del supervisor, de todos los entregables de la Fase 5. Este pago se efectuará de manera proporcional al número de beneficiarios, siendo 2.030 el 100%.
6. Un sexto pago del veinte por ciento (20%) del valor total del contrato, una vez se cuente con el recibo a satisfacción y aprobación por parte del supervisor, de todos los entregables de la Fase 6. Este pago se efectuará de manera proporcional al número de beneficiarios, siendo 2.030 el 100%.
7. Un séptimo pago del veinte por ciento (20%) del valor total del contrato, una vez se cuente con el recibo a satisfacción y aprobación por parte del supervisor, de todos los entregables (informes) de la Fase 7.

NOTA 1: De cada pago realizado se efectuará una retención en garantía del diez por ciento (10%) el cual será devuelto a cada operador una vez se haya suscrito el acta de liquidación del contrato.



NOTA 2: Para cada uno de los pagos se debe presentar y contar con la aprobación de los informes mensuales dentro de los términos y plazos determinados en los documentos de la convocatoria.

NOTA 3: Para todos los pagos, los OPERADORES deberán acreditar que se encuentran al día en el pago de aportes parafiscales relativos al Sistema de Seguridad Social Integral, así como los propios al Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar – ICBF y las Cajas de Compensación Familiar, cuando corresponda, o certificación del pago de los aportes de Pensión, Riesgos Laborales y de Caja de Compensación Familiar, de todo el personal vinculado directamente a la ejecución de la línea estratégica, incluido el personal independiente que preste sus servicios para la ejecución del mismo.

NOTA 4: LOS OPERADORES deben responder por el pago de todos los impuestos, tasas, gravámenes y contribuciones establecidas por las diferentes autoridades nacionales, departamentales o municipales y dentro de estos mismos niveles territoriales, las contribuciones, tasas, derechos, tarifas, y multas establecidas por las diferentes autoridades ambientales, que afecten la celebración, ejecución y liquidación del contrato y las actividades que de él se deriven. Estos pagos deben soportarse con las certificaciones correspondientes.

NOTA 5: Para los pagos, se debe contar con el visto bueno del supervisor y se efectuarán dentro de los TREINTA (30) DÍAS CALENDARIO siguientes a la radicación en debida forma de la respectiva factura, con el cumplimiento de los requisitos indicados.

11.2 OBLIGACIONES GENERALES

Los OPERADORES se comprometen a cumplir todas las obligaciones que estén establecidas o se deriven del clausulado del CONTRATO, de los estudios y documentos de la línea estratégica, de los Términos de Referencia, de su propuesta y aquellas que por su naturaleza y esencia se consideren imprescindibles para la correcta ejecución del presente contrato, en los términos previstos en los artículos 863 y 871 del Código de Comercio y 1603 del Código Civil. Así mismo, se consideran obligaciones generales las siguientes:

- a. Acatar la Constitución, la Ley, los principios de la función administrativa y los principios de la gestión fiscal consagrados en el artículo 209 y 267 de la Constitución Política, el Manual Operativo vigente del Contrato de Fiducia Mercantil, y demás normas concordantes y reglamentarias y demás normas que apliquen.
- b. Cumplir el objeto del contrato de acuerdo con los criterios de calidad exigible y el Anexo Técnico que hacen parte de los términos de referencia, con sujeción al presupuesto estipulado y dentro del plazo establecido.
- c. Cumplir con las condiciones técnicas, jurídicas, económicas, financieras y comerciales exigidas en la Convocatoria y consignadas en la propuesta.
- d. Rendir y elaborar los informes, conceptos, estudios y demás trabajos que se le soliciten en desarrollo del CONTRATO.
- e. Acatar las instrucciones que durante el desarrollo del CONTRATO se le impartan por parte de la CONTRATANTE y suscribir las actas que, en desarrollo de este, sean indispensables y todas aquellas que tengan la justificación técnica, jurídica o administrativa necesaria.
- f. Obrar con lealtad y buena fe en las distintas etapas precontractuales, y contractuales, evitando dilaciones o cualquier otra situación que obstruya la normal ejecución del CONTRATO.
- g. No acceder a peticiones o amenazas de quienes actúen por fuera de la ley con el fin de hacer u omitir algún hecho.
- h. Mantener la reserva profesional sobre la información que le sea suministrada para el desarrollo del objeto del CONTRATO.
- i. Radicar las facturas de cobro por los productos o trabajos ejecutados de acuerdo con los procedimientos señalados en el Manual Operativo del Patrimonio Autónomo o los indicados por LA CONTRATANTE.
- j. Constituir las garantías respectivas del CONTRATO y mantenerlas vigentes en los términos establecidos. Las garantías deberán presentarse en el término de los tres (3) días siguientes a la suscripción del contrato y/o a la modificación de este, las cuales también son requisito para el inicio del contrato.
- k. Cumplir con todas las disposiciones que sobre seguridad social haya emitido el Ministerio de Trabajo, así como las demás normas vigentes. Deberá tener especial cuidado para salvaguardar la integridad física de todas las personas a su cargo que desarrollen actividades en cumplimiento de cualquiera de las obligaciones establecidas



- en el contrato. Cuando la supervisión establezca que existe incumplimiento en este aspecto por parte del OPERADOR informará, en primera instancia a la CONTRATANTE para efecto de las sanciones previstas.
- l. Cumplir con todas las disposiciones sobre seguridad industrial y salud ocupacional vigentes en el país.
 - m. Responder por el pago de los impuestos que cause la legalización y ejecución del CONTRATO.
 - n. Responder por todo daño que se cause a bienes, al personal que se vincule y a terceros en la ejecución del CONTRATO.
 - o. Presentar a la supervisión el personal mínimo exigido para la ejecución del contrato, de acuerdo con lo establecido en el "PERSONAL Y DEDICACIONES MÍNIMAS", previo al inicio del contrato.
 - p. Utilizar la información entregada por Findeter o LA CONTRATANTE y MINTIC estrictamente para la línea estratégica asignado en desarrollo del contrato y no hacer uso de ella en otros proyectos ni permitir su copia a terceros.
 - q. Estructurar y mantener el equipo de trabajo propuesto por el término de ejecución del contrato y disponer de los medios físicos y administrativos que permitan cumplir con las obligaciones contractuales.
 - r. Participar a través del representante legal o director de la línea estratégica las sesiones de seguimiento pactadas, a los cuales podrá asistir MINTIC y demás entidades involucradas en el desarrollo de la línea estratégica. Los seguimientos son reuniones en las que se revisarán las actas de las reuniones anteriores, con el fin de comprobar el avance de todos los acuerdos establecidos además de realizar una revisión del estado actual de la línea estratégica, en dicho seguimiento se pueden establecer compromisos, requerimientos, solicitudes de gestión, inconvenientes presentados, entre otros; en pro de cumplir con el objeto de esta convocatoria en los términos establecidos. Los seguimientos deben realizarse semanalmente y dejar registro de estos conforme a los formatos que Findeter indique para ello.
 - s. Asumir la responsabilidad de todas las actividades relativas a la ejecución de las obligaciones establecidas en el contrato.
 - t. Participar y apoyar a LA CONTRATANTE, FINDETER, y al MINTIC en todas las reuniones a las que éste lo convoque relacionadas con la ejecución del contrato.
 - u. Disponer de los medios necesarios para el mantenimiento, cuidado y custodia de la documentación objeto del contrato.
 - v. Colaborar con LA CONTRATANTE, FINDETER, y el MINTIC en el suministro y respuesta de la información correspondiente ante cualquier requerimiento de los organismos de control del Estado Colombiano en relación con la ejecución, desarrollo o implementación del contrato objeto del presente documento.
 - w. Utilizar la imagen de FINDETER, LA CONTRATANTE y del MINTIC, de acuerdo con los lineamientos establecidos por estos. Salvo autorización expresa y escrita de las partes ningún funcionario, podrá utilizar el nombre, emblema o sello oficial de la otra parte para fines publicitarios o de cualquier otra índole.
 - x. Entregar a LA CONTRANTE toda la información y los documentos recopilados en desarrollo de la ejecución del contrato, al finalizar el plazo de este, de conformidad con las normas y disposiciones vigentes.
 - y. Velar porque la CONTRATANTE, FINDETER y el MINTIC se mantengan indemnes de cualquier reclamación de terceras personas, suboperador, proveedores y demás servicios que de forma indirecta hayan sido requeridas para la ejecución del contrato.
 - z. Solventar a su costa las reclamaciones que en su caso le resulten por daños o perjuicios a propiedades o terceras personas derivadas de la ejecución del contrato por acciones u omisiones imputables al operador, sus dependientes subordinados o suboperadores.
 - aa. Presentar un informe final de ejecución de la línea estratégica que dé cuenta de las actividades realizadas en desarrollo del contrato.
 - bb. Dar cumplimiento a las actividades con respecto a los tiempos estipulados en la programación para la línea estratégica.
 - cc. Dar cumplimiento a lo establecido la resolución No 304 del 23 de febrero de 2022 o las normas que los modifiquen, adicionen y/o sustituyan, en relación con los protocolos y elementos de bioseguridad establecidos por el Ministerio de Salud y Protección Social.
 - dd. Acatar las indicaciones del supervisor durante el desarrollo del contrato
 - ee. Mantener actualizado el registro en la cámara de comercio durante la ejecución del contrato
 - ff. Cuando el termino de duración de la sociedad no contemple el término de liquidación del contrato y cinco (5) años más, EL OPERADOR se obliga a ampliarlo ante la cámara de comercio, para lo cual tendrá un plazo máximo de 30 días hábiles contados a partir de la adjudicación de la convocatoria, sin que este trámite sea requisito que



- impida la suscripción del contrato. La misma obligación aplica para el integrante del proponente plural persona jurídica
- gg. Presentar un informe del cierre técnico, administrativo y financiero de la línea estratégica atendiendo los requerimientos y plazos establecidos en el anexo técnico que hace parte integral del presente documento.
 - hh. Presentar al supervisor del contrato, informes de avance y estado, dentro de los primeros cinco (5) días de cada mes, este contendrá los aspectos técnicos, administrativos y financieros mediante los cuales se desarrolle la información requerida por el anexo técnico que hace parte integral del presente documento, atendiendo la periodicidad allí establecida. Los informes deben tener por lo menos la siguiente información: (i) Tablero de control que relacione el avance general de la ejecución del contrato, incluyendo la descripción, avances, resultados y demás aspectos asociados al desarrollo de las fases de la línea estratégica “Tiendas Virtuales ” en su componente técnico, (ii) Informe con el relacionamiento del cumplimiento de metas e indicadores para cada una de las fases de la línea estratégica “Tiendas Virtuales ”, (iii) informe financiero que dé cuenta del compromiso de ejecución, seguimiento a la ejecución financiera de los recursos del contrato, (iv) Las gestiones de seguimiento ejercidas sobre las contrataciones derivadas del contrato, de tal suerte que adviertan los riesgos, niveles de ejecución e impactos sobre las fases, metas e indicadores de la línea estratégica “Tiendas Virtuales ” recomendando las acciones pertinentes, y (v) otras que solicite el supervisor. Nota: de lo realizado en el mes inmediatamente anterior con los soportes respectivos.
 - ii. Llevar un registro contable que permita al supervisor verificar mensualmente el nivel de ejecución de los recursos que se aporten al contrato, durante su plazo.
 - jj. Atender y resolver los inconvenientes y las solicitudes elevadas por el supervisor del contrato en un periodo de cinco (5) días hábiles y realizar las propuestas necesarias para la buena ejecución del contrato, así como para su respectiva liquidación.
 - kk. Reportar la ocurrencia de cualquier novedad o anomalía durante la ejecución del contrato al supervisor de este.
 - ll. Entregar al Supervisor del contrato, los informes que se soliciten sobre cualquier aspecto relacionado con el objeto de este y/o resultados obtenidos en cada actividad encomendada cuando así se requiera, durante el plazo del contrato.
 - mm. Disponer o integrar a la solución una herramienta o aplicativo online, web o Web Service para intercambio de datos con plataforma de seguimiento MinTIC - Findeter, para el registro y/o consulta de información en tiempo real que permita generar reportes de los beneficiarios en relación con las variables de identificación y caracterización, de conformidad con los lineamientos que indique la Oficina de TI del Ministerio TIC.
 - nn. Consolidar las bases de datos de beneficiarios de la línea estratégica que permita su identificación y caracterización, debidamente estructurada, depurada y dispuesta en archivos. Los datos requeridos y periodos de actualización deberán corresponder a los requerimientos establecidos por este documento y la Oficina TI del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
 - oo. Compartir los créditos con el MinTIC en todos los eventos públicos, ruedas de prensa, entrevistas y declaraciones de cualquier naturaleza que se realice en el marco de la ejecución de este convenio.
 - pp. Las demás que, por ley, los Términos de Referencia, del CONTRATO correspondan o sean necesarias para el cabal cumplimiento de este.

11.3 OBLIGACIONES DE CARÁCTER FINANCIERO

- a. Verificar junto con el supervisor, el flujo de inversión del contrato, para lo cual deberá suscribirse el acta respectiva, de manera mensual o quincenal.
- b. Realizar mensualmente un análisis del avance financiero del contrato con los debidos soportes, a fin de prever, con la suficiente anticipación, eventuales necesidades de modificaciones o medidas que LA CONTRATANTE o el operador deban tomar para asegurar el flujo de fondos del contrato.
- c. Asumir el pago de impuestos, tasas, contribuciones, gravámenes, aportes y servicios de cualquier género que establezcan las leyes colombianas, así como las erogaciones necesarias para la ejecución de este. Es entendido que todos estos gastos han sido estimados por el OPERADOR al momento de la presentación de su propuesta económica.
- d. Asumir los riesgos establecidos en la matriz de riesgos establecida para el proceso. Con la presentación de la propuesta los operadores seleccionados certifican el conocimiento y responsabilidades asumidas.



- e. Radicar las facturas correspondientes. Para adelantar el trámite y aprobación de las facturas, deberá presentar al supervisor, el informe o productos que corresponda, así como de los comprobantes de afiliación y pago de los aportes al Sistema General de Seguridad Social Integral (pensiones, salud y riesgos profesionales) y parafiscales del personal destinado a la ejecución del CONTRATO.
- f. Cumplir el estatuto tributario colombiano en su integridad, asumiendo la totalidad de la carga tributaria generada con ocasión de la celebración y ejecución del contrato.
- g. Suscribir el Acta de liquidación del contrato, una vez se cumplan todas las obligaciones necesarias para tal fin, tales como, la terminación del contrato suscrito por las partes, la debida entrega del archivo a FINDETER y la aprobación por parte de la supervisión de los documentos de liquidación finales presentados a la terminación del contrato. En todo caso el trámite de suscripción de la respectiva acta de liquidación deberá corresponder a los procedimientos establecidos por FINDETER.

11.4 OBLIGACIONES RELACIONADAS CON EL PERSONAL REQUERIDO PARA LA EJECUCIÓN DEL OBJETO CONTRACTUAL

- a. Presentar al supervisor, en el término de los tres (3) días siguientes a la suscripción del contrato, el personal mínimo profesional y técnico exigido para la ejecución de este, el cual se encuentra relacionado en el contenido del presente documento y de acuerdo con la metodología para cumplir cabalmente el contrato. Los operadores se comprometen a suministrar el personal mínimo exigido, así como el que adicionalmente se requiera para dar cabal cumplimiento al objeto del contrato sin que ello represente valor adicional alguno a LA CONTRATANTE de lo cual se entenderá incluido su costo en la propuesta económica que presente el interesado. El personal debe ser el mismo hasta su finalización. Si el OPERADOR requiere cambiar el profesional o personal propuesto, deberá solicitar por escrito al CONTRATANTE la sustitución de estos, quien deberá tener un perfil igual o superior al que se retiró. La aceptación del nuevo profesional estará sujeta a la aprobación del supervisor.
- b. Contar con una oficina central que, entre otros aspectos, le preste soporte en asuntos de orden técnico, legal, administrativo, financiero y contable.
- c. El OPERADOR se obliga durante el desarrollo del contrato a mantener al director de la línea estratégica demás personal de especialistas aprobados por la supervisión.
- d. El director de la línea estratégica deberá tener autonomía para actuar en nombre del OPERADOR y para decidir con el supervisor cualquier asunto de orden técnico o administrativo en desarrollo del Contrato, siempre que sus decisiones no impliquen modificaciones en las condiciones contractuales.
- e. Garantizar que todos los profesionales a quienes se les asignen labores en desarrollo del contrato cuenten con matrícula o tarjeta profesional vigente, para el personal que aplique según las normas colombianas.
- f. Asumir el pago de salarios, prestaciones e indemnizaciones de carácter laboral del personal que contrate, lo mismo que el pago de honorarios, los impuestos, gravámenes, aportes y servicios de cualquier género que establezcan las leyes colombianas y demás erogaciones necesarias para la ejecución del contrato. Es entendido que todos estos gastos han sido estimados por el operador al momento de la suscripción de la carta de presentación de la propuesta, quedando claro que no existe ningún tipo de vínculo laboral del personal del OPERADOR con LA CONTRATANTE.
- g. Observar el desempeño del personal vinculado a la línea estratégica, exigiéndole una dirección competente.
- h. Emplear personal técnico o profesional, según corresponda, de conformidad con lo establecido en los términos de referencia y en el contrato respectivo, garantizando que se encuentra en óptimas condiciones físicas y mentales para el desarrollo de las actividades asignadas.
- i. Responder por haber ocultado al contratar inhabilidades e incompatibilidades o prohibiciones o por haber suministrado información falsa.
- j. Contemplar en su propuesta económica dentro de sus costos administrativos, el valor correspondiente a elementos de implementación de protocolos de bioseguridad y dotación de su personal. LA CONTRATANTE no hará reconocimiento adicional, ni por separado por tales fines y será causal de aplicación de multas y sanciones el incumplimiento en el suministro de los elementos e implementación de protocolos.
- k. Contar con las respectivas afiliaciones a una ARL o soportes de pago al sistema de seguridad social de su personal antes de la autorización de inicio de los trabajos por parte de la supervisión.
- l. Presentar mensualmente al supervisor las respectivas afiliaciones o soportes de pago al sistema de seguridad social integral y ARL de su personal.



11.5 OBLIGACIONES PREVIAS A LA SUSCRIPCIÓN DEL ACTA DE INICIO O EMISIÓN DE LA ORDEN DE INICIO DEL CONTRATO:

Dentro de los TRES (3) días siguientes a la suscripción del Contrato, previo a la suscripción del acta de inicio o emisión de la Orden de Inicio del Contrato, el supervisor verificará y aprobará el cumplimiento, entre otros, de los siguientes requisitos:

- a. Aprobación del personal del OPERADOR para la ejecución de la línea estratégica. El supervisor verificará y aprobará el cumplimiento de los respectivos perfiles exigidos para los profesionales definidos en el presente documento y los cuales deberán ser presentados con anterioridad al inicio del contrato. Igualmente verificará los contratos de trabajo o los contratos de prestación de servicios suscritos entre el personal y el OPERADOR o uno de los integrantes del proponente plural. De igual forma verificará los soportes de la afiliación y pago de seguridad social integral vigente de todo el personal propuesto.
- b. Garantías contractuales aprobadas por parte de LA CONTRATANTE.
- c. Afiliación a la seguridad social integral. Aportar los soportes de afiliación y pago de seguridad social integral vigente de todo el personal propuesto.

Si vencidos los plazos para la suscripción del acta de inicio y cumplidos los requisitos previos para su suscripción no se procede con la firma del documento por causa injustificada, la entidad podrá expedir la orden de inicio del contrato

11.6 OBLIGACIONES ESPECÍFICAS

- a. Elaborar y presentar en la segunda semana de ejecución de la línea estratégica:
 - La propuesta del modelo operativo
 - Plan de trabajo detallado
 - Definición de herramientas y/o software para el seguimiento gerencial a utilizar
 - Equipo de trabajo
 - Definición del software para el almacenamiento y seguimiento de la información de la línea estratégica

Todos estos ítems deberán atender los requerimientos establecidos en el anexo técnico.

- b. Diseñar y poner en marcha previa aprobación del supervisor una estrategia para la convocatoria, inscripción, selección y caracterización de beneficiarios de la línea estratégica “Tiendas Virtuales” atendiendo los requerimientos del anexo técnico que hacen parte integral del presente documento.
- c. Realizar una estrategia de comunicación de alcance nacional que permita divulgar la convocatoria pública para la selección de los beneficiarios colombianos, atendiendo a los lineamientos de la estrategia de comunicación del Ministerio, según lo establecido en el Anexo Técnico. La estrategia deberá definir líneas de comunicación, definir un plan guiado a medios tradicionales y digitales y un plan de marketing digital, de acuerdo con los lineamientos definidos por FINDETER y el manual de marca de MINTIC. Cada una de las propuestas de esta estrategia de divulgación deberá ser aprobada por el supervisor.
- d. Generar un esquema público y transparente para la selección y validación de los beneficiarios objeto de la línea estratégica, de acuerdo con los requisitos mínimos definidos por el Anexo Técnico.
- e. Mejorar y actualizar los contenidos del material de sensibilización y capacitación del centro de recursos de la línea estratégica “Tiendas Virtuales 2.0” atendiendo los requerimientos del anexo técnico que hacen parte integral del presente documento.
- f. Diseñar e implementar, previa aprobación del supervisor una estrategia de acompañamiento a beneficiarios para la línea estratégica “Tiendas Virtuales” atendiendo los requerimientos del anexo técnico que hacen parte integral del presente documento.
- g. Realizar el alistamiento y poner a disposición la solución tecnológica de la línea estratégica “Tiendas Virtuales” para la creación de 4.060 tiendas virtuales (2.030 tienda por cada operador) atendiendo los requerimientos del anexo técnico y la propuesta que hacen parte integral del presente documento.



- h. Diseñar e implementar una estrategia de Promoción y divulgación para la línea estratégica “Tiendas Virtuales” atendiendo los requerimientos técnicos del anexo que hacen parte integral del presente documento.
- i. Realizar el seguimiento de las fases e indicadores que permita el cumplimiento de las metas establecidas para la línea estratégica “Tiendas Virtuales” atendiendo los requerimientos del anexo técnico que hacen parte integral del presente documento.
- j. Cumplir con las especificaciones para el desarrollo y componentes tecnológicos para la línea estratégica “Tiendas Virtuales” atendiendo los requerimientos del anexo técnico que hacen parte integral del presente documento.
- k. Cumplir con los requerimientos del equipo de trabajo base para la línea estratégica “Tiendas Virtuales” atendiendo lo establecido por anexo técnico que hacen parte integral del presente documento.
- l. Diseñar y operar un esquema por medio del cual los comerciantes y/o mipymes beneficiados adopten compromisos de corresponsabilidad; para el efecto al momento de registrarse en la convocatoria cada uno de los beneficiarios deberá suscribir un acta mediante la cual se comprometa a cumplir su proceso de capacitación, seguir las recomendaciones del operador, garantizar un seguimiento constante al proceso de venta, distribución, entrega y servicio postventa de los bienes y servicios que ofrece en línea, así como garantizar el funcionamiento de la tienda en línea durante mínimo un año desde el inicio de su participación en la línea estratégica.
- m. Formalizar la vinculación efectiva de cada uno de los beneficiarios a través de la firma del contrato entre ambas partes, en la cual se especifique la política de tratamiento de datos personales, el esquema para la asesoría virtual (número de sesiones) y los compromisos de ambas partes para garantizar la creación y puesta en marcha de la Tienda virtual.
- n. Adaptar una plataforma de comercio electrónico que le permita a los beneficiarios seleccionar de entre al menos 10 plantillas de tienda virtual web modelo para la creación y puesta en marcha de su tienda virtual. La plataforma para la tienda virtual deberá tener diseño responsivo, mobile first, seguir un modelo “SaaS Multi-tenant Architecture Cloud”, proporcionando escalabilidad automática de las tiendas virtuales, así como cumplir con todos los requerimientos tecnológicos definidos en el Anexo Técnico.
- o. Suministrar la información completa y detallada que le permita a comerciantes y/o mipymes beneficiarios cambios de forma y fondo en su perfil de usuario dentro de la plataforma de comercio electrónico.
- p. Establecer convenios comerciales con al menos una pasarela de pago y adicionalmente con otras opciones FinTech en aras de garantizar la viabilidad de la recepción de pagos en línea de la solución de comercio electrónico que definan los operadores.
- q. Adoptar diversas formas de pago, en especial aquellas proporcionadas por las entidades bancarias como Daviplata, Nequi, Bancolombia a la mano, entre otras, tanto a través del sistema bancario en línea como utilizando soluciones FinTech. Para cada una de estas formas de pago, el comercio deberá destacar sus costos y beneficios.
- r. Las condiciones de los pagos realizados a través de las tiendas virtuales deben ser explícitas en torno a los tiempos de aprobación y traslado de recursos económicos entre bancos y en todo caso cualquier pasarela de pago electrónica, no puede tardar el plazo máximo establecido por la superintendencia financiera, y, siempre garantizando que la operación bancaria, producto de la compra y venta se vea reflejada y afectada en las cuentas de los actores de la transacción comercial.
- s. Establecer convenios comerciales y de mejores condiciones, en comparación con un envío tradicional, con al menos 4 operadores logísticos de presencia en el territorio nacional (sugerencia Servientrega, Coordinadora, Inter rapidísimo, Saferbo, DHL, entre otros) para garantizar la política de envíos y devoluciones de bienes que se comercialicen a través de las Tiendas virtuales ; estos convenios deben poder brindar opciones de pago contra entrega, costos compartidos, costo asumido por el vendedor, costo asumido por el comprador.
- t. En cualquier operación con el operador logístico, se debe generar un mensaje de email, SMS o WhatsApp a las partes involucradas de la transacción que les permitan hacer seguimiento en la plataforma del operador; a los estados del envío generado (Ejemplo: próximo a recoger (fecha estimada), recogida de paquete (fecha estimada) y entrega (fecha estimada)).
- u. Todas las opciones de las empresas de logística deben ser visibles para los actores de la transacción comercial, en consecuencia, previamente a confirmar la compra, la tienda virtual debe tener la opción de seleccionar al operador que presente las mejores condiciones de tiempo, costos y/o servicios de seguimiento, y, por lo tanto, recalculer el valor final a pagar por el actor comprador.

- v. Integrar los procesos de autorización, captura efectiva y devolución de pagos con las pasarelas de pago, soluciones FinTech y las redes procesadoras de pago.
- w. Integrar y definir en la plataforma de e-Commerce con todos sus elementos al operador logístico como un eslabón del proceso de implementación de las tiendas.
- x. Definir la red de distribución (alcance), plazos y la experiencia de servicio derivada de la implementación de las tiendas, en articulación con el operador logístico definido, incluyendo modalidades de entrega, flexibilidad y fiabilidad a costos razonables.
- y. Establecer para los beneficiarios, una política de devolución, desconocimientos de compras y reclamaciones, de acuerdo con el tipo de producto ofrecido. Por lo tanto, todas las tiendas virtuales deben de tener una manifestación, explícita y taxativa del proceso de devolución de productos con sus respectivas condiciones.
- z. Diseñar, poner en marcha y documentar los resultados de la encuesta de satisfacción de los compradores finales de las Tiendas virtuales.
- aa. Garantizar el adecuado uso de los datos personales de los usuarios beneficiados, así como los generados en el proceso transaccional, de conformidad con la normatividad vigente.
- bb. Formular, poner en marcha y evaluar el esquema de asesoría virtual con los beneficiarios de la línea estratégica para la implementación de las 4.060 Tiendas virtuales (50% (2030) empresas por cada uno de los dos operadores), el cual deberá complementar tres estrategias. La primera, centrada en el desarrollo de por lo menos 5 encuentros sincrónicos de máximo 300 beneficiarios; a través de los cuales se aborden los siguientes temas: Funcionamiento de la cadena de valor, Acceso al portal de compra tienda, Proceso de compra y métodos de pago, Operación logística y servicio postventa, Estrategias de marketing digital + uso de herramientas gratuitas. La segunda estrategia será la creación y puesta a disposición de un Centro de recursos donde se dejen a disposición Objetos Virtuales de Aprendizaje, sobre aspectos tales como: Retos de la omnicanalidad, Sistemas para la interoperabilidad, Tributación transfronteriza, Estatuto del consumidor y Seguridad y política de tratamiento de datos. Finalmente, como tercera estrategia, se debe desarrollar sesiones individuales, cada una de las cuales deberá tener una duración de mínimo 45 minutos. Dichas asesorías deberán prestarse a lo largo del montaje de la Tienda virtual y bajo ningún supuesto podrán ser impartidas durante una sola jornada de asesoría virtual. El contenido de dichas asesorías:
 - 1. Implementación de la plantilla + Transformación del modelo de negocio
 - 2. Manejo logístico de acuerdo con el modelo de negocio
 - 3. Plan de comercialización en línea + Manejo de clientes en línea
 - 4. Resolución de dudas sobre implementación de plantillas y seguimiento al funcionamiento de la tienda.
- cc. Desarrollar y poner en marcha un módulo de reportes que permita el monitoreo de los resultados alcanzados de cada tienda según los indicadores identificados en el Anexo Técnico. La plataforma de reportes deberá seguir los estándares definidos en el documento Lineamientos para la recepción o desarrollo de servicios tecnológicos y sistemas, formulado por la Oficina de Tecnologías de la Información de MinTIC. La plataforma de reportes deberá estar habilitada al menos por un año, tras la culminación del presente contrato.
- dd. Cumplir con todas las condiciones establecidas en el anexo técnico para la ejecución de la línea estratégica tiendas virtuales.
- ee. Generar reportes del proceso en función de los lineamientos definidos en la fase transversal de seguimiento y monitoreo de la línea estratégica Tiendas Virtuales.
- ff. Desarrollar un seguimiento con el director de la línea estratégica del operador y el supervisor del convenio, en el cual el operador presentará un informe ejecutivo del avance técnico, financiero y administrativo, al igual que un seguimiento a los riesgos de la línea estratégica su plan de atención.
- gg. Las demás establecidas en el anexo técnico, en el estudio previo, en el contrato y en la propuesta presentada.

12. SUPERVISIÓN DEL CONTRATO

La supervisión del contrato será ejecutada por un funcionario designado de la Vicepresidencia Técnica de FINDETER, quien de manera permanente realizará el seguimiento técnico, administrativo, financiero, contable, ambiental y jurídico del contrato desempeñando las funciones previstas en el Manual de Supervisión vigente, las Reglas de Participación de los Términos de Referencia y el contrato, verificando además la correcta ejecución del objeto contratado.



El Supervisor del contrato está facultado para solicitar informes, aclaraciones y explicaciones sobre el desarrollo de la ejecución contractual y será responsable por mantener informado a la contratante de los hechos o circunstancias que puedan constituir actos de corrupción tipificados como conductas punibles o que puedan poner o pongan en riesgo el cumplimiento del contrato, o cuando tal incumplimiento se presente.

En ningún caso el Supervisor goza de la facultad de modificar el contenido y alcance del contrato suscrito entre el operador y la Contratante, ni de eximir, a ninguno de ellos, de sus obligaciones y responsabilidades.

13. GARANTÍAS

13.1 GARANTÍA DE SERIEDAD DE LA PROPUESTA

El proponente deberá constituir a su costa, y presentar con su oferta, una póliza de seguro expedida por una compañía de seguros legalmente constituida en Colombia que ampare la seriedad de la propuesta en **FORMATO ENTRE PARTICULARES** con las siguientes características:

EL PROPONENTE se constituirá como TOMADOR Y AFIANZADO, y EL CONTRATANTE como ASEGURADO Y BENEFICIARIO.

La garantía de seriedad de la propuesta deberá contener las siguientes características:

- a. **EL PATRIMONIO AUTÓNOMO FINDETER – FONDO ÚNICO DE TIC**, con NIT. 830.053.691-8.
- b. **AMPAROS:** La Garantía de Seriedad deberá cubrir los perjuicios derivados del incumplimiento de la oferta y tendrá carácter indemnizatorio.
- c. **VALOR ASEGURADO:** La Garantía de Seriedad de la oferta deberá ser equivalente al 10% del valor total del presupuesto para el grupo o los grupos a los que se presenta el interesado.
- d. **VIGENCIA:** Deberá tener una vigencia de cuatro (4) meses contados a partir de la fecha de cierre del proceso. En caso de ampliarse la fecha de cierre, deberá ajustarse la vigencia de la póliza.

La póliza de seriedad de la oferta deberá contener expresamente el **NÚMERO** y el **OBJETO** de la convocatoria.

Tratándose de proponente plural, deberá indicar sus integrantes y porcentaje de participación.

Con la presentación oportuna de la propuesta, se entiende que la misma es irrevocable y que el proponente mantiene vigentes todas las condiciones durante toda la vigencia de la póliza, incluidas las prórrogas de los plazos que llegaren a presentarse en las respectivas adendas a los Términos de Referencia.

Esta garantía deberá señalar expresamente que la aseguradora cubre a LA CONTRATANTE de los perjuicios imputables al proponente, en los siguientes eventos:

- a. La no suscripción del contrato sin justa causa por parte del proponente seleccionado.
- b. La no ampliación de la vigencia de la garantía de seriedad de la oferta cuando el término previsto en los términos de referencia o las reglas de participación se prorrogue, o cuando el término previsto para la suscripción del contrato se prorrogue, siempre y cuando esas prórrogas no excedan un término de tres (3) meses.
- c. El retiro de la oferta después de vencido el término fijado para la presentación de las propuestas.
- d. La no presentación por parte del proponente seleccionado de la garantía de cumplimiento exigida por LA ENTIDAD para amparar el incumplimiento de las obligaciones del contrato.

- I. Presentada oportunamente la garantía, verificado que corresponde al proceso de selección, si no contiene los requerimientos de los términos de referencia, el proponente deberá aclarar o subsanarlos, para luego remitir las modificaciones dentro del término perentorio fijado en el cronograma del proceso, so pena del rechazo de la oferta.
- II. El proponente debe aportar el soporte de pago de la prima correspondiente. No se admitirá la b de No expiración por falta de pago, ni el soporte de transacción electrónica.

13.2 GARANTÍA DE CUMPLIMIENTO

Cada OPERADOR deberá constituir una garantía o póliza expedida por una compañía de seguros legalmente constituida en Colombia, con los siguientes amparos, cobertura y vigencia:

AMPARO	MONTO DEL AMPARO	VIGENCIA
Cumplimiento	30% del valor del contrato	Vigente por el plazo de ejecución del contrato y seis (6) meses más
De Salarios, prestaciones sociales e indemnizaciones laborales	10% del valor del contrato	Vigente por el plazo de ejecución del contrato y tres (3) años más.
Calidad del Servicio	30% del valor del contrato	Vigente por (3) tres años contados desde la fecha de suscripción del acta de entrega y recibo a satisfacción del contrato

Las garantías deberán aportarse para su aprobación acompañadas de los respectivos anexos, soportes de esta y el soporte de pago de la prima correspondiente. No será válido para el proceso la certificación de No expiración por falta de pago ni el soporte de la transacción electrónica.

La aprobación de las garantías por parte del PATRIMONIO AUTÓNOMO FINDETER – FONTIC identificado con NIT 830.053.691-8 es requisito previo para el inicio de la ejecución del contrato, razón por la cual, ningún contrato en el que se haya previsto la existencia de garantías podrá iniciar su ejecución sin la respectiva aprobación de estas.

14. CLÁUSULAS ESPECIALES Para TENER EN CUENTA

14.1 CONDICIONES RESOLUTORIAS

Si como resultado de la verificación de las condiciones de ejecución de la línea estratégicas del contrato, se presentara alguno de los eventos listados a continuación, se entenderá que dicho presupuesto fáctico constituye el acaecimiento de una condición resolutoria y por lo tanto dará origen a la resolución del contrato y a la cesación de los efectos que de éste se deriven:

- a) Si la contratante tiene conocimiento que la adjudicación del contrato se obtuvo por medios fraudulentos o mediante engaño.
- b) Una vez suscrito el contrato, en el evento de no cumplir con los plazos previstos para aportar las garantías establecidas o que las mismas no sean aprobadas por causas imputables al contratista, se constituirá en causal resolutoria, sin perjuicio de que se haga efectiva la póliza de seriedad de la oferta. En aquel evento, se suscribirá el contrato con el proponente clasificado en segundo lugar en el orden de elegibilidad y así sucesivamente.



PARÁGRAFO PRIMERO: Cuando a criterio de la supervisión de la línea estratégica la condición resolutoria surja por una acción u omisión imputable al operador, se entenderá que es responsable por la resolución del contrato y como consecuencia, LA CONTRATANTE podrá exigirle a su arbitrio enervar la causal que suscitó el acaecimiento de la condición resolutoria o la indemnización de perjuicios.

15 CLAUSULA – INDEMNIDAD

El Operador se obliga a:

- a. Mantener indemne a EL CONTRATANTE, a FINDETER, a Fondo Único de TIC y a sus directivos, socios, miembros de la Junta Directiva, trabajadores, colaboradores, clientes, representantes o apoderados de cualquier reclamación, pleito, queja, demanda, sanción, condena o perjuicio fundamentados en actos u omisiones del OPERADOR, en ejecución del contrato.
- b. Desplegar todas las acciones necesarias para evitar que sus empleados, familiares de estos, acreedores, operadores, proveedores, suboperadores o terceros presenten reclamaciones judiciales o extrajudiciales contra EL CONTRATANTE y/o FINDETER y/o Fondo Único de TIC, con ocasión de acciones u omisiones suyas derivadas de la ejecución del contrato.

Todos los gastos que implique la defensa de los intereses del CONTRATANTE, FINDETER y Fondo Único de TIC deberán ser asumidos por el operador.

PARÁGRAFO: Si durante la vigencia del contrato o con posterioridad se presentan reclamaciones judiciales o extrajudiciales contra EL CONTRATANTE o FINDETER o Fondo Único de TIC, estos podrán requerir al operador o vincularlo bajo cualquier figura procesal que resulte aplicable a su defensa o acordar con EL OPERADOR la estrategia de defensa que resulte más favorable a los intereses EL CONTRATANTE, FINDETER y Fondo Único de TIC.

16 CLÁUSULA DE GESTIÓN DE RIESGOS

Se encuentra necesario incluir el requisito de gestión de riesgos para el operador en los siguientes términos:

GESTIÓN DE RIESGOS.

Los operadores previamente a la celebración del contrato han hecho sus propios cálculos y estimaciones, con base en los cuales ha dimensionado su oferta. Tales estimaciones y cálculos deben haber considerado el contexto en el cual se ejecutará el contrato, así como todos los fenómenos, que puedan afectar la ejecución del contrato. En la ejecución del contrato, los operadores se obligan a realizar todas las actividades y buenas prácticas que dicta el estado del arte en el campo del objeto contractual, con el fin de realizar la gestión de los riesgos que puedan afectar la ejecución del contrato. Dicha gestión debe contemplar como mínimo las siguientes actividades:

- a. La identificación de los riesgos
- b. El análisis cuantitativo y cualitativo mediante el cual estime la probabilidad y la consecuencia de la ocurrencia de los riesgos identificados, así como la priorización de cada uno de ellos.
- c. Realizar el respectivo plan de respuesta a los riesgos identificados, en el que se determinen las acciones que se ejecutarán con el fin de mejorar las oportunidades y reducir las amenazas que se originen en los riesgos identificados.
- d. Realizar las actividades de monitoreo y control aplicable con base en la priorización de riesgos realizada, con lo cual determinará si hay cambios en la priorización de los riesgos, si han surgido nuevos riesgos frente a los inicialmente identificados, como también si las acciones definidas en el plan de respuesta al riesgo evidencian la efectividad prevista.

Para la realización de la gestión de riesgos descrita, los operadores deberán presentar al supervisor para su aprobación un documento que contenga la siguiente información como mínimo:

- a. Un plan de Gestión del Riesgo que debe incluir la metodología que utilizará, los roles y responsabilidades del equipo de trabajo con relación a la gestión del riesgo, la categorización que utilizará para priorizar los riesgos, la periodicidad con la que realizará las actividades de gestión de los riesgos durante la ejecución del contrato, las escalas de probabilidad y consecuencia y la matriz de riesgos con las que realizará los análisis cualitativos y cuantitativos de los riesgos, así como la política de gestión de riesgos a partir de la cual el Operador determina la tolerancia al riesgo que da lugar a la activación de las acciones de gestión de los riesgos.
- b. Un Registro de Riesgos que debe incluir los riesgos identificados, las posibles respuestas, las causas de los riesgos, así como la calificación del riesgo de acuerdo con la categorización definida en el Plan de Gestión del Riesgo.
- c. Un Plan de Respuesta de Riesgos que debe incluir las acciones previstas para mitigar los riesgos incluidos en el Registro de Riesgos.

TIPIFICACIÓN, ESTIMACIÓN Y ASIGNACIÓN DE LOS RIESGOS PREVISIBLES QUE PUEDAN AFECTAR EL EQUILIBRIO ECONÓMICO DEL CONTRATO – MATRIZ DE RIESGOS

De acuerdo con el proceso de la referencia, en la matriz de riesgos contractuales que hace parte integral de los términos de referencia y por lo tanto del contrato que se suscriba, se establece la tipificación, estimación y asignación de los riesgos previsibles que puedan afectar el proceso a adelantar; La matriz es resultado de un ejercicio de identificación, valoración y distribución de dichos riesgos.

Para el presente proceso contractual, entendiéndose por riesgo en materia contractual, la probabilidad de ocurrencia de eventos aleatorios que afecten el desarrollo de este, generando una variación sobre el resultado esperado, tanto en relación con los costos como con las actividades a desarrollar en la ejecución contractual.

Así las cosas, con respecto a la matriz, se deberán tener en cuenta lo siguiente:

1. La matriz de riesgos contractuales hace parte integral de los términos de referencia y por lo tanto del contrato que se suscriba.
2. Los proponentes declaran que para la preparación y presentación de su oferta conocieron, aceptaron, valoraron e incluyeron los riesgos contractuales contenidos en la matriz.
3. La estructura de matriz de riesgo previsibles se ha elaborado como resultado de un proceso de gestión del conocimiento y lecciones aprendidas, retroalimentado por el equipo técnico y jurídico de FINDETER, en el marco de la estrategia de asistencia técnica - gestión del conocimiento de Findeter.
4. En el elemento de la asignación de riesgos, al indicar a una de las partes contractuales se entiende que ésta asume el 100% del riesgo.

De acuerdo con lo anterior, no procederán reclamaciones del operador, basadas en la ocurrencia de alguno de los riesgos que se encuentren en cabeza de él, y, en consecuencia, la Contratante no hará ningún reconocimiento, ni ofrecerá garantía alguna, que permita eliminar o mitigar los efectos causados por la ocurrencia de alguno de estos riesgos, salvo que dicho reconocimiento o garantía se encuentren expresamente pactados en el Contrato.

Si los interesados estiman que existen riesgos contractuales no previstos en la matriz de riesgos contractuales propuesta por la CONTRATANTE, deberán anunciarlo en la etapa de presentación de observaciones, para que sean evaluados, y de ser pertinentes, sean incorporados en la matriz referida. No será posible entonces alegar desequilibrio económico del contrato por factores que pudieron ser previstos en la etapa precontractual con base en el conocimiento de la convocatoria, los documentos y estudios de la línea estratégica, así como de su contexto, y que no hayan sido anunciados por el operador en dicha etapa.

Los mitigantes sugeridos a los operadores corresponden a tratamientos indicativos o sugeridos, sin perjuicio de que el Operador pueda definir unos de mejor cobertura frente a la gestión de la probabilidad o impacto de los riesgos identificados.



Consecuente con lo anterior, partiendo de la debida diligencia y con fundamento en el principio de la buena fe precontractual de que trata el artículo 863 del Código de Comercio, que debe tener el proponente al realizar su oferta, se entiende que todos los riesgos previsibles del contrato fueron tenidos en cuenta al momento de elaborar su propuesta.

Una vez iniciado el contrato, es responsabilidad del Operador junto a la gestión social, realizar la actualización de los controles de riesgos. La identificación de las probables oportunidades y riesgos que puede ocasionar la ejecución del contrato, deben ser previstas para evitar las conflictividades que puedan afectar el desarrollo, apropiación y sostenibilidad de la línea estratégica. Para ello tener en cuenta el anexo MATRIZ DE RIESGOS.

17 NIVEL DE IMPACTO

El nivel de impacto de la contratación es alto, dado que se trata del cumplimiento de compromisos contraídos por la Financiera en desarrollo de su objeto del negocio.

18 LIQUIDACIÓN DEL CONTRATO

Las partes acuerdan liquidar el contrato dentro de los seis (6) meses siguientes a su terminación. Para ello, se suscribirá el Acta correspondiente, en la cual constará el cierre contractual y liquidación del contrato en todos los aspectos jurídicos, técnicos, económicos. Igualmente, se realizará un cruce de cuentas y se consignarán las prestaciones pendientes a cargo de las partes, con el fin de declararse a paz y salvo por todo concepto. Así mismo, se incluirán los ajustes, revisiones y reconocimientos a que haya lugar y los acuerdos, transacciones y conciliaciones que logren las partes para poner fin a las divergencias que pudieran presentarse. De otro lado, se incorporarán las salvedades que en su momento pudiera considerar EL OPERADOR.

De conformidad con la Política de Contratación de Servicios para Terceros de Findeter, en caso de que el OPERADOR no se presente a la liquidación, previa notificación o convocatoria que le haga el Contratante, o no se llegue a un acuerdo sobre su contenido, el Contratante dentro de los dos (2) meses siguientes al agotamiento del plazo para liquidarlo de común acuerdo, elaborará el acta y dejará constancia de la ejecución física y presupuestal del Contrato, de la funcionalidad de la línea estratégica de los demás aspectos relevantes.

En el evento de no agotarse la liquidación en la forma y plazos mencionados anteriormente, esta podrá realizarse dentro de los dos (2) años siguientes. Vencidos los términos anteriormente señalados sin lograrse la liquidación, la CONTRATANTE deberá diligenciar acta de cierre administrativo y liberación de recursos si existen saldos por liberar, y, en su defecto, si no hubo saldos por liberar, deberá incorporarse al expediente contractual certificación expedida por la CONTRATANTE acreditando tal circunstancia.

Atentamente,

WILMAR SÉPULVEDA DÍAZ

Gerente de Infraestructura

Vicepresidente Técnico (e)

Proyectó: Gerardo Alzate Alzate - Profesional Vicepresidencia Técnica
Juan David García Castaño - Profesional Vicepresidencia Técnica
Julieth Gámez Vargas - Contratista Vicepresidencia Técnica

Revisó: Iván Alirio Ramírez Rusinque - Coordinador de Contratación Derivada y Liquidaciones
Kelly Katherine Contreras Vargas - Profesional Vicepresidencia Técnica
Daniela Alvear Petro - Profesional de la Coordinación de Contratación Derivada y Liquidaciones