



Bogotá D.C,

PARA: DIRECCIÓN DE CONTRATACIÓN

DE: WILMAR SEPÚLVEDA DÍAZ
Gerente de Infraestructura

ASUNTO: Estudio previo para la contratación de hasta cuatro (4) operadores para formular, ejecutar y realizar el seguimiento de una estrategia que les permita a empresarios y/o emprendedores colombianos la creación y puesta en marcha de soluciones de comercio electrónico a través de la implementación y puesta en marcha de tiendas virtuales.

Apreciados Señores,

FINDETER en el marco del Convenio Interadministrativo No. 1003 del 09 de octubre de 2020, cuyo objeto es “*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*” tiene dentro de sus funciones la de adelantar los procesos de selección y contratación pertinentes en perspectiva de dar cumplimiento a la obligaciones establecidas en el objeto del convenio referido para con el Fondo único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones .

Acorde con lo anterior, se proyectan los Estudios Previos para que el grupo a su cargo elabore los Términos de Referencia y se realicen los trámites de control de legalidad y recomendaciones del caso 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, sin perjuicio de la aplicación de los principios de selección objetiva referidos en el Manual Operativo del Convenio.



1.2. ANTECEDENTES PARTICULARES DEL PROYECTO

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, parágrafo 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, las 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”.*

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

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



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 ecommerce*. De hecho, de acuerdo con los datos de la Primera Gran Encuesta TIC / 2017, realizada entre 3011 empresas de todos los sectores de la economía, únicamente el 67,8% de las empresas colombianas cuentan con acceso a internet, apenas 22% tienen una página web y únicamente 14,7% realiza ventas de sus productos o servicios a través de internet por medio de carrito de compras, pagos online o algún otro aplicativo web.

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 (ya sea carro de compras propio, Marketplace o recaudo).

Por otra parte, las actuales circunstancias económicas han generado una dinámica adversa a nivel productivo y de contracción de consumo como consecuencia de los efectos derivados de la enfermedad del coronavirus COVID-19, con lo cual el Estado Colombiano se ha visto forzado a adoptar un conjunto de acciones que han restringido el giro normal de los negocios en los diferentes sectores de la economía nacional.

En este sentido el gobierno nacional ha dispuesto una serie de medidas adoptadas entre otros, a través de: i) la resolución 385 del 12 de marzo de 2020 expedida por el Ministerio de Salud y Protección Social, se declaró la emergencia sanitaria en todo el territorio nacional, ii) la directriz presidencial N° 2 del 12 de marzo del 2020 se impartieron medidas para atender la contingencia generada por el CORONAVIRUS - COVID-19 a partir del uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones como mecanismos de prevención de los posibles impactos en la salud de la emergencia sanitaria decretada mediante la Resolución N° 385 del 12 de marzo de 2020 por el Ministerio de Salud y Protección Social, iii) el Decreto 417, se declaró el estado de emergencia económica, social, y ecológica en todo el territorio nacional, iv) el Decreto 457 de 2020 se ordenó el aislamiento preventivo obligatorio de todas las personas habitantes de la República de Colombia, v) el Decreto 460 de 2020 se dictaron medidas para garantizar la prestación del servicio a cargo de las comisarías de familia, dentro del Estado de Emergencia Económica, Social y Ecológica se estableció que en la Comisarías de Familia era obligatorio utilizar medios tecnológicos en aras de reducir la congregación personas en dependencias, vi) el Decreto 464 de 2020 se declaró que los servicios de telecomunicaciones son esenciales incluidos los servicios de radiodifusión sonora, los de televisión y los servicios postales, vi) en su artículo 1 el Decreto 531 de 2020 se ordenó el aislamiento preventivo obligatorio de todas las personas habitantes de República de Colombia, vii) en su artículo 1 el Decreto 614 de 2020 se adicionó el título 18 a la parte 2 del libro 2 del Decreto 1078 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, para establecer los canales oficiales de reporte de información durante las emergencias sanitarias, viii) el Decreto Legislativo No. 658 del 13 de mayo de 2020 se dispusieron medidas para garantizar la operación de los medios abiertos radiodifundidos y de la televisión comunitaria en el marco del Estado de Emergencia Económica Social y Ecológica en todo el territorio nacional, ix) el Decreto 637 del 6 de mayo de 2020 se declara el Estado de Emergencia Económica, Social y Ecológica en todo el territorio nacional, y se indica en sus consideraciones que “los efectos económicos negativos a los habitantes del territorio nacional requieren de la atención a través de medidas extraordinarias referidas a condonar o aliviar obligaciones de diferente naturaleza como tributarias, financieras, entre otras, que puedan verse afectadas en su cumplimiento de manera directa por efectos de la crisis”, es así como en su artículo 3 el decreto resolvió adoptar lo siguiente, “mediante decretos legislativos, además de las medidas anunciadas en la parte considerativa de este decreto todas aquellas medidas adicionales necesarias para conjurar la crisis e impedir la extensión de sus efectos, así como dispondrá las operaciones presupuestales necesarias para llevarlas a cabo”, x) el Decreto 806 de 2020 se adopta medidas para implementar las tecnologías de la información y las comunicaciones en las actuaciones judiciales y xi) el Decreto 1168 de 2020 por el cual se ordena el Aislamiento Selectivo y Distanciamiento



Individual Responsable de las personas habitantes de la República de Colombia, hasta las 0:00 horas del 1 de octubre de 2020.

3. En este sentido, al igual que el resto del mundo, actualmente la economía colombiana enfrenta uno de los choques más fuertes como consecuencia de la pandemia del Covid-19. Luego de un buen desempeño en 2019, que la llevó a alcanzar una tasa de crecimiento del 3,3%, frente al 0,1% de América Latina y el Caribe (Cepal, 2020), se esperaba que Colombia en 2020 alcanzara un crecimiento económico cercano al 3,5%. Sin embargo, el primer semestre del año termina enfrentando dos choques que afectarán la economía mundial en el corto y mediano plazo: la propagación del Covid-19 y la fuerte caída del precio internacional del petróleo. La combinación de estos dos factores está causando grandes traumatismos en el comportamiento económico del país en lo que va del 2020.³
4. Se tiene proyectado que, la declaratoria de pandemia del coronavirus afectará la oferta a través de la suspensión del comercio internacional y la interrupción de las cadenas de valor, mientras que la demanda se verá deteriorada por la reducción de la actividad económica mundial producto de las medidas de aislamiento de gran parte de la población. Esto redundará en la reducción del consumo de los hogares, un menor ingreso nacional (por la reducción en actividades turísticas, de transporte, financieras e industriales) y un aumento del gasto público.⁴
5. Para el caso colombiano, algunas bancas de inversión presentaron unos pronósticos iniciales que estimaron que la tasa de crecimiento estará entre -0,4% y 1,0% en 2020. Para este mismo año, el Banco Mundial (2020) prevé una caída del PIB colombiano del -2%, la Fundación para la Educación y el Desarrollo (Fedesarrollo), en informe del 3 de julio de 2020, proyecta una caída del producto interno bruto nacional entre 5% y 7,9% durante el año 2020, y la OCDE (2020) estima un impacto inicial de la parálisis completa o parcial en la actividad económica en Colombia cercana al 23% del PIB⁵.

En atención a los impactos previamente citados y a las variaciones en los niveles y dinámicas de consumo que vislumbran trastornos en la manera de operar los modelos de negocio de los diferentes sectores económicos, desde el Gobierno Nacional se han promovido iniciativas que contribuyan a la reactivación económica y la sostenibilidad de los negocios en el país.

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.

En este sentido, las medidas de aislamiento social como mecanismo efectivo para la contención del virus implican una potencial desaceleración de las dinámicas de consumo que impacta directamente en la estabilidad de los comerciantes, empresarios y emprendedores, como quiera que existe un número considerable de actores que no cuentan con los mecanismos para desarrollar su operación a través de herramientas tecnológicas. Al respecto cabe señalar que el estudio “Tendencias de la oferta de bienes y servicios en línea”, desarrollado para MinTIC por el Centro Nacional de Consultoría, precisa que **“Del total de empresas colombianas estimadas en 1.5 millones aproximadamente, sólo el 20% de estas tienen portal de ventas en línea.”** De otra parte, es posible establecer una concentración en los niveles del uso de herramientas tecnológicas por parte de actores económicos de mayor tamaño, considerando que “Las visitas totales de los grandes comercios superan en promedio los 2 millones (2’089.101), mientras que las visitas totales de las micro llegan a 37.543 en promedio anuales.”

³ Fitch (2020), Goldman Sachs (2020) y IIF (2020).

⁴ Impacto económico regional del Covid-19 en Colombia: un análisis insumo-producto Centro de Estudios Económicos Regionales del Banco de la República

⁵ ibídem



Es por esto que se hace necesario promover iniciativas que permitan otorgar a los comerciantes y emprendedores 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.

Bajo esta perspectiva, el área técnica a partir de los aprendizajes del Convenio 1232 de 2016 entre la Financiera del Desarrollo Territorial - FINDETER, y el FONDO TIC-Ministerio TIC, cuyo objeto fue “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”, el Mintic concluyó que es necesario seguir desarrollando iniciativas que promuevan el uso estratégico de las tecnologías de la información con el fin generar prácticas sostenibles para el comercio de bienes y servicios en el contexto de la reactivación económica.

Es importante destacar que ya se realizó una primera versión, conocida como Tiendas 1.0, sin embargo, tal como quedó consignado en el informe final del proyecto durante la ejecución de dicha iniciativa se percibió un desconocimiento por parte de los empresarios de las estrategias de marketing digital.

Por tanto, a partir de los resultados obtenidos con la ejecución del convenio interadministrativo 1232 de 2016, es importante avanzar en una segunda edición del proyecto “tiendas virtuales” que permita generar procesos de capacitación a los empresarios y/o emprendedores⁶ sobre competencias básicas relacionadas con el uso y la apropiación del ecosistema del comercio electrónico y el fortalecimiento de algunos eslabones de la cadena de valor asociadas a la compra a través de tiendas virtuales. Lo anterior con el fin de: i) Consolidar un esquema sistemático que cuente con la participación activa de todos los actores que intervienen en la cadena de valor como un vehículo para construir una experiencia exitosa de compra virtual, y ii) Crear y poner en funcionamiento su propia tienda virtual y poner a disposición sus bienes y servicios en una plataforma de marketplace⁷ posicionada en el mercado de forma tal que ambos canales de venta queden interconectados con la información de la oferta de productos y se puedan administrar desde un solo lugar aumentando la exposición de sus productos

Para atender a estos retos, el proyecto “Tiendas Virtuales 2.0” tiene como meta implementar soluciones de comercio electrónico que les permita al menos a 6.100 empresarios y/o emprendedores colombianos 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.

El día nueve (09) de octubre de 2020 Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –FUTIC y FINDETER suscribieron el Convenio Interadministrativo No. 1003, cuyo objeto es “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”

La fecha de inicio del Convenio Interadministrativo fue el veintinueve (21) de octubre de 2020 y en Comité Fiduciario No. 1 del veintitrés (23) de octubre de 2020 se realiza la aprobación del Manual Operativo del PATRIMONIO AUTÓNOMO FINDETER – FONTIC TIENDAS VIRTUALES

⁶ Los conceptos “emprendedor” y “empresario” se definen de la siguiente manera: **Emprendedor:** Personas que asumen el riesgo de crear su propia empresa. Se trata de personas que tienen iniciativa y decisión para establecerse como empresarios y efectuar negocios. Para efectos de este proyecto, el emprendedor no necesariamente contará con un registro mercantil. Se identificará a título personal (Rut) y con la descripción de las actividades de su emprendimiento. Las personas independientes o naturales sólo podrán ser considerados como “emprendedores” si avanzan en un modelo de negocio susceptible de convertirse en una empresa. **Empresario:** El empresario es quien se dedica a una actividad económica organizada para la producción, transformación, comercialización, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios, actividad que puede desarrollar a través de uno o más establecimientos de comercio. Para efectos de este proyecto, los empresarios para ser considerados como tal deberán tener vigente su registro mercantil.

⁷ Por Marketplace debemos entender: Tiendas electrónicas que venden productos de terceros. La transacción financiera ocurre en el Marketplace y el pedido es enviado al proveedor de la mercadería para que sea facturado y enviado al cliente final. Los Marketplace ganan una comisión de los minoristas referente al costo de marketing, pago, fraude y financiación.



Para el desarrollo del contrato que suplirá la necesidad mencionada, FINDETER suscribió con BBVA ASSET MANAGEMENT S.A. SOCIEDAD FIDUCIARIA, un contrato de fiducia mercantil cuyo objeto es “i) La constitución de un PATRIMONIO AUTÓNOMO con los recursos transferidos por Findeter y el 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 el FONTIC con la cual Findeter suscribió el Convenio Interadministrativo No. 1003 de 2020 para la ejecución de los proyectos seleccionados en 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 del proyecto.

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

2. NECESIDAD DE LA CONTRATACIÓN

La necesidad de la contratación es el resultado del Convenio Interadministrativo No. 1003 de 2020, cuyo objeto es: “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”.

Igualmente, 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 o mediante el uso de soluciones FinTech, recibir en su casa, oficina o tienda del bien haciendo constantemente seguimiento a través de tecnologías de georeferenciación y/o acceder a un servicio personalizado de postventa para mejorar su experiencia de compra.

Es decir, 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”⁸.

En este nuevo 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

⁸ 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



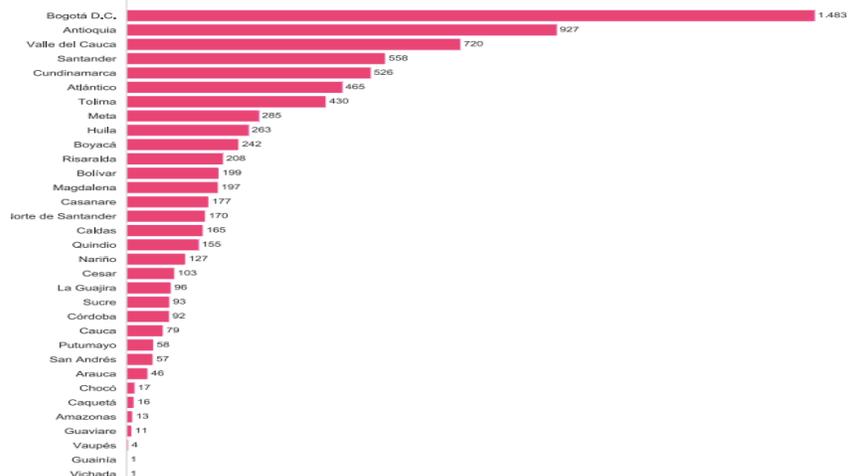
radicalmente el desempeño y el modelo de negocio de las empresas, e impactar las actividades productivas de diferentes sectores.

Considerando este nuevo contexto, los empresarios y emprendedores tienen enormes desafíos para acceder, usar y apropiarse del comercio electrónico. Al respecto, el estudio Caracterización de las MiPyME 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 Mipyme colombianas ha realizado al menos una de las actividades relacionadas con el comercio electrónico9.

Posteriormente, en el 2019, el Centro Nacional de Consultoría a través del estudio de Oferta del Comercio Electrónico, llevado a cabo para el Observatorio eCommerce demostró que de una muestra de aproximadamente 1.5 millones empresas colombianas, sólo el 20% de estas tienen portal de ventas en línea. Así mismo, el Observatorio eCommerce, identificó que las tiendas virtuales de los grandes comercios son las que jalonan el promedio de visitas a los portales de compra en Colombia, con un promedio de visitas totales que supera los 2 millones mientras que las micro llegan a 37.543 en promedio anuales. Este indicador, más la estimación del tiempo promedio de visita a los portales de las grandes empresas10 son una muestra de la baja tasa de conversión con la cual cuentan las mipymes en Colombia, y por ende de los retos que afrontan las empresas colombianas para su transformación digital.

Adicionalmente, y tal como se estableció en el Boletín semestral de la Sociedad Digital, publicado en diciembre de 2019, del total de empresas que contaron con el apoyo del ministerio y que realizaron la menos una venta en línea a través de la tienda virtual, el 18.57% se ubican en el departamento de Bogotá D.C, seguido por los departamentos de Antioquia (11.61%) y Valle del Cauca (9.02%). Se observa que las empresas de departamentos como Santander, Cundinamarca, Atlántico y Tolima están en un nivel intermedio, y que, en los departamentos del sur del país, en su orden: Amazonas, Vaupés, Vichada y Guainía; se encuentran el menor número de empresas con tienda virtual, tal como se observa en la gráfica 1, a continuación.

Gráfica 1. Empresas beneficiarias de los proyectos de MINTIC que realizaron ventas en línea



Fuente: Boletín semestral de la Sociedad Digital. MINTIC. Diciembre de 2019.

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

9 TEMOR, LA PRINCIPAL BARRERA PARA EL COMERCIO ELECTRÓNICO [documento en línea] disponible en <http://www.elnuevodia.com.co/nuevodia/especiales/negocios/274003-temor-la-principal-barrera-para-el-comercio-electronico>[con acceso 05-20]

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



- 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, Findeter estructuró el presente estudio previo basados en los lineamientos expuestos por el MINTIC, apoyado en el desarrollo de 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 el proyecto “tiendas virtuales 2.0” con la suscripción del futuro convenio interadministrativo.

3. DISPONIBILIDAD PRESUPUESTAL Y CONSTANCIA DE CERTIFICACIÓN DE RECURSOS

De acuerdo con la entrega de los recursos para la ejecución del Convenio Interadministrativo No. 1003 de 2020, 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
001	contratación de hasta cuatro (4) operadores para formular, ejecutar y realizar el seguimiento de una estrategia que les permita a empresarios y/o emprendedores colombianos la creación y puesta en marcha de soluciones de comercio electrónico a través de la implementación y puesta en marcha de tiendas virtuales.	\$ 18.920.355.096

Para la presente contratación se cuenta con las constancias de disponibilidad de recursos 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 **DIECIOCHO MIL NOVECIENTOS VEINTE MILLONES TRESCIENTOS CINCUENTA Y CINCO MIL NOVENTA Y SEIS PESOS M/CTE (\$18.920.355.096)**, incluido el IVA y todos los costos, gastos, tasas, impuestos y demás contribuciones de orden nacional o territorial a que hubiere lugar, de acuerdo a como se describirá más adelante en estos estudios previos.

4. DESCRIPCIÓN Y ALCANCE DEL OBJETO A CONTRATAR

CONTRATAR HASTA CUATRO (4) OPERADORES PARA FORMULAR, EJECUTAR Y REALIZAR EL SEGUIMIENTO DE UNA ESTRATEGIA QUE LES PERMITA A EMPRESARIOS Y/O EMPRENDEDORES COLOMBIANOS LA



CREACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE SOLUCIONES DE COMERCIO ELECTRÓNICO A TRAVÉS DE LA IMPLEMENTACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE TIENDAS VIRTUALES.

4.1. ALCANCE DEL CONTRATO

- Formular y desarrollar una convocatoria nacional para el registro de al menos 7.050 empresas y/o emprendedores y selección de al menos 6.100 para que inicien el programa Tiendas Virtuales 2.0.
- Poner a disposición una plataforma que les permita al menos a 6.100 empresas y/o emprendedores crear y poner su solución de comercio electrónico (tienda virtual integrada a una solución de Marketplace) como principal canal de comercialización en línea.
- Desarrollar una estrategia de acompañamiento técnico que le permita al menos a 6.100 empresas y/o emprendedores formular sus estrategias de comercialización en línea para viabilizar la puesta a disposición de su oferta de productos en el entorno digital.
- Estructurar e implementar un esquema de seguimiento transversal al proceso de implementación del proyecto Tiendas Virtuales 2.0 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 seleccionará hasta cuatro (4) operadores y que, en esa medida, los proponentes tendrán la posibilidad de presentar su oferta para un grupo y hasta cuatro grupos, así:

Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4
1.525 beneficiarios	1.525 beneficiarios	1.525 beneficiarios	1.525 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 los demás grupos, excepto que habiéndose presentado a más de un grupo en los otros grupos 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. 4.

Dado que los operadores deben garantizar que como mínimo 6.100 de los participantes reciban el acompañamiento, así como que realicen procesos de transformación digital orientada a fortalecer las actividades de comercio electrónico, dentro de los objetivos que se les asignarán a los operadores para cumplir el proyecto, deberán: (i) estimar, haciendo uso de métodos matemáticos y cualitativos, (ii) definir cuál es la cantidad de participantes con los que deberá iniciar el proceso para asegurar que mínimo 1.525 por grupo, 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. Se recomienda que como mínimo los operadores cuenten con un 15% más de participantes que cumplan con los requisitos de participación en el mismo (1.754).

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.

El proyecto estará dividido en las siguientes fases:

FASE 1: FORMULACIÓN DEL PLAN DE TRABAJO.



En aras de determinar el curso de acción del proyecto, los operadores deberán formular y presentar el Plan de Trabajo que permita identificar las acciones a desarrollar durante la ejecución del contrato dentro de la primera semana siguiente a la suscripción del acta de inicio o emisión de la orden de inicio. Dicho Plan de trabajo tendrá que definir claramente cuáles son los recursos técnicos, humanos y económicos necesarios.

El Plan de trabajo deberá ser revisado y revisado por el interventor del contrato dentro de los tres (3) días hábiles siguientes a la entrega del mismo por parte de cada operador y aprobado por el comité operativo, el cual deberá contener como mínimo:

- Actividades generales y específicas por cada una de las fases (convocatoria y selección de beneficiarios, solución de comercio electrónico e implementación, entre otras);
- Tiempo de ejecución (diagrama de Gantt o similar);
- Porcentaje planeado de avance por actividades;
- Definición de las variables de seguimiento del proyecto;
- Entre otras que los operadores consideren convenientes para realizar el seguimiento posterior del proyecto por parte de la Interventoría.

En el caso que se presenten comentarios al plan de trabajo, los operadores deberán realizar los ajustes solicitados y presentar los mismos al interventor y al comité operativo para su revisión y aprobación, en un plazo máximo de tres (3) días hábiles.

FASE 2: CONVOCATORIA DE LOS BENEFICIARIOS.

Durante esta fase, los operadores deberán desarrollar una convocatoria nacional que tenga como objetivo divulgar el proyecto en todo el país en coordinación con FINDETER y MINTIC, y con ello, lograr la vinculación de los beneficiarios esperados. Para estos efectos, cada operador deberá ejecutar en coordinación con los equipos que deleguen el Ministerio y FINDETER una estrategia de divulgación y promoción del proyecto. La estrategia a ser liderada por FINDETER deberá definir líneas de comunicación, definir un plan guiado a medios tradicionales y digitales y un plan de marketing digital. Cada una de las propuestas de esta estrategia de divulgación deberá ser aprobada por el Comité Operativo.

FINDETER elaborará un brief con la información que debe ser tenida en cuenta por los operadores.

FASE 3: SELECCIÓN DE BENEFICIARIOS

Los operadores seleccionados deberán generar una estrategia para identificar y seleccionar a los beneficiarios del proyecto. Para estos efectos deberán:

- Definir los requisitos específicos de la convocatoria para la selección de los beneficiarios, según la metodología definida por Findeter, y presentación para aprobación del Comité Operativo del convenio interadministrativo que da origen al presente proceso de selección.
- Realizar el montaje y la puesta en marcha de un portal para el registro en la convocatoria.
- Seleccionar los beneficiarios de acuerdo con los requisitos de la convocatoria.

A. Requisitos para la selección de beneficiarios

Para la selección de los beneficiarios (6.100 empresas y/o emprendedores, distribuidos en 1.525 por cada operador), será fundamental que se cumplan los siguientes requisitos habilitantes para la selección:

- Todas las empresas participantes deberán tener su domicilio principal en Colombia, estar legalmente constituidas con al menos seis meses de antigüedad, contar con Matrícula mercantil vigente y/o RUT.



- En el caso de ser persona natural comerciantes se deben encontrar al día en el pago de todas sus obligaciones tributarias y demostrar ventas superiores en el último año de 2'000.000 de pesos, certificados con el balance general financiero del año inmediatamente anterior o certificados por un contador público.
- El mecanismo de selección de las empresas y/o emprendedores deberá estimar un esquema de valoración que permita seleccionar por lo menos un 0.2% de empresas y/o emprendedores por cada operador ubicadas en el archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina.
- Ninguno de los participantes podrá tener, en el momento de registrarse en la convocatoria, ni haber tenido dentro de los 2 años anteriores a su registro, una solución de comercio electrónico bajo la modalidad de tienda virtual en un dominio web (carrito de compra activo), es decir; que esté habilitado desde su página web para realizar el pago a través de cualquier modalidad de pago en línea exclusivamente (pasarela de pago, Paypal o billetera virtual).
- Ninguno de los participantes podrá haber tenido una relación comercial para soluciones de comercio electrónico bajo la modalidad de tienda virtual (carrito de compra activo), en los 2 años anteriores, con el operador que lleve a cabo el proyecto.

Los requisitos habilitantes para la selección de las empresas y/o emprendedores deberán ser aprobados por el Comité Operativo del Convenio en los términos descritos en el anexo técnico.

B. Plataforma de registro a la convocatoria

Los interesados deberán acceder a una plataforma con diseño responsivo, *mobile first*, y amigable con plataformas de búsqueda, a través de la cual las empresas y/o emprendedores puedan conocer los detalles de la convocatoria y registrarse. Para estos efectos, el operador deberá poner a disposición una plataforma virtual que ofrezca datos sobre:

- (i) El objetivo, meta, entidades responsables, fechas claves y formas de participación del proyecto;
- (ii) Perfil de los beneficiarios esperados en función de los requisitos habilitantes;
- (iii) Condiciones de participación en la convocatoria;
- (iv) Formulario de registro para que sea diligenciado en línea;
- (v) Información de contacto para resolución de dudas e inquietudes.

Es importante anotar que, para el registro de los interesados, el formulario deberá contener como mínimo la siguiente información:

- (i) Nombre de la empresa o de la persona natural comerciante
- (ii) Número de identificación – Cédula, NIT o RUT-;
- (iii) Datos de contacto: dirección, correo electrónico, teléfono fijo y celular;
- (iv) Tamaño de la empresa en caso de tener dicha naturaleza jurídica;
- (v) Sector económico de la iniciativa, según el sistema de Clasificación de las Actividades Económicas –CIUU- revisión 4, a 4 dígitos;
- (vi) Tipo de productos a comercializar, clasificados según el Sistema de Clasificación Central de Productos – CPC (DANE)- revisipon 2 a 5 dígitos;
- (vii) Género del representante legal
- (viii) Número de empleados, dependiendo de si se trata de una empresa.
- (ix) Dirección de la página web, si cuenta con esta, y/o nombre comercial en redes sociales.
- (x) Precisar si a la fecha comercializa o no productos a través de marketplaces.
- (xi) Ingresos brutos del año inmediatamente anterior.

El desarrollo y puesta al aire de la plataforma de la convocatoria debe ser realizado en dos semanas, de forma tal que la misma pueda estar abierta durante dos meses como mínimo, y un tiempo máximo de cuatro meses.

C. Selección de beneficiarios



La selección de los beneficiarios se hará por parte de los operadores en tres pasos con el objetivo de identificar 1.525 por cada operador para un total de 6.100 beneficiarios y establecer un Banco de elegibles de 238 adicionales por cada operador.

Durante el primer paso, en función de la base de datos de la plataforma de registros se identificarán aquellas empresas y/o emprendedores que cumplen los requisitos habilitantes. A quienes cumplan con los requisitos habilitantes se les pedirá que remitan digitalmente la documentación necesaria para ser acreditado como beneficiario del proyecto, la cual corresponde a:

- Carta de presentación y compromiso debidamente diligenciada en la que el empresario y/o emprendedor se compromete a:
 - (i) Designar a uno de sus empleados y/o socios como responsable de participar del proceso de capacitación del proyecto, así como en la formulación y puesta en marcha al interior de la empresa y/o emprendimiento de la Estrategia de comercialización en línea para la tienda virtual;
 - (iii) Seguir las recomendaciones del operador para el montaje de la tienda en línea, adoptar la solución de pagos y servicios de logística propuesto por el operador;
 - (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 información sobre los indicadores de desempeño de la tienda durante el año de funcionamiento de la tienda virtual integrada al marketplace.
- Certificado de Existencia y Representación Legal (para el caso de ser empresa formalmente constituida);
- Cédula del representante legal o del emprendedor;
- Firma del contrato entre el beneficiario y el operador;
- RUT.
- Balance general financiero del año inmediatamente anterior o certificación de contador público, lo cual será certificado con copia de la tarjeta profesional.

En el evento que el beneficiario no remita la información solicitada dentro de 8 días calendario, el operador podrá abrir ese cupo para otra empresa y/o emprendedor, dejando las respectivas constancias.

Posteriormente, en el segundo paso, con quienes pasen el primer filtro se hará una clasificación de los interesados en dos grupos:

Primer grupo: empresas y/o emprendedores que a la fecha cuentan con página web activa y/o han generado el posicionamiento de sus productos en marketplaces, logrando ventas superiores a \$ 2'000.000 de pesos a través de canales virtuales durante el año anterior. La verificación de este proceso se realizará mediante la información suministrada en el balance de la empresa remitida durante la convocatoria, y/o la declaración por parte del emprendedor diligenciada durante la convocatoria.

Segundo grupo: empresas y/o emprendedores 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.

En el tercer momento, se dividirán cada uno de estos grupos en subgrupos de 300 beneficiarios dependiendo del sector económico al que pertenecen, de forma tal que durante el proceso de transferencia de capacidades reciban un acompañamiento en los encuentros grupales más acordes a su contexto.

Es importante anotar que, para efectos de la selección de los beneficiarios, el contratista deberá 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 o la norma que la modifique, adicione o sustituya.

Igualmente, es importante aclarar que, si bien Findeter garantizará que cada operador seleccione al menos a 1.525 beneficiarios que se vincularán inmediatamente al proceso, adicionalmente, deberá seleccionar y generar un Banco mínimo de 238 elegibles, dado que en caso de que alguno de los 1.525 beneficiarios por operador desista o abandone el proceso durante los primeros dos meses de acompañamiento, se podrán vincular alguna de las personas del Banco de Elegibles para reemplazar dicho beneficiario. Por lo tanto, el reemplazo no implica ningún costo adicional para la entidad Findeter y tiene la finalidad de lograr la meta de la creación y puesta en marcha de al menos 6.100 tiendas integradas con marketplace.

NOTA: Los operadores deberán elaborar y entregar a la interventoría el plan y la metodología de capacitación a aplicar en el acompañamiento a los beneficiarios.

Fase 4: PUESTA A DISPOSICIÓN DE LA SOLUCIÓN DE COMERCIO ELECTRÓNICO

Los operadores capaces de proveer soluciones de comercio electrónico que integren el modelo de Tiendas virtuales con un marketplace, se seleccionarán en función de la solución de comercio electrónico que ya tienen disponible en el mercado. Por lo tanto, durante esta fase los operadores deberán encargarse de adaptar dichas soluciones de comercio electrónico a los requerimientos técnicos de este proyecto. Por lo tanto, se espera que garanticen los siguientes requerimientos mínimos de la solución y a su vez de las plantillas creadas.

Requerimiento de la solución tecnológica:

Los requerimientos mínimos que cada operador deberá ofrecer para el desarrollo tecnológico de al menos 1.525 tiendas virtuales:

- Contar con 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 que se describen a continuación.
- Dicha plataforma deberá ser tener diseño responsivo, 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 las plataformas puestas a disposición del proyecto Tiendas virtuales, cada una de las 6.100 Tiendas creadas e implementadas (distribuidas entre los 4 operadores) tenga el derecho de uso de un *subdominio* propio y haga la transferencia de toda su información (sobre sus productos y clientes) a un tercero. Se precisa que, si el beneficiario tiene acceso a un dominio propio, él podrá integrar a la solución tecnológica que ofrezca el operador.
- Poner a disposición la funcionalidad de integración de inventario (publicación de inventario de producto de la plataforma de ecommerce al marketplace) y órdenes (recepción de órdenes en el marketplace en la plataforma de ecommerce) con al menos un marketplace vía la integración de APIs. El inventario manejado con el Marketplace debe tener una personalización de publicación de productos y número de existencias no necesariamente igual a las de la tienda virtual.

El Marketplace debe cumplir con las siguientes características: - Multicategoría, – de carácter nacional,– contar con mínimo 2 años de experiencia en Colombia.

- Contar con capacidad instalada para garantizar que el soporte técnico se garantizará por un año adicional a los beneficiarios de las Tiendas 2.0, a partir de la firma del contrato entre cada beneficiario y el operador.
- Cada operador deberá ofrecer reportes semanales y mensuales durante el año de puesta en marcha, a través de los cuales se genere información sobre la ubicación de las Tiendas, así como capacidad para generar diversos reportes sobre las características de los beneficiarios y los procesos de adopción de las tiendas. Entre estos, reportes sobre la ubicación, género, edad, nivel de formación, tipo de empresa y/o emprendimiento, sector



económico; así como reportes sobre el funcionamiento de la tienda 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, la recurrencia de los usuarios por cada una de las tiendas, la cantidad de pedidos al mes y el número de quejas o reclamos. Para su generación se debe utilizar el Módulo de reportes, según la descripción del mismo, propuesta en el subtítulo a continuación.

A. *Requerimientos de las Plantillas*

Adicionalmente, cada operador debe tener al menos 10 plantillas de tienda virtual web predeterminadas con las siguientes particularidades:

- Las plantillas deben tener responsive design, mobile first, 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 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 y fotografías y videos (incluye videos embebidos); así como debe garantizar la carga de productos de forma masiva, con promociones y cupones.
- 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, entre otros) siempre y cuando privilegie el pago en línea.
- La plataforma debe generar tiendas que tengan buscadores de productos que permitan el uso de herramientas de comparación entre sus productos.
- La plantilla debe incorporar campos que obliguen al diligenciamiento de información clara sobre el sistema de pagos en línea, el esquema de logística y los servicios de postventa.
- La plantilla debe ofrecer la posibilidad de acceder a un módulo de seguimiento de las ventas, CRM, 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.
- El dominio principal del operador debe contar con certificado de seguridad (SSL), junto con el dominio del market place.
- La plantilla debe tener capacidades de comunicación instantánea entre el beneficiario y el comprador final.
- La plataforma debe incluir un administrador de usuarios y perfiles.
- Al menos una de las plantillas debe tener la posibilidad de reservar servicios técnicos o profesionales.

Igualmente durante esta fase se deben generar todos los requerimientos tecnológicos y 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 soluciones de comercio electrónico, 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 definir los protocolos de culminación del contrato entre el operador y el beneficiario en los cuales se establezca claramente lo siguiente:

- El esquema de acceso a la información (contenido propio y datos de sus clientes) para la transferencia a un tercero.
- Política de tratamiento de datos sobre clientes, facturación, productos más vendidos, etc.
- Manejo de la información de los módulos.

Para lograr atender todos los requerimientos técnicos mínimos definidos en este subtítulo, el operador deberá ofrecer los siguientes módulos, los cuales deben ofrecer información por beneficiario y desagregada dependiendo de si el producto y transacción se realizó a través de la tienda virtual o el marketplace:



Módulo de Asistente para Creación de Sitios Web (Sólo aplica para las tiendas): 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:

- 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).

Módulo PIM (Product Information Management): Corresponde al módulo para la gestión de información de los productos (bienes y/o servicios), tanto los disponibles en la tienda virtual como en el marketplace. El módulo deberá contar con las siguientes funcionalidades:

- 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.

Módulo CMS (Content Management System): Corresponde al módulo para la gestión del contenido que se mostrará en el sitio web y el marketplace. El módulo deberá contar con las siguientes funcionalidades:

- Gestión SEO en los contenidos y landing pages.
- Importación y exportación de contenidos de manera masiva a través de archivos CSV.

Módulo CRM (Customer Relationship Management): Corresponde al módulo para la gestión de relacionamiento de clientes, tanto los que establecen la relación a través de la tienda virtual y en el marketplace. El módulo deberá contar con las siguientes funcionalidades:

- Gestión centralizada de las solicitudes creadas por los usuarios, independiente del canal de apertura. (Sitio Web, Marketplaces)
- 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.
- Integración con plataformas que permitan la divulgación de contenidos en plataformas de redes sociales y sistemas de correo electrónico

Módulo OMS (Order Management System): Corresponde al módulo para la gestión de pedidos tanto los solicitados en la tienda virtual como en el marketplace. El módulo deberá contar con las siguientes funcionalidades:

- Gestión del ciclo de vida de un pedido.
- Gestión de devoluciones y cambios.
- Gestión centralizada de los pedidos independiente del canal de venta (Sitio Web, Marketplaces).

Adicionalmente, podrá contar con la 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.

Módulo WMS (Warehouse Management System): Corresponde al módulo para la gestión del inventario. El módulo deberá contar con las siguientes funcionalidades:

- 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.

Módulo de Marketing: Corresponde al módulo para la gestión de promociones y campañas de marketing. El módulo deberá contar con las siguientes funcionalidades:



- Sistema de promociones de producto, a nivel de precio.
- Gestión de precios y promociones por variante.
- 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.

Adicionalmente puede contar con gestión centralizada de campañas de marketing como: campañas de costo por clic, Newsletter, Banners.

Módulo de Reportes:

La función principal del Módulo de reportes será generar información sobre la implementación del proyecto Tiendas virtuales 2.0 y, 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. Adicional al cálculo de los indicadores, el módulo de reportes deberá ofrecer información en tiempo real sobre las características socio-económicas de los beneficiarios (ubicación, género, edad, nivel de formación, tipo de empresa y/o emprendimiento, sector económico); así como permitir la generación de reportes sobre el funcionamiento de cada una de las Tiendas, en términos de su desempeño en la comercialización. Estos deberán ser como mínimo:

1. Tasas de búsqueda = total de búsqueda/ total visitas
2. Cantidad de visitas realizadas= número total de sesiones a la tienda
3. Tasa de rebote= revisar marco de estadísticas - sesiones de una sola pagina vista (permanencia mínima 3 segundos en la página web)/ total de sesiones
4. Tasa de disponibilidad de la plataforma= tiempo en funcionamiento de la plataforma/ tiempo total de un periodo determinado
5. Total de sesiones únicas = número total de veces que los usuarios individuales estuvieron activos en el sitio.
6. Tasa de agregación al carrito= porcentaje de usuarios que agregaron al carrito de compras/ usuarios únicos
7. Tasa de abandono=porcentaje de usuarios que no finalizaron la compra/ total de agregados al carrito de compra
8. Total de transacciones realizadas en cantidad y monto= numero de transacciones totales, numero de transacciones totales X valor de las transacciones.
9. Tasas de conversión = número total de transacciones(metas)/ numero total de visitantes únicos
10. Valor del ticket promedio
11. Valor del ticket máximo y mínimo
12. Contactos por pedido = número de interacciones promedio por pedido
13. Tiempos de entrega
14. Categorías más buscadas y vendidas
15. Tasa de devolución = tasa de pedidos devueltos/ total de pedidos
16. Nivel de satisfacción de los clientes
17. Tasa de repetición de compra = porcentaje de usuarios que recompran

Es importante resaltar que este módulo de reportes permitirá generar en cualquier momento de la ejecución del contrato datos claves. Adicionalmente, con la presentación de la propuesta, los operadores garantizan que el módulo de reportes estará habilitado al menos por un año, tras la finalización del plazo de ejecución del contrato.

Fase 5. ACOMPAÑAMIENTO TÉCNICO DE LOS BENEFICIARIOS

Considerando que el proyecto Tiendas Virtuales ofrece un modelo híbrido de tienda virtual con solución de marketplace integrado, los operadores durante esta fase deberán desarrollar actividades de transferencia de conocimiento a los beneficiarios, con el objetivo de darles a conocer herramientas prácticas sobre el funcionamiento del ecosistema del comercio electrónico, el esquema para la adopción de la plantilla de su tienda virtual y la adopción por parte de cada beneficiario de una *Estrategia de Comercialización en Línea* (ECL).



Por lo tanto, el acompañamiento técnico ofrecerá tres tipos de recursos para la transferencia de conocimiento:

- Centro de recursos
- Sesiones sincrónicas
- Asesorías individuales

A. Centro de recursos

El Centro de recursos será una plataforma que les permitirá a los beneficiarios el acceso a dichos contenidos de formación sobre temas trascendentales. Considerando que son recursos virtuales, se manejarán bajo el esquema de Objetos Virtuales de Aprendizaje (OVA); es decir, videos, animaciones, actividades, diagramas o audios, todos los cuales deben ser puestos a disposición del público de acceso gratuito a los beneficiarios.

Los temas mínimos sobre los cuales deberán versar los OVAs son los siguientes:

- Retos de la omnicanalidad
- Sistemas para la interoperabilidad:
- Tributación crossborder
- Estatuto del consumidor
- Seguridad y política de tratamiento de datos
- Introducción al marketing de contenidos.

En el caso de desarrollarse Objetos Virtuales de Aprendizaje (OVA), los derechos patrimoniales de dichas obras serán titularidad del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, toda vez que se entiende serán creadas bajo la figura de Obra creada por encargo contemplada por la Ley 23 de 1982 y, por ende, el o los autor (es) de las obras ceden sus derechos patrimoniales sobre las mismas.

B. Sesiones sincrónicas

Las sesiones sincrónicas se deberán desarrollar en grupos de máximo 300 personas y será una actividad opcional para los beneficiarios. Cada sesión sincrónica deberá tener una duración de entre 45 minutos a una hora, con sesión de preguntas incluida. Las temáticas por encuentro son las siguientes:

- Funcionamiento de la cadena de valor
- Acceso al portal de compra tienda y marketplace
- Proceso de compra y métodos de pago
- Operación logística y servicio postventa
- Estrategias de marketing digital + uso de herramientas gratuitas
- Manejo de clientes en línea
- Implementación de la plantilla 1
- Implementación de la plantilla 2

Adicional a estos temas el operador podrá incluir hasta 5 adicionales que considere pertinentes para apoyar el proceso de transformación digital de los beneficiarios.

C. Asesorías individuales

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. En total serán 8 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 a saber:



- Transformación modelo de negocio
- Resolución de dudas sobre implementación de plantillas
- Seguimiento al funcionamiento de la tienda
- Manejo logístico de acuerdo con el modelo de negocio
- Integración del modelo tienda-Marketplace
- Plan de comercialización en línea

El desarrollo de las asesorías individuales deberá darse a lo largo de los meses de ejecución del proyecto y estará orientado a que el beneficiario logre formular y poner en marcha su Estrategia de comercialización en línea. Para estos efectos, el operador está llamado a ofrecerle al beneficiario unas condiciones, herramientas y recursos mínimos que le permitan 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.

Es importante recalcar que las asesorías individuales no deben incluir temas particulares tratados en las OVAs y en las sesiones sincrónicas.

Sobre el estadio del Acceso web. Los operadores en el marco de la contratación derivada deberán impulsar las acciones necesarias para que los beneficiarios logren:

- Registrar el dominio y hosting/alojamiento del sitio web en los casos que corresponda, el cual será propiedad de los empresarios y emprendedores. 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 con 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 o marketplaces); 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 operador para fines diferentes a los expresamente autorizados por el beneficiario o puesta a disposición a un tercero.
- 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.

Web Shop/ Marketing. Los operadores deberán apoyar 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. Para la formulación de dicho Plan será fundamental que las empresas y/o emprendedores participantes establezcan lo siguiente:

- 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. Opcionalmente, se espera que los beneficiarios, elijan por lo menos una estrategia de las siguientes:



- 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, generación de anuncios y piezas en plataformas de redes de sociales.
- Modelos CPL (Coste por Lead/Registro)
- Estrategias para realizar Marketing en motores de búsqueda (SEM, Search Engine Marketing)

Pagos:

- 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, tanto a través del sistema bancario como utilizando soluciones FinTech. Para cada una de estas formas de pago, el comercio deberá destacar sus costos y beneficios. Los operadores deberán negociar con diversas pasarelas y soluciones FinTech acuerdos preferenciales que garanticen la integración de al menos 6.100 tiendas a los modelos de pago en línea.
- Incluir todos los certificados de seguridad para la compra en línea (El dominio principal del operador debe contar con certificado de seguridad (SSL))
- Establecer una política de manejo de datos personales.

Logística:

- Definir 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).
- 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 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.

Postventa:

- Determinar canales de atención de quejas y reclamos (incluye la interacción con los demás eslabones de la cadena de valor), generando una estadística y seguimiento de tales situaciones para garantizar los derechos de los consumidores.
- Establecer una política y estructura de devolución, desconocimientos de compras y reclamaciones, de acuerdo al 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.

Fase 6. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN



Esta fase está estructurada como un proceso transversal durante la ejecución del proyecto. Para este fin, 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 el 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 del proyecto, de forma tal que se puedan plantear alertas tempranas y a partir de allí, generar recomendaciones de ajuste con miras a establecer rápidamente cursos de acción que permitan el cumplimiento de la meta del proyecto Tiendas virtuales.

Por su parte, los indicadores de resultado medirán los efectos directos y en el corto plazo del proyecto Tiendas virtuales, motivo por el cual su cálculo se realizará una sola vez al culminar la ejecución del proyecto.

Adicional a la lista que a continuación se presenta de indicadores de proceso y de resultado, FINDETER o los operadores podrán optar por incorporar nuevos indicadores adicionales a sus ejercicios de implementación, utilizando en todos los casos la información proveniente de los módulos planteados en el subtítulo B, de la fase 5.

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

Nombre del Indicador de proceso	Meta	Aclaración	Medio de verificación - Entregables
1. Total de inscritos en la convocatoria	Al menos 7.050 empresas y/o empresarios se registran en el portal web del proyecto (Distribuidos en los operadores contratados)	Se consideran aquellos que diligencien todos los campos del formulario en línea	Formularios diligenciados Lista de al menos 6.100 seleccionados, (distribuidos en los operadores contratados). Lista de los mínimo 950 que harán parte del Banco de elegibles, (distribuidos en los operadores contratados).
2. Divulgación del proyecto	Lograr la visibilización del proyecto, garantizando un el alcance mínimo del 30 % en el grupo objetivo y frecuencia +3 de las comunicaciones como la principal estrategia de MinTIC para apoyar la reactivación económica de los emprendedores y las micro, pequeñas y medianas empresas	Se trata de un indicador cualitativo que deberá considerar cómo se difundió la noticia tanto en medios tradicionales como virtuales. Se incluyen tanto un indicador cualitativo como cuantitativos para medir la frecuencia y el alcance.	Informe de ejecución de la propuesta de estrategia de difusión aprobada, basada en indicadores.



3. Total de empresas y/o emprendedores vinculados al programa	Al menos 6.100 empresas y/o emprendedores participantes se vinculan al programa Tiendas 2.0, distribuidas por cada uno de los operadores contratados.	La vinculación al programa se corrobora con la copia del contrato firmado entre cada operador y los beneficiarios del proyecto.	Copia digital del contrato por los empresarios y/o emprendedores beneficiarios.
4. Porcentaje de empresas y/o emprendedores ubicados en San Andrés y Providencia seleccionadas	0.2% de empresas y/o emprendedores participantes.	La vinculación al programa se corrobora con la validación del certificado de existencia y representación que acredite el domicilio social de la empresa, o emprendedor en la Cámara de Comercio del departamento.	Registros de cámara de comercio
5. Uso del Centro de recursos	70% de los beneficiarios seleccionados por cada operador, acceden al centro de recursos propuesto por el aliado y visualizan el material puesto a disposición (Objetos Virtuales de Aprendizaje)	Se estimará como que efectivamente un beneficiario usó el Centro de Recursos, si por lo menos accedió y visualizó completamente un video, bajo un documento, escuchó un audio completo.	Informe generado a partir del módulo de reportes
6. Participación de los beneficiarios en las asesorías individuales	90% de los empresarios seleccionados por cada operador, 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 5 sesiones.	Informe generado a partir del Módulo de reportes definido según los requerimientos técnicos.
7. Participación de los beneficiarios en las sesiones sincrónicas	80% de los empresarios y/o emprendedor seleccionados por cada operador, accedieron a las sesiones	Se validará la participación de los beneficiarios, para efectos de la medición de este indicador, cuando el empresario y/o emprendedor haya accedido a la sesión.	Informe generado a partir del Módulo de reportes definido según los requerimientos técnicos.

A continuación, se presenta la lista de indicadores de resultado

Nombre del indicador de resultado	Meta	Aclaración	Forma de cálculo y medio de verificación
-----------------------------------	------	------------	--



<p>1. Total de transacciones y promedio</p>	<p>Al final de los contratos derivados, en promedio, las tiendas en línea puestas en marcha recibieron, durante la ejecución del proyecto, al menos 5 transacciones efectivas.</p>	<p>Nótese que el indicador incluirá datos de las tiendas que hayan sido puestas en funcionamiento al menos dos meses antes de culminar el proyecto.</p>	<p>Indicador (Total de Transacciones): suma de las transacciones registradas por el operador para todas las tiendas en funcionamiento.</p> <p><u>Cálculo de la Meta:</u> Promedio de las transacciones de las Tiendas en Línea= total de todas las transacciones recibidas por las Tiendas / número de tiendas que efectivamente se pusieron en marcha</p>
<p>2. Visitas realizadas</p>	<p>En promedio, cada tienda virtual establecida obtiene al menos 7 visitas durante la ejecución del contrato.</p>	<p>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.</p>	<p>Indicador (Visitas realizadas): suma de todas las visitas registradas por el operador a las tiendas en funcionamiento.</p> <p><u>Cálculo de la Meta:</u> Promedio de visitas a las Tiendas en Línea= total de todas las visitas a las Tiendas / número de tiendas creadas.</p>
<p>3. Tasa de conversión</p>	<p>Las tiendas creadas por los beneficiarios logran durante los últimos dos meses de la ejecución del proyecto, una tasa de conversión promedio de al menos 1%</p>	<p>Este indicador se valorará para las tiendas que hayan sido puestas en funcionamiento al menos dos meses antes de culminar el proyecto.</p>	<p>Cálculo: relación entre el número de visitas realizadas y el número de transacciones efectivas registradas.</p>



4. Nivel de satisfacción de los beneficiarios del proyecto	En promedio, al menos el 70% de los emprendedores y/o empresarios seleccionados por cada operador, manifiestan sentirse muy satisfechos o satisfechos con su participación en el proyecto	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 a los beneficiarios, la cual deberá ser aplicada al menos dos semanas antes de culminar la implementación del proyecto.
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 Comité Operativo, el cual podrá solicitar reportes específicos sobre estos en cualquier momento de la ejecución del proyecto.

Igualmente, en aras de visibilizar los resultados del proyecto se realizará una jornada virtual de divulgación del impacto cualitativo y cuantitativo de la creación y puesta en marcha de las tiendas en línea; destacando experiencias puntuales de los beneficiarios a lo largo del país, casos de éxito y emblemáticos de diferentes sectores económicos y los retos de las tiendas creadas. Dicha jornada deberá realizarse entre noviembre y diciembre, en aras de visibilizar estos canales de compra.

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 DEL PROYECTO

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 DEL PROYECTO	
Fase	Descripción del entregable



ENTREGABLES DEL PROYECTO	
Fase	Descripción del entregable
Fase 1: FORMULACIÓN DEL PLAN DE TRABAJO.	Informe final de la fase, que incluya: (1) Un Plan de trabajo del proyecto Total de entregables fase: (1) uno
Fase 2: CONVOCATORIA DE LOS BENEFICIARIOS.	Informe final de la fase, que incluya: (1) Un documento que contenga el plan de promoción y divulgación tiendas virtuales (1) Un documento que contenga la descripción y el alcance del formulario virtual de inscripción al proyecto (1) Un documento que contenga los criterios de selección de los participantes beneficiados con el proyecto, las bases de datos de los participantes inscritos y seleccionados, segmentación de los participantes para definir grupos de acompañamiento, lecciones aprendidas y recomendaciones (1) un documento que contenga las piezas comunicativas acorde con el manual de imagen del MINTIC y los lineamientos de divulgación. Total de entregables fase: (4) cuatro
Fase 3: SELECCIÓN DE BENEFICIARIOS	Informe final de la fase, que incluya: (1) Un documento que contenga la descripción de la plataforma virtual. (1) Un documento con la metodología y el material de formación para los talleres y sesiones de acompañamiento. (1) Un informe de la implementación de la estrategia de divulgación y promoción del proyecto. (1) Un documento con los resultados de los talleres realizados: Registros en video de los talleres realizados. Total de entregables fase: (3) tres
Fase 4: PUESTA A DISPOSICIÓN DE LA SOLUCIÓN DE COMERCIO ELECTRÓNICO	Informe final de la fase, que incluya: (1) Un documento con la evidencia de las plantillas a utilizar. (1) Un documento con la evidencia de los módulos a utilizar. (1) Un documento con la evidencia de los recursos disponibles para los beneficiarios. (1) Un documento con la evidencia de seguimiento y asesoría a los beneficiarios para la puesta en marcha de las soluciones de comercio electrónico. Total de entregables fase: (4) cuatro
Fase 5: ACOMPANIAMIENTO TÉCNICO DE LOS BENEFICIARIOS	Informe final de la fase, que incluya: (1) Un reporte de los contratos firmados entre los operadores y los beneficiarios con las respectivas evidencias. (1) Un Informe con las respectivas evidencias del acompañamiento técnico y la transferencia de conocimiento a los beneficiarios mediante los centros de recursos, sesiones sincrónicas y asesorías individuales. (1) Un informe que contenga los dominios de las tiendas virtuales creadas y los dominios de la integración con el Marketplace, con las evidencias. (1) Un informe que contenga los soportes de las asesorías individuales en el desarrollo y seguimiento de las actividades de las tiendas virtuales creadas con las evidencias



ENTREGABLES DEL PROYECTO	
Fase	Descripción del entregable
	Total de entregables fase: (4) cuatro
Fase 6: SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN	<p>(1) Un informe final con especificaciones descritas en el anexo técnico: Una vez realizada la socialización, el operador deberá presentar a la interventoría un informe final, el cual deberá incluir como mínimo: descripción detallada del desarrollo de las fases, evidencias, cifras de impacto, resultados e indicadores del proyecto, base de datos final de los participantes beneficiados del proyecto, informe de la estrategia de comunicación desarrollada durante la vigencia del proyecto, recomendaciones y lecciones aprendidas para el desarrollo de futuros proyectos.</p> <p>(1) Un informe del evento de entrega del proyecto.</p> <p>Total de entregables fase: (2) dos</p>

NOTA: Todos los entregables definidos en el presente numeral deberán ser elaborados por los operadores y presentados al interventor 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

De manera transversal a la ejecución del proyecto, 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 hábiles, 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 del proyecto, se adelantará por parte de la interventoría en un plazo máximo de cinco (5) días hábiles después de la presentación de estos, plazo en el cual la interventoría podrá solicitar a los operadores la información que considere necesaria.

En el evento en que la interventoría solicite ajustes relacionados con el Informe, los operadores deberán realizar los ajustes correspondientes en un término máximo de tres (3) días hábiles. La interventoría tendrá como máximo tres (3) días hábiles 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 interventoría del proyecto y a la socialización con MINTIC.

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 del presente proyecto 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 rubos restringidos y/o 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	Restringido



Bebidas alcohólicas, tabaco o cigarrillos	Restringido
Cambio de divisas / Forex / compra - venta de títulos	Prohibido
Casas de empeño	Prohibido
Chats para adultos, contenidos pornograficos, acompañantes o links que lleven a estos sitios	Prohibido
Cigarrillos electrónicos	Restringidos
Clubes de inversión, venta de acciones, valores, opciones y otras inversiones , inversiones en oro, títulos de capitalización (inversión con premios)	Restringidos
Cupones de descuento, cupones	Restringidos
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	Restringido
Encubrimiento y lavado de activo de origen delictivo	Prohibido
Esquemas piramidales	Prohibido
Manejo y transporte de residuos orgánicos, hospitalarios o peligrosos	Restringido
Medicamentos de venta con receta	Prohibido
Medicamentos de venta libre	Restringido
Monederos electrónicos y/o carga de crédito para e-wallets, tarjetas prepago, monedas virtuales	Prohibido
Paginas esotericas, consultas psicicas	Prohibido
Personas y organizaciones que apoyan al terrorismo	Prohibido
Prestamos	Restringido
Producción, comercio o tráfico de armas o municiones.	Prohibido
Productos originarios de Cuba, Liria, Siria, Irak, Iran, Nigeria, Afganistan, Corea del Norte, Europa del Este y/o cualquier pais de la OFAC	Restringido
Recarga de crédito en teléfonos celulares	Restringido
Replicas o imitaciones de productos	Restringido
Servicios profesionales (psicologos, abogados, etc)	Restringido
Sex shops y artículos eróticos	Restringido
Sistema de anticipos (pagos parciales), plan de automoviles	Restringido
Sitios de contactos (amigos y relaciones personales)	Restringido
Subastas on line	Prohibido
Suplementos dietarios y naturales	Restringido
Tarjetas de telefonía prepago, VOZ IP, SMS	Restringido



Telemercadeo (servicio de viajes, ventas en general)	Restringido
Todo servicio o artículo que promueva el racismo y la discriminación	Prohibido
Tráfico de órganos	Prohibido
Tratamientos estéticos invasivos	Prohibido
Tratamientos estéticos no invasivos	Restringido
Turismo - Agencias	Restringido
Venta de Boletería para eventos	Restringido
Venta de Piedra Preciosas / Bisutería de Alto Valor	Prohibido
Venta de sustancias alucinógenas y drogas no permitidas	Prohibido
Ventas multinivel, beneficios por referencia o ingreso de nuevos usuarios	Restringido
Ventas puerta a puerta	Restringido

d Aplicable

Se enumera a continuación parte de la normativa técnica aplicable que debe ser tenida en cuenta para la ejecución y desarrollo de los Proyectos por parte del OPERADOR y objeto de seguimiento por parte de la INTERVENTORÍA (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. Las demás normas técnicas que correspondan para la debida ejecución de los contratos.

5. LUGAR DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO

La ejecución de los contratos será a nivel nacional teniendo como sede contractual la ciudad de Bogotá D.C. Se debe tener en cuenta que los operadores deben contar con el 0.2 % de los beneficiarios del proyecto correspondiente a comerciantes y/o emprendedores con domicilio en San Andrés y providencia.

6. ACTAS DEL CONTRATO

6.1 ACTA DE INICIO U ORDEN DE INICIO DEL CONTRATO

Cada OPERADOR, el INTERVENTOR 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.
5. Fecha de terminación del contrato.
6. Valor total del contrato
7. Información del OPERADOR



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

- a. Hojas de vida del personal del OPERADOR para la ejecución del proyecto.
- 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, el INTERVENTOR 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, el Operador y el interventorinterventor.

7. PLAZO DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO

El plazo de ejecución de cada contrato será de **DIEZ (10) 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 convocaría se seleccionarán hasta cuatro (4) 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 el proyecto. 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 PROYECTO

El método para la determinación del valor de los contratos 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 requería 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 del proyecto de **DIECIOCHO MIL NOVECIENTOS VEINTE MILLONES TRESCIENTOS CINCUENTA Y CINCO MIL NOVENTA**



Y SEIS PESOS M/CTE (\$18.920.355.096) 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 el proyecto 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 de **DIECIOCHO MIL NOVECIENTOS VEINTE MILLONES TRESCIENTOS CINCUENTA Y CINCO MIL NOVENTA Y SEIS PESOS M/CTE (\$18.920.355.096)** 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	GRUPO 3	GRUPO 4
\$ 4.730.088.774,00	\$ 4.730.088.774,00	\$ 4.730.088.774,00	\$ 4.730.088.774,00

"CONTRATACIÓN DE HASTA CUATRO (4) OPERADORES PARA FORMULAR, EJECUTAR Y REALIZAR EL SEGUIMIENTO DE UNA ESTRATEGIA QUE LES PERMITA A EMPRESARIOS QUE LES PERMITA A EMPRESARIOS Y/O EMPRENDEDORES COLOMBIANOS LA CREACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE SOLUCIONES DE COMERCIO ELECTRÓNICO A TRAVÉS DE LA IMPLEMENTACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE TIENDAS VIRTUALES							
PARA CADA GRUPO							
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO (SIN IVA)	VALOR IVA (19%)	VALOR TOTAL (IVA INCLUIDO)	VALOR MÍNIMO FASE (IVA INCLUIDO)	VALOR MÁXIMO FASE (IVA INCLUIDO)
FASE 1: FORMULACIÓN DEL PLAN DE TRABAJO	Global	1	\$596,230,008	\$113,283,702	\$709,513,710	\$ 638,562,339	\$ 709,513,710
FASE 2: CONVOCATORIA DE LOS BENEFICIARIOS	Global	1	\$ 198,744,000	\$ 37,761,360	\$ 236,505,360	\$ 212,854,824	\$ 236,505,360
FASE 3: SELECCIÓN DE BENEFICIARIOS	No de beneficiarios	1525	\$ 130,323	\$ 24,761	\$ 236,503,100	\$ 212,852,790	\$ 236,503,100



FASE 4: PUESTA A DISPOSICIÓN DE LA SOLUCIÓN DE COMERCIO ELECTRÓNICO	No de beneficia rios	1525	\$1,042,587	\$ 198,092	\$ 1,892,035,475	\$ 1,702,831,928	\$ 1,892,035,475
FASE 5: ACOMPAÑAMI ENTO TECNICO A LOS BENEFICIARI OS	No de beneficia rios	1525	\$ 651,617	\$ 123,807	\$ 1,182,521,600	\$ 1,064,269,440	\$ 1,182,521,600
FASE 6: SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN	Global	1	\$ 397,486,999	\$ 75,522,530	\$ 473,009,529	\$ 425,708,576	\$ 473,009,529
SUBTOTAL GRUPO							\$ 4,730,088,774
VALOR TOTAL GRUPO							\$ 4,730,088,774

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	\$ 4,257,079,897.00 M/cte	Hasta la suma de \$ 4.730.088.774,00 M/cte
2	Grupo 2: Operador 2	\$ 4,257,079,897.00 M/cte	Hasta la suma de \$ 4.730.088.774,00 M/cte
3	Grupo 3: Operador 3	\$ 4,257,079,897.00 M/cte	Hasta la suma de \$ 4.730.088.774,00 M/cte
4	Grupo 4 operador 4	\$ 4,257,079,897.00 M/cte	Hasta la suma de \$ 4.730.088.774,00 M/cte
VALOR TOTAL PRESUPUESTO OFICIAL (1+2+3+4)		\$ 17.028.319.587	\$ 18.920.355.096

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 PATRIMONIO AUTÓNOMO FINDETER – FONTIC TIENDAS VIRTUALES 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 de los productos objeto del contrato dentro del plazo del mismo, 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 hábiles siguientes a la suscripción del contrato, deberá presentar al interventor, 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 del mismo.

Lo anterior, deberá ser aprobado por el interventor e informado a la entidad CONTRATANTE.

Así mismo el OPERADOR deberá mantener durante la ejecución del proyecto 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 OPERADOR deberá garantizar el personal mínimo requerido para el desarrollo del proyecto 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	Director de proyecto	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,	10 años	Ocho (8) años de experiencia profesional en calidad de Gerente y/o director de proyecto, de los cuales cuatro (4) años deben corresponder a experiencia en el sector de comercio electrónico y (3) años de experiencia específica en gerencia de proyectos	4	100 %



PERSONAL MÍNIMO POR CADA OPERADOR						
Cant.	Cargo	Formación Académica	Experiencia General	Experiencia Específica	No. de Contratos	Porcentaje de Dedicación mínima
		con posgrado en administración o ingeniería o gerencia de proyectos.				
1	Director Administrativo y Financiero	Profesional en Ingeniería Industrial y afines o; administración o; economía	10 años	Ocho (8) años de experiencia en administración de recursos de cualquier tipo de proyecto.	4	100 %
1	Especialista en formación virtual	Licenciado o profesional en educación con título de especialización en educación virtual, de acuerdo con el Sistema Nacional de Educación Superior SNIES.	3 años	Tres (3) años de experiencia en implementación de plataformas de capacitación y/o entrenamiento on line, de los cuales por lo menos dos (2) años deberán corresponder a experiencia en procesos de emprendimiento dentro del ecosistema digital y (1) año en estrategias de seguimiento, analítica de datos, o evaluación de proyectos.	3	100 %
1	Profesional en Data Science	Profesional en economía, administración, Marketing digital y afines, de acuerdo con el Sistema Nacional de Educación Superior SNIES.	4 años	Cuatro (4) años de experiencia profesional en gestión de datos, reportes e informes dentro de plataformas digitales de visualización de datos, monitoreo de planes de medios digitales y/o ATL, con conocimientos en la implementación de comunicaciones digitales, de los cuales por lo menos dos (2) años deberán corresponder a experiencia en marketing digital	3	60 %
1	Profesional de apoyo Programa primer empleo	Profesional en Ingeniería Industrial y afines o; Ingeniería Administrativa y afines	0 a 2 años	Recién egresado con o sin experiencia y que cuente con máximo dos años de egresado contados a partir de la obtención de la tarjeta profesional. Promedio académico definitivo en la carrera igual o superior a tres ocho (3,8).	N/A	100 %

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 relacionada con las actividades a desarrollar) para ser aprobados por el interventor interventor, 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 del 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 a interventoría 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.

En concordancia con lo establecido en la ley 1780 de 2016 a través de este proyecto se deberá promover el primer empleo. Para este proceso de selección, el operador debe vincular el Ingeniero Auxiliar y/o profesional de apoyo teniendo en cuenta las siguientes condiciones:

La promoción, recepción de hojas de vida, la selección y contratación estará a cargo del operador, quien deberá propender por profesionales calificados cuya elección deberá realizarse mediante un proceso de selección de personal que aplique el operador, garantizando una escogencia objetiva, idónea y transparente donde el promedio académico juegue el papel preponderante.

Las condiciones que el Ingeniero Auxiliar y/o profesional de apoyo deberá acreditar son las siguientes:

- 1) Perfil de recién egresado con o sin experiencia y que cuente con un máximo de dos años contados a partir de la obtención de la tarjeta profesional.
- 2) Promedio académico definitivo en la carrera igual o superior a tres ocho (3,8).

10 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 PUBLICA del MANUAL OPERATIVO del PATRIMONIO AUTÓNOMO FINDETER – FONTIC TIENDAS VIRTUALES 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:



EJECUCIÓN DE PROYECTOS DE DESARROLLO O IMPLEMENTACIÓN DE TIENDAS VIRTUALES O SOLUCIONES O APLICACIONES A TRAVÉS DE PLATAFORMAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO (E-COMMERCE) EN LA NUBE.

- **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 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 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
- **Para aquellos proponentes que se presenten a tres 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 vez el valor del PRESUPUESTO ESTIMADO (PE) para 3 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 3 grupos, expresado en SMMLV.
- **Para aquellos proponentes que se presenten a cuatro 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 vez el valor del PRESUPUESTO ESTIMADO (PE) para 4 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 4 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: 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) **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.
- c) **Implementación:** Puesta en funcionamiento en espacio de servidores web de proyectos o plataformas web o e-commerce
- d) **Plataforma de comercio electrónico en la nube:** 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.
- e) **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.
- f) **Soluciones o aplicaciones:** Desarrollo propio o programas o software en ambiente web.

NOTA 3: 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 Terminos de Referencia.

NOTA 4: LA SUBSANACIÓN O ACLARACIÓN DE LA EXPERIENCIA ESPECÍFICA DEL PROPONENTE SOLO PODRÁ EFECTUARSE SOBRE LA EXPERIENCIA APORTADA.

NOTA 5: 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 EL PROYECTO Y REQUISITOS DEL MARKETPLACE

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 QUE INTEGREN EL MODELO DE TIENDAS VIRTUALES CON UN MARKETPLACE**, 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 QUE INTEGREN EL MODELO DE TIENDAS VIRTUALES CON UN MARKETPLACE** 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 Interventor, del plan de trabajo del proyecto y 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 interventor, de todos los entregables de la Fase 2. En caso en que en desarrollo de la Fase 2 el operador no logre el total de beneficiarios inscritos, este pago se efectuará de manera proporcional al número de inscritos, siendo 1525 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 interventor, de todos los entregables de la Fase 3. Este pago se efectuará de manera proporcional al número de beneficiarios, siendo 1525 el 100%.
4. Un cuarto pago del cuarenta por ciento (40%) del valor total del contrato, una vez se cuente con el recibo a satisfacción y aprobación por parte del interventor, de todos los entregables de la Fase 4. Este pago se efectuará de manera proporcional al número de beneficiarios, siendo 1525 el 100%.
5. Un quinto 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 interventor, de todos los entregables de la Fase 5. Este pago se efectuará de manera proporcional al número de beneficiarios, siendo 1525 el 100%.
6. Un sexto 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 interventor, de todos los entregables de la Fase 6.

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.

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.

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 del proyecto, incluido el personal independiente que preste sus servicios para la ejecución del mismo.

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 establecidos 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.

Para los pagos, se debe contar con el visto bueno del INTERVENTOR 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 del proyecto, 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 INTERVENTORÍA y de LA CONTRATANTE y suscribir las actas que en desarrollo del mismo, 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 del mismo, 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 INTERVENTORÍA 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 interventoría 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 el proyecto 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 del Proyecto en los comités operativos a los cuales podrá asistir FINDETER, MINTIC y demás entidades involucradas en el desarrollo del Proyecto. Los comités operativos 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 del proyecto, en dicho comité 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 comités deben realizarse semanalmente y dejar registro de los mismos conforme a los formatos que LA CONTRATANTE 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 CONTRATANTE toda la información y los documentos recopilados en desarrollo de la ejecución del contrato, al finalizar el plazo del mismo, 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, suboperadores, 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 del proyecto 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 el proyecto.
- cc. Dar cumplimiento a lo establecido en el Decreto 1168 del 25 de agosto de 2020 cuya vigencia fue prorrogada por el Decreto 1297 de 2020, o las normas que los modifiquen, adiciones 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 interventor durante el desarrollo del contrato
- ee. Mantener actualizado el registro en la cámara de comercio durante la ejecución del contrato
- ff. Cuando el término 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. Las demás que, por ley, los Términos de Referencia, del CONTRATO correspondan o sean necesarias para el cabal cumplimiento del mismo.



11.3 OBLIGACIONES DE CARÁCTER FINANCIERO

- a. Verificar junto con el interventor, 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 del mismo. 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 a la INTERVENTORÍA, 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 interventoría 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 interventor, en el término de los tres (3) días siguientes a la suscripción del contrato, el personal mínimo profesional y técnico exigido para la ejecución del mismo, 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 los mismos, quien deberá tener un perfil igual o superior al que se retiró. La aceptación del nuevo profesional estará sujeta a la aprobación del INTERVENTOR.
- 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 del Proyecto y demás personal de especialistas aprobados por la INTERVENTORÍA.
- d. El director del proyecto deberá tener autonomía para actuar en nombre del OPERADOR y para decidir con el interventor 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 al proyecto, 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 interventoría.
- l. Presentar mensualmente al interventor 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 hábiles siguientes a la suscripción del Contrato, previo a la suscripción del acta de inicio o emisión de la Orden de Inicio del Contrato, el interventor verificará y aprobará el cumplimiento, entre otros, de los siguientes requisitos:

- a. Aprobación del personal del OPERADOR para la ejecución del proyecto. El INTERVENTOR 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.



- e. Garantías contractuales aprobadas por parte de LA CONTRATANTE.
- f. 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. Formular un Plan de Trabajo, que defina las responsabilidades, recursos humanos, y recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto tiendas virtuales 2.0.
- b. Realizar una estrategia de comunicación de alcance nacional que permita divulgar la convocatoria pública para la selección de las empresas y/o emprendedores colombianos, atendiendo a los lineamientos de la estrategia de comunicación del Ministerio, según lo establecido en la fase 2 del presente documento. 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 identidad y marca de MINTIC. Cada una de las propuestas de esta estrategia de divulgación deberá ser aprobada por el Comité Operativo del contrato interadministrativo.
- c. Generar un esquema público y transparente para la selección y validación de los beneficiarios objeto del proyecto, de acuerdo con los requisitos mínimos definidos en este documento y en el Anexo Técnico.
- d. Diseñar y operar un esquema por medio del cual los empresarios y/o emprendedores 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 la activación y publicación de la tienda virtual.
- e. 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 integrada a un marketplace.
- f. 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 e integrarla a la solución de marketplace. Tanto la plataforma para la tienda, como el marketplace que se ponga a disposición, deberán tener diseño responsivo, mobile first, seguir un modelo "SaaS Multi-tenant Architecture Cloud", proporcionando escalabilidad automática de las tiendas virtuales integradas a una solución de marketplace, así como cumplir con todos los requerimientos tecnológicos definidos en la fase 4 **PUESTA A DISPOSICIÓN DE LA SOLUCIÓN DE COMERCIO ELECTRÓNICO** - Requerimiento de la solución tecnológica y lo dispuesto en el Anexo Técnico.
- g. Suministrar la información completa y detallada que le permita a empresarios y/o emprendedores beneficiarios cambios de forma y fondo en su perfil de usuario dentro de la plataforma de comercio electrónico.
- h. 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.
- i. Establecer convenios comerciales con al menos un operador logístico para garantizar la política de envíos y devoluciones de bienes que se comercialicen a través de las Tiendas virtuales.
- j. Integrar los procesos de autorización, captura efectiva y devolución de pagos con las pasarelas de pago, soluciones FinTech y las redes procesadoras de pago.



- k. 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.
- l. 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.
- m. Exigir a los beneficiarios de la iniciativa una política de devolución la cual debe sujetarse a la normatividad vigente y debe ser aprobada por la la interventoría. Para los procesos de devolución de los productos adquiridos en el Marketplace los beneficiarios deberán acogerse a la política de devolución de dicha solución de comercio electrónico específica Esta política debería tener como mínimo: tiempo para devolver los productos, cómo se puede realizar la devolución, dónde hay que enviar el producto a devolver, situaciones extraordinarias, qué productos se pueden y no se pueden devolver.
- n. Diseñar, poner en marcha y documentar los resultados de la encuesta de satisfacción de los compradores finales de las Tiendas virtuales.
- o. 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.
- p. Formular, poner en marcha y evaluar el esquema de asesoría virtual con los beneficiarios del proyecto para la implementación de las 1.525 Tiendas virtuales, 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 y marketplace, 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: Transformación modelo de negocio:
- ✓ Manejo de clientes en línea
 - ✓ Implementación de la plantilla 1
 - ✓ Implementación de la plantilla 2
 - ✓ Seguimiento al funcionamiento de la tienda
 - ✓ Manejo logístico de acuerdo al modelo de negocio
 - ✓ Integración del modelo tienda-Marketplace
 - ✓ Plan de comercialización en línea.
- q. 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 la Fase 4 – Módulo de reportes y 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.
- r. Cumplir con todas las condiciones establecidas en este documento y en el anexo técnico para la ejecución del proyecto tiendas virtuales 2.0.
- s. Generar reportes del proceso en función de los lineamientos definidos en la fase transversal de seguimiento y monitoreo del proyecto Tiendas Virtuales 2.0.
- t. Las demás establecidas en el anexo técnico, en el estudio previo, en el contrato y en la propuesta presentada.

12 INTERVENTORÍA DEL CONTRATO

La Interventoría será ejecutada por una persona natural o jurídica contratada para tal fin a través de la CONTRATANTE, lo cual será oportunamente informado al OPERADOR. El interventor desempeñara las funciones previstas en los Términos de Referencia, Estudios Previos, la Ley y el Contrato.



El Interventor 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 Interventor 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. **PATRIMONIO AUTÓNOMO FINDETER – FONTIC TIENDAS VIRTUALES, identificado con NIT 830.052-998-9.**
- 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 certificación 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 la misma 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 TIENDAS VIRTUALES** identificado con NIT 830.052.998-9 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 A TENER EN CUENTA

14.1 CONDICIONES RESOLUTORIAS

Si como resultado de la verificación de las condiciones de ejecución de los proyectos 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:

- Si la contratante tiene conocimiento que la adjudicación del contrato se obtuvo por medios fraudulentos o mediante engaño.
- 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 del proyecto 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:

- Mantener indemne a EL CONTRATANTE, a FINDETER a FUTIC 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 los mismos, acreedores, operadores, proveedores, suboperadores o terceros presenten reclamaciones judiciales o extrajudiciales contra EL CONTRATANTE o FINDETER O FUTIC, 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 FUTIC 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 FUTIC, 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 FUTIC.

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 ha 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 deberá presentar a LA INTERVENTORÍA para su aprobación un documento que contenga la siguiente información como mínimo:

- e. 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.
- f. 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.



- g. 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 al 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, entiéndase por riesgo en materia contractual, la probabilidad de ocurrencia de eventos aleatorios que afecten el desarrollo del mismo, 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 del proyecto, 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 del proyecto. 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 doce (12) 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.

En caso de que LOS OPERADORES no se presenten 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 del proyecto y de los demás aspectos relevantes. Lo anterior, sin perjuicio de las medidas que se estimen pertinentes frente a presuntos incumplimientos por parte de LOS OPERADORES.