SISTEMA INTEGRAL DE GESTION DE PROYECTOS

PRESENTACION DEL PROYECTO

Generalidades Entidad solicitante Acciones de Formación Plan operativo Descripciones Presupuesto
Resumen por rubros Presupuesto global total

GENERALIDADES

Ir al menú

Título	**CREDIBANCO S.A.**
Convocatoria	CONVOCATORIA DG 1-0001-2021 - INDIVIDUAL
Programa	Programa Formacion Continua Especializada
Tipo de financiación	COFINANCIACION
Duración en meses	6
Código CIIU	829 - Actividades de servicios de apoyo a las empresas n.c.p.
Lugar ejecución	..
Dirección electrónica	johana.leal@credibanco.com
Clasificación	NO APLICA
Beneficiarios Campesinos ó Trabajadores	NO

ENTIDAD SOLICITANTE

Información completa de la entidad aquí

Ir al menú

Información básica			
Entidad	**CREDIBANCO S.A.**		
Nit	860032909	Dígito de verificación	7
País	COLOMBIA	Ciudad	BOGOTA - DISTRITO CAPITAL
Dirección	Cra. 68 # 75A-50 (Metrópolis)		
Teléfono	327 8690	Fax	327 8690
Página web	https://www.credibanco.com/		
Dirección electrónica	johana.leal@credibanco.com		

Representante legal			
Nombre	Ricardo Tiberio Zambrano Ahumada		
Tipo de identificación	CEDULA DE CIUDADANIA	Número de identificación	79685208

Ciudad:_____ **Día:** _____ **Mes:** _____ **Año:** _____

_____

Firma del representante legal

Nombre: _____

Cargo: _____

Cédula: _____ **de** _____

ACCIONES DE FORMACIÓN (5)

Ir al menú

Título de las Acciones de Formación
Desarrollo de Habilidades del Equipo comercial CredibanCo
Innovación y Desarrollo de Negocios - Sector Financiero
Intraemprendimento en banca y empresas de servicios tecnológicos.
Transferencia
Transformacion Digital en Banca y Servicios

PLAN OPERATIVO DEL PROYECTO:

Ir al menú

Acciones de Formación1 de 5: Desarrollo de Habilidades del Equipo comercial CredibanCo

Tecnología medular	Duración Horas Grupo	Nº de Grupos	Valor de la propuesta				Número de Beneficiarios			Valor Hora Beneficiario
			Sena	Contrapartida Dinero	Contrapartida Especie	Total	Sena	Empresa	Total	
	24	2	8,411,520	9,582,080	0	17,993,600	0	40	40	18,743

Capacitadores:

Acciones de Formación2 de 5: Innovación y Desarrollo de Negocios - Sector Financiero

Tecnología medular	Duración Horas Grupo	Nº de Grupos	Valor de la propuesta				Número de Beneficiarios			Valor Hora Beneficiario
			Sena	Contrapartida Dinero	Contrapartida Especie	Total	Sena	Empresa	Total	
	2	1	337,000	404,400	0	741,400	0	200	200	1,854

Capacitadores:

Acciones de Formación3 de 5: Intraemprendimento en banca y empresas de servicios tecnológicos.

Tecnología medular	Duración Horas Grupo	Nº de Grupos	Valor de la propuesta				Número de Beneficiarios			Valor Hora Beneficiario
			Sena	Contrapartida Dinero	Contrapartida Especie	Total	Sena	Empresa	Total	
	12	1	2,022,000	2,426,400	0	4,448,400	0	20	20	18,535

Capacitadores:

Acciones de Formación4 de 5: Transferencia

Tecnología medular	Duración Horas Grupo	Nº de Grupos	Valor de la propuesta				Número de Beneficiarios			Valor Hora Beneficiario
			Sena	Contrapartida Dinero	Contrapartida Especie	Total	Sena	Empresa	Total	
	4	1	0	1,340,000	0	1,340,000	0	46	46	7,283

Capacitadores:

Acciones de Formación5 de 5: Transformacion Digital en Banca y Servicios

Tecnología medular	Duración Horas Grupo	Nº de Grupos	Valor de la propuesta				Número de Beneficiarios			Valor Hora Beneficiario
			Sena	Contrapartida Dinero	Contrapartida Especie	Total	Sena	Empresa	Total	
	120	1	50,225,000	62,525,000	0	112,750,000	0	41	41	22,917

Capacitadores:

Totales	Nº de Grupos	Valor de la propuesta				Número de Beneficiarios			Totales
		Sena	Contrapartida Dinero	Contrapartida Especie	Total	Sena	Empresa	Total	
	6	60995520	76277880	0	137273400	0	347	347	

DESCRIPCIONES (Total: 7)

Ir al menú

Descripción 1 de 7

1. DESCRIPCIÓN DEL PROPONENTE:

CredibanCo es una empresa colombiana vigilada por la Superintendencia Financiera que cuenta con 49 años de experiencia en la administración y desarrollo de sistemas de pago de bajo valor. Promovemos los pagos electrónicos en el país, a través de la estructuración de negocios que sustituyan el uso del dinero en efectivo, fomenten la formalización e inclusión financiera y optimicen los portafolios para el Sector Financiero, los comercios y el Gobierno.

El objeto social de CredibanCo: todas las actividades propias e inherentes a la actividad y proyección de una entidad administradora de sistemas de pago de bajo valor y, de manera principal, la administración, aceptación y/o procesamiento de las tarjetas o instrumentos de pago de los diferentes sistemas de marca, así como de sistemas de tarjeta e instrumentos de pago bancarios y no bancarios en general. CredibanCo hace parte del sector de servicios, específicamente servicios bancarios.

La historia de CredibanCo se remonta a 1958: Nace la primera tarjeta, denominada Bank Americard, que fue emitida por el Bank of America. 1969: Nace la primera tarjeta de crédito en Colombia, cuando el Banco de Bogotá inició negociaciones con el Bank of America. Esta asociación iniciaría operaciones formalmente en 1970. 1971: Con el fin de optimizar la administración y coordinar las funciones de tarjetas de crédito, se creó la asociación bancaria CredibanCo. 1976: CredibanCo adoptaría la denominación del nombre universal de la tarjeta de crédito, designándose en ese entonces como CredibanCo Visa para Colombia, organización que une esfuerzos con los cinco bancos más importantes del momento: Banco de Colombia, Banco de Bogotá, Banco Cafetero, Banco Ganadero y Bancoquia. Esta unión fortaleció la presencia de las tarjetas Visa en Colombia, y garantizó, de entrada, un gran respaldo para su tarjeta Visa Clásica, primer producto puesto en el mercado comercial nacional. 1984: hacen su aparición los primeros datáfonos en Colombia, dando nacimiento a la red de P.O.S. de CredibanCo. Estos causaron revolución por su innovación tecnológica, y estaban exclusivamente para uso con tarjetas Visa. Estos datáfonos simplemente autorizaban la transacción.

La empresa CredibanCo fue reconocida como una de las empresas más innovadoras de Latinoamérica en un estudio realizado por Visa y AMI en cuanto a pagos digitales. Los productos y servicios que ofrece, además de los de pagos con tarjetas y datafono (todo ellos dirigidos al mercado de comercios, personas y entidades), dispone de soluciones como AnalítiCo: Herramienta dinámica de consulta de información para tomar mejores decisiones; Suite de riesgos: Solución integral que permite identificar, prevenir y mitigar el fraude. CredibanCo App: Canal móvil para la atención de nuestros comercios 24 horas. Billeteras Digitales: para recibir pagos en el negocio con código QR de CredibanCo, entre otros como el desarrollaron aplicaciones de la nueva "suite" tecnológica, con nuevos modelos logísticos creados con Machine Learning y usando la robótica para aumentar la productividad de nuestros procesos que la posicionan como líder en Latinoamérica.

Para la organización es de gran importancia contar con los estándares de calidad definidos por la norma ISO 9001, la cual proporciona los lineamientos para gestionar de manera adecuada los procesos, procedimientos y formatos de la Compañía. En el presente año el ente certificador SGS le otorgó a CredibanCo la recertificación de la norma en su versión 2015: (2019-2022).

Descripción 2 de 7

Continuación... DESCRIPCIÓN DEL PROPONENTE:

Adicionalmente nos encontramos certificados en la norma ISO 27001 en Seguridad de la información Y PCI (pay card industry) que desde gestion humana prioriza aspectos de confiabilidad en las personas laboran al interior de la organización para que todas las operaciones sean seguras. Igualmente, desde el año pasado estamos trabajando con AEQUALES para seguir fortaleciendo los procesos de Equidad de Género en en políticas y acciones que fortalezcan la diversidad en CredibanCo.

De acuerdo con los datos e información suministrada por CredibanCo a diferentes medios, durante la última semana del décimo mes del 2020 se registraron más de 8 millones de movimientos, resaltó CredibanCo. Después de la reapertura de los comercios, entre septiembre y octubre de 2020, se registró un aumento en el número de transacciones presenciales. El nivel de transacciones registrado durante ese periodo llevó a que esa semana se convirtiera en la segunda con más movimientos desde el inicio de la emergencia sanitaria y económica desatada por el covid-19. Sin embargo, aún está 7% por debajo de lo alcanzado en 2019. Se evidencia que el consumo de los colombianos se ha dinamizado y los indicadores del mercado se aproximan cada vez más a los que teníamos antes de la coyuntura del covid-19. Una tendencia que obedece al aumento en la confianza del consumidor y esta, a su vez, gracias a la articulación entre Gobierno, gremios y comercios, especialmente MiPyme. Así mimo, al interior de la organización se vienen aplicando los protocolos de seguridad exigidos por el gobierno nacional y promoviendo en trabajo en casa para disminuir los riesgos frente a la pandemia.

Para CredibanCo, la Responsabilidad Social es una filosofía y un compromiso de gestión empresarial que busca la generación de valor compartido (económico, social y ambiental) con sus grupos de interés, a través de la ejecución del plan estratégico en el negocio de instrumentos de pago e intercambios electrónicos, buscando hacer contribuciones positivas y diferenciadas.

Una de las iniciativas desarrolladas en favor de las diferentes regiones y del país en general, invita a distintos actores a consolidar y ofrecer beneficios a todos los comercios, mediante la iniciativa YoMeQuedoEnMiNegocio; a este proyecto se unieron la Presidencia de la República, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Colombia Productiva, iNNpulsa Colombia, Artesanías de Colombia, Visa, Fenalco, la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, la Cámara de Comercio de Bogotá, entre otros aliados. Uno de los principales objetivos es impulsar las ventas por internet y los domicilios como alternativa para generar ingresos y que los negocios no se detengan. En esa medida, CredibanCo ofrece soluciones de pago electrónicas rápidas, prácticas y seguras en su implementación, entre ellas: Link de Pagos, Botón de Pagos, Tienda Virtual, terminales inalámbricos y la nueva generación de datáfonos, como Pago Móvil. Gracias a los aportes económicos de CredibanCo y el Gobierno Nacional , #YoMeQuedoEnMiNegocio cuenta con una oferta de productos y herramientas habilitadoras de e-commerce y domilicios, la cual acerca la posibilidad de reactivarse a los comercios colombianos. En: Diario La República martes, 23 de febrero de 2021.

A manera de prospectiva de acuerdo con el Informe de Gestión CredibanCo 2019, teniendo en cuenta los resultados financieros y las mejoras en productividad, la compañía se está preparando para expandirse en materia tecnológica yendo de la mano con la transformación digital. Las innovaciones deben orientarse a simplificar la ejecución de transacciones promoviendo nuevas tecnologías como biometría, códigos QR, contactless, con ello promover el acceso a esquemas como peajes electrónicos y transferencias entre personas.

Descripción 3 de 7

2. METODOLOGÍA PARA LA DEFINICIÓN DE NECESIDADES DE FORMACIÓN:

Para la definición de necesidades de formación se analizaron las variables externas e internas de los cambios que se vienen generando en la industria de pagos electrónicos, los cuales se enfocan en la llegada de nuevas tecnologías, procesos de innovación, cambios culturales, digitalización y diseño de productos centrados en el cliente; así mismo, se tuvieron en cuenta factores de eficacia, eficiencia y efectividad en el desempeño de las funciones de los empleados, frente a los objetivos tanto corporativos como personales de los trabajadores, lo cual se midió a través de los resultados obtenidos en el año 2020 de indicadores de gestión y evaluación del desempeño, evaluaciones 360°, encuestas de clima y necesidades de transformación a través de la gestión de los proyectos que adelanta la organización.

1.Información Cuantitativa.

-Evaluación de Liderazgo 360° - 2020: Se aplicó una medición de habilidades, gestión y potencial a través de una metodología 360° aplicada a 236 colaboradores con roles definidos como Coordinadores, Jefes, Directivos y Gerentes. A través de este insumo se identificaron las brechas para fortalecer los niveles de competencia de las personas y hacerlos más efectivos en sus roles.

-Encuesta de Clima - 2020: Se aplicó una medición de ambiente laboral a todos los colaboradores, esta encuesta se realizó con el Instituto Great Place To Work y los resultados nos permitieron identificar las brechas y oportunidades de mejora para todas las áreas de la organización desde un visor integral y alineado a las características de CredibanCo.

2. Información Cualitativa

Configuración de los equipos ágiles en el año 2020 para la gestión de proyectos, con esta configuración se busca tener equipos de trabajo interdisciplinarios enmarcados en la gestión de trabajo colaborativo, inteligencia colectiva y

uso de marcos de trabajo ágil que permitan a CredibanCo redefinir con mayor oportunidad la manera como se crean y entregan las propuestas de valor al cliente y mercado objetivo. Lo anterior le permitirá a CredibanCo competir y ganar en una industria que se caracteriza por la evolución disruptiva y/o transformación continua por la tecnología.

Para el 2020 se tomaron decisiones fundamentales sobre modernización y transformación cultural, las cuales ya están siendo incorporadas. Estas iniciativas se han agrupado en 7 frentes de trabajo de gran envergadura, iniciando por la configuración de los equipos ágiles, seguidos por la transformación tecnológica, renovación de sedes, el modelo de operaciones, el modelo comercial, la definición de nuevos canales, y el modelo de generación de valor, donde el factor humano se determinó como el eje transversal de la gestión. Resultado de lo anterior se determinó que las prioridades de formación del talento humano se priorizarían así:

1. Transformación digital
2. Innovación y Desarrollo de Negocios
3. Tecnología
4. Escuela Comercial
5. Desarrollo de nuevos negocios y/o productos
6. Gestión y desarrollo del talento.

Con lo anterior, se busca que a través del proyecto de formación planteado se atiendan las necesidades de formación especializada al 33.08% de los trabajadores a nivel nacional, es decir a un total de 301 empleados sobre el total de 910.

Descripción 4 de 7

Continuación... METODOLOGÍA PARA LA DEFINICIÓN DE NECESIDADES DE FORMACIÓN:

na

Descripción 5 de 7

3. OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO:

Fortalecer las competencias laborales del talento humano de "CREDIBANDO" mediante la formación en temáticas específicas identificadas por su alineación con el plan estratégico de transformación de la empresa, que conduzcan al cierre de brechas tecnológicas, de calidad y a un mejor desempeño del talento humano de los diferentes niveles ocupacionales.

Descripción 6 de 7

4. INDICADORES DE IMPACTO DEL PROYECTO:

1.Mejoramiento en la empleabilidad: Mide cómo se mejoran las condiciones económicas de los trabajadores beneficiarios del Programa de Formación Continua Especializada

=No. de trabajadores beneficiarios con incremento salarial después de recibir la formación / Número total de trabajadores beneficiarios del proyecto

= 15 / 301
= 5 %

2. Retención de los trabajadores: Mide la retención de los trabajadores beneficiarios del Programa de Formación Continua Especializada

=No. de trabajadores beneficiarios que continúan en sus empresas luego de recibir la formación / Número total de trabajadores beneficiarios del proyecto

= 290 / 301
= 96 %

3. Movilidad laboral: Mide la movilidad de los trabajadores beneficiarios del Programa de Formación Continua Especializada

=No. de trabajadores beneficiarios que cambian sus condiciones laborales de manera horizontal o vertical, luego de recibir la formación / Número total de trabajadores beneficiarios del proyecto

= 20 / 301
= 6,64 %

4. Empresas beneficiarias: Mide las empresas beneficiarias del Programa de Formación Continua Especializada.
= No. de empresas beneficiarias del Programa de Formación Continua Especializada

1 CredibanCo.

La fuente de verificación para los cuatro indicadores lo realizará el departamento de recursos humanos a través de la Coordinación de Aprendizaje y Desarrollo de CredibanCo.

En cuanto a la metodología de recolección y verificación de la información requerida para validar los indicadores de impacto, se programa la definición de una muestra estadísticamente representativa para los trabajadores beneficiarios de cada acción de formación con base en encuestas posteriores a la formación, con lo cual se obtienen resultados en cuanto a los indicadores antes mencionados.

Descripción 7 de 7

5. ESTRATEGIA DE DIVULGACIÓN:

CredibanCo cuenta con plataformas de divulgación de las actividades del proyecto como página web, correos electrónicos, intranet y redes sociales internas como Yammer que permitirán a nuestros colaboradores y a nuestros clientes conocer las actividades que se realizarían en el marco de un posible convenio de formación.

Así mismo, el proyecto cuenta con el apoyo decidido de las directivas de la compañía, por lo que en las actividades de la empresa se informarán de los logros y la estrategia de fortalecimiento del talento humano de la organización, en el cual el proyecto SENA es parte fundamental.

Las acciones que se programan para comunicar de una manera efectiva el avance en la ejecución y los resultados de la formación son entre otras: Intranet, correo electrónico y/o redes sociales internas, para informar inicio de programa de capacitación SENA

Correo electrónico oficial de la empresa para convocatoria e información de los eventos de formación.

Redes sociales internas, campaña de expectativa para motivar participación decidida a los eventos de formación.

Redes sociales internas y/o intranet, para informar el avance del proyecto y las actividades realizadas en periodos de tiempo.

Eventos de la compañía para informar avances y logros alcanzados, si es posible entrega de certificados a participantes.

Contacto responsable área de comunicaciones es:
Daniela Alejandra Rentería Ledezma:
Tel: 3133815617 Correo: daniela.renteria@credibanco.com

PRESUPUESTO (Total: 10)

Ir al menú

Acción de Formación	Número de horas	Rubro	Actividad	Descripción	Financiado	%	Contrapartida Especie - %		Contrapartida Dinero - %		Total
Acc de Formac18	4	R01.1.4 Honor. Cap. Nal. Maestria Exp 3 años		Profesional con título de maestría y experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años.	0	0	0	0	1,340,000	100	1,340,000
Acc de Formac17	48	R01.1.4 Honor. Cap. Nal. Maestria Exp 3 años		Profesional con título de maestría y experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años.	8,411,520	52	0	0	7,764,480	48	16,176,000
Acc de Formac16	2	R01.1.4 Honor. Cap. Nal. Maestria Exp 3 años		Profesional con título de maestría y experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años.	337,000	50	0	0	337,000	50	674,000
Acc de Formac15	12	R01.1.4 Honor. Cap. Nal. Maestria Exp 3 años		Profesional con título de maestría y experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años.	2,022,000	50	0	0	2,022,000	50	4,044,000
Acc de Formac17		R08 Gastos de Operación del Proyecto		Gastos de operación del proyecto	0	0	0	0	1,617,600	100	1,617,600
					60,995,520	44.4	0	0.0	76,277,880	55.6	137,273,400

Acción de Formación	Número de horas	Rubro	Actividad	Descripción	Financiado	%	Contrapartida Especie - %		Contrapartida Dinero - %		Total
Acc de Formac16		R08 Gastos de Operación del Proyecto		Gastos d operación del proyecto	0	0	0	0	67,400	100	67,400
Acc de Formac15		R08 Gastos de Operación del Proyecto		Gastos de administración y operación	0	0	0	0	404,400	100	404,400
Acc de Formac14		R08 Gastos de Operación del Proyecto		Gastos de operación del proyecto	0	0	0	0	10,250,000	100	10,250,000
Acc de Formac14		R09.4 Formación Virtual Diplomado 120 Horas		Diplomado virtual 120 horas	50,225,000	49	0	0	52,275,000	51	102,500,000
Acc de Formac17		R10.2 Garantías		Garantías (póliza)	0	0	0	0	200,000	100	200,000
					60,995,520	44.4	0	0.0	76,277,880	55.6	137,273,400

Ciudad:_____ **Día:** _____ **Mes:** _____ **Año:** _____

_____

Firma del representante legal

RESUMEN POR RUBROS (Total: 4)

Ir al menú

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R01.1.4 Honor. Cap. Nal. Maestria Exp 3 años	10770520	48,44%	0	0%	11,463,480	51,56%	22,234,000
R08 Gastos de Operación del Proyecto	0	0%	0	0%	12,339,400	100%	12,339,400
R09.4 Formación Virtual Diplomado 120 Horas	50225000	49%	0	0%	52,275,000	51%	102,500,000
R10.2 Garantías	0	0%	0	0%	200,000	100%	200,000
Totales	60,995,520	44.43	0	0.00	76,277,880	55.57	137,273,400

PRESUPUESTO GLOBAL TOTAL (Total: 5 entidades)

Ir al menú

Entidad	Financiado	Contrapartida Especie	Contrapartida Dinero	Total
CREDIBANCO S.A.	50,225,000	0	62,525,000	112,750,000
CREDIBANCO S.A.	2,022,000	0	2,426,400	4,448,400
CREDIBANCO S.A.	337,000	0	404,400	741,400
CREDIBANCO S.A.	8,411,520	0	9,582,080	17,993,600
CREDIBANCO S.A.	0	0	1,340,000	1,340,000
Totales	60,995,520	0	76,277,880	137,273,400

ACCIÓN DE FORMACIÓN 1 DE 5

Desarrollo de Habilidades del Equipo comercial CredibanCo

Generalidades de la Acción de Formación Desarrollo de Habilidades del Equipo comercial CredibanCo

Acción de Formación

Norma de competencia	Elaborar el plan general de producci¿n, seg¿n plan de ventas, niveles de inventario y capacidad de producci¿n.
Número de beneficiarios	40
Beneficiarios empresa	40
Beneficiarios SENA	0
Perfíl beneficiarios	Profesionales del equipo comercial, nivel táctico de la empresa
Número de grupos	2
Número de días x grupo	6

Horas de la Acción de Formación

Horas teóricas presenciales por grupo	10	**Horas prácticas presenciales por grupo**	14	**Total horas presenciales por grupo**	24
Horas teóricas virtuales por grupo	0	**Horas prácticas virtuales por grupo**	0	**Total horas virtuales por grupo**	0
Horas teóricas combinadas por grupo	0	**Horas prácticas combinadas por grupo**	0	**Total horas combinadas por grupo**	0
				Total de horas grupo	24
				Total de horas acción	48

Entidades de la Acción de Formación Desarrollo de Habilidades del Equipo comercial CredibanCo (Total: 1)

Acción de Formación

Nombre de la entidad	Papel
CREDIBANCO S.A.	PROPONENTE

Descripciones de la Acción de Formación Desarrollo de Habilidades del Equipo comercial CredibanCo (Total: 22)

Acción de Formación

Descripción 1 de 22

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

Datos cuantitativos y cualitativos de la formación requerida:
De acuerdo con proyecciones económicas para 2020 y 2021 la Cepal para Colombia se espera un crecimiento del PIB de 5% en 2021, por encima del promedio estimado para América Latina de 3,7%. Sin embargo, en ambos casos se trataría de un rebote estadístico más que de una verdadera recuperación.

De acuerdo con cifras de AnalítiCo, plataforma de análisis de datos de CredibanCo, antes de la crisis en esa categoría realizaban 1 millón de transacciones a la semana, pero con ocasión de la pandemia de la Covid 19 el número bajó en promedio a 80 mil transacciones por semana, es decir, hubo una disminución del 81% en ventas de abril a agosto del 2020, con relación al mismo periodo de 2019. Con la reapertura, ha habido un crecimiento en ventas, comparado con el panorama de agosto: +45% en la primera semana de septiembre, +58% en la segunda y casi un +100% en la tercera.

Las consecuencias financieras, COVID-19 está remodelando la industria bancaria global en varias dimensiones, marcando el comienzo de un nuevo panorama competitivo, asfixiando el crecimiento en algunas áreas de productos tradicionales, provocando una nueva ola de innovación, reformulando el papel de las sucursales, y, por supuesto, acelerar la digitalización en casi todas las esferas de la banca y los mercados de capitales.

En este contexto se presenta la acción de formación en formato taller - bootcamp, para fortalecer las competencias del equipo comercial, a la vez se analicen las implicaciones de los cambios que se surten a nivel de consumidor, las nuevas tendencias en pagos y oportunidades que se vislumbran desde el departamento comercial; también con el propósito de definir estrategias y e identificar habilidades que se necesitan fortalecer en el equipo comercial para conseguir los resultados que necesita la empresa.

Descripción 2 de 22

Continuación... DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

Problema o Necesidad:
El arte de las ventas está en poder describir previamente las características del cliente, tanto estadísticas de compra, es decir su historia en la compañía, como: capacidad económica, perfiles geo, demo y psicográfico. La necesidad de la formación se orienta hacia el conocimiento de las nuevas tendencias de compra y los desarrollos de la compañía; frente a ello, las estrategias y las posibles soluciones a las contingencias, fundamental para la compañía y sus metas.

Causas: La actual coyuntura ha causado cambios en la sociedad y con ello en el consumo y métodos de pago; las causas que generan la actual formación son: cambios en los hábitos del consumidor y de sus sistemas de pago, permanencia de prácticas y estrategias de venta tradicionales, falta de formación sobre las tendencias actuales y portafolio de productos con estrategias diferenciadas.

Efectos: Los efectos que se pueden visualizar se refieren a una posible desconexión entre la estrategia de ventas y los nuevos hábitos de consumo de los colombianos; junto con ello la promoción de productos y servicios sin mayor orientación al mercado y a clientes, con lo cual se produce una baja en ventas y en los resultados de la compañía.

Enfoque de la acción de formación hacia desarrollo productivo y/o competitividad
Existe un claro enfoque de la acción de formación hacia la productividad y la competitividad, ya que CredibanCo está inmersa en sector muy competido y con jugadores de talla mundial, por lo cual es preciso mantenerse a la vanguardia, para ello las habilidades comerciales deben ser fortalecidas en el equipo comercial, con lo cual es le aporta de forma significativa a un mejor desempeño productivo y competitivo de la empresa.

Indica que la acción de formación planteada es especializada y justifica el porqué.
La orientación del seminario es hacia el fortalecimiento de las habilidades del equipo comercial; debido a la especificidad y la tecnología que tiene los productos y servicios de la oferta CredibanCo es necesario también que la formación sea especializada y guarde concordancia con el sector y la coyuntura actual que vive la empresa. De la misma forma, se tiene en cuenta la cultura de compañía en cuanto a prácticas comerciales que la han llevado a ser líder en los servicios de administración y desarrollo de sistemas de pago de bajo valor en Colombia.

Orientación Industrias 4.0
La acción de formación se orienta a la aplicación de la cuarta revolución industrial, específicamente hacia la promoción productos y servicios que aplican tecnologías digitales y adopción de TIC, en las que la empresa ha realizado inversión, en donde se identifica claramente un gran potencial de crecimiento en los actuales y nuevos negocios.

Descripción 3 de 22

Continuación... DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

Vocaciones Productivas Regionales y/o Focos Temáticos de Desarrollo Regional en Ciencia, Tecnología e Innovación
Dentro de los focos temáticos de desarrollo regional en ciencia, tecnología e innovación de varios departamentos entre ellos Atlántico, Caldas, Chocó y Cauca, se identifican las Tic; así mismo, Actividades de desarrollo se sistemas informáticos (planificación, análisis, programación, pruebas) en las vocaciones productivas (Anexo_19_Documento_De_Consulta_Tematicas).

La transformación digital es un propósito en el que el gobierno nacional pone la mayor atención, para ello se ha creado dentro del Minctic el viceministerio de Transformación Digital, el cual surge a raíz de la importancia y crecimiento de los procesos de comunicación a través de la tecnología para lograr su especialización de acuerdo a los avances generados por el Estado en materias de Tecnologías de la Información y continuar con las gestiones desarrolladas por el viceministerio general.

Descripción 4 de 22

2. OBJETIVOS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN:

El objetivo principal del taller- bootcamp es que la fuerza de ventas de CredibanCo pueda formular soluciones y propuestas, partiendo del análisis de las dificultades que presenta el área comercial para conseguir los resultados que en materia de productividad exige la empresa.

Asi mismo:
Identificar nuevos productos y estrategias que pueden integrar las tecnologías y los servicios que ofrece CredibanCo al mercado bancario.

Fortalecer las habilidades comerciales, la apropiación de los conceptos y promover su aplicación en el nivel táctico asociado al departamento comercial de la empresa.

Descripción 5 de 22

3. POBLACIÓN BENEFICIARIA DE LAS ACCIONES DE FORMACIÓN:

Profesionales del equipo comercial: se enfocan en garantizar el cumplimiento de las metas y los indicadores, buscando la rentabilidad de los clientes a través del entendimiento de las necesidades de los comercios y enfocados en la venta de nuevos productos, ganando participación del mercado y posicionando las cadenas asignadas, buscando una integralidad y mayor aprovechamiento del portafolio con la consecución de clientes nuevos.

Área funcional a la cual pertenecen,
Profesionales del equipo comercial - Ejecutivos Comerciales, Representantes Comerciales y/o Promotores Transaccionales

Nivel ocupacional (alta dirección, nivel medio o nivel operativo),
Nivel táctico o nivel medio de la compañía

Funciones o tareas que desempeñan,
El equipo comercial se encuentra asignado en la Vicepresidencia de Desarrollo de Negocios, la cual se encarga de mantener los negocios actuales y desarrollar nuevos en línea con el plan estratégico de la organización para garantizar la rentabilidad del negocio.

Tipo de vinculación laboral: Contrato laboral fijo a término indefinido

Nivel de escolaridad,
Bachiller, técnico, tecnólogo y/o profesional de carreras administrativas, financieras y/o Ingenierías.

Acceso a las TIC's, y/o
100% de los beneficiarios de la formación tienen acceso a TIC's, conexión a internet y equipos para la formación.

Indica la relación entre el perfil de beneficiarios descrito y el objetivo de la formación

El departamento comercial de la compañía es el encargado de llevar el dinero a la empresa, es el encargado de generar, desarrollar y mantener relaciones comerciales rentables a largo plazo con los clientes para dar sostenibilidad y crecimiento a la empresa. Así mismo, del buen desempeño de la fuerza comercial o de cada vendedor dependen comisiones y demás beneficios que se convierten en un importante recurso o fuente de ingresos del asesor comercial, por tal razón contribuir a la búsqueda de soluciones en materia comercial y a la vez fortalecer su habilidad se convierten en una condición necesaria para estar actualizados y motivados frente a los retos de los nuevos tiempos y también atentos a las nuevas oportunidades.

Descripción 6 de 22

4. CLASIFICACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN POR SECTOR Y SUBSECTOR:

Sector: Servicios
Subsector: Servicios bancarios - TICs

Descripción 7 de 22

5. EVENTO DE FORMACIÓN:

Taller 24 horas, Bootcamp.

Descripción 8 de 22

6. MODALIDAD DE FORMACIÓN:

PAT 100%

Descripción 9 de 22

7. UNIDADES TEMÁTICAS:

Unidad temática 1.
Nombre: Los Cambios en la Cultura del cliente en ésta época.
Horas: 4

Competencia que se desarrolla:
1. Entender los cambios de los consumidores debido a la situación actual.
2.Descubrir los cambios en los hábitos del consumidor debido a la situación actual.
3. Generar soluciones desde mis productos para hacerle frente al cambio de los hábitos del consumidor.
4 Desarrollar estructura de pensamiento lateral enfocada al cliente actual.

Contenidos:
1. Primera tarea de auto evaluación de habilidades; Autodiagnóstico Caso de venta del bolígrafo, primera filmación.
2. Cambios en los hábitos del consumidor debido a la situación actual, efecto pandemia.
3. El pensamiento Lateral o de derecha a izquierda, como soluciona los cambios de hábitos del consumidor.
4. Hábitos de compra a nivel mundial por efecto Pandemia. Videos de la situación actual post Pandemia, discusión en grupo y análisis de casos con estadísticas.

Unidad temática 2.
Nombre: El Ser como Vendedor.
Horas: 4
Competencia que se desarrolla:
1. Descubrir la importancia de la actitud para triunfar en ventas actualmente.
2. Interiorizar el objetivo del vendedor como profesional.
3. Entender las competencias claves del vendedor de hoy.
4. Conocer sus propios talentos como vendedor en la actualidad.

Contenidos:
1. Taller del cargo del Vendedor actual de Credibanco.
2. Test de la actitud SI puedo.
3. Las competencias del vendedor actual post pandemia.
4. Taller personal, rompiendo los miedos como vendedor profesional.
5. Discusión grupal; El vendedor Nace o se hace.

Unidad temática 3.
Nombre: El saber hacer, el conocimiento del producto, la tecnología y la competencia.
Horas: 4
Competencia que se desarrolla:
1. Conocer el producto 360 grados.
2. Descubrir las fortalezas y debilidades de la competencia.
3. Encontrar propuestas de valor que justifiquen la tecnología propia.
4. Generar argumentos de ventas en tiempos difíciles.

Contenidos:
1. Taller Product Profile Conociendo mi producto 360 grados.
2. Dinámica grupal, evaluando la competencia
3. Wiki conociendo la tecnología desde el punto de vista actual.

Unidad temática 4.
Nombre: El Poder Hacer. Herramientas actuales de Ventas.
Horas: 4
Competencia que se desarrolla:
1. Encontrar el factor crítico de compra del cliente actual post pandemia.
2. Descubrir los motivos de compra y no compra de mis clientes en ésta época.
3. Preparar argumentos a las resistencias.
4. Romper el paradigma de las mal llamadas objeciones.

Contenidos:
1. Taller de Herramienta de ventas FCC, Factor Crítico de Compra con clientes propios.
2. Taller de Herraienta de ventas CEBEN, Caracteristíca, Benefficio, Necesidad. Con portafolio propio.
3. Taller de Herramienta de ventas PAR Preparando Argumentos a las Resisitencias con casos de la vida real.
4. Generando propuestas de Valor con mis productos y tecnologiía.

Unidad temática 5.
Nombre: La Entrevista de Ventas
Horas: 3:30
Competencia que se desarrolla:
1. Descubrir el método para una entrevista de ventas impactante en la actualidad.
2. Desarrollar habilidad para preparar una entrevista actual.
3. Encontrar múltiples formas de conocer las necesidades del cliente actual para comprometerlo.

Contenidos:
1. La preparación de la entrevista.
2. cómo conocer las necesidades actuales de mi cliente.

3. Cómo presentar la propuesta de valor a su cliente actual.
4. la importancia de responder las dudas e inquietudes que tienen los clientes (no objeciones) 5. Cómo comprometer al cliente con el uso de mi producto 6. El seguimiento a los compromisos. Taller de construcción colectiva

Descripción 10 de 22

Continuación... UNIDADES TEMÁTICAS:

Unidad temática 6.
Nombre: Role Play con productos y clientes Propios .
Horas: 3
Competencia que se desarrolla: 1. Practicar las habilidades descritas con productos y clientes propios. 2. Evaluar su propio desarrollo de la habilidad de ventas mediante análisis de su video. 3. Generar su propio Plan de acción para cerrar el GAP de habilidades. 4. Comparar el vidideo diagnóstico inicial con el video de salida para generar aprendizajes.
Contenidos: Role Play con productos y clienes propios, mediante un proceso de preparación con las herrameintas de ventas practicadas y la guia de entrevista se preparará una visita real, la cual será filmada, analizada y comparada con la primera filmación para generar su propio plan de mejoramiento.

Unidad temática 7. Competencia transversal
Nombre: Ética
Horas: 1:30
Competencia que se desarrolla:
- Identificar los dilemas ético-prácticos más comunes en el ejercicio de la tarea comercial.
- Reconocer conceptos ético-prácticos aplicables al ejercicio profesional del Comercial.
Contenidos:
- Dilemas ético-prácticos.
- Conceptos ético-prácticos aplicables al ejercicio profesional de la labor comercial.

Descripción 11 de 22

8. METODOLOGÍA:

En esta acción de formación metodología bootcamp cumpliremos con el modelo de formación sugerido por la convocatoria de formación especializada y se ejecutará durante 6 días, en sesiones de cuatro (4) horas por cada día.

La formación tiene en formato PAT, y un total de 24 horas en donde se realizarán actividades teórico (40%) y práctica (60%).
Las actividades se desarrollarán de forma Grupal, por equipos de trabajo y de forma individual con productos y clientes propios de Credibanco.

Cada una de las Unidades temáticas serán desarrolladas bajo el Modelo de aprendizaje sugerido en los términos de referencia, así:

1.Desarrollo de agenda académica: se desarrolla la agenda académica mediante la presentación del capacitador mediante el formato PAT, con lo cual se logra una interacción con los participantes y el experto con preguntas en tiempo real y mediante chat.

2.Conversatorios: se realiza un conversatorio para cada una de las unidades temáticas del Bootcamp, se busca motivar la participación mediante actividades pedagógicas, se puede trabajar casos en esta sección de la formación. Se orienta al auditorio hacia el reconocimiento de la situación y a identificar los mejores caminos para superarlos.

3. Actividades de bienestar y reflexión: diariamente se realizarán actividades de bienestar a través dinámicas de grupo y talleres de reflexión generando participación, motivación, bienestar y reflexión en el desarrollo de la agenda académica.

4. Presentación de las soluciones: frente a las unidades temáticas desarrolladas, se realizan plenarias para el intercambio de saberes y percepciones, se presentan soluciones no problemas, se escucha a los diferentes participantes organizados por equipos de trabajo, las sustentaciones de estas alternativas deben cubrir las problemáticas planteadas y deben reflejar la aplicación de los conocimientos adquiridos.

5. Conclusiones y cierre: se organizarán Equipos de trabajos para la entrega de conclusiones una vez discutidas se determinarán y presentarán conclusiones generales del grupo.

El moderador debe llegar con los participantes a consensos sobre la importancia soluciones que conduzcan a estratégicas que en materia comercial pueda aplicar la compañía, a la luz de la actual coyuntura y de los cambios en los clientes, los retos y oportunidades en concordancia con su nivel de importancia y a las prioridades establecidas por el grupo.

La actividad tendrá criterios de ambiente analítico, creativo, participativo, deductivo, crítico y formador, llevando al palpitante a identificar las situaciones que le afectan para cumplir sus metas y a revisar cómo hacer mejor su labor, así

como a descubrir y replantear sus objetivos, sueños con base en sus talentos y logros.

Actividades de aprendizaje:
- Actividades de aprendizaje evaluativas: son las tareas obligatorias a desarrollar, en ciertos módulos se plantea una actividad evaluativa que articula conceptualmente lo visto en cada unidad temática, esta actividad es evaluable y tiene un peso evaluativo sobre el porcentaje final de aprobación del diplomado.
- Actividades de aprendizaje formativas: son las tareas optativas a desarrollar, aparecen en determinados módulos y buscan reforzar algunos temas y el logro de los objetivos de aprendizaje propuestos. Estas actividades no son evaluables, son de repaso y fortalecimiento de competencias.
- Trabajo central: mientras está cursando el diplomado, en grupo o individual, debe realizar un producto que materializa y evidencia los aprendizajes desarrollados en cada uno de los módulos de formación, este producto se presenta como cierre del diplomado y es la actividad con mayor peso evaluativo sobre el porcentaje final de aprobación de este.

Descripción 12 de 22

Continuación... METODOLOGÍA:

Estrategia didáctica, para ello se contará con varias estratégias dentro de las cuales tenemos:
1.El Aprendizaje colaborativo: a partir de la identificación de los problemas esta estrategia didáctica, busca conocer el concepto y la opinión de pares multidisciplinares que ayudan a enriquecer el proceso y generar un conocimiento más amplio enriquecido con otros puntos de vista, pero también permite priorizar la lista de problemas a resolver para organizar el proceso de solución de los mismos.

2.Técnicas de trabajo colaborativo. En esta estrategia la comunicación del grupo busca hacer una construcción de conocimiento de forma colectiva. Los resultados serán siempre compartidos por el grupo, donde es fundamental la participación activa de todos los miembros de forma cooperativa y abierta hacia el intercambio de ideas del grupo. Se usan técnicas como luvia de ideas o rueda de ideas.
En la ejecución el Experto Facilitador da las instrucciones y la estructura de la actividad y realizará el seguimiento y la valoración

3. Estudios de casos: es una técnica que permite a partir de una lectura de una situación hacer la evaluación del caso de estudio. Del cual se debe definir cual es el problema, los criterios para tomar las decisiones y definir un plan de acción, se puede ejecutar individualmente o en equipo.

4. Valoración de decisiones: realizar un análisis previo o posterior a una decisión según sea el caso, con el fin de determinar aspectos positivos y negativos, consecuencias de las propuestas de plan de acción.

5.Debate y foro: es básicamente una discusión abierta de carácter formal; se cuenta con un moderador que puede ser el docente

6. Juegos de roles: esta técnica tiene como ventaja un proceso de conocimiento y análisis de un determinado tema o rol personal que permite generar un el espacio en donde el participante expone su trabajo.

7. Debate y foro: es básicamente una discusión abierta de carácter formal; se cuent
a con un moderador que puede ser el docente.

A continuación, se presentan las actividades y estrategia metodológica para cada Unidad temática (UT) de acuerdo con lo antes expuesto:

UT 1: Actividades de aprendizaje formativa: Foro - Estrategia didáctica: Aprendizaje colaborativo
UT 2 Actividades de aprendizaje evaluativa: Análisis - Estrategia didáctica: Autoaprendizaje - Aprendizaje colaborativo - Juegos de roles
UT 3 Actividades de aprendizaje evaluativa: Análisis - Estrategia didáctica: Aprendizaje colaborativo - Valoración de decisiones -Juegos de roles
UT 4 Actividades de aprendizaje evaluativa: Análisis - Estrategia didáctica: Aprendizaje colaborativo - Debate y foro

---

Descripción 13 de 22

9. MATERIAL DE FORMACIÓN:

Memorias del experto, archivo en PDF. - Video de las sesiones de Teams en la sala virtual asignada para el Seminario. Se tendrá el documento que guarda correspondencia con la unidad temática: Habilidades comerciales que será compartido por correo electrónico o colgado en página web.
El contenido guarda concordancia con las unidades temáticas:
Unidad temática 1.
Nombre: Los Cambios en la Cultura del cliente en ésta época.
Contenidos:
1. Primera tarea de auto evaluación de habilidades; Autodiagnóstico Caso de venta del bolígrafo, primera filmación.
2. Cambios en los hábitos del consumidor debido a la situación actual, efecto pandemia.
3. El pensamiento Lateral o de derecha a izquierda, como soluciona los cambios de hábitos del consumidor.

4. Hábitos de compra a nivel mundial por efecto Pandemia. Videos de la situación actual post Pandemia, discusión en grupo y análisis de casos con estadísticas.

Unidad temática 2.
Nombre: El Ser como Vendedor.
Contenidos:
1. Taller del cargo del Vendedor actual de Credibanco.
2. Test de la actitud SI puedo.
3. Las competencias del vendedor actual post pandemia.
4. Taller personal, rompiendo los miedos como vendedor profesional.
5. Discusión grupal; El vendedor Nace o se hace.

Unidad temática 3.
Nombre: El saber hacer, el conocimiento del producto, la tecnología y la competencia.
Contenidos:
1. Taller Product Profile Conociendo mi producto 360 grados.
2. Dinámica grupal, evaluando la competencia
3. Wiki conociendo la tecnología desde el punto de vista actual.

Unidad temática 4.
Contenidos:
1. Taller de Herramienta de ventas FCC, Factor Crítico de Compra con clientes propios.
2. Taller de Herraienta de ventas CEBEN, Caracteristíca, Benefficio, Necesidad. Con portafolio propio.
3. Taller de Herramienta de ventas PAR Preparando Argumentos a las Resisitencias con casos de la vida real.
4. Generando propuestas de Valor con mis productos y tecnologiía.

Unidad temática 5.
Contenidos:
1. La preparación de la entrevista.
2. cómo conocer las necesidades actuales de mi cliente.
3. Cómo presentar la propuesta de valor a su cliente actual.
4. la importancia de responder las dudas e inquietudes que tienen los clientes (no objeciones)
5. Cómo comprometer al cliente con el uso de mi producto
6. El seguimiento a los compromisos. Taller de construcción colectiva

Unidad temática 6.
Nombre: Role Paly con productos y clientes Propios .

Unidad temática 7.
Nombre: Ética
Contenidos:
- Dilemas ético-prácticos. - Conceptos ético-prácticos aplicables al ejercicio profesional de la labor comercial.

Descripción 14 de 22

10. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS:

1. Auto evaluación inicial de estado de habilidades de ventas (conducta de entrada).
2. Fortalecimiento de la actitud para fortalecer el ser como vendedor profesional.
3. Entender mi producto desde un punto de vista 360 grados.
4. Manejar al cliente de forma integral entendiendo sus gustos actuales.
5. Poner en práctica el pensamiento lateral para el manejo del cliente.
6. Romper los paradigmas de las objeciones y el cierre.
7. Generar fluidez en la entrevista de ventas perdiendo miedos.

Descripción 15 de 22

11. EVALUACIÓN DE APRENDIZAJE:

De acuerdo el pliego de la convocatoria, se implementará como indicador de impacto de la acción de formación el propuesto en este así:

Indicador Tasa de Incremento del Conocimiento: Mide el incremento del conocimiento de los trabajadores beneficiarios participantes por acción de formación.

TIC = (NPFT - NPIT)x100
/NPIT

TIC = Tasa de incremento del conocimiento
NPFT = Nota promedio final de conocimiento del trabajador

NPIT = Nota promedio inicial de conocimiento del trabajador

El formato y características de la prueba de entrada y salida se realizará de acuerdo a lo establecido en el pliego y/o términos de referencia de la convocatoria. Esta se aplicará a cada uno de los participantes desde la plataforma.

Descripción 16 de 22

12. AMBIENTE DE APRENDIZAJE:

Al ser una acción de formación tipo PAT, el ambiente en el que se desarrollara es de manera remota en línea, asistida por Tecnología, se hará por medio de teams la plataforma de Micorosoft, las actividades en grupo se harán usando las funcionalidades de la plataforma, así como las plenarias. las personas deberán contar con un espacio cómodo, donde tenga acceso a un PC y tener servicio de internet para garantizar la conectividad requerida para cada una de las 6 sesiones.

Descripción 17 de 22

13. CARACTERÍSTICAS DE LA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA O PLATAFORMA VIRTUAL:

Para esta acción de formación presentamos como herramienta TEAMS de Microsoft, que es una herramienta de conferencias y reunión de trabajo y plataforma de formación mu robusta y con soporte a nivel mundial permite transferir archivo y mensajería entre los beneficiarios registrados en la acción de formación.

Microsoft Teams es un chat empresarial en el que se puede trabajar entre personas de un mismo equipo, compartiendo entre ellos sus recursos, es el centro de trabajo en equipo de Microsoft 365. Esta herramienta permite la mensajería instantánea, las llamadas de audio y vídeo, las reuniones en línea enriquecidas, las experiencias móviles y las amplias capacidades de conferencia Web. Teams proporciona características de colaboración y extensibilidad de datos y de archivos, y se integra con Microsoft 365 y otras aplicaciones de asociados de Microsoft.

Algunas de las características que incluye son:
Llamadas: permite transferir archivo y mensajería entre los beneficiarios registrados en la acción de formación.
Video llamadas.
Compartir archivos.
Chats de múltiples usuarios.

Descripción 18 de 22

14. LUGAR DE EJECUCIÓN:

Se realizaran dos grupos para un cubrimineto nacional aprovehcando las ventajas de la modalidad PAT, sin embargo, se establecen como sedes Bogotá y Medellín.

Departamento Ciudad Cantidad
Bogotá D.C Bogotá 14
Antioquia Medellín 5
Santander Bucaramanga 4
Valle del Cauca Cali 4
Atlantico Barranquilla 3
Bolívar Cartagena 1
Sucre Sincelejo 1
Córdoba Montería 1
Nariño Pasto 1
Huila Pereira 1
Quindío Armenia 1
Norte de Santander Cúcuta 1
Caldas Manizales 1
Cesar Valledupar 1
Casanare Yopal 1
Total 40

La participación estimada y selección de los sitios obedece a la ubicación de la fuerza de ventas de CredibanCo en el país.

Descripción 19 de 22

Continuación... LUGAR DE EJECUCIÓN:

na

Descripción 20 de 22

15. CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

Para la totalidad de Unidades Temáticas

Para la totalidad de Unidades Temáticas

Formación académica Profesional en ciencias de la educación ingeniería y ciencias administrativas y afines + con Maestría en temas de Mercadeo y manejo de fuerza de ventas

Experiencia relacionada En cargos Directivos, en formación de Dirección, Entrenamiento, Consultoría, Operación

Experiencia docente: 3 años
Experiencia en formación PAT y Virtual 1 año.

Años experiencia relacionada 10-15 años

Capacitador Nacional

Competencias técnicas: Especialista en Manejo de fuerza de ventas - Coach de equipos de trabajo, experiencia en competencias profesionales Comerciales

Competencias tecnológicas: Manejo de herramientas de Ofimatica- Manejo de herramientas de mensajería y comunicación. Manejo de Plataformas de virtualidad y formación.

Competencias Pedagógicas: Aprendizaje por proyectos - Habilidad para resolver preguntas, habilidades comunicativas.

Competencias Actitudinales: Habilidad para trabajar con grupos multidisciplinarios y capacidad de motivar el cambio en las empresas.

Descripción 21 de 22

Continuación... CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

na

Descripción 22 de 22

16. CAPACITADOR PERSONA JURÍDICA:

La Universidad de la Sabana es el resultado de años de trabajo de una comunidad académica en busca de cultivar profesionales y seres humanos excelentes que trabajen por el desarrollo del país y la sociedad. Es una Institución Civil de Educación Superior, que procura que profesores, alumnos y demás miembros del claustro universitario se comprometan libremente, en unidad de vida, con coherencia de pensamiento, palabra y acción, a buscar, descubrir, comunicar y conservar la verdad, en todos los campos del conocimiento, con fundamento en una concepción cristiana del hombre y del mundo, como contribución al progreso de la sociedad.

La universidad tiene una Unidad de Educación Virtual, que se encarga del desarrollo de programas formativos en modalidad virtual en el ámbito de la gestión y la gerencia, enriqueciendo las competencias profesionales de los líderes empresariales y gremiales de la Región.

Los procesos Formativos en la modalidad virtual buscan metodología online y flexible, que permita a nuestros usuarios y estudiantes conciliar la vida familiar, laboral y académica y así se cubre la necesidad de una formación continua de calidad sin barreras físicas, que permite compatibilizar el desarrollo profesional que exigen hoy en día los mercados nacionales e internacionales con nuestra vida personal.

El contexto social y económico a nivel global conlleva a un gran número de empresas y gremios a solicitar el fortalecimiento de competencias específicas, es por esto que los Diplomados Virtuales de la Universidad de La Sabana están pensados para dar respuesta a dicha solicitud con alta calidad académica.

PERFILES 1 (Total: 1)

Acción de Formación

Formación Académica	Experiencia Relacionada	Años Experiencia Relacionada	Experiencia Específica	Años Experiencia Específica	Clasificación
Profesional en ciencias de la educación ingeniería y ciencias administrativas y	cargos Directivos	5	en formación de Dirección, Entrenamiento, Consultoría, Operación	3	CAPACITADOR NACIONAL

afines + con Maestría en temas de Mercadeo y manejo de fuerza de ventas					

Presupuesto de la Acción de Formación Desarrollo de Habilidades del Equipo comercial CredibanCo (Total: 3)

Acción de Formación

Rubro	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
				Especie - %		Dinero - %		
R01.1.4 Honor. Cap. Nal. Maestria Exp 3 años	Profesional con título de maestría y experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años.	8,411,520	52	0	0	7,764,480	48	16,176,000
R08 Gastos de Operación del Proyecto	Gastos de operación del proyecto	0	0	0	0	1,617,600	100	1,617,600
R10.2 Garantías	Garantías (póliza)	0	0	0	0	200,000	100	200,000
		8,411,520	46.7	0	0.0	9,582,080	53.3	17,993,600

Resumen por rubros de la Acción de Aprendizaje (Total: 3)

Acción de Formación

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R01.1.4 Honor. Cap. Nal. Maestria Exp 3 años	8411520	52%	0	0%	7,764,480	48%	16,176,000
R08 Gastos de Operación del Proyecto	0	0%	0	0%	1,617,600	100%	1,617,600
R10.2 Garantías	0	0%	0	0%	200,000	100%	200,000
Totales	8,411,520	46.75	0	0.00	9,582,080	53.25	17,993,600

Cobertura geográfica de la Acción de Formación Desarrollo de Habilidades del Equipo comercial CredibanCo (Total: 2)

Acción de Formación

Ciudad - Región	Porcentaje
MEDELLIN - ANTIOQUIA	50
BOGOTA - DISTRITO CAPITAL	50

ACCIÓN DE FORMACIÓN 2 DE 5

Innovación y Desarrollo de Negocios - Sector Financiero

Generalidades de la acción | Entidades de la acción | Descripciones | Perfil | Presupuesto | Resumen por rubros | Cobertura Geográfica
Ir al menú del proyecto

Generalidades de la Acción de Formación Innovación y Desarrollo de Negocios - Sector Financiero

Acción de Formación

Norma de competencia	Ejecutar las actividades operativas del proceso comercial en la prestaci¿n de los servicios de acueducto.
Número de beneficiarios	200
Beneficiarios empresa	200
Beneficiarios SENA	0

Perfil beneficiarios	NIveles estratégico - táctico y operativo de la empresa
Número de grupos	1
Número de días x grupo	1

Horas de la Acción de Formación

Horas teóricas presenciales por grupo	2	**Horas prácticas presenciales por grupo**	0	**Total horas presenciales por grupo**	2
Horas teóricas virtuales por grupo	0	**Horas prácticas virtuales por grupo**	0	**Total horas virtuales por grupo**	0
Horas teóricas combinadas por grupo	0	**Horas prácticas combinadas por grupo**	0	**Total horas combinadas por grupo**	0
				Total de horas grupo	2
				Total de horas acción	2

Entidades de la Acción de Formación Innovación y Desarrollo de Negocios - Sector Financiero (Total: 1)

Acción de Formación

Nombre de la entidad	Papel
CREDIBANCO S.A.	PROPONENTE

Descripciones de la Acción de Formación Innovación y Desarrollo de Negocios - Sector Financiero (Total: 22)

Acción de Formación

Descripción 1 de 22

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

Datos cuantitativos y cualitativos de la formación requerida:
Según cifras de la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC), en 2017 a través de ACH (Sistema automático de transferencia de fondos) se realizaron 112 millones de operaciones por un valor equivalente a $1.069 billones (SFC, 2018). En promedio, a través de ACH Colombia se realizaron 721.067 operaciones diarias por un valor de $3.340 miles de millones, mientras que por ACH Cenit se procesaron 48.572 órdenes diarias por $798 miles de millones (Banco de la República, 2018). Por su parte según la misma fuente, el número de tarjetas débito vigentes a marzo de 2018 fue de 28,1 millones, y las transacciones con estas tarjetas fueron de un valor de $693,3 miles de millones promedio diario, de los cuales los retiros representaron el 83,8% y las compras el 16,2% restante. Por su parte, el número de las tarjetas crédito vigentes fue de 14,9, y en uso alcanzaron un valor de $189,5 miles de millones promedio diario, con operaciones de compra alrededor del 76% y avances del 24%2.
Según el reporte Global Microscope 2018 de The Economist, Colombia tiene el más alto índice de inclusión financiera y potencial de expansión de servicios financieros digitales entre cincuenta y cinco economías emergentes; actualmente, los sistemas de pago de bajo valor son administrados por unas pocas entidades que los operan, sin embargo, las nuevas tendencias digitales ponen en el escenario a nuevos jugadores que entran en la competencia; por esta razón, el país busca modernizar la reglamentación actual para hacer un sistema financiero más competitivo y flexible, cuyo propósito sea aumentar el uso de los medios de pago digitales.

En los últimos tres años, se han venido fortaleciendo unos nuevos jugadores en el ecosistema financiero de Colombia. Se trata de las fintech, que ofrecen productos y servicios financieros basados en desarrollos tecnológicos. La innovación y el incremento en el flujo del comercio electrónico han generado profundos cambios en el sector de pagos, promoviendo que las transacciones se realicen de forma digital e inmediata en condiciones cada vez más competitivas.

Problema o necesidad.
La propuesta de innovación en los sistemas de pago de bajo valor se debe orientar a disponer de sistemas de pagos eficientes, modernos e interoperables, es una condición de infraestructura financiera indispensable para el desarrollo económico del país; de esta manera, CredibanCo busca desarrollar productos adaptados a las nuevas tendencias digitales y al nuevo escenario que cada vez tiene un mayor alcance a nivel comercial y financiero.

Por lo anteriormente expuesto, la necesidad obedece a que CredibanCo y su principal activo, su talento humano debe estar enfocado y atento a los cambios, e innovaciones que se tiene proyectado realizar, con una apertura mental que los propicie oportunamente por el bien de la organización. Para ello se considera indispensable realizar una conferencia en la que participe un número representativo de trabajadores, se actualice sobre la situación actual y las tendencias que en esta materia se vienen dando y cómo contribuir desde cada uno de los roles.

Descripción 2 de 22

Continuación... DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

Causas: La innovación financiera ha generado profundos cambios en el sector de pagos, permitiendo que las transacciones en el mundo se realicen de forma digital e inmediata, en condiciones cada vez más competitivas e interoperables. En este sentido, es de la mayor importancia la necesidad planteada que deriva sus causas en el mismo dinamismo y permanente innovación del sector en que se desenvuelve la empresa; así mismo, en la búsqueda y generación de espacios para el planteamiento de nuevos avances, aplicación de estrategias y tecnologías innovadoras que afectan las actividades desarrolladas por los trabajadores beneficiarios-

Efectos: Los efectos se relacionan con el conocimiento y el entendimiento de las estrategias y las nuevas apuestas de la empresa, que permitan a los colaboradores de CredibanCo alinearse con una cultura de innovación al interior de la empresa. También es importante el compromiso de los trabajadores que permitirá la permanencia de la organización a la vanguardia de la tecnología y la innovación, con lo cual se propende por el bienestar de sus colaboradores; con importantes beneficios al país en general.

Enfoque de la acción de formación hacia desarrollo productivo y/o competitividad
Existe un claro enfoque de la acción de formación hacia la innovación, productividad y la competitividad, dado que CredibanCo pertenece a un sector altamente competitivo, conformado por actores nacionales e internacionales, por lo cual es preciso mantenerse a la vanguardia, por lo que aportar a una Cultura de Innovación al interior de la organización a todas luces se convierte en una oportunidad para un mejor posicionamiento y desempeño productivo y competitivo de la empresa.

Indica que la acción de formación planteada es especializada y justifica el porqué.
La orientación de la conferencia hacia la innovación, la productividad y competitividad de la empresa, temática que se encuentra alineada con el plan estratégico de transformación de la empresa y con sus necesidades específicas, es especializada, su propósito es informar de avances y de nuevas estrategias a todos los niveles ocupacionales de la organización, tiene en cuenta las particularidades de la empresa y el sector en donde se desenvuelve. Así mismo, se tiene en cuenta específicamente la cultura de innovación CradibanCo y las mejores prácticas para su desarrollo.

Orientación Industrias 4.0
La acción de formación se orienta a la aplicación de la cuarta revolución industrial, específicamente hacia la promoción e implementación de innovaciones en tecnologías digitales principalmente, en las que la empresa ha realizado inversión, en donde se identifica claramente un gran potencial de crecimiento en los actuales y nuevos negocios.

Vocaciones Productivas Regionales y/o Focos Temáticos de Desarrollo Regional en Ciencia, Tecnología e Innovación
Dentro de los focos temáticos de desarrollo regional en ciencia, tecnología e innovación de varios departamentos entre ellos Atlántico, Caldas, Chocó y Cauca, se identifican las Tic; así mismo, Actividades de desarrollo se sistemas informáticos (planificación, análisis, programación, pruebas) en las vocaciones productivas (Anexo_19_Documento_De_Consulta_Tematicas).

La transformación digital es un propósito en el que el gobierno nacional pone la mayor atención, para ello se ha creado dentro del Minctic el viceministerio de Transformación Digital, el cual surge a raíz de la importancia y crecimiento de los procesos de comunicación a través de la tecnología para lograr su especialización de acuerdo a los avances generados por el Estado en materias de Tecnologías de la Información y continuar con las gestiones desarrolladas por el viceministerio general.

Descripción 3 de 22

Continuación... DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

na

Descripción 4 de 22

2. OBJETIVOS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN:

Presentar las tendencias del sector y plantear retos para desarrollar nuevos productos y/o servicios para el sector financiero, las perspectivas y retos para la organización y el talento humano CredibanCo, para preparar estrategias corporativas que conduzcan a la productividad y competitividad de la organización.

Descripción 5 de 22

3. POBLACIÓN BENEFICIARIA DE LAS ACCIONES DE FORMACIÓN:

Área funcional a la cual pertenecen,

- Gerentes y Directores: Los Gerentes y Directores de las diferentes Vicepresidencias de la organización,

- Jefes y Coordinadores: Los Jefes y Coordinadores de las diferentes Vicepresidencias de la organización

- Especialistas y Analistas: Los cargos profesionales se encargan de garantizar el desarrollo y adecuada gestión de los procesos asignados.

Nivel ocupacional (alta dirección, nivel medio o nivel operativo),
Estratégico, Táctico y operativo de la empresa. La conferencia y su propósito debe permear a todos los niveles ocupacionales ya que toda la organización está inmersa en un ecosistema de innovación y cada colaborador desde su área funcional debe conocer e involucrarse en la estrategia para el logro de una cultura de innovación que la lleve a permanecer y crecer un sector dinámico y altamente competitivo.
Funciones o tareas que desempeñan,

- Gerentes y Directores: Los Gerentes y Directores de las diferentes Vicepresidencias de la organización, se enfocan en liderar las iniciativas y procesos encaminados al cumplimiento de la estrategia de CredibanCo, planeando, estructurando y gestionando al interior de sus equipos de trabajo para generar valor y soluciones que permitan asegurar negocios/procesos y garantizar el crecimiento y adecuada gestión de los medios de pago.

- Jefes y Coordinadores: Los Jefes y Coordinadores de las diferentes Vicepresidencias de la organización tienen un rol táctico enfocado en el aseguramiento y control de los procesos a su cargo para garantizar el cumplimiento de los objetivos y consecución de resultados planteados en línea con el plan estratégico de la organización.

- Especialistas y Analistas: Los cargos profesionales se encargan de garantizar el desarrollo y adecuada gestión de los procesos asignados, analizando la información y brindando soluciones oportunas que cumplan los estándares de calidad, riesgo y tiempos acordados para la ejecución de los mismos.

Tipo de vinculación laboral: Contrato fijo a término indefinido

Nivel de escolaridad,
Se encuentran desde nivel de bachillerato hasta profesional con diferentes especialidades, pero con las bases necesarias para comprender la información a entregar en la acción de formación.

Acceso a las TIC's: 100% de los beneficiarios de la formación tienen acceso a TIC's

Beneficiarios en condición de discapacidad: En esta acción de formación no participarán personas en condición de discapacidad.

Indica la relación entre el perfil de beneficiarios descrito y el objetivo de la formación
Cada colaborador desde su área funcional debe conocer e involucrarse en estrategias de innovación para el logro de una cultura que la lleve a permanecer y crecer un sector dinámico y altamente competitivo. Por lo que conocer y contribuir a la implementación de la innovación debe ser parte del perfil del trabajador CredibanCo.

Descripción 6 de 22

4. CLASIFICACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN POR SECTOR Y SUBSECTOR:

Sector: Servicios
Subsector: Servicios bancarios y TICs

Descripción 7 de 22

5. EVENTO DE FORMACIÓN:

Conferencia de 2 horas

Descripción 8 de 22

6. MODALIDAD DE FORMACIÓN:

PAT 100%

Descripción 9 de 22

7. UNIDADES TEMÁTICAS:

Unidad Temática 1
Nombre: Conferencia - Innovación y Desarrollo de Negocios - Sector Financiero
Horas 2

Competencia que se desarrolla:
Contenidos: Innovación en sector Banca - nuevos modelos de Negocios - Tendencia de nuevos productos en Banca

Descripción 10 de 22

Continuación... UNIDADES TEMÁTICAS:

na

Descripción 11 de 22

8. METODOLOGÍA:

Conferencia teórica PAT, apoyada en medios audiovisuales con un espacio para sesión de preguntas. Metodología teórica, donde se presentan nuevos avances y tendencias y se difunde información sobre temas relacionados con las actividades desarrolladas por los trabajadores CredibanCo.

La acción de formación se presentará bajo el formato de Penencia Magistral Participativa consiste en la exposición analítica, por parte del capacitador, incluyendo su relación con otros fenómenos, y haciendo énfasis en la participación reflexiva e investigativa de trabajador.

Como actividades pedagógicas se organizarán grupos por áreas de interés en innovación y desarrollo.
Como estratégia didáctica se tendrá realizará una discusión abierta de carácter formal donde se establezcan lineas de trabajo a futuro. .

Descripción 12 de 22

Continuación... METODOLOGÍA:

na

Descripción 13 de 22

9. MATERIAL DE FORMACIÓN:

Memorias de la temática - Innovación y Desarrollo de Negocios - Sector Financiero del experto, archivo en PDF. - Video de la conferencia en la sesión de Teams.

Descripción 14 de 22

10. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS:

Al finalizar la conferencia se tendrá un mejor conocimiento e información de las tendencias del sector y plantear retos para desarrollar nuevos productos y o servicios para el sector financiero.

Descripción 15 de 22

11. EVALUACIÓN DE APRENDIZAJE:

Se hará una encuesta de evaluación sobre la pertinencia del tema, la profundidad de los conceptos, la aplicabilidad a sus labores diarias y sobre la metodología del experto que presenta la conferencia; en el mismo instrumento se realizarán preguntas sobre las temática - Innovación y Desarrollo de Negocios Sector Financiero, cuyos resultados serán tabulados para determinar el nivel de manejo y conocimientos adquiridos.

Descripción 16 de 22

12. AMBIENTE DE APRENDIZAJE:

Al ser una acción de formación tipo PAT, el ambiente en el que se desarrollara es de manera remota en línea, asistida por Tecnología, se realizará por medio de Teams la plataforma de Microsoft, las actividades en grupo se harán usando las funcionalidades de la plataforma, así como las plenarias. Las personas deberán contar con un espacio cómodo, donde tenga acceso a un PC y tener servicio de internet para garantizar la conectividad requerida para la sesión.

Este ambiente de aprendizaje es el que se ajusta a la conferencia y metodología de la acción de formación, previendo las restricciones por afectaciones de la COVID 19.

Descripción 17 de 22

13. CARACTERÍSTICAS DE LA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA O PLATAFORMA VIRTUAL:

Para esta acción de formación presentamos como herramienta TEAMS de Microsoft, que es una herramienta de conferencias y reunión de trabajo y plataforma de formación mu robusta y con soporte a nivel mundial permite transferir archivo y mensajería entre los beneficiarios registrados en la acción de formación.

Microsoft Teams es un chat empresarial en el que se puede trabajar entre personas de un mismo equipo, compartiendo entre ellos sus recursos, es el centro de trabajo en equipo de Microsoft 365. Esta herramienta permite la

mensajería instantánea, las llamadas de audio y vídeo, las reuniones en línea enriquecidas, las experiencias móviles y las amplias capacidades de conferencia Web. Teams proporciona características de colaboración y extensibilidad de datos y de archivos, y se integra con Microsoft 365 y otras aplicaciones de asociados de Microsoft.

Algunas de las características que incluye son:
Llamadas: permite transferir archivo y mensajería entre los beneficiarios registrados en la acción de formación.
Video llamadas.
Compartir archivos.
Chats de múltiples usuarios.

Descripción 18 de 22

14. LUGAR DE EJECUCIÓN:

Bogota 100%, la selección obedece a que el mayor porcentaje de la fuerza laboral se concentra en la capital, así mismo, las direcciones de cada área de la organización.

Descripción 19 de 22

Continuación... LUGAR DE EJECUCIÓN:

na

Descripción 20 de 22

15. CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

Unidad temática 1
Formación académica Profesional en ciencias de la educación ingeniería y ciencias administrativas y afines + Maestría en temas de Tecnología, o Innovación o Servicio o Mercadeo.

Experiencia relacionada En cargos Directivos, en formación de Dirección, Entrenamiento, Consultoría, Operación Sector Bancario y/o Tecnología

Años experiencia relacionada 5-10 años

Experiencia en formación PAT y Virtual 1 año.

Capacitador Nacional

Competencias técnicas: Participación en proyectos de innovación - Conocimiento en proyectos de tecnología y transformación Digital

Competencias tecnológicas Manejo de herramientas de Ofimatica- Manejo de herrientas de mensajeria y comunicación. Manejo de Plataformas de virtualidad y formación

Competencias Pedagógicas Aprendizaje por proyectos - Habilidad para resolver preguntas, habilidades comunicativas

Competencias Actitudianles Habilidad para trabajar con grupos multidisciplinarios y capacidad de motivar el cambio en las empresas.

Descripción 21 de 22

Continuación... CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

na

Descripción 22 de 22

16. CAPACITADOR PERSONA JURÍDICA:

La Universidad de La Sabana es una universidad privada de Colombia, sujeta a inspección y vigilancia por medio de la Ley 1740 de 2014 y la ley 30 de 1992 del Ministerio de Educación de Colombia. Fue fundada el 21 de septiembre de 1979 por la Asociación para la Enseñanza Aspaen. Obtuvo la Acreditación Institucional de Alta Calidad del CNA por 8 años. En la edición de año 2017 del ranking QS, la universidad de ubicó en el rango 701-800 y entre las mejores 100 de América latina.

Su sede está ubicada en el municipio de Chía. Su población estudiantil asciende a 12.158 (2016), de los cuales 8.808 son de pregrado, 23 de doctorado, 1.717 de maestría, 1.399 de especialización y 211 de especialidades médico-quirúrgicas.

Está integrada por 14 unidades académicas divididas en 8 facultades, una escuela, tres institutos y dos unidades con carácter especial que ofrecen 22 programas de pregrado.1 2 En postgrado, ofrece 3 doctorados, 49 especializaciones,

17 especialidades médicas y 28 maestrías, para un total de 119 programas en esa modalidad.14 El personal docente de la universidad es de 1.936 profesores en total (2016). El cuerpo profesoral de planta está conformado por 378 docentes, de los cuales, un 30% tienen doctorado, 56% maestría, 4% especialización y 10% pregrado-profesional. Los profesores de cátedra son 1.558

PERFILES 1 (Total: 1)

Acción de Formación

Formación Académica	Experiencia Relacionada	Años Experiencia Relacionada	Experiencia Específica	Años Experiencia Específica	Clasificación
Profesional en ciencias de la educación ingeniería y ciencias administrativas y afines + Maestría en temas de Tecnología, o Innovación o Servicio o Mercadeo.	cargos Directivos	5	formación de Dirección, Entrenamiento, Consultoría, Operación Sector Bancario y/o Tecnología	3	CAPACITADOR NACIONAL

Presupuesto de la Acción de Formación Innovación y Desarrollo de Negocios - Sector Financiero (Total: 2)

Acción de Formación

Rubro	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
				Especie - %		Dinero - %		
R01.1.4 Honor. Cap. Nal. Maestria Exp 3 años	Profesional con título de maestría y experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años.	337,000	50	0	0	337,000	50	674,000
R08 Gastos de Operación del Proyecto	Gastos d operación del proyecto	0	0	0	0	67,400	100	67,400
		337,000	45.5	0	0.0	404,400	54.5	741,400

Resumen por rubros de la Acción de Aprendizaje (Total: 2)

Acción de Formación

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R01.1.4 Honor. Cap. Nal. Maestria Exp 3 años	337000	50%	0	0%	337,000	50%	674,000
R08 Gastos de Operación del Proyecto	0	0%	0	0%	67,400	100%	67,400
Totales	337,000	45.45	0	0.00	404,400	54.55	741,400

Cobertura geográfica de la Acción de Formación Innovación y Desarrollo de Negocios - Sector Financiero (Total: 1)

Acción de Formación

Ciudad - Región	Porcentaje
BOGOTA - DISTRITO CAPITAL	100

ACCIÓN DE FORMACIÓN 3 DE 5

Intraemprendimento en banca y empresas de servicios tecnológicos.

Generalidades de la Acción de Formación Intraemprendimento en banca y empresas de servicios tecnológicos.

Acción de Formación

Norma de competencia	Manejar la informaci¿n empresarial de acuerdo con la normatividad del sector y politicas de la empresa
Número de beneficiarios	20
Beneficiarios empresa	20
Beneficiarios SENA	0
Perfíl beneficiarios	Gerentes y Directores de las diferentes Vicepresidencias de la organización - Nivel estratégico -
Número de grupos	1
Número de días x grupo	3

Horas de la Acción de Formación

Horas teóricas presenciales por grupo	8	**Horas prácticas presenciales por grupo**	4	**Total horas presenciales por grupo**	12
Horas teóricas virtuales por grupo	0	**Horas prácticas virtuales por grupo**	0	**Total horas virtuales por grupo**	0
Horas teóricas combinadas por grupo	0	**Horas prácticas combinadas por grupo**	0	**Total horas combinadas por grupo**	0
				Total de horas grupo	12
				Total de horas acción	12

Entidades de la Acción de Formación Intraemprendimento en banca y empresas de servicios tecnológicos. (Total: 1)

Acción de Formación

Nombre de la entidad	Papel
CREDIBANCO S.A.	PROPONENTE

Descripciones de la Acción de Formación Intraemprendimento en banca y empresas de servicios tecnológicos. (Total: 22)

Acción de Formación

Descripción 1 de 22

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

Datos cuantitativos y cualitativos de la formación requerida:
El Intraemprendimiento es el emprendimiento dentro de la empresa generando innovación, creando nuevos productos, procesos o empresas. Su principal objetivo es acelerar el crecimiento de la organización más allá del crecimiento orgánico normal. Se considera en la actualidad que para las empresas en un sector altamente competitivo como el de CredebanCo es esencial para la supervivencia, es necesario desarrollar una actividad emprendedora al interior de una organización para innovar o reformular el modelo de negocio. El Intraemprendimiento hoy entendido, consiste en encontrar a alguien con talento y ganas, una persona innovadora que trabaje por una ilusión, y en darle medios para poner en marcha sus ideas.

De acuerdo con Staff Cadena 2019, Los indicadores de emprendimiento muestran que el país está en los primeros lugares entre 54 naciones que estudia el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), esto debido a iniciativas públicas y privadas, y planes de acción que se han multiplicado en los últimos años en gran parte del territorio nacional. Se

calcula que las Redes Regionales de Emprendimiento suman más de 450 instituciones de apoyo entre entes del gobierno y entidades de soporte, como incubadoras, fundaciones, entre otras.

En lo que respecta al emprendimiento corporativo (intraemprendimiento), la inventiva de los colombianos cada vez recibe mayores estímulos de parte de las compañías en las que trabajan, así como de políticas de país como las que tienen Colciencias e iNNpulsa, con su programa Mega E, que motivan a las empresas interesadas en desarrollar su faceta de ciencia, tecnología e innovación. Asimismo, la Andi cuenta con un modelo para apostar en las empresas, que es el intraemprendimiento, enfocado en que la innovación se dé de manera planeada y no sea fruto del azar.

Problema o necesidad
En CredibanCo se ha entendido que en la innovación se encuentra la veta para crecer, y una buena manera consiste en crear los entornos propicios para que las grandes ideas que se conviertan en proyectos rentables y sostenibles se den y desarrollen in house, en este sentido es clave detectar el recurso humano talentoso en el momento justo para retenerlas y darles el manejo adecuado, con el fin de que aporten su cualidades e ideas en proyectos renovadores, bien sea nuevas unidades de negocio, una startup o un spin off, cuando se combinan la empresa y la academia.

Por lo anterior, se identifica claramente la necesidad de formar y crear capacidades en los niveles directivos y gerenciales de CredibanCo entorno a la identificación de emprendimientos in hause y a la retención de personal con potencial que pueda apoyar a la empresa en soluciones y nuevos negocios. Para ello, es fundamental fortalecer la formación de Directores y Gerentes en este campo de gestión, dado que es uno de los grandes frenos que puede tener el crecimiento empresarial.

Causas
Una empresa que no experimenta cambios en su modelo de negocio, que sea flexible a estos cambios y, lo suficientemente ágil para experimentar estos cambios, está condenada al fracaso. Por lo anterior, las causas que generan la realización de la presente acción se orientan a la existencia de métodos tradicionales de concebir la innovación y el desarrollo tecnológico en la organización, con base en modelos externos; así mismo, se encuentra con un limitado acceso a la formación y al conocimiento del intraemprendimiento. Por último, se presenta en muchas ocasiones manejo inadecuado de las ideas y de talento al interior de la organización.

Efectos
Los efectos se pueden identificar desde una empresa con bajas cultura de la innovación, hasta un posible estancamiento para hallar nuevas rutas de crecimiento, diversificar el portafolio de productos y servicios, abrir líneas de negocio nuevas, entre otras.

Descripción 2 de 22

Continuación... DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

Enfoque de la acción de formación hacia desarrollo productivo y/o competitividad
Existe un claro enfoque de la acción de formación hacia la productividad y la competitividad, ya que CredibanCo está inmersa en un sector altamente competitivo y con jugadores de talla mundial, por lo cual es preciso mantenerse actualizado y priorizar el intraemprendimiento como eje fundamental de la empresa, para obtener un mejor posicionamiento y desempeño productivo y competitivo.

Indica que la acción de formación planteada es especializada y justifica el porqué.
La orientación del seminario es hacia el intraemprendimiento, temática alineada con el plan estratégico de transformación de la empresa y con sus necesidades específicas, es especializada, su propósito de mejorar la capacitación de directores y gerentes en intraemprendimiento es determinante para la organización por el sector en donde se desenvuelve y por el enorme potencial que ve en su talento humano. Por lo cual, se tiene en cuenta específicamente la cultura de innovación CradibanCo y las mejores prácticas para su desarrollo.

Orientación Industrias 4.0
La acción de formación se orienta a la aplicación de la cuarta revolución industrial, específicamente hacia la promoción de intraemprendimiento en tecnologías digitales y adopción de TIC, en las que la empresa ha realizado inversión, en donde se identifica claramente un gran potencial de crecimiento en los actuales y nuevos negocios.

Vocaciones Productivas Regionales y/o Focos Temáticos de Desarrollo Regional en Ciencia, Tecnología e Innovación
Dentro de los focos temáticos de desarrollo regional en ciencia, tecnología e innovación de varios departamentos entre ellos Atlántico, Caldas, Chocó y Cauca, se identifican las Tic; así mismo, Actividades de desarrollo se sistemas informáticos (planificación, análisis, programación, pruebas) en las vocaciones productivas (Anexo_19_Documento_De_Consulta_Tematicas).

La transformación digital es un propósito en el que el gobierno nacional pone la mayor atención, para ello se ha creado dentro del Minctic el viceministerio de Transformación Digital, el cual surge a raíz de la importancia y crecimiento de los procesos de comunicación a través de la tecnología para lograr su especialización de acuerdo a los avances generados por el Estado en materias de Tecnologías de la Información y continuar con las gestiones desarrolladas por el viceministerio general.

Descripción 3 de 22

Continuación... DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

na

Descripción 4 de 22

2. OBJETIVOS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN:

Desarrollar en los Directivos de CredibanCo, habilidades de un líder innovador para procesos gestionables y realistas buscando el intraemprendimiento en las diferentes áreas de la organización en del sector de servicios financieros y banca.

Analizar y planificar todas las variables necesarias para hacer real la innovación y consolidarla, desde la formulación de una idea, hasta su introducción al mercado.

Descripción 5 de 22

3. POBLACIÓN BENEFICIARIA DE LAS ACCIONES DE FORMACIÓN:

Perfil: Los Gerentes y Directores de las diferentes Vicepresidencias de la organización, se enfocan en liderar las iniciativas y procesos encaminados al cumplimiento de la estrategia de CredibanCo, planeando, estructurando y gestionando al interior de sus equipos de trabajo para generar valor y soluciones que permitan asegurar negocios/procesos y garantizar el crecimiento y adecuada gestión de los medios de pago.

Área funcional a la cual pertenecen,
Gerencial y Directivo

Nivel ocupacional (alta dirección, nivel medio o nivel operativo),
Nivel estratégico - Alta dirección

Funciones o tareas que desempeñan,
Planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y conducir el trabajo de las diferentes áreas o regionales de la empresa, además de contratar al personal adecuado.

Los cargos Gerenciales y Directivos se encuentran distribuidos en las diferentes Vicepresidencias de la organización, las cuales tienen misiones específicas de acuerdo a los procesos que administran.

- Vicepresidencia de Desarrollo de Negocios
- Vicepresidencia de Finanzas y Servicios Corporativos
- Vicepresidencia de Operaciones
- Vicepresidencia de Tecnología
- Vicepresidencia de Mercadeo y Transformación

Tipo de vinculación laboral,
Contrato laboral a término indefinido

Nivel de escolaridad,
Profesional de carreras administrativas, financieras y/o Ingenierías; algunos cuentan con postgrado (Especialización o Maestría).

Acceso a las TIC's, y/o
100% de los beneficiarios de la formación tienen acceso a TIC's, conexión a internet y equipos para la formación.

Indica la relación entre el perfil de beneficiarios descrito y el objetivo de la formación
Un mundo más competitivo, implica que deba ser más emprendedor, con el fin de identificar nuevas oportunidades que les permita un rendimiento sostenido. Todo esto requiere que los empleados piensen de manera creativa y asuman la responsabilidad personal por su trabajo como si fueran los dueños del negocio. Un camino para lograrlo es el desarrollo del intraemprendimiento, que implica el aprendizaje organizacional impulsado por la colaboración, la creatividad y el compromiso individual de los que componen la organización. Por ello es fundamental mejorar las competencias de directores y gerentes, quienes tendrán la capacidad de observar, identificar y encontrar el intraemprendimiento en las diferentes áreas de la organización.

Descripción 6 de 22

4. CLASIFICACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN POR SECTOR Y SUBSECTOR:

Sector: Servicios
Subsector: Servicios bancarios - TICs

Descripción 7 de 22

5. EVENTO DE FORMACIÓN:

Seminario de 12 horas

Descripción 8 de 22

6. MODALIDAD DE FORMACIÓN:

PAT 100%

Descripción 9 de 22

7. UNIDADES TEMÁTICAS:

Unidad temática 1.
Nombre: Conferencia - Innovación y Desarrollo de Negocios - Sector Financiero
Horas: 10
Competencia que se desarrolla: asociar conocimientos, cuestionar, observar, crear redes de innovación y emprendimiento dentro del interior de CredibanCo para fortalecer el portafolio de productos y/o servicios.

Contenidos: 1. Innovación Empresarial 2. Cultura emprendedora 3. Desarrollo de competencias 4 nuevos modelos de Negocios en banca

Unidad temática 2
Nombre: Ética en los negocios (Competencia transversal)
Horas: 2
Competencia que se desarrolla:
- Identificar los dilemas ético-prácticos más comunes en el ejercicio Directivo.
- Reconocer conceptos ético-prácticos aplicables al ejercicio Directivo.

Contenidos:
- Dilemas ético-prácticos.
- Conceptos ético-prácticos aplicables al ejercicio de Directivo

Descripción 10 de 22

Continuación... UNIDADES TEMÁTICAS:

na

Descripción 11 de 22

8. METODOLOGÍA:

PAT - Seminario teórico 70% práctico 30% .

Dando cumplimento a los requerimientos para la acción de formación - Seminario para directivos - Intraemprendimento en banca y empresas de servicios tecnológicos, se propone una duración de 12 horas que incluyen 10 horas especializadas en el tema en referencia y 2 horas de ética en los negocios.

La metodología que se plantea para esta acción dirigida exclusivamente al grupo de directivos de CredibanCo establece 2 lecturas previas que son apoyo del desarrollo de las sesiones y que permitirán a los participantes, hacer análisis de las temáticas propuesta, en este modelo de formación, la interacción de los directivos y el experto permite generar conocimiento y planes de acción para aplicar en la Organización.

Este análisis más los estudios de casos de situaciones reales deben llevar a una reflexión individual e interacción del grupo directivo, para plantear como hacer orgánicamente desde dentro de sus equipos de trabajo y en Credibanco en general, el Intraemprendimiento como una nueva forma de vida y de trabajo, en beneficio de las personas y de la organización.

Actividades de aprendizaje:
- Actividades de aprendizaje evaluativas: son las tareas obligatorias a desarrollar, en ciertos módulos se plantea una actividad evaluativa que articula conceptualmente lo visto en cada unidad temática, esta actividad es evaluable y tiene un peso evaluativo sobre el porcentaje final de aprobación del diplomado.
- Actividades de aprendizaje formativas: son las tareas optativas a desarrollar, aparecen en determinados módulos y buscan reforzar algunos temas y el logro de los objetivos de aprendizaje propuestos. Estas actividades no son evaluables, son de repaso y fortalecimiento de competencias.

Estrategia didáctica:
Para el seminario se propone para esta acción de formación contenidos de actualidad, basado en expertos de experiencia profesional y promueve el uso de las TICs con herramienta visual, gráfica y pedagógica muy interactivas que buscan generar un verdadero proceso de aseguramiento del aprendizaje en cada una las unidades temáticas del

seminario.
Las actividades base son teórica - prácticas, y la estrategia es centrada en la individualización de la enseñanza e incluye 3 ejes que son igual de importantes y necesarios en su ejecución:
1. El Autoaprendizaje: para alcanzar con éxito la implementación de esta estrategia se depende la disciplina y autonomía del participante. El diplomado pone a disposición de cada uno los contenidos y se generan una serie de compromisos en los cuales se deben poner en práctica los mismos y con este se busca iniciar la primera fase del aseguramiento del aprendizaje.
2. El Aprendizaje colaborativo: en esta estrategia didáctica se busca conocer el concepto y la opinión de pares multidisciplinares que ayudan a enriquecer el proceso y generar un conocimiento más amplio enriquecido con otros puntos de vista y se pone en evidencia en los foros y chats de algunas sesiones.
3. El Acompañamiento del dinamizador: en nuestra metodología y nuestra estrategia es el gran diferenciador del mercado, este rol nos genera un proceso de constante apoyo y seguimiento a los participantes, de forma que cumplan su proceso académico, sus entregables por unidad temática y de esta forma asegurar la apropiación de los conceptos.

A continuación, se presentan las actividades y estrategia metodológica para cada Unidad temática (UT) de acuerdo con lo antes expuesto:

UT 1 Actividades de aprendizaje evaluativa: Análisis - Estrategia didáctica: Autoaprendizaje - Aprendizaje colaborativo - Acompañamiento del dinamizador

UT 2 Actividades de aprendizaje evaluativa: Análisis - Estrategia didáctica: Acompañamiento del dinamizador - Aprendizaje colaborativo

Descripción 12 de 22

Continuación... METODOLOGÍA:

na

Descripción 13 de 22

9. MATERIAL DE FORMACIÓN:

Memorias del experto, archivo en PDF. - Video de las sesiones de Teams en la sala virtual asignada para el Seminario. Se tendrá el documento que guarda correspondencia con la unidad temática: Innovación Empresarial y Desarrollo de Negocios - Sector Financiero, que será compartido por correo electrónico o colgado en página web. El contenido guarda estricta relación con los contenidos temáticos:
1. Innovación Empresarial
2. Cultura emprendedora
3. Desarrollo de competencias
4. Nuevos modelos de Negocios en banca
5. Dilemas ético-prácticos.
6. Conceptos ético-prácticos aplicables al ejercicio de Directivo

Descripción 14 de 22

10. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS:

Como principal resultado está el proponer un plan de acción para establecer el liderazgo del proceso de intraemprendimiento en CredibanCo.

Descripción 15 de 22

11. EVALUACIÓN DE APRENDIZAJE:

Al inicio de la acción de formación se realizará una evaluación ex-ante, sobre los conocimientos que tienen los participantes en los temas de los contenidos de cada unidad. Se aplicará a un 20% de cada grupo de trabajo.

Al final de la acción de formación se realizará una evaluación ex-post al finalizar la ejecución de la misma, con el fin de realizar una comparación que refleje los resultados en el incremento de conocimientos adquiridos por los beneficiarios de la formación. Se aplicará a un 20% de cada grupo de trabajo.

Se evaluará y calificará el plan propuesto.

Descripción 16 de 22

12. AMBIENTE DE APRENDIZAJE:

Al ser una acción de formación tipo PAT, el ambiente en el que se desarrollara es de manera remota en línea, asistida por Tecnología, se hará por medio de teams la plataforma de Micorosoft, las actividades en grupo se harán usando las funcionalidades de la plataforma, así como las plenarias. Las personas deberán contar con un espacio cómodo, donde tenga acceso a un PC y tener servicio de internet para garantizar la conectividad requerida para la sesión.

Descripción 17 de 22

13. CARACTERÍSTICAS DE LA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA O PLATAFORMA VIRTUAL:

Para esta acción de formación presentamos como herramienta TEAMS de Microsoft, que es una herramienta de conferencias y reunión de trabajo y plataforma de formación mu robusta y con soporte a nivel mundial permite transferir archivo y mensajería entre los beneficiarios registrados en la acción de formación.

Microsoft Teams es un chat empresarial en el que se puede trabajar entre personas de un mismo equipo, compartiendo entre ellos sus recursos, es el centro de trabajo en equipo de Microsoft 365. Esta herramienta permite la mensajería instantánea, las llamadas de audio y vídeo, las reuniones en línea enriquecidas, las experiencias móviles y las amplias capacidades de conferencia Web. Teams proporciona características de colaboración y extensibilidad de datos y de archivos, y se integra con Microsoft 365 y otras aplicaciones de asociados de Microsoft.

Algunas de las características que incluye son:
Llamadas: permite transferir archivo y mensajería entre los beneficiarios registrados en la acción de formación.
Video llamadas.
Compartir archivos.
Chats de múltiples usuarios.

Descripción 18 de 22

14. LUGAR DE EJECUCIÓN:

Departamento Ciudad Cantidad
Bogotá D.C Bogotá 9
Nariño Pasto 1
Magdalena Santa Marta 1
Huila Neiva 1
Meta Villavicencio 1
Tolima Ibagué 1
Valle del Cauca Cali 1
Antioquia Medellín 1
Santander Bucaramanga 1
Atlántico Barranquilla 1
Boyacá Tunja 1
Risaralda Pereira 1
Total 20

La selección de las ciudades de donde se hará cubrimiento con la acción de formación obedece a la presencia de gerentes y directores de áreas y regionales.

Descripción 19 de 22

Continuación... LUGAR DE EJECUCIÓN:

na

Descripción 20 de 22

15. CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

Para las dos unidades témáticas, el perfil es el siguiente:

Formación académica: Profesional en ciencias de la educación ingeniería y ciencias administrativas y afines + Maestría en temas de Tecnología, o Innovación o Servicio o Mercadeo.

Experiencia específica: Cargos directivos

Experiencia en formación PAT y Virtual 1 año.
Experiencia relacionada: En formación de Dirección,
Entrenamiento, Consultoría, Operación Sector Bancario y/o Tecnología
Años experiencia relacionada: 5-10 años
Capacitador Internacional o Nacional: Nacional

Descripción 21 de 22

Continuación... CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

na

Descripción 22 de 22

16. CAPACITADOR PERSONA JURÍDICA:

La Universidad de La Sabana es una universidad privada de Colombia, sujeta a inspección y vigilancia por medio de la Ley 1740 de 2014 y la ley 30 de 1992 del Ministerio de Educación de Colombia. Fue fundada el 21 de septiembre de 1979 por la Asociación para la Enseñanza Aspaen. Obtuvo la Acreditación Institucional de Alta Calidad del CNA por 8 años. En la edición de año 2017 del ranking QS, la universidad de ubicó en el rango 701-800 y entre las mejores 100 de América latina.

Su sede está ubicada en el municipio de Chía. Su población estudiantil asciende a 12.158 (2016), de los cuales 8.808 son de pregrado, 23 de doctorado, 1.717 de maestría, 1.399 de especialización y 211 de especialidades médico-quirúrgicas.

Está integrada por 14 unidades académicas divididas en 8 facultades, una escuela, tres institutos y dos unidades con carácter especial que ofrecen 22 programas de pregrado.1 2 En postgrado, ofrece 3 doctorados, 49 especializaciones, 17 especialidades médicas y 28 maestrías, para un total de 119 programas en esa modalidad.14 El personal docente de la universidad es de 1.936 profesores en total (2016). El cuerpo profesoral de planta está conformado por 378 docentes, de los cuales, un 30% tienen doctorado, 56% maestría, 4% especialización y 10% pregrado-profesional. Los profesores de cátedra son 1.558

PERFILES 1 (Total: 1)

Acción de Formación

Formación Académica	Experiencia Relacionada	Años Experiencia Relacionada	Experiencia Específica	Años Experiencia Específica	Clasificación
Formación académica: Profesional en ciencias de la educación ingeniería y ciencias administrativas y afines + Maestría en temas de Tecnología, o Innovación o Servicio o Mercadeo.	cargos Directivos	5	En formación de Dirección, Entrenamiento, Consultoría, Operación Sector Bancario y/o Tecnología	3	CAPACITADOR NACIONAL

Presupuesto de la Acción de Formación Intraemprendimento en banca y empresas de servicios tecnológicos. (Total: 2)

Acción de Formación

Rubro	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
				Especie - %		Dinero - %		
R01.1.4 Honor. Cap. Nal. Maestria Exp 3 años	Profesional con título de maestría y experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años.	2,022,000	50	0	0	2,022,000	50	4,044,000
R08 Gastos de Operación del Proyecto	Gastos de administración y operación	0	0	0	0	404,400	100	404,400
		2,022,000	45.5	0	0.0	2,426,400	54.5	4,448,400

Resumen por rubros de la Acción de Aprendizaje (Total: 2)

Acción de Formación

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R01.1.4 Honor. Cap. Nal. Maestria Exp 3 años	2022000	50%	0	0%	2,022,000	50%	4,044,000
Totales	2,022,000	45.45	0	0.00	2,426,400	54.55	4,448,400

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R08 Gastos de Operación del Proyecto	0	0%	0	0%	404,400	100%	404,400
Totales	2,022,000	45.45	0	0.00	2,426,400	54.55	4,448,400

Cobertura geográfica de la Acción de Formación Intraemprendimento en banca y empresas de servicios tecnológicos. (Total: 12)

Acción de Formación

Ciudad - Región	Porcentaje
VILLAVICENCIO - META	5
NEIVA - HUILA	5
SANTA MARTA - MAGDALENA	5
PASTO - NARIÑO	5
BOGOTA - DISTRITO CAPITAL	45
PEREIRA - RISARALDA	5
TUNJA - BOYACA	5
BARRANQUILLA - ATLANTICO	5
BUCARAMANGA - SANTANDER	5
MEDELLIN - ANTIOQUIA	5
CALI - VALLE DEL CAUCA	5
IBAGUE - TOLIMA	5

ACCIÓN DE FORMACIÓN 4 DE 5

Transferencia

Generalidades de la acción Entidades de la acción Descripciones Presupuesto Resumen por rubros
Ir al menú del proyecto

Generalidades de la Acción de Formación Transferencia

Acción de Formación

Norma de competencia	
Número de beneficiarios	46
Beneficiarios empresa	46
Beneficiarios SENA	0
Perfíl beneficiarios	Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria
Número de grupos	1
Número de días x grupo	1

Horas de la Acción de Formación

Horas teóricas presenciales por grupo	4	**Horas prácticas presenciales por grupo**	0	**Total horas presenciales por grupo**	4
Horas teóricas virtuales por grupo	0	**Horas prácticas virtuales por grupo**	0	**Total horas virtuales por grupo**	0
Horas teóricas combinadas por	0	**Horas prácticas combinadas por**	0	**Total horas combinadas por**	0

grupo		**grupo**		**grupo**	
				Total de horas grupo	4
				Total de horas acción	4

Entidades de la Acción de Formación Transferencia (Total: 1)

Acción de Formación

Nombre de la entidad	Papel
CREDIBANCO S.A.	PROPONENTE

Descripciones de la Acción de Formación Transferencia (Total: 22)

Acción de Formación

Descripción 1 de 22

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

Descripción 2 de 22

Continuación... DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

na

Descripción 3 de 22

Continuación... DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

na

Descripción 4 de 22

2. OBJETIVOS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

Descripción 5 de 22

3. POBLACIÓN BENEFICIARIA DE LAS ACCIONES DE FORMACIÓN:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

Descripción 6 de 22

4. CLASIFICACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN POR SECTOR Y SUBSECTOR:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

Descripción 7 de 22

5. EVENTO DE FORMACIÓN:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

Descripción 8 de 22

6. MODALIDAD DE FORMACIÓN:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

Descripción 9 de 22

7. UNIDADES TEMÁTICAS:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

Descripción 10 de 22

Continuación... UNIDADES TEMÁTICAS:

na

Descripción 11 de 22

8. METODOLOGÍA:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

Descripción 12 de 22

Continuación... METODOLOGÍA:

na

Descripción 13 de 22

9. MATERIAL DE FORMACIÓN:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

Descripción 14 de 22

10. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

Descripción 15 de 22

11. EVALUACIÓN DE APRENDIZAJE:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

Descripción 16 de 22

12. AMBIENTE DE APRENDIZAJE:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

Descripción 17 de 22

13. CARACTERÍSTICAS DE LA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA O PLATAFORMA VIRTUAL:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

Descripción 18 de 22

14. LUGAR DE EJECUCIÓN:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

Descripción 19 de 22

Continuación... LUGAR DE EJECUCIÓN:

na

Descripción 20 de 22

15. CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

Descripción 21 de 22

Continuación... CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

na

Descripción 22 de 22

16. CAPACITADOR PERSONA JURÍDICA:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

Presupuesto de la Acción de Formación Transferencia (Total: 1) Acción de Formación

Rubro	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
				Especie - %		Dinero - %		
R01.1.4 Honor. Cap. Nal. Maestria Exp 3 años	Profesional con título de maestría y experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años.	0	0	0	0	1,340,000	100	1,340,000
		0	0.0	0	0.0	1,340,000	100.0	1,340,000

Resumen por rubros de la Acción de Aprendizaje (Total: 1) Acción de Formación

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R01.1.4 Honor. Cap. Nal. Maestria Exp 3 años	0	0%	0	0%	1,340,000	100%	1,340,000
Totales	0	0.00	0	0.00	1,340,000	100.00	1,340,000

ACCIÓN DE FORMACIÓN 5 DE 5

Transformacion Digital en Banca y Servicios

Generalidades de la acción | Entidades de la acción | Descripciones | Perfil | Presupuesto | Resumen por rubros | Cobertura Geográfica
Ir al menú del proyecto

Generalidades de la Acción de Formación Transformacion Digital en Banca y Servicios

Acción de Formación

Norma de competencia	Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campa¿a y normativa legal.
Número de beneficiarios	41
Beneficiarios empresa	41
Beneficiarios SENA	0
Perfíl beneficiarios	Jefes y Coordinadores de las diferentes Vicepresidencias de la organización - NIvel Táctico
Número de grupos	1
Número de días x grupo	15

Horas de la Acción de Formación

Horas teóricas presenciales por grupo	0	**Horas prácticas presenciales por grupo**	0	**Total horas presenciales por grupo**	0
Horas teóricas virtuales por grupo	84	**Horas prácticas virtuales por grupo**	36	**Total horas virtuales por grupo**	120
Horas teóricas combinadas por grupo	0	**Horas prácticas combinadas por grupo**	0	**Total horas combinadas por grupo**	0
				Total de horas grupo	120
				Total de horas acción	120

Entidades de la Acción de Formación Transformacion Digital en Banca y Acción de Formación

Servicios (Total: 1)

Nombre de la entidad	Papel
CREDIBANCO S.A.	PROPONENTE

Descripciones de la Acción de Formación Transformacion Digital en Banca y Servicios (Total: 22)

Acción de Formación

Descripción 1 de 22

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

El acelerado avance de la economía digital y la redefinición de los modelos de negocio en función del aprovechamiento de la tecnología, obligan a estar preparados para dar soluciones digitales a las distintas áreas de negocio. Las tecnologías principalmente las digitales, han traído nuevas oportunidades para las empresas; aunque es importante entender que este cambio no es puramente tecnológico, sino que necesita de nuevas aptitudes en las personas que lideran la compañía, así como repensar las propias organizaciones en un mercado global.

La transformación digital se entiende como un proceso integrador, en el que todas las áreas de una organización tienen la responsabilidad de sumar valor. La transformación digital se apoya con tecnología, pero en ningún caso es un proceso que dependa exclusivamente de las soluciones técnicas instaladas. Por ello, el Diplomado en Transformación Digital busca que los colaboradores de nivel táctico y estratégico de las distintas áreas de la organización CredibanCo, comprendan el contexto de la transformación digital, apropien la hoja de ruta de la digitalización en esta materia y que asuman su rol como líderes del cambio, con miras a hacer más efectiva, oportuna y pertinente su función.

Siguiendo toda la línea de la transformación digital que ha cambiado el rumbo de los negocios, CredibanCo ha invertido US$30 millones para la renovación de las plataformas tecnológicas, y así poner en marcha un Plan Maestro de Transformación. Las nuevas tecnologías que fueron adquiridas se basan en arquitecturas abiertas, que permitirán una óptima conectividad, mayor capacidad de diseño, mejores tiempos en la implementación de productos y mucha flexibilidad.

Una de las formas de pago que la entidad ha lanzado en los últimos años, es PaGo que permite pagar de forma fácil, rápida y segura de manera online, y como explicó la entidad "incrementa el tráfico de clientes a las páginas web y/o aplicaciones de los comercios, aumentando la conversión de compras y mitigando el riesgo de fraude".

Las transacciones online de CredibanCo han crecido 49%, de esta manera logró el primer puesto de la red líder de procesamiento en transacciones de ecommerce en Colombia. Las transacciones en general en el segundo semestre de 2018 crecieron de 13,21%.

Por su parte y de acuerdo con ACSIS 2020, desde el inicio de la emergencia económica en el país, por cuenta del COVID-19, las empresas, especialmente los pequeños comercios y del canal tradicional, han enfrentado múltiples desafíos para no cerrar sus negocios. Según Fenaltiendas, para agosto del 2019, había 700 mil pequeños comercios, de los cuales 260 mil eran tiendas de barrio, además, el 70% de ellos vendían menos de $300.000 diarios y solo el 4,2% recibían pagos con tarjeta. Asimismo, de los 5.362 comercios afiliados a CredibanCo y pertenecientes a la categoría de Micro Supermercados/Tenderos CredibanCo, únicamente el 51% se encuentran activos durante la pandemia. Dichos comercios han crecido en un 105% durante la coyuntura, facturando al día entre 8 y 9 mil millones de pesos. Una de las principales razones de dicha tendencia ha sido la implementación de herramientas tecnológicas, de hecho, los pedidos a través de eCommerce crecieron entre un 112%.

Descripción 2 de 22

Continuación... DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

Problema o necesidad
En el análisis de lo anteriormente expuesto, se decide plantear la realización de la presente acción de formación, la cual contribuye a dar orientación y a fortalecer las capacidades de la ejecución de la estrategia (táctico) sobre la implementación de modelos de transformación digital; la acción de formación se origina identificando la necesidad de actualizar el taleno humano para entender la importancia que representa la transformación digital al interior de CradibanCo junto con ello, el reto de mantenerse vigente y seguir siendo la empresa de la red líder de procesamiento en transacciones de ecommerce en Colombia, permitiéndole ser más competitiva y efectiva.
Causas
Las causas se relacionan con la baja oferta de programas de alta calidad y con la profundidad necesaria en el país y enfocados en la industria de servicios bancarios, así mismo, el alto costo de la oferta de formación especializada, bajo nivel de implementación y conocimiento de la transformación digital y sus alcances por parte de mandos medios y baja cultura digital.

Efectos
Los efectos se expresan en el escaso talento humano formado en esta materia y su alto costo, discreto nivel de implementación de tecnologías adquiridas por la empresa, inversión y poco abordaje de procesos de transformación

digital que le permitan a la organizacíon definir estrategias y planes de acción al respecto; por último, el posible rezago tecnológico de la organización y del país en esta materia.

Enfoque de la acción de formación hacia desarrollo productivo y/o competitividad
Existe un claro enfoque de la acción de formación hacia la productividad y la competitividad, ya que CredibanCo está inmersa en sector muy competido y con jugadores de talla mundial, por lo cual es preciso mantenerse a la vanguardia y la transformación digital debe ser una oportunidad para un mejor posicionamiento y desempeño productivo y competitivo de la empresa.

Indica que la acción de formación planteada es especializada y justifica el porqué.
El enfoque del diplomado es hacia la trasformación digital sector Bancario + Fintech, con lo cual se alinea a la universidad o proveedor de la formación, con las necesidades específicas de la empresa para lo cual la sensibilización, la formación se alinea con el Plan Maestro de Transformación de CredibanCo, en el cual la generación de competencias y de conocimientos del personal Táctico se considera fundamental para avanzar de manera óptima hacia la transformación digital, aportando de manera determinante y concreta a la necesidad planteada. La acción de formación está diseñada para aportar desde una visión global a las necesidades y entorno particular de los clientes y sociedad productiva colombiana.

Orientación Industrias 4.0
La acción de formación se orienta a la aplicación de la cuarta revolución industrial, específicamente hacia el uso de tecnologías digitales y adopción de TIC, en las que la empresa ha realizado inversión, en donde se identifica claramente un gran potencial de crecimiento en los actuales y nuevos negocios.

Descripción 3 de 22

Continuación... DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

Vocaciones Productivas Regionales y/o Focos Temáticos de Desarrollo Regional en Ciencia, Tecnología e Innovación

Dentro de los focos temáticos de desarrollo regional en ciencia, tecnología e innovación de varios departamentos entre ellos Atlántico, Caldas, Chocó y Cauca, se identifican las Tic; así mismo, Actividades de desarrollo se sistemas informáticos (planificación, análisis, programación, pruebas) en las vocaciones productivas (Anexo_19_Documento_De_Consulta_Tematicas).

La transformación digital es un propósito en el que el gobierno nacional pone la mayor atención, para ello se ha creado dentro del Minctic el viceministerio de Transformación Digital, el cual surge a raíz de la importancia y crecimiento de los procesos de comunicación a través de la tecnología para lograr su especialización de acuerdo a los avances generados por el Estado en materias de Tecnologías de la Información y continuar con las gestiones desarrolladas por el viceministerio general.

Descripción 4 de 22

2. OBJETIVOS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN:

Fortalecer las capacidades de toma de decisiones sobre la implementación de modelos de transformación digital, a partir de la comprensión del ecosistema digital, las buenasprácticas y las tendencias en innovación, usando metodologías y herramientas adecuadas al contexto transformador, en trabajadores de nivel táctico de la empresa.

' Identificar el contexto de la economía digital y los modelos de negocio que surgen para el sector bancario.
' Comprender la transformación digital desde una perspectiva integral y sistémica, que vincula a todas las áreas de la organización.
' Reconocer la tecnología disponible y las oportunidades que brinda para impulsar distintas áreas de trabajo.
' Entender las metodologías para desarrollar pensamiento innovador que impulse la transformación digital, y los indicadores que pueden apoyar la medición de sus impactos.

Descripción 5 de 22

3. POBLACIÓN BENEFICIARIA DE LAS ACCIONES DE FORMACIÓN:

Perfil: Jefes y Coordinadores de las diferentes Vicepresidencias de la organización tienen un rol táctico enfocado en el aseguramiento y control de los procesos a su cargo para garantizar el cumplimiento de los objetivos y consecución de resultados planteados en línea con el plan estratégico de la organización.

Área Funcional: aseguramiento y control de los procesos a su cargo para garantizar el cumplimiento de los objetivos y consecución de resultados planteados en línea con el plan estratégico de la organización.

Nivel Ocupacional: Jefes y Coordinadores - Trabajadores de nivel táctico de la organización CredibanCo.

- Vicepresidencia de Desarrollo de Negocios
- Vicepresidencia de Finanzas y Servicios Corporativos
- Vicepresidencia de Operaciones
- Vicepresidencia de Tecnología

- Vicepresidencia de Mercadeo y Transformación

Nivel de Escolaridad: Profesional de carreras administrativas, financieras y/o Ingenierías

Acceso a las TIC's: el 100% de los trabajadores beneficiarios de la formación tienen acceso a internet, computador y herramientas tecnológicas para la formación virtual.

Tipo de vinculación laboral: Contrato laboral fijo a término indefinido.

Beneficiarios en condición de discapacidad: En esta acción de formación no participarán personas en condición de discapacidad.

Relación entre el perfil descrito y el objetivo de la acción de formación: la acción de formación está dirigida a mandos medios o nivel táctico de la organización, responsables en gran medida de poner en marcha las acciones y actividades para la transformación digital de la empresa, por lo tanto, es necesaria su comprensión del ecosistema tecnológico, las buenas prácticas y las tendencias en innovación, usando metodologías y herramientas adecuadas para los mejores resultados.

Descripción 6 de 22

4. CLASIFICACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN POR SECTOR Y SUBSECTOR:

Sector: Servicios
Subsector: Servicios Bancarios - TICs

Descripción 7 de 22

5. EVENTO DE FORMACIÓN:

La acción de formación se desarrollará a manera de Diplomado Virtual de 120 horas

Descripción 8 de 22

6. MODALIDAD DE FORMACIÓN:

Formación Virtual 100%

Descripción 9 de 22

7. UNIDADES TEMÁTICAS:

Unidad temática 1.
Nombre: ECONOMÍA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL
Horas: 12
Competencia que se desarrolla:
- Identificar el contexto de la economía digital y cómo la transformación digital es parte esencial de la evolución de las organizaciones para un entorno más competitivo y global.
- Comprender el concepto de transformación digital y las ventajas competitivas derivadas de la toma de decisiones en este sentido, así como las etapas y modelos de implementación del proceso de transformación al interior de las organizaciones.
Contenidos:
- Economía digital
- Contexto digital
- Transformación digital
- Etapas de la transformación digital
- Modelos de transformación digital

Unidad temática 2.
Nombre: DECISIONES EN TRANSFORMACIÓN DIGITAL
Horas: 12
Competencia que se desarrolla:
Identificar puntos clave de análisis para la tomade decisiones de transformación digital, combinando una visión integral sobre el proceso de cambio y la tecnología como herramienta para este.
Contenidos:
- La transformación digital
- Nivel de madurez digitalo¿Qué es el nivel de madurez digital?oVectores de madurez digital
- Decidir sobre la transformación digitalIdentificar puntos clave de análisis para la tomade decisiones de transformación digital, combinando una visión integral sobre el proceso de cambio y la tecnología como herramienta para este.
- Hoja de ruta de la transformación digitalo¿Qué factores considerar?
- ¿Qué debería transformarse primero en una compañía?
- Recomendaciones clave para emprender un proceso de transformación digital

Unidad temática 3.
Nombre: TRANSFORMANDO LAS ÁREAS DE NEGOCIO
Horas: 12
Competencia que se desarrolla:
- Cuestionar asertivamente los procesos del negocio para descubrir aspectos autolimitantes y autoempoderadores.
- Entender cómo es posible impulsar los procesos clave del negocio (desde las áreas centrales de trabajo), a través de la apropiación efectiva de las tecnologías disponibles en el mercado, con énfasis en la toma de decisiones.
Contenidos:
- Principales retos de la transformación digital
- Entender la cultura organizacional
- Gestión del cambio organizacional para la transformación digital
- Perfil del usuario/consumidor en la Era digital
- ¿Cómo iniciar el proceso de transformación digital?
-Digitalizando los procesos

Unidad temática 4.
Nombre: LO DIGITAL Y LOS MODELOS DE NEGOCIO DISRUPTIVOS
Horas: 12
Competencia que se desarrolla:
Entender la noción de modelo de negocio comofin último de la transformación digital, caracterizando dos metodologías de modelación de negocios propias de los negocios en la era digital: lean startup y design thinking.
Contenidos:
Modelos de negocio
-¿Qué es un modelo de negocio?
- ¿Qué es el Modelo Canvas?
- Elementos del modelo Canvas
- El riesgo y la toma de decisiones en los modelos de negocio
Herramientas de modelación de negocios en la era digital
- Lean Startup
- Design Thinking

Unidad temática 5.
Nombre: EL ROL DE LOS C-LEVEL EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
Horas: 12
Competencia que se desarrolla: Identificar el papel, alcances y límites de los tomadores de decisiones de las distintas áreas del negocio frente a la transformación digital, y el rol del director de tecnologías en este proceso.
Contenidos:
La transformación digital
¿Hacia dónde vamos en digitalización?
-Madurez digital y desafíos
Decidiendo la transformación digital
- La estrategia y no la tecnología
- ¿Quién lidera los procesos de transformación?
- Áreas de negocio líderes en transformación digital
- ¿Cuál es el rol de las áreas TI? El equipo de transformación digital -¿Por qué un equipo de transformación digital? - Escenarios para la transformación digital

---

Descripción 10 de 22

Continuación... UNIDADES TEMÁTICAS:

Unidad temática 6.
Nombre: MIDIENDO EL AVANCE DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
Horas: 10
Competencia que se desarrolla:
Reconocer factores clave para medir el avance y hacer seguimiento a los procesos de transformación digital al interior de las organizaciones.
Contenidos:
¿Por qué medir la transformación digital?
- Medirnos en el contexto global
Modelo 1 de medicióno
-¿Qué mide este modelo?
-¿Cómose calculan los resultados en este modelo?
Modelo 2 de medicióno
-¿Qué mide este modelo?
-¿Cómo se calculan los resultados?

Unidad temática 7.
Nombre: IMPACTOS DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Horas: 10
Competencia que se desarrolla: Comprender la transformación digital como un proceso que parte de las organizaciones y genera impactos globales en materia económica, social y cultural.
Contenidos:
- El mundo se transforma
- Implicaciones económicas de la transformación digital
- Implicaciones sociales de la transformación digital
- Barreras para alcanzar el potencial de la digitalización

Unidad temática 8.
Nombre: ÉTICA EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
Horas: 6
Competencia que se desarrolla:
- Identificar los dilemas ético-prácticos más comunes en el ejercicio de la transformación digital.
- Asimilar ciertos modelos reconocidos e idóneos para la toma de decisiones ético-estratégicas, flexibles y adaptables a las complejas situaciones
- Reconocer conceptos ético-prácticos aplicables al ejercicio profesional de la transformación digital en cuanto a su fin, su objeto y sus circunstancias
Contenidos:
- Dilemas ético-prácticos más comunes en el ejercicio de la transformación digital
- Asimilación de modelos de toma de decisiones ético-estratégicas en transformación digital
- Identificar los dilemas ético-prácticos más comunes en el ejercicio de la transformación digital.
- Asimilar ciertos modelos reconocidos e idóneos para la toma de decisiones ético-estratégicas, flexibles y adaptables a las complejas situaciones
- Conceptos ético-prácticos aplicables al ejercicio profesional de la transformación digital

Unidad temática 9.
Nombre: FINTECH Y PLATAFORMAS DE FINANCIACIÓN
Horas: 24
Competencia que se desarrolla: Conocer el nuevo entorno competitivo Fintech y su correlación con la Banca digital. Enfocar al participante en el origen de Fintech y plataformas de financiación.
Contenidos: Qué es Fintech?
¿Dónde aparecen Fintech?
Líneas Fintech
¿Qué es Blockchain?
¿Cómo funciona Blockchain?
Principales usos de Blockchain
¿Qué soluciona la cadena de bloques?
Ejemplos de blockchain en el presente
¿Qué es y cuáles son los tipos de Crowdfunding?
¿Qué es Crowdequity?
¿Qué es Crowdlending?
¿Qué es Invoice Trading?

Unidad temática 10.
Nombre: Trabajo central
Horas: 10
Competencia que se desarrolla:
Fortalecer las capacidades de toma de decisiones sobre la implementación de modelos de transformación digital, a partir de la comprensión del ecosistema digital, las buenas prácticas de sector bancario y las tendencias en innovación, usando metodologías y herramientas adecuadas al contexto transformador. Contenidos: Desarrollo de un plan de implementación de transformacióndigital en Credibanco.

Descripción 11 de 22

8. METODOLOGÍA:

El diplomado es un programa 100% virtual, teórico (70%) práctico (30%) que se desarrolla a través de un ambiente virtual especializado, diseñado y construido específicamente para que sus participantes (estudiantes, profesores, dinamizadores), interactúen de manera sencilla e intuitiva con los diferentes recursos de aprendizaje, permitiendo la apropiación y construcción de conocimientos.

La ruta académica, como la arquitectura y gestión de nuestra plataforma virtual, está pensada en poner al alcance de nuestros estudiantes el factor humano y los recursos académicos, pedagógicos y tecnológicos para que desarrolle de manera óptima y autónoma su proceso formativo, generando así una experiencia educativa de calidad y altamente pertinente. El diplomado tiene una intensidad horaria de 120 horas que se cursan a lo largo de 12 semanas, en las cuales se desarrollan acciones de trabajo independiente, trabajo colaborativo, trabajo mediado, sesiones sincrónicas, desarrollo de actividades y evaluación de aprendizajes, acompañado por profesores y dinamizadores que lo guiarán en los diferentes procesos académicos, administrativos y técnicos que se presentan.

Dentro del desarrollo del diplomado se encontraran los estudiantes con tres tipos de actividades.
Actividades de aprendizaje:
- Actividades de aprendizaje evaluativas: son las tareas obligatorias a desarrollar, en ciertos módulos se plantea una actividad evaluativa que articula conceptualmente lo visto en cada unidad temática, esta actividad es evaluable y tiene un peso evaluativo sobre el porcentaje final de aprobación del diplomado.
- Actividades de aprendizaje formativas: son las tareas optativas a desarrollar, aparecen en determinados módulos y buscan reforzar algunos temas y el logro de los objetivos de aprendizaje propuestos. Estas actividades no son evaluables, son de repaso y fortalecimiento de competencias.
- Trabajo central: mientras está cursando el diplomado, en grupo o individual, debe realizar un producto que materializa y evidencia los aprendizajes desarrollados en cada uno de los módulos de formación, este producto se presenta como cierre del diplomado y es la actividad con mayor peso evaluativo sobre el porcentaje final de aprobación de este.

Estrategia didáctica:
Para el Diplomado Virtual se propone para esta acción de formación contenidos de actualidad, basado en expertos de experiencia profesional y promueve el uso de las TICŽs con herramienta visual, gráfica y pedagógica muy interactivas que buscan generar un verdadero proceso de aseguramiento del aprendizaje en cada una las unidades temáticas del Diplomado.

Las actividades base del Diplomado son teórica - prácticas, y la estrategia es centrada en la individualización de la enseñanza e incluye 3 ejes que son igual de importantes y necesarios en su ejecución:
1. El Autoaprendizaje: para alcanzar con éxito la implementación de esta estrategia se depende la disciplina y autonomía del participante. El diplomado pone a disposición de cada uno los contenidos y se generan una serie de compromisos en los cuales se deben poner en práctica los mismos y con este se busca iniciar la primera fase del aseguramiento del aprendizaje.
2. El Aprendizaje colaborativo: en esta estrategia didáctica se busca conocer el concepto y la opinión de pares multidisciplinares que ayudan a enriquecer el proceso y generar un conocimiento más amplio enriquecido con otros puntos de vista y se pone en evidencia en los foros y chats de algunas sesiones.
3. El Acompañamiento del dinamizador: en nuestra metodología y nuestra estrategia es el gran diferenciador del mercado, este rol nos genera un proceso de constante apoyo y seguimiento a los participantes, de forma que cumplan su proceso académico, sus entregables por unidad temática y de esta forma asegurar la apropiación de los conceptos.

Descripción 12 de 22

Continuación... METODOLOGÍA:

A continuación, se presentan las actividades y estrategia metodológica para cada Unidad temática (UT) de acuerdo con lo antes expuesto:
UT 1: Actividades de aprendizaje formativa: Foro - Estrategia didáctica: Aprendizaje colaborativo
UT 2 Actividades de aprendizaje evaluativa: Análisis - Estrategia didáctica: Autoaprendizaje
UT 3 Actividades de aprendizaje evaluativa: Análisis - Estrategia didáctica: Acompañamiento del dinamizador:
UT 4 Actividades de aprendizaje formativo: Foro - Estrategia didáctica: Aprendizaje colaborativo
UT 5 Actividades de aprendizaje evaluativa: Análisis - Estrategia didáctica: Autoaprendizaje
UT 6 Actividades de aprendizaje evaluativa: Entregable - Estrategia didáctica: Acompañamiento del dinamizador:
UT 7 Actividades de aprendizaje evaluativa: Entregable - Estrategia didáctica: Autoaprendizaje
UT 8 Actividades de aprendizaje evaluativa: Foro - Estrategia didáctica: Aprendizaje colaborativo
UT 9 Actividades de aprendizaje evaluativa - Taller y uso de herramientas. Estrategia didáctica
UT 10 Actividades de aprendizaje evaluativa Entregable Estrategia didáctica: Autoaprendizaje
UT 11 Actividades de aprendizaje Trabajo central - Estrategia didáctica: Acompañamiento del dinamizador:

Descripción 13 de 22

9. MATERIAL DE FORMACIÓN:

Dentro de los materiales y recursos de formación se encuentran recurso de autoformación, videos, pódcast, lecturas requeridas y recursos complementarios.
continuación, se comparte el tipo de material y/o recursos de aprendizaje que serán utilizados en los módulos virtuales que integran la acción de formación:

Videos de Aprendizaje: Son videos compactos, realizados por expertos temáticos en los cuales se presentan bajo testimonios, historias o situaciones reales, el tema que se abordará en los módulos y de esta manera contextualizar al estudiante sobre el contenido del mismo. Estos videos no son extensos, su duración es de alrededor 15 minutos máximo. Su contenido y formato garantizan la atención y concentración del estudiante.

Lecturas de Estudio: Documentos académicos y de referencia teórica que permitirá a los estudiantes estudiar sobre los temas tratados y encontrar diferentes posturas que ampliarán la comprensión de conceptos e ideas clave.

Actividad de Aprendizaje: Es un elemento más para verificar y desarrollar los objetivos que se han planteado. Se ajustará a los tiempos de dedicación del estudiante y será de tipo práctico reflexivo y expuesto de manera sencilla. Podrá ser un estudio de caso, resolución de un planteamiento problema, desarrollo de un proyecto, construcción de un planteamiento, entre otros; sin importar cual estrategia se seleccione apuntará a casos reales y prácticos que

pueden enfrentar los estudiantes en su quehacer profesional y que involucre situaciones también de tipo ético.

Quiz On Line: Se enfoca en una autoevaluación, que le permitirá al estudiante reconocer la apropiación de conceptos y conocimientos abordados en los módulos. El objetivo principal del quiz es afianzar los aprendizajes y que el estudiante pueda identificar en sus resultados las respuestas incorrectas y así revisar las temáticas y presentarlo de nuevo

Los materiales y recursos de formación entre los que se encuentran recurso de autoformación, videos,pódcast,lecturas requeridas y recursos complementarios, serán compartidos por la plataforma y también se enviarán vía correo electrónico.

Descripción 14 de 22

10. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS:

Los resultados de aprendizaje a lograr, e describen a continuación por unidad temática:

UT1 Y UT 2 Reconoce la transformación digital como un proceso que se enmarca en lo global pero que se desarrolla desde el interior de las organizaciones, permitiéndoles ser competitivas y efectivas en el marco de la economía digital.

UT 3 Y UT 4 Comprende la transformación digital como proceso integral y sistémico, entendiendo, a partir de las tendencias tecnológicas, cómo es posible tomar decisiones de transformación que reorienten el modelo de negocio e impulsen a cada área de trabajo.

UT 5, UT 6, UT 7 Desarrolla capacidades para la toma de decisiones en el proceso de transformación digital, entendiéndola como resultado de la articulación entre las distintas áreas del negocio, destacando el rol de los líderes de tecnología y los impactos que genera este proceso a nivel organizacional y global.

UT 8 Fortalece la aceptación y la adopción de los valores éticos en la vida personal y en relación con las prácticas profesionales que realiza en su ejercicio laboral.

UT 9 Conocer los conceptos de Fintech y aplicaciones a la banca y sus operaciones, conocer instrumentos o herramientas, las técnicas y su aplicación buscando ampliar impacto en la automatización de procesos y explotación del manejo de la data. Analizar técnicas, necesarias para vincular y potenciar la sostenibilidad de Credibanco.

UT TC Desarrolla capacidades para la toma de decisiones en el proceso de transformación digital, entendiéndola como resultado de la articulación entre las distintas áreas del negocio, destacando el rol de los líderes de tecnología y los impactos que genera este proceso a nivel organizacional y global.

Descripción 15 de 22

11. EVALUACIÓN DE APRENDIZAJE:

La evaluación del diplomado se enmarca en la premisa de evaluación continua del aprendizaje y el pilar de relevancia práctica, en el cual el estudiante mediante su participación en actividades de aprendizaje (foros, cuestionarios, tareas, etc.) irá evidenciando el desarrollo de los resultados previstos de aprendizaje expuestos. Las actividades de aprendizaje que se proponen a los participantes están acompañadas de rúbricas de evaluación que permiten garantizar la coherencia curricular con los resultados previstos de aprendizaje y los objetivos, con base a estas rúbricas es que se establecen los criterios de evaluación y la valoración que alcanzan los estudiantes.

Es importante revisar las políticas de evaluación del diplomado. Finalmente, la evaluación continua tiene su mayor expresión bajo el fundamento de relevancia práctica, mediante la realización por parte del estudiante de un trabajo central y final el cual debe evidenciar el logro de los resultados previstos de aprendizaje y de los objetivos que se han planteado a lo largo del programa.

Adicionalmente y de acuerdo el pliego de la convocatoria, se implementará como indicador de impacto de la acción de formación el propuesto en este así:

Indicador Tasa de Incremento del Conocimiento: Mide el incremento del conocimiento de los trabajadores beneficiarios participantes por acción de formación.

TIC = (NPFT - NPIT)x100
/NPIT

TIC = Tasa de incremento del conocimiento
NPFT = Nota promedio final de conocimiento del trabajador
NPIT = Nota promedio inicial de conocimiento del trabajador

El formato y características de la prueba de entrada y salida se realizará de acuerdo a lo establecido en el pliego y/o términos de referencia de la convocatoria. Esta se aplicará a cada uno de los participantes desde la plataforma.

Descripción 16 de 22

12. AMBIENTE DE APRENDIZAJE:

El ambiente de aprendizaje es aula virtual: las tecnologías de la información y la comunicación aplicadas a la educación y a la creación de entornos virtuales de aprendizaje nos dan la posibilidad de romper las barreras espacio temporales que existen en las aulas tradicionales y posibilitan una interacción abierta a las dinámicas del mundo. Por esta razón y también a la necesidad de contribuir con formación pertinente y de calidad al sector panelero colombiano en épocas de pandemia se selecciona este tipo de formación. Así mismo, los gerentes y directivos a los cuales se dirige esta acción de formación, pueden participar manejando de mejor manera el tiempo y están habituados a las nuevas formas de comunicación y de aprendizaje.

Para el desarrollo de los programas de formación virtual se dispone de la Plataforma LMS Moodle: un sistema de gestión avanzada (también denominado "Entorno Virtual de Enseñanza-Aprendizaje (EVEA)"; diseñada específicamente para gestionar de manera eficiente y con altos estándares de calidad, los procesos de aprendizaje que se desarrollan en un programa de formación. La plataforma Moodle es la más usada en el mundo para desarrollar cursos online, dada su adaptabilidad, diversidad de recursos de aprendizaje y la posibilidad de gestionar adecuadamente contenidos y personas. Cada recurso, interacción, herramienta, contenido y estrategia formativa, está diseñada y pensada para generar un idóneo y eficaz ambiente de aprendizaje, el cual se visibilice a sus diferentes usuarios de forma sencilla, simple e intuitiva permitiendo concentrase en los objetivos de aprendizaje y experimentando los beneficios de la formación online. La plataforma de formación de virtualidad de la Universidad de la Sabana cumple con, los requisitos mínimos del anexo 14 de la convocatoria.

Nuestra platafoma ofrece los estandars más altos de tecnología a nivel mundial dentro de sus principales caracteristicas se encuentra el respaldo de almacenamiento de la información, la replica de servidores en 3 paises difrentes del mundo, es una plataforma Flexible, interactiva, Escalble Nuestra solución opera la virtualidad en entornos Moodle integrados según el caso con Microsoft, Google o videoconferencia Zoom. Caracteristicas funcionales: Manejo de eventos por medio del calendario
Mensajería interna, Chat en tiempo real, Gestión de documentos y links de accesos rápidos, Envío de tareas para trabajos prácticos y Evaluaciones

---

Descripción 17 de 22

13. CARACTERÍSTICAS DE LA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA O PLATAFORMA VIRTUAL:

Para el Desarrollo de los programas de formación virtual, Unisabana e-Learning dispone de la Plataforma LMS Moodle: un sistema de gestión avanzada (también denominado "Entorno Virtual de Enseñanza-Aprendizaje (EVEA)"; diseñada específicamente para gestionar de manera eficiente y con altos estándares de calidad, los procesos de aprendizaje que se desarrollan en un programa de formación. La plataforma Moodle es la más usada en el mundo para desarrollar cursos online, dada su adaptabilidad, diversidad de recursos de aprendizaje y la posibilidad de gestionar adecuadamente contenidos y personas. Cada recurso, interacción, herramienta, contenido y estrategia formativa, está diseñada y pensada para generar un idóneo y eficaz ambiente de aprendizaje, el cual se visibilice a sus diferentes usuarios de forma sencilla, simple e intuitiva permitiendo concentrase en los objetivos de aprendizaje y experimentando los beneficios de la formación online.

Descripción 18 de 22

14. LUGAR DE EJECUCIÓN:

Cobertura de la acción de formación y Municipios

Departamento Ciudad Cantidad
Bogotá D.C Bogotá 34
San Andrés San Andrés 1
Antioquia Medellín 2
Valle del Cauca Cali 2
Santander Bucaramanga 2
Total 41

Los departamentos y ciudades se seleccionan por la necesidad identificada por la empresa sobre la formación y la prioridades que en materia de transformación digital se tienen en las diferentes seccionales de CredeobanCo.

Descripción 19 de 22

Continuación... LUGAR DE EJECUCIÓN:

na

Descripción 20 de 22

15. CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

Perfil 1 Unidades Temáticas 1,2 3,4,5,6,7-10 y 11
Formación académica
Profesional en ingeniería y/o ciencias administrativas Y/o economía Y/o Publicidad y/o diseño y afines, con bases conceptuales sólidas, vigentes y con conocimientos al más alto nivel en su área de conocimiento.

Experiencia relacionada
Directivo y/o Consultor y/o Administrativo y/o Asesoren áreas de desarrollo de procesos, y/o de tecnología y /o medios.

Experiencia en formación PAT y Virtual 1 año.
Experiencia en años 3-7 años

Capacitador Nacional
Competencias técnicas: especialista en el módulo a dictar, con bases conceptuales sólidas, vigentes y con conocimientos al más alto nivel en su área.

Competencias Tecnológicas
Maneja de Herramientas Tecnológicas para la pedagogía - Suite de Ofimática - Redes sociales. En las áreas de su responsabilidad. Manejo de Herramientas de medición de KPI y/o performance y/o plataformas de digital.

Competencias pedagógicas
Aprendizaje por proyectos - Habilidad para resolver preguntas, habilidades comunicativas.

Competencias Actitudinales
Habilidad para trabajar con grupos multidisciplinarios y capacidad de motivar el cambio en las empresas. - Comunicación - Capacidad de Negociación.

Perfil 2: Unidad temática 8
Profesional en ciencias sociales, Psicología y/o ciencias del comportamiento humano + ciencias administrativas y afines. + especialización en áreas relacionadas.
Experiencia relacionada
Consultor Y/o Asesor y/o Directivo y/o Administrativo en áreas de Administrativas y/o de desarrollo de procesos, y/o de comunicación.
Experiencia en años 4-8 años
Capacitador Nacional
Experiencia en formación PAT y Virtual 1 año.

Competencias técnicas: especialista en el módulo a dictar, con bases conceptuales sólidas, vigentes y con conocimientos al más alto nivel en su área.

Competencias Tecnológicas
Maneja de Herramientas Tecnológicas para la pedagogía - Suite de Ofimática - Redes sociales. En las áreas de su responsabilidad.

Competencias pedagógicas
Aprendizaje por proyectos - Habilidad para resolver preguntas, habilidades comunicativas, Manejo de resiliencia.

Competencias Actitudinales
Resolución de Conflictos Habilidad para trabajar con grupos multidisciplinarios y capacidad de motivar el cambio en las empresas. -Negociación y Comunicación Asertiva.

Perfil 3 Unidad temática 9
Profesional en ciencias sociales, Psicología y/o ciencias del comportamiento humano + ciencias administrativas y afines. + especialización en áreas relacionadas.

Experiencia relacionada
Consultor Y/o Asesor y/o Directivo y/o Administrativo en áreas de Administrativas y/o de procesos, y/o de Comercial de empresas del sector financiero.
Experiencia en formación PAT y Virtual 1 año.
Experiencia en años 5-8 años
Capacitador Nacional

Competencias técnicas: especialista en el módulo a dictar, con bases conceptuales sólidas, vigentes y con conocimientos al más alto nivel en su área.
Competencias Tecnológicas
Maneja de Herramientas Tecnológicas para la pedagogía - Suite de Ofimática - Manejo de herramientas de Análisis de datos.
Competencias pedagógicas
Trabajo de proyectos en equipo -habilidades comunicativas, conocimiento en herramientas de desarrollo de

tecnología.
Competencias Actitudinales trabajar con grupos multidisciplinarios y capacidad de motivar el cambio en las empresas. -Negociación y Comunicación Asertiva.

Descripción 21 de 22

Continuación... CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

na

Descripción 22 de 22

16. CAPACITADOR PERSONA JURÍDICA:

La Universidad de La Sabana es una universidad privada de Colombia, sujeta a inspección y vigilancia por medio de la Ley 1740 de 2014 y la ley 30 de 1992 del Ministerio de Educación de Colombia. Fue fundada el 21 de septiembre de 1979 por la Asociación para la Enseñanza Aspaen. Obtuvo la Acreditación Institucional de Alta Calidad del CNA por 8 años. En la edición de año 2017 del ranking QS, la universidad de ubicó en el rango 701-800 y entre las mejores 100 de América latina.

Su sede está ubicada en el municipio de Chía. Su población estudiantil asciende a 12.158 (2016), de los cuales 8.808 son de pregrado, 23 de doctorado, 1.717 de maestría, 1.399 de especialización y 211 de especialidades médico-quirúrgicas.

Está integrada por 14 unidades académicas divididas en 8 facultades, una escuela, tres institutos y dos unidades con carácter especial que ofrecen 22 programas de pregrado.1 2 En postgrado, ofrece 3 doctorados, 49 especializaciones, 17 especialidades médicas y 28 maestrías, para un total de 119 programas en esa modalidad.14 El personal docente de la universidad es de 1.936 profesores en total (2016). El cuerpo profesoral de planta está conformado por 378 docentes, de los cuales, un 30% tienen doctorado, 56% maestría, 4% especialización y 10% pregrado-profesional. Los profesores de cátedra son 1.558.

PERFILES 1 (Total: 3) Acción de Formación

Formación Académica	Experiencia Relacionada	Años Experiencia Relacionada	Experiencia Específica	Años Experiencia Específica	Clasificación
Profesional en ingeniería y/o ciencias administrativas Y/o economía Y/o Publicidad y/o diseño y afines, con bases conceptuales sólidas, vigentes y con conocimientos al más alto nivel en su área de conocimiento.	Directivo y/o Consultor	5	Consultor en áreas de desarrollo de procesos, y/o de tecnología y /o medios.	3	CAPACITADOR NACIONAL
Profesional en ciencias sociales, Psicología y/o ciencias del comportamiento humano + ciencias administrativas y afines. + especialización en áreas relacionadas.	Directivo de empresa	5	Consultor Administrativo en áreas de Administrativas y/o de desarrollo de procesos, y/o de comunicación.	3	CAPACITADOR NACIONAL
Profesional en ciencias sociales, Psicología y/o ciencias del comportamiento	Directivo y/o Gerente de Empresa	5	Consultor Y/o Asesor y/o de Administrativas y/o de procesos, y/o de Comercial de	3	CAPACITADOR NACIONAL

humano + ciencias administrativas y afines. + especialización en áreas relacionadas.			empresas del sector financiero.		

Presupuesto de la Acción de Formación Transformacion Digital en Banca y Servicios (Total: 2)

Acción de Formación

Rubro	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
				Especie - %		Dinero - %		
R08 Gastos de Operación del Proyecto	Gastos de operación del proyecto	0	0	0	0	10,250,000	100	10,250,000
R09.4 Formación Virtual Diplomado 120 Horas	Diplomado virtual 120 horas	50,225,000	49	0	0	52,275,000	51	102,500,000
		50,225,000	44.5	0	0.0	62,525,000	55.5	112,750,000

Resumen por rubros de la Acción de Aprendizaje (Total: 2)

Acción de Formación

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R08 Gastos de Operación del Proyecto	0	0%	0	0%	10,250,000	100%	10,250,000
R09.4 Formación Virtual Diplomado 120 Horas	50225000	49%	0	0%	52,275,000	51%	102,500,000
Totales	50,225,000	44.55	0	0.00	62,525,000	55.45	112,750,000

Cobertura geográfica de la Acción de Formación Transformacion Digital en Banca y Servicios (Total: 5)

Acción de Formación

Ciudad - Región	Porcentaje
BUCARAMANGA - SANTANDER	4.86
CALI - VALLE DEL CAUCA	4.86
MEDELLIN - ANTIOQUIA	4.86
SAN ANDRES - ANTIOQUIA	2.42
BOGOTA - DISTRITO CAPITAL	83

ENTIDADES (Total: 1)

Entidad 1 de 1

Información general
Menú del proyecto

Menú entidad

Información general			
Entidad	**CREDIBANCO S.A.**		
Nit	860032909	Dígito de verificación	7

País	COLOMBIA	Ciudad	BOGOTA - DISTRITO CAPITAL
Dirección	Cra. 68 # 75A-50 (Metrópolis)		
Teléfono	327 8690	Fax	327 8690
Página web	https://www.credibanco.com/		
Dirección electrónica	johana.leal@credibanco.com		

Representante legal

Nombre	Ricardo Tiberio Zambrano Ahumada		
Tipo de identificación	CEDULA DE CIUDADANIA	Número de identificación	79685208

Datos de contacto

Primer contacto	Nombre	Johana Leal Ussa
	Cargo	Coordinadora de Aprendizaje y Desarrollo (E)
	Teléfono	3005781347
	Dirección electrónica	johana.leal@credibanco.com

Clasificación

Sector	SALUD
Dirección	Cra. 68 # 75A-50 (Metrópolis)
Teléfono	327 8690
Tamaño	GRANDE

Información adicional

Exporta	NO
Actividad económica	829 - Actividades de servicios de apoyo a las empresas n.c.p.

Capital

Nacional	Público	0
	Privado	0
Extranjero	Público	0
	Privado	0
Ventas del último año	0	