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	**Cámara de Comercio Hispano Colombiana**
Convocatoria	CONVOCATORIA DG 1-0001-2021 - GREMIO
Programa	Programa Formacion Continua Especializada
Tipo de financiación	COFINANCIACION
Duración en meses	6
Código CIIU	9499 - Actividades de otras asociaciones n.c.p.
Lugar ejecución	BOGOTA - DISTRITO CAPITAL
Dirección electrónica	adriana.ayala@camacoes.com.co
Clasificación	NO APLICA
Beneficiarios Campesinos ó Trabajadores	NO

ENTIDAD SOLICITANTE

Información completa de la entidad aquí

Ir al menú

Información básica			
Entidad	**Cámara de Comercio Hispano Colombiana**		
Nit	860020480	Dígito de verificación	8
País	COLOMBIA	Ciudad	BOGOTA - DISTRITO CAPITAL
Dirección	Calle 90 No. 18 - 16		
Teléfono	7428800	Fax	7428800
Página web	www.camacoes.com.co		
Dirección electrónica	adriana.ayala@camacoes.com.co		

Representante legal			
Nombre	Enrique Carmelo Bermejo Arranz		
Tipo de identificación	CEDULA DE EXTRANJERIA	Número de identificación	299538

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

_____

Firma del representante legal

Nombre: _____

Cargo: _____

Cédula: _____ **de** _____

ACCIONES DE FORMACIÓN (9)

Ir al menú

Título de las Acciones de Formación
AF1. Técnicas de venta de alto impacto y telemarketing
AF2. Nuevas tendencias de turismo sostenible
AF3. Introducción a FinTech y Blockchain
AF4. Transformación digital de modelos de negocios
AF5. Gestión Lean para el cumplimiento de metas empresariales
AF6. Marketing digital en empresas agro 4.0
AF7. Habilidades directivas en escenarios de crisis
AF8. Innovación empresarial con Design Thinking
TRANSFERENCIA

PLAN OPERATIVO DEL PROYECTO:

Ir al menú

Acciones de Formación1 de 9: AF1. Técnicas de venta de alto impacto y telemarketing

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	
	40	3	210,775,000	67,678,000	0	278,453,000	0	300	300	23,204

Capacitadores:

Acciones de Formación2 de 9: AF2. Nuevas tendencias de turismo sostenible

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	
	40	3	210,775,000	67,678,000	0	278,453,000	0	300	300	23,204

Capacitadores:

Acciones de Formación3 de 9: AF3. Introducción a FinTech y Blockchain

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	
	40	3	210,775,000	67,678,000	0	278,453,000	0	300	300	23,204

Capacitadores:

Acciones de Formación4 de 9: AF4. Transformación digital de modelos de negocios

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	
	40	3	210,775,000	67,678,000	0	278,453,000	0	300	300	23,204

Capacitadores:

Acciones de Formación5 de 9: AF5. Gestión Lean para el cumplimiento de metas empresariales

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	3	62,785,500	20,149,300	0	82,934,800	0	90	90	38,396

Capacitadores:

Acciones de Formación6 de 9: AF6. Marketing digital en empresas agro 4.0

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	
	20	5	90,010,500	28,885,500	0	118,896,000	0	150	150	39,632

Capacitadores:

Acciones de Formación7 de 9: AF7. Habilidades directivas en escenarios de crisis

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	
	8	4	36,892,000	11,839,400	0	48,731,400	0	120	120	50,762

Capacitadores:

Acciones de Formación8 de 9: AF8. Innovación empresarial con Design Thinking

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	40,732,000	13,073,000	0	53,805,000	0	50	50	44,838

Capacitadores:

Acciones de Formación9 de 9: 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	
	40	1	0	14,400,000	0	14,400,000	0	260	260	1,385

Capacitadores:

Totales	Nº de Grupos	Valor de la propuesta				Número de Beneficiarios			Totales
		Sena	Contrapartida Dinero	Contrapartida Especie	Total	Sena	Empresa	Total	
	27	1073520000	359059200	0	1432579200	0	1870	1870	

DESCRIPCIONES (Total: 7)

Ir al menú

Descripción 1 de 7

1. DESCRIPCIÓN DEL PROPONENTE:

La Cámara de Comercio Hispano Colombiana CAMACOES es una institución de carácter corporativo, sin ánimo de lucro reconocida oficialmente el Ministerio de Economía de España y con personería jurídica reconocida por el Ministerio de Justicia de Colombia.
Su misión es actuar en el interés de sus empresas afiliadas en Colombia y España, ayudando a crear espacios propicios para la generación de nuevos negocios que incrementen el volumen de intercambio comercial y de inversiones entre ambos países. Es una entidad comprometida con la calidad contando con la certificación ISO 9001 Bureau Veritas re-certificada en agosto de 2014.
ACTIVIDADES
La acción de CAMACOES se centra en el fortalecimiento del tejido empresarial y de las competencias de los trabajadores como uno de los principales dinamizadores de la competitividad y productividad empresarial. Para responder a las necesidades de los empresarios colombianos, se ha venido adaptando tanto en infraestructura como en funcionamiento, conservando como punto de referencia el objeto para el cual fue creada: Fortalecer y fomentar el desarrollo de las relaciones económicas, comerciales, industriales y turísticas entre España y Colombia. El origen multisectorial de la composición de CAMACOES facilita la creación de redes diversas no solamente en Bogotá, sino también en distintas regiones geográficas.
SECTOR AL CUAL REPRESENTA O PERTENECE
Sector: Transversal
Subsectores: Transversal
OBJETO SOCIAL
Su objeto social incluye: Auspiciar y fomentar el mantenimiento y desarrollo de las relaciones comerciales, industriales, económicas, turísticas entre Colombia y España; Procurar el intercambio técnico, científico, cultural, comercial y de relaciones entre socios; Promover congresos y ferias y la participación en ellos de la industria y el comercio de productos y servicios de los países mencionados; Auspiciar reuniones sectoriales, asesorar y servir de enlace entre los participantes y los organismos nacionales e internacionales dedicados al respectivo sector; Recopilar y difundir tanto en Colombia como en España, la información comercial, industrial, económica, turística y legal pertinente; Someter a las autoridades tanto de Colombia como de España, cuantos asuntos referentes al fomento de las relaciones comerciales, industriales, económicas y turísticas estime oportunos; Auspiciar la protección de la propiedad industrial, comercial e intelectual; entre otras.
RESUMEN DE LA HISTORIA
Fue creada el 19 de agosto de 1960 con el fin de fomentar y fortalecer el desarrollo de las relaciones económicas, comerciales, industriales y turísticas entre España y Colombia.
La entidad cuenta con una trayectoria de 56 años fortaleciendo y fomentando el desarrollo de las relaciones económicas, comerciales, industriales y turísticas entre España y Colombia.
PRODUCTOS O SERVICIOS
Dentro de los servicios que ofrecen a sus afiliados se destacan la gestión de proyectos especiales, organización de misiones comerciales, servicios de asesoría en comercio exterior, oficina de representación para empresarios, organización y participación en ferias internacionales, asesoría y servicios legales, organización eventos alquiler de auditorio, servicios de fortalecimiento empresarial, capacitación, formación y show room comercial entre otros. En la encuesta de servicios 2020 los servicios más demandados por los afiliados son: acciones de networking, ruedas de negocios y acciones de formación.
MERCADO AL QUE VAN DIRIGIDOS
Cuenta con un portafolio de servicios integral que busca cubrir las necesidades de las empresas a la hora de incursionar en nuevos mercados internacionales y 170 afiliados activos, procedentes de diversos sectores como consultoría, transporte, servicios públicos, sector financiero, medios de comunicación, editorial, educativo, turismo, agremiaciones comerciales, entre otros, cuyo interés común es fortalecer las relaciones y el intercambio comercial de productos y servicios entre Colombia y España.SITUACIÓN ACTUAL

Descripción 2 de 7

Continuación... DESCRIPCIÓN DEL PROPONENTE:

INDICANDO IMPACTO DE LA PANDEMIA COVID
Como consecuencia de la coyuntura generada por el COVID-19, para el cierre del 2020 Colombia ocupó el sexto lugar entre las 10 economías más afectadas en América Latina, con una caída del 7,7% según la CEPAL.
Frente a esto, dentro de las acciones realizadas por CAMACOES y sus aliados estratégicos se han realizado:
Participación en los Bussiness Meetings virtuales con el fin de estrechar las relaciones comerciales con emp. colombianas y las empresas exportadoras más representativas del sector de la Alimentación y Bebidas español, identificando importadores, distribuidores y grandes superficies.
Desarrollo del boletín de actualidad hispano colombiana, con el fin de comunicar a través de redes y correo

electrónico a los afiliados, las medidas, decretos y resoluciones que los principales Ministerios de Colombia imparten en tiempo de pandemia.
Elaboración de informes ejecutivos semanales, en los q se detalla cómo avanza la operación comercial, la afectación por la pandemia y las normativas y decretos que el gobierno ha establecido para mitigar los efectos.
Alianza con la Cámara de Comercio de Bogotá, con el fin de identificar sectores y expertos que desde España puedan brindar a las emp. colombianas alternativas desarrolladas en tiempos de pandemia.
Contacto con las gobernaciones con el fin de presentar a la Cámara como aliado en la identificación de necesidades y planes estratégicos para la internacionalización de sus empresas.
FLYER Consultoría Internacional para asesorar de forma personalizada a los empresarios y detectar necesidades y oportunidades en el mercado Español y Colombiano.
PROSPECTIVA
CAMACOES ha establecido que Colombia es uno de los países emergentes más atractivos y su crecimiento económico, mayor al promedio regional, su localización marítima estratégica, e acceso directo a la Alianza Pacífica, y una clase media en proceso de expansión. En esta fase de posconflicto y construcción de la paz se espera un mayor crecimiento de la economía en los siguientes sectores de mayor proyección: financiero, infraestructura, agroindustrial, minero energético, TIC y turismo.
RELACIÓN DEL OBJETO SOCIAL DE LAS EMPRESAS DEL ANEXO 10 Y DEL GREMIO
Las empresas relacionadas en el anexo 10 son emp. afiliadas, colombianas y españolas de diversos sectores de la economía nacional e internacional, sectores atendidos por CAMACOES dentro de su objeto social por su carácter multisectorial.
ACCIONES RELEVANTES DESARROLLADAS EN FAVOR DE LA REGIÓN Y SECTOR AL CUAL SE ENCUENTRA VINCULADO Y SU IMPACTO
Durante el 2020 se realizaron entre otras:
Webinar en Oportunidades de Negocios en España y Colombia con las Cámaras de Comercio del Quindío y Atlántico, con la participación de 60 empresarios.
Servicios de apoyo internacional a 20 empresas en lo relacionado con estudios de mercado, asesoría legal y tributaria.
Consultoría sobre generalidades de los mercados Colombia-España, oportunidades de negocio, normativa y canales de comercialización.
Lanzamiento del servicio Store Check, que incluyó exhibición de productos en las góndolas de supermercados y grandes superficies de Bogotá, estudio de precios y competencia y variedad de marcas comercializadas.
Gestionó el proyecto internacional "Rueda de Negocios a Europa" con las Gobernaciones de Antioquia, Cundinamarca, Atlántico, Valle del Cauca, Santander, Eje Cafetero y Boyacá, donde el tejido empresarial está preparado para exportar al mercado Europeo.
Benefició a 2263 colaboradores de las diferentes empresas afiliadas a la Cámara y su cadena de valor, a través del PFCE 2020 del SENA, con un total de 8 acciones de formación.
Fuente: Informe de Gestión 2020 de CAMACOES.
Estas actividades están alineadas con los objetivos definidos tanto en el PND 2018-2022, en la Política Colombia Exporta y el CONPES 3973 de 2019 en lo relacionado con la creación de nuevos instrumentos que contribuyan a la diversificación, sofisticación e internacionalización de la ec. colombiana.

Descripción 3 de 7

2. METODOLOGÍA PARA LA DEFINICIÓN DE NECESIDADES DE FORMACIÓN:

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PARA LA DETERMINACIÓN DE LAS NECESIDADES DE FORMACIÓN. El programa formativo de CAMACOES ha estado enmarcado desde 2016 en el PFCE del SENA de manera consecutiva y beneficiando al territorio nacional, mediante el aprovechamiento de alianzas locales y la presencia de sedes de los 95 afiliados a lo largo y ancho del país. Esta experiencia ha permitido afinar la metodología de definición de necesidades de formación que para el año 2021 incluyó: 1. Análisis del informe final de ejecución del proyecto PFCE 2020 que tenía por objeto " El propósito central del proyecto es satisfacer nuevas demandas laborales en los ámbitos de economía digital, sector de hostelería y turismo, sector agropecuario, proyectos, gestión de datos y ventas digitales, para responder a los retos de la industria 4.0, de la economía naranja y, avanzando en las Agendas productivas departamentales, y en los Focos temáticos de desarrollo regional. Este proyecto contribuye a fortalecer los lazos comerciales entre España y Colombia, mediante el cumplimiento de estos objetivos específicos: Contribuir a la inserción y/o mantenimiento de las empresas en la economía digital; facilitar la renovación de los catálogos de servicios; estructurar planes de comunicación y de marketing en el sector de hostelería y turismo; promover el diseño e implementación de planes de negocio innovadores en el sector agropecuario; introducir a las empresas en las metodologías ágiles para la gestión de proyectos; incorporar el uso del Big Data en la organización; y, prospectar y planificar ventas en el contexto digital..." Incluyó ocho acciones formativas que se desarrollaron en su totalidad en tiempo y forma, en las ciudades de: Pasto (Nariño), Medellín (Antioquia), Cúcuta (Norte de Santander), Cartagena (Bolívar), Bucaramanga (Santander), Montería (Córdoba), Tunja (Boyacá), Santa Marta (Magdalena), Rionegro (Antioquia), Ibagué (Tolima), Valledupar (Cesar), Riohacha (La Guajira), Cali (Valle), Facatativá (Cundinamarca), Leticia (Amazonas), San Andrés (San Andrés y Providencia), Neiva (Huila), Villavicencio (Meta), Bogotá DC, Pereira (Risaralda), Manizales (Caldas), Yopal (Casanare). Este análisis se llevó a cabo en diciembre de 2020. 2. Encuesta de necesidades de formación realizada en medio digital en febrero de 2021.
PERÍODO ANALIZADO: Se analizaron las necesidades de formación para atender en el año 2021.
METODOLOGÍA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN Y VARIABLES CUALITATIVAS Y CUANTITATIVAS CONSIDERADAS. 1. VARABLES CUANTITATIVAS: Se aplicó la encuesta usando Google forms. Se realizó seguimiento telefónico y una vez recibida la información se procedió a tabularlos. Los resultados de la encuesta de formación priorizan estas áreas: Ventas y marketing 45%, Revolución 4.0 28%, Optimización de procesos 9%,

Competencias transversales 11 % y Sostenibilidad 7%. Adicionalmente dentro de las consecuencias del COVID se cuenta con estas referencias manifestadas por los afiliados: Incremento de inversión en tecnología 67%, Reducción de facturación 62%, Búsqueda de nuevas líneas de financiación 33%, Cambio de modelo de negocio 33%, Cese temporal de actividades 33%, Reducción de plantilla de personal 29% y Renegociación de condiciones laborales 29%.
2. VARIABLES CUALITATIVAS: Se verificó el cumplimiento de los objetivos de las acciones formativas del PFCE CAMACOES 2020 identificando estas temáticas de interés para el año 2021: Marketing digital en empresas agro 4.0, Nuevas tendencias de turismo sostenible, Introducción al blockchain y Fintech, Técnicas de venta telefónica y telemarketing, Gestión Lean para el cumplimiento de metas empresariales, Negocios globales y marketing internacional, Neuroventas y técnicas de ventas de alto rendimiento, Transformación digital de la experiencia de usuario, Gestión de ventas, marketing directo y utilización de redes sociales en la gestión comercial, Transformación digital de modelos de negocios, Habilidades directivas en escenarios de crisis.

Descripción 4 de 7

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

En este análisis también se detectó la conveniencia de retomar el tema del Bootcamp 2021 "Renovación de catálogos de servicios basada en Design Thinking" dado los resultados positivos obtenidos y considerando que para avanzar en la revolución 4.0 y mejorar el desempeño general de la organización, se hace necesario mejorar las competencias de innovación. De esta manera para atender la necesidad de innovar en sentido amplio se ajusta el alcance del título de esta acción siendo para 2021 "Innovación empresarial con Design Thinking". Teniendo como base la información de los dos componentes mencionados, el equipo de gestión de CAMACOES consolidó los resultados para la priorización por parte del equipo directivo de CAMACOES.
La necesidad general de CAMACOES es cumplir con su objeto social referido a la promoción de las relaciones comerciales entre España y Colombia. Uno de los principales socios comerciales de Colombia es la Unión Europea en general, y España, en particular. La priorización contempló la cobertura geográfica, la pertinencia de las temáticas, sectores prioritarios, el tipo de evento de formación aplicable a la vocación productiva y empresarial. Los temas priorizados para el PFCE 2021 son: Técnicas de venta de alto impacto y telemarketing, Nuevas tendencias de turismo sostenible, Introducción al FinTech y Blockchain, Transformación digital de modelos de negocios, Gestión Lean para el cumplimiento de metas empresariales, Marketing digital en empresas agro 4.0, Habilidades directivas en escenarios de crisis, Innovación empresarial con Design Thinking
PORCENTAJE DE TRABAJADORES DEL GREMIO AL QUE SE DARÁ RESPUESTA: Se atenderá al 5% de los trabajadores (1.610/32.262).

Descripción 5 de 7

3. OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO:

El propósito central del proyecto es fortalecer las competencias laborales de los trabajadores para contribuir a la recuperación económica de las empresas afiliadas a CAMACOES y a sus cadenas productivas, atendiendo los retos y desafíos priorizados por el SENA para el FCE 2021. Por medio de este proyecto se da repuesta a las necesidades de formación detectadas en estos temas: Técnicas de venta de alto impacto y telemarketing, Nuevas tendencias de turismo sostenible, Introducción al FinTech y Blockchain, Transformación digital de modelos de negocios, Gestión Lean para el cumplimiento de metas empresariales, Marketing digital en empresas agro 4.0, Habilidades directivas en escenarios de crisis, Innovación empresarial con Design Thinking.
Este proyecto promueve la consolidación de los lazos comerciales entre España y Colombia mediante el incremento del desarrollo productivo de la competitividad de las empresas beneficiarias. Lo que se quiere alcanzar al finalizar la ejecución del proyecto de formación es que los participantes transfieran los conocimientos y las competencias adquiridas, generando una mayor productividad en las empresas, y estando altamente motivados lo que incidirá en la retención de trabajadores y en la mejora de la competitividad.

Descripción 6 de 7

4. INDICADORES DE IMPACTO DEL PROYECTO:

1. Mejoramiento en la empleabilidad: Mide cómo mejoran las condiciones ec. d los beneficiarios del PFCE.
=No. d beneficiarios con incremento salarial desp d recibir la formación / No. total trabaj. beneficiarios del proyecto
La línea base del proyecto es 0 y la meta es lograr q un 10% de los beneficiarios obtenga 1mejoramiento en sus condiciones ec., lo cual se verificará 6 meses desp de finalizar las AF.
Mejoramiento en la empleabilidad = 161/1.610 = 10%
LÍNEA DE BASE: 0
META: A los 6 meses desp de finalizada la AF la meta es: 1.610
MEDIO DE VERIFICACIÓN: comparación d los reportes de salarios al inicio de las AF y los generados 6 meses desp de terminado el proyecto
METODOLOGÍA DE RECOLECCIÓN Y VERIFICACIÓN: se solicitarán 2 reportes a las áreas de RRHH de las emp participantes; el 1° con inf. d salarios a la fecha d inicio de cada grupo de formación, y el 2° con la inf. de los salarios a los 6 meses de haber terminado la ejecución del proyecto. Con la inf. obtenida s tomarán aquellos q presenten variación salarial (no se toma en cuenta la q s deriva del incremento anual del IPC), se determina la cantidad d incrementos y s divide sobre el no. d participantes de AF.
2. Retención de los trabaj.: Mide la retención d los trabaj. beneficiarios del PFCE =No. de trabaj. beneficiarios q continúan en sus emp tras recibir la formación / No. total de trabaj. beneficiarios proyecto

La línea base es 100% y la meta es q con la ejecución del proyecto, 6 meses desp de finalizada la formación, el 90% de los beneficiarios continúen vinculados a sus emp.
Retención de los trabajadores = 1.449/1.610 = 90%
LÍNEA DE BASE: 1.610
META: A los 6 meses desp de finalizada la AF la meta es: 1.449
MEDIO DE VERIFICACIÓN: comparación entre el no. d beneficiarios certificados al finalizar las AF, con el no. de beneficiarios q participaron en el prog y q estén activos 6 meses desp de terminado el proyecto.
METODOLOGÍA DE RECOLECCIÓN Y VERIFICACIÓN: el no. total de trabaj. beneficiarios del proyecto s tomará del informe final de ejecución del proyecto y se dividirá sobre el no. de esos mismos trabaj. q las emp. participantes reporten en su BBDD a los 6 meses de finalizar las AF.
3. Movilidad laboral: Mide la movilidad d los trabaj. beneficiarios del PFCE =No. de trabaj. beneficiarios q cambian sus condiciones laborales d manera horizontal o vertical, tras recibir la formación/No. total de trabajadores beneficiarios proyecto
La línea base es 0 y la meta es q un 4.97% d los beneficiarios logren mejorar sus condiciones laborales, lo cual se verificará 6 meses desp de terminada la ejecución del proyecto
Retención de los trabajadores = 80/1.610 = 4.97%
LÍNEA DE BASE: 0
META: 6 meses desp de finalizada la AF la meta es:8
MEDIO DE VERIFICACIÓN: a través d los informes d novedades d personal generados por las áreas de RRHH de las emp. participantes.
METODOLOGÍA DE RECOLECCIÓN Y VERIFICACIÓN: CAMACOES solicitará a las áreas de RRHH 1 informe con el estado de cargos y funciones de los beneficiarios al inicio de las AF. 6 meses desp de finalizado el proyecto, solicitará a cada emp 1 informe con reportes d novedades d los participantes, y realizará la comparación con los reportes entregados al inicio del proyecto para identificar ascensos y/o asignaciones adicionales de funciones.
4. Emp beneficiarias: Mide las emp beneficiarias del PFCE = No. de emp beneficiarias del PFCE.
La línea base es 0 y la meta es q s beneficien 800 emp, entre afiliadas, de la cadena prod, y aliados estratégicos de la Cámara, 1 vez culminen las actividades de formación del PFCE.
No. de emp beneficiarias del PFCE=800
LÍNEA DE BASE=0
META: A los 6 meses desp de finalizada la AF la meta es: 800
MEDIO DE VERIFICACIÓN: cruce d la inf. contenida en el anexo 10 y el formato F7-emp reales beneficiarias d la formación establecido en la guía de ejecución de convenios.
METODOLOGÍA RECOLECCIÓN Y VERIFICACIÓN:recolección en el formato F7-relación emp beneficiarias y verificación mediante conteo d las mismas

Descripción 7 de 7

5. ESTRATEGIA DE DIVULGACIÓN:

ACCIONES PROGRAMADAS PARA COMUNICAR DE MANERA EFECTIVA EL AVANCE DE LA EJECUCIÓN Y LOS RESULTADOS DE LAS ACCIONES DE FORMACIÓN PROPUESTAS:
Para la divulgación del avance y resultados de las acciones de formación, se establecerá la difusión de contenidos multimedia disponibles en las redes sociales de CAMACOES; así mismo, se incluirá a las empresas afiliadas, de la cadena productiva y a los aliados estratégicos ubicados en los lugares de ejecución del proyecto, de manera que compartan las piezas de comunicación diseñadas a través de sus canales digitales y páginas web, y en cadenas radiales de ciudades donde sea viable hacerlo sin costo.
La estrategia de divulgación y el uso de los canales de comunicación mencionados, se desarrollará en tres fases:
En la primera fase, se anunciará el inicio del programa de formación continua, informando los objetivos, describiendo el público a atender y destacando la participación del SENA a través del mecanismo de cofinanciación como motor de transformación empresarial. En este punto se dispondrá de las redes sociales de CAMACOES y de los canales digitales de las empresas afiliadas y de los aliados estratégicos en las regiones a beneficiar para la difusión de las piezas de comunicación relacionadas con el programa, así como de las cadenas radiales, siempre que en estas últimas, como se mencionó, sea viable realizarlo sin costo.
La segunda fase se realizará durante la ejecución del proyecto, en la cual de manera continua se establecerá la difusión de contenidos multimedia en las redes sociales y canales digitales de CAMACOES y sus aliados, relativos al estado de avance de las acciones de formación, informando progresivamente sobre los sectores y regiones beneficiadas.
En la tercera fase, también a través de las redes sociales y canales digitales, incluyendo banners en las páginas web de las empresas afiliadas, de las empresas de la cadena productiva y aliados estratégicos, se socializarán los resultados obtenidos una vez finalizadas las acciones de formación, en donde se informará sobre el número de beneficiarios atendidos, las regiones impactadas, los sectores beneficiados y el acompañamiento que el SENA tuvo a lo largo del proyecto.
Los resultados que se esperan al ejecutar esta estrategia son llegar al menos a 10.000 personas que actúen como multiplicadoras, difundiendo piezas pertinentes, llamativas y motivadoras asociadas a cada una de las fases del proyecto, resaltando los resultados finales que se obtengan.
DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE CANALES PROPUESTOS: Las redes sociales de CAMACOES a utilizar como canales de divulgación del programa de formación continua son: Facebook, con más de 2.400 seguidores; Instagram con más de 800 seguidores y twitter con más de 1.000 seguidores. El uso de estos canales se justifica en su carácter de difusión masiva y rápida, y consecuentemente en la interacción que permite tener con las personas, grupos de interés y organizaciones que los siguen, de tal manera que conozcan sobre este tipo de proyectos apoyados por

entidades como el SENA. Los canales digitales, que incluyen las páginas web de las empresas afiliadas al gremio y de las empresas de la cadena productiva de CAMACOES, se justifican por cuanto se constituyen en medios de divulgación e información directa para las personas pertenecientes a los sectores y aliados estratégicos beneficiados con el desarrollo del programa, y la socialización de los beneficios que como empresas afiliadas a CAMACOES, obtienen de la participación del programa de formación continua del SENA. PERSONA RESPONSABLE DE COMUNICACIONES EN EL GREMIO: Libardo Andrés Carpio Sepúlveda, libardo.carpio@iberoeuropa.com. Celular: 3053991584

PRESUPUESTO (Total: 29)

Ir al menú

Acción de Formación	Número de horas	Rubro	Actividad	Descripción	Financiado	%	Contrapartida Especie - %		Contrapartida Dinero - %		Total
Acc de Formac22	40	R01.2.2 Honor. Cap. Inter. Profesional Exp 5 años		Honorarios Capacitadores Internacionales - Profesional con 5 años experiencia	0	0	0	0	14,400,000	100	14,400,000
Acc de Formac21	48	R01.2.4 Honor. Cap. Inter. Maestria Exp 5 años		UT1, UT2, UT3, UT4. Honorarios Capacitadores Internacionales - Profesional con título de Maestría 5 años experiencia	31,602,000	75.83	0	0	10,074,000	24.17	41,676,000
Acc de Formac20	32	R01.2.4 Honor. Cap. Inter. Maestria Exp 5 años		UT1, UT2, UT3, UT4. Honorarios Capacitadores Internacionales - Profesional con título de Maestría 5 años experiencia	21,062,000	75.81	0	0	6,722,000	24.19	27,784,000
Acc de Formac19	100	R01.2.4 Honor. Cap. Inter. Maestria Exp 5 años		UT1, UT2, UT3, UT4. Honorarios Capacitadores Internacionales - Profesional con título de Maestría 5 años experiencia	65,850,500	75.84	0	0	20,974,500	24.16	86,825,000
Acc de Formac18	72	R01.2.4 Honor. Cap. Inter. Maestria Exp 5 años		UT1, UT2, UT3, UT4. Honorarios Capacitadores Internacionales - Profesional con título de Maestría 5 años experiencia	47,435,000	75.88	0	0	15,079,000	24.12	62,514,000
Acc de Formac21		R05.1.2 Libros Electrónico / Digital		Material de formación digital - Libro electrónico / digital	5,050,000	75.76	0	0	1,616,000	24.24	6,666,000
Acc de Formac20		R05.1.2 Libros Electrónico / Digital		Material de formación digital - Libro electrónico / digital	12,100,000	75.63	0	0	3,898,400	24.37	15,998,400
Acc de Formac19		R05.1.2 Libros Electrónico / Digital		Material de formación digital - Libro electrónico / digital	15,140,000	75.71	0	0	4,858,000	24.29	19,998,000
Acc de Formac18		R05.1.2 Libros Electrónico / Digital		Material de Formación Digital - Libro electrónico / digital	9,100,000	75.84	0	0	2,898,800	24.16	11,998,800
Acc de Formac21		R08 Gastos de Operación del Proyecto		Gastos de operación del proyecto	4,080,000	75.84	0	0	1,300,000	24.16	5,380,000
Acc de Formac20		R08 Gastos de Operación del Proyecto		Gastos de operación del proyecto	3,730,000	76.54	0	0	1,143,000	23.46	4,873,000
Acc de Formac19		R08 Gastos de Operación del Proyecto		Gastos de operación del proyecto	9,020,000	75.87	0	0	2,869,000	24.13	11,889,000
Acc de Formac18		R08 Gastos de Operación del Proyecto		Gastos de operación del proyecto	6,250,500	75.37	0	0	2,042,500	24.63	8,293,000
					1,073,520,000	74.9	0	0.0	359,059,200	25.1	1,432,579,200

Acción de Formación	Número de horas	Rubro	Actividad	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
							Especie - %		Dinero - %		
Acc de Formac17		R08 Gastos de Operación del Proyecto		Gastos de operación del proyecto	20,900,000	75.06	0	0	6,945,000	24.94	27,845,000
Acc de Formac16		R08 Gastos de Operación del Proyecto		Gastos de operación del proyecto	20,900,000	75.06	0	0	6,945,000	24.94	27,845,000
Acc de Formac15		R08 Gastos de Operación del Proyecto		Gastos de operación del proyecto	20,900,000	75.06	0	0	6,945,000	24.94	27,845,000
Acc de Formac14		R08 Gastos de Operación del Proyecto		Gastos de operación del proyecto	20,900,000	75.06	0	0	6,945,000	24.94	27,845,000
Acc de Formac17		R09.2 Formación Virtual Curso 40 Horas		Formación virtual - Curso 40 horas	189,875,000	75.9	0	0	60,301,000	24.1	250,176,000
Acc de Formac16		R09.2 Formación Virtual Curso 40 Horas		Formación virtual - Curso 40 horas	189,875,000	75.9	0	0	60,301,000	24.1	250,176,000
Acc de Formac15		R09.2 Formación Virtual Curso 40 Horas		Formación virtual - Curso 40 horas	189,875,000	75.9	0	0	60,301,000	24.1	250,176,000
Acc de Formac14		R09.2 Formación Virtual Curso 40 Horas		Formación virtual - Curso 40 horas	189,875,000	75.9	0	0	60,301,000	24.1	250,176,000
Acc de Formac21		R10.2 Garantías		Garantías	0	0	0	0	83,000	100	83,000
Acc de Formac20		R10.2 Garantías		Garantías	0	0	0	0	76,000	100	76,000
Acc de Formac19		R10.2 Garantías		Garantías	0	0	0	0	184,000	100	184,000
Acc de Formac18		R10.2 Garantías		Garantías	0	0	0	0	129,000	100	129,000
Acc de Formac17		R10.2 Garantías		Garantías	0	0	0	0	432,000	100	432,000
Acc de Formac16		R10.2 Garantías		Garantías	0	0	0	0	432,000	100	432,000
Acc de Formac15		R10.2 Garantías		Garantías	0	0	0	0	432,000	100	432,000
Acc de Formac14		R10.2 Garantías		Garantías	0	0	0	0	432,000	100	432,000
					1,073,520,000	74.9	0	0.0	359,059,200	25.1	1,432,579,200

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

_____

Firma del representante legal

RESUMEN POR RUBROS (Total: 6)

Ir al menú

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
Totales	1,073,520,000	74.94	0	0.00	359,059,200	25.06	1,432,579,200

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R01.2.2 Honor. Cap. Inter. Profesional Exp 5 años	0	0%	0	0%	14,400,000	100%	14,400,000
R01.2.4 Honor. Cap. Inter. Maestria Exp 5 años	165949500	75.85%	0	0%	52,849,500	24.15%	218,799,000
R05.1.2 Libros Electrónico / Digital	41390000	75.72%	0	0%	13,271,200	24.28%	54,661,200
R08 Gastos de Operación del Proyecto	106680500	75.23%	0	0%	35,134,500	24.77%	141,815,000
R09.2 Formación Virtual Curso 40 Horas	759500000	75.9%	0	0%	241,204,000	24.1%	1,000,704,000
R10.2 Garantías	0	0%	0	0%	2,200,000	100%	2,200,000
Totales	1,073,520,000	74.94	0	0.00	359,059,200	25.06	1,432,579,200

PRESUPUESTO GLOBAL TOTAL (Total: 9 entidades)

Ir al menú

Entidad	Financiado	Contrapartida Especie	Contrapartida Dinero	Total
Cámara de Comercio Hispano Colombiana	210,775,000	0	67,678,000	278,453,000
Cámara de Comercio Hispano Colombiana	210,775,000	0	67,678,000	278,453,000
Cámara de Comercio Hispano Colombiana	210,775,000	0	67,678,000	278,453,000
Cámara de Comercio Hispano Colombiana	210,775,000	0	67,678,000	278,453,000
Cámara de Comercio Hispano Colombiana	62,785,500	0	20,149,300	82,934,800
Cámara de Comercio Hispano Colombiana	90,010,500	0	28,885,500	118,896,000
Cámara de Comercio Hispano Colombiana	36,892,000	0	11,839,400	48,731,400
Cámara de Comercio Hispano Colombiana	40,732,000	0	13,073,000	53,805,000
Cámara de Comercio Hispano Colombiana	0	0	14,400,000	14,400,000
Totales	1,073,520,000	0	359,059,200	1,432,579,200

ACCIÓN DE FORMACIÓN 1 DE 9

AF1. Técnicas de venta de alto impacto y telemarketing

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 AF1. Técnicas de venta de alto impacto y telemarketing

Acción de Formación

Norma de competencia	
Número de beneficiarios	300
Beneficiarios empresa	300
Beneficiarios SENA	0

Perfíl beneficiarios	Área funcional: comercial, ventas, comunicaciones o afines. Nivel ocupacional: 30% operativo, 50% medio, 20% alta dirección Nivel de estudios: profesionales, tecnólogos o técnicos en administración, ingeniería, comunicación social o afines.
Número de grupos	3
Número de días x grupo	20

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	24	**Horas prácticas virtuales por grupo**	16	**Total horas virtuales por grupo**	40
Horas teóricas combinadas por grupo	0	**Horas prácticas combinadas por grupo**	0	**Total horas combinadas por grupo**	0
				Total de horas grupo	40
				Total de horas acción	120

Entidades de la Acción de Formación AF1. Técnicas de venta de alto impacto y telemarketing (Total: 1)

Acción de Formación

Nombre de la entidad	Papel
Cámara de Comercio Hispano Colombiana	PROPONENTE

Descripciones de la Acción de Formación AF1. Técnicas de venta de alto impacto y telemarketing (Total: 22)

Acción de Formación

Descripción 1 de 22

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE RECOPILACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS INDICANDO LA FUENTE: La encuesta CAMACOES de necesidades de formación para el año 2021 aplicada digitalmente en febrero de 2021 estableció que el 45% de las empresas requieren formación en Ventas y Marketing. Así mismo el 67% de las empresas han manifestado que incrementaron la inversión en tecnología como consecuencia de la pandemia y el 62 % que se han visto afectadas por una reducción en la facturación.
La firma consultora EY anticipaba en abril de 2020 un cambio en los hábitos de consumo después de la pandemia COVID 19 que se reflejaba en una caída en la frecuencia de compra del 78% y la realización de compras indispensables en un 64% de los casos. Se invitaba a las empresas a Las empresas deben estar preparadas para contar con plataformas en línea funcionales durante y después de la pandemia. Lo que implicaba la gestión de campañas multi-canal incluyendo el telemarketing. José Sánchez de la empresa ATENTO resalta que la crisis generada por la pandemia ha provocado caídas en las ventas de numerosos sectores, lo cual demanda nuevas estrategias que hagan más productiva la fuerza de ventas en el entorno B2B.
El telemarketing es una variante del marketing directo basada en el uso de un medio de comunicación como el teléfono para contactar con clientes potenciales y comercializar por esta vía todo tipo de productos y servicios. El 15 de enero de 2021 el portal appsimplantadores.com indicó que durante 2020 la pandemia a causa del Coronavirus ha provocado que la sociedad se haya encontrado viviendo una situación excepcional en la que se ha estado confinado y sin contacto directo con las personas. Esto ha provocado que el telemarketing gane fuerza y las empresas se hayan visto obligadas a potenciar sus estrategias para llegar a los posibles clientes y consumidores finales. Por esta razón las empresas durante 2021 se verán obligadas a seguir las tendencias del telemarketing.
CAMACOES analizando los datos cuantitativos y cualitativos descritos priorizó la AF1. Técnicas de venta de alto impacto y telemarketing como una contribución a la reactivación de las ventas de las empresas del Gremio.
PROBLEMA(S) O NECESIDAD(ES) DE FORMACIÓN DETECTADAS: Las empresas afiliadas a CAMACOES enfrentan una reducción de la facturación, reto que pasa por el desarrollo de competencias para la redefinición de planes de marketing y de ventas. En el caso del telemrketing cobra vigencia por los cambios en los hábitos de consumo y la tendencia de trabajo remoto, lo que evidencia la necesidad de fortalecer las competencias para el

diseño e implementación de campañas de telemarketing enfocadas a incrementar las ventas en las empresas.
CAUSAS: La causa más acuciada de la necesidad descrita es la crisis generada por la pandemia COVID 19 que plantea el reto de transformación en la gestión comercial y en los canales de relación con los clientes. Las empresas tradicionalmente se enfocan en la capacitación para la venta presencial y las personas sobre la marcha están dando respuesta al reto de utilizar canales como el telefónico.
EFECTOS: Si las empresas no desarrollan planes de telemarketing como palanca de apertura para la venta telefónica, enfrentará una mayor caída en la facturación lo que afectará su sostenibilidad financiera y la continuidad del negocio. Adicionalmente, si no se interviene sobre los procesos de telemarketing, se realizarán empíricamente generando inconvenientes relacionados con la comunicación y el mensaje que se transmite a los clientes potenciales.
ENFOQUE: Esta acción se enfoca al desarrollo productivo ya que optimiza el proceso de ventas a través del telemarketing, mejorando las posibilidades de cumplir las ventas comerciales previstas. También se enfoca en la competitividad entendida como la capacidad de proporcionar productos y servicios con mayor eficacia.

Descripción 2 de 22

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

POR QUE ES UNA ACCIÓN DE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA: Esta es una acción de formación continua especializada porque es una acción de corta duración que garantiza la profundización de conocimientos, habilidades y destrezas, permitiendo la aplicación de los mismos en el contexto laboral inmediato, asegurando la calidad, comprensión y uso del pensamiento crítico y analítico de la labor realizada o de la tarea a ejecutar, con el propósito de encaminar al trabajador a su actualización laboral, para responder a las necesidades específicas de las empresas, que surge de la implementación de mejoras tecnológicas, nuevas metodologías y herramientas, aumentando la productividad y empleabilidad de los trabajadores y la competitividad de las mismas. ALINEACIÓN CON PRIORIDADES SENA 2021: Esta acción formativa está alineada con los siguientes sectores priorizados por el SENA en los que se cuenta con afiliados al gremio. Son: Transporte, Turismo, Construcción, Industria y Educación. Adicionalmente se alinea con la prioridad de fortalecer la capacidad de innovación de las empresas, en este caso referido a los procesos comerciales, de marketing y de ventas.

Descripción 3 de 22

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

N/A

Descripción 4 de 22

2. OBJETIVOS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN:

Fortalecer las competencias laborales de los participantes para diseñar una estrategia de telemarketing que, facilite la implementación de técnicas de venta de alto impacto con el fin de incrementar las ventas utilizando el canal telefónico. Esta acción permitirá que las empresas diseñen procesos alternativos para el área de marketing y ventas pudiendo ajustarse a los cambios de hábitos de consumo de los clientes. Se incidirá así en el desarrollo productivo de la empresa y en el aumento de su competitividad.

Descripción 5 de 22

3. POBLACIÓN BENEFICIARIA DE LAS ACCIONES DE FORMACIÓN:

ÁREA FUNCIONAL: comercial, ventas, comunicaciones o afines. NIVEL OCUPACIONAL: 30% operativo, 50% medio, 20% alta dirección, se benefician a los tres niveles para garantizar que se produzca un cambio transversal en el proceso de ventas usando el canal de telemarketing. FUNCIONES O TAREAS QUE DESEMPEÑAN: definición de estrategias de marketing multi-canal, gestión de equipos de marketing telefónico, control de ventas originadas en telemarketing o afines. TIPO DE VINCULACIÓN LABORAL: principalmente contrato laboral a término indefinido. NIVEL DE ESCOLARIDAD: profesionales, tecnólogos o técnicos en administración, ingeniería, comunicación social o afines. ACCESO A LAS TIC: Son personas con competencias digitales que les permiten acceder al uso de computadores y demás dispositivos y utilizar aplicaciones a nivel de usuario para el desarrollo de sus funciones. Acceden a conectividad para el desarrollo de sus actividades. RELACIÓN ENTRE EL PERFIL DESCRITO Y EL OBJETO DE LA FORMACIÓN: Los beneficiarios son las personas responsables del diseño de la estrategia de telemarketing, de su implementación y seguimiento por tanto son las personas adecuadas para recibir esta formación. JUSTIFICACIÓN DE INCLUSIÓN DE TRABAJADORES DE MIPYMES Y DE CADENA PRODUCTIVA: se tendrá mínimo el 50% de beneficiarios de MIPYMES, esto considerando que el 73% de las empresas afiliadas son MIPYMES. La inclusión de personas de la cadena productiva se justifica porque la acción de CAMACOES y sus afiliados está centrada en la promoción de las relaciones comerciales de España y Colombia, y para esto se requiere garantizar calidad por parte de todas las empresas de la cadena productiva de los distintos sectores atendidos.

Descripción 6 de 22

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

Sector: Transporte. Subsector: Logística. Aerolíneas.
Sector: Turismo. Subsector: Agencias de viajes.
Sector: Construcción. Subsector: Obra civil. Edificaciones.

Sector: Industrial. Subsector: Cosmético. Editorial.
Sector: Educación. Subsector: Educación básica, secundaria, media y superior. Educación informal.
Sector: Comercio. Subsector: Mayoristas y minoristas.
Sector: Servicios. Subsector: Alimentos y bebidas. Banca. Cajas de compensación. Consultoría. Servicios jurídicos.
Sector: Minero. Subsector: Minero energético.
Sector: Solidario. Subsector: Fundaciones.

Descripción 7 de 22

5. EVENTO DE FORMACIÓN:

TIPO DE EVENTO: Curso. Justificación del tipo de evento: En este espacio formativo el capacitador presenta los fundamentos teóricos y procedimentales que servirán de base para que los trabajadores beneficiarios realicen un conjunto de actividades para lograr el objetivo de formación propuesto. Este evento permite acceder a fundamentos teóricos y prácticos. Los beneficiarios se apropiarán de los temas impartidos facilitando su integración en el puesto de trabajo.

Descripción 8 de 22

6. MODALIDAD DE FORMACIÓN:

Virtual. Esta modalidad facilita el proceso de enseñanza-aprendizaje, mediante el uso de las TIC como medio para la apropiación del aprendizaje significativo. Adicionalmente, esta modalidad permite la ampliación de la cobertura de la acción formativa, con la participación de personas de distintas ciudades del país beneficiando así al personal de empresas que por su ubicación geográfica no pueden acceder a programas presenciales de formación. La plataforma virtual que se utilizará cumple con las características establecidas en el Anexo 14 de los pliegos de la presente convocatoria.

Descripción 9 de 22

7. UNIDADES TEMÁTICAS:

UNIDAD TEMÁTICA 1. Marketing telefónico. Número de horas: 10. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de diseñar una campaña de marketing telefónico. Contenido: marketing telefónico y los objetivos de la empresa. Tipos de acciones de marketing telefónico. La campaña de marketing telefónico. ¿Quiénes son los clientes? Necesidades explícitas, implícitas y motivaciones. Tipos de necesidades. Tipología de clientes.
UNIDAD TEMÁTICA 2. Estructura para el desarrollo de necesidades de los clientes. Número de horas: 10. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de definir un procedimiento de detección de necesidades para una campaña concreta de telemarketing. Contenido: Técnica de desarrollo de necesidades. Preguntas para contextualizar la necesidad a tratar. Preguntas para situar el nivel de satisfacción del cliente. Preguntas sobre los efectos o consecuencias del problema. Preguntas de solución.
UNIDAD TEMÁTICA 3. Técnicas de ventas aplicadas al telemarketing. Número de horas: 10. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de proponer un plan de seguimiento de clientes de una campaña de telemarketing. Contenido: Introducción al Marketing. Técnicas comerciales. Fases de la entrevista de ventas. Actividades. Funciones del vendedor/teleoperador. Seguimiento del cliente
UNIDAD TEMÁTICA 4. Planificación del tiempo. Número de horas: 10. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de diseñar un plan para la gestión del tiempo en campañas de telemarketing. Contenido: Planteamiento de los objetivos. Cómo programar el tiempo. Planificar. Programar. Normas para programar el tiempo. Las TICs a nuestro servicio.

Descripción 10 de 22

Continuación... UNIDADES TEMÁTICAS:

N/A

Descripción 11 de 22

8. METODOLOGÍA:

La metodología de trabajo es teórico-práctica, se comienza con el estudio autónomo de los contenidos de esta unidad desarrollando paralelamente ejercicios de verificación de la comprensión y el fortalecimiento de la competencia correspondiente. Paralelamente disponen del foro de unidad en el que se trabajará a partir de una situación problema o de un caso para análisis mediante el trabajo colaborativo de los participantes con la orientación y facilitación del capacitador a cargo. Se realizará también una sesión sincrónica no obligatoria para la resolución de dudas en directo y la ampliación de la temática de la unidad. Se desarrollan de manera permanente acciones de tutoría de seguimiento mediante el contacto multi-canal con los beneficiarios guiándolos de manera colectiva e individualizada para el desarrollo de las actividades programadas dentro de los plazos establecidos.
METODOLOGÍA DE LA UNIDAD TEMÁTICA 1. Marketing telefónico. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS: Barrido de texto general y específico. Cuestionarios. Foro de unidad. Debate. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Relacionar los conceptos del marketing telefónico y los objetivos de la empresa. Realizar un análisis comparado de los tipos de acciones de marketing telefónico. Identificar los componentes de una campaña de marketing telefónico. Reconocer y caracterizar los tipos de clientes objetivo en una campaña de marketing telefónico.

METODOLOGÍA DE LA UNIDAD TEMÁTICA 2. Estructura para el desarrollo de necesidades de los clientes. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS: Representaciones gráficas. Gamificación. Lectura general. Foro de unidad. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Caracterizar la técnica de desarrollo de necesidades. Redactar 10 preguntas para contextualizar la necesidad a tratar. Proponer 10 preguntas para situar el nivel de satisfacción del cliente. Plantear 10 preguntas sobre los efectos o consecuencias del problema. Definir 10 preguntas de solución. Identificar los factores claves de éxito para la detección y desarrollo de necesidades en los clientes potenciales.
METODOLOGÍA DE LA UNIDAD TEMÁTICA 3. Técnicas de ventas aplicadas al telemarketing. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS: Cuadros sinópticos. Resumen. Foro de unidad. Cuestionarios. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Realizar un análisis de las características diferenciales de las técnicas de ventas aplicadas al telemarketing. Definir las fases de una entrevista de ventas. Diseñar un descriptivo de funciones de vendedores y teleoperadores. Establecer una batería de indicadores para realizar el seguimiento de clientes.
METODOLOGÍA DE LA UNIDAD TEMÁTICA 4. Planificación del tiempo. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS: Gamificación. Mapas mentales. Foro de unidad. Debate sincrónico. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Analizar las alternativas de programación del tiempo en el ámbito laboral. Identificar las normas y recomendaciones a tener en cuenta para programar el tiempo. Seleccionar herramientas TIC para la planificación del tiempo.

Descripción 12 de 22

Continuación... METODOLOGÍA:

N/A

Descripción 13 de 22

9. MATERIAL DE FORMACIÓN:

Se garantizará la puesta a disposición de los beneficiarios del material de formación en la plataforma virtual destinada para la realización de este evento de formación. El material es de producción reciente (menor a 2 años) y reunirá los medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan las actividades de enseñanza-aprendizaje en la modalidad virtual. Guardará coherencia con los objetivos de la formación, perfil de los beneficiarios y estará metodológicamente estructurado de modo que facilite la transferencia de conocimiento.
DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS Y JUSTIFICACIÓN DE LA PERTINENCIA DE SU INCLUSIÓN Y LA RELACIÓN CON LAS UNIDADES TEMÁTICAS A IMPARTIR: : Los contenidos incluidos en la plataforma corresponden directamente con cada una de las cuatro unidades temáticas marketing telefónico, estructura para el desarrollo de necesidades de los clientes: técnicas de ventas aplicadas al telemarketing y planificación del tiempo. Los participantes encontrarán debidamente identificadas las unidades y cada uno de sus contenidos pudiendo así adquirir la base teórica para el desarrollo de las actividades prácticas propuestas y que incluyen: auto-evaluaciones, ejercicios de relación de conceptos, ejercicios multimedia, entre otros. Incluyen textos descriptivos, cuadros de ampliación, videos de apoyo, documentación complementaria e infografías.

Descripción 14 de 22

10. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS:

Durante el desarrollo de la acción formativa los capacitadores estarán controlando la evolución del desempeño de los participantes en las actividades propuestas mediante observaciones y calificaciones que consignarán en la matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa.
Se asocia un resultado de aprendizaje a cada unidad temática, referido a lo que los trabajadores deben ser capaces de hacer al finalizar el proceso formativo en términos de conocimientos, destrezas y habilidades. Así mismo se establece un resultado asociado a la satisfacción general de los participantes.
R1. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de diseñar una campaña de marketing telefónico. Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque incrementará las posibilidades de cumplir las metas de ventas al explotar un canal de comunicación que, en época de cambio de hábitos de consumo, es de amplia utilización.
R2. EL 85% de los beneficiarios están en capacidad de definir un procedimiento de detección de necesidades para una campaña concreta de telemarketing. Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque se orientarán las campañas a partir de necesidades claramente identificadas que incrementarán la efectividad de su implementación.
R3. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de proponer un plan de seguimiento de clientes de una campaña de telemarketing. Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque permitirán la toma de decisiones que favorezca la concreción de ventas.
R4. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de diseñar un plan para la gestión del tiempo en campañas de telemarketing. Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque se optimizará el uso del tiempo de manera que se realicen actividades con mayor cobertura y se disminuyan los tiempos de espera.
R5. El 85% de los beneficiarios manifiestan estar satisfechos con la acción formativa en la que participan.
Fuente de verificación 1: Informe de matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Calificación mínima 2 puntos correspondiente al Nivel Medio. Momento 1: a la finalización de la acción formativa. Fuente de verificación 2: Informe de tabulación de encuestas de satisfacción. Calificación mínima de 3. Momento 2: a la finalización de la acción formativa.

Descripción 15 de 22

11. EVALUACIÓN DE APRENDIZAJE:

La evaluación se realizará en la plataforma virtual mediante la asignación de calificaciones a las tareas asociadas a la acción formativa y al diligenciamiento por parte de los beneficiarios de cuestionarios de evaluación de contenidos.
ENCUESTA DE SATISFACCIÓN: Al finalizar la acción formativa cada participante diligenciará una encuesta que medirá su satisfacción sobre los aspectos logísticos, la estructura del programa y las habilidades y conocimientos de los capacitadores. De manera permanente los participantes contarán con un correo electrónico y datos de contacto personal para el reporte de incidencias o la notificación de comentarios, de manera que se tomen las medidas correctivas pertinentes.
TASA DE INCREMENTO DEL CONOCIMIENTO: Mide el incremento del conocimiento de los trabajadores beneficiarios participantes por acción de formación:
TIC= (NPFT-NPIT)/NPIT *100
NPIT = Nota promedio inicial de conocimiento del trabajador Para diseñar la evaluación del conocimiento y aplicarla a todos los trabajadores beneficiarios, se deben aplicar los siguientes parámetros: 1. Cada evaluación debe estar compuesta por mínimo 5 y máximo 10 preguntas, las cuales serán formuladas por el capacitador. 2. Los criterios de evaluación deben estar directamente relacionados con las unidades temáticas de la acción de formación a evaluar y debe ser resuelta por todos los beneficiarios de la misma. 3. La calificación resultante de cada una de las evaluaciones debe encontrarse dentro del rango de [0,10] (Intervalo cerrado) y se pueden dar valores decimales de hasta máximo una posición decimal. Ejemplo: 7,5. 4. La evaluación ex-ante se debe aplicar a los beneficiarios el día de inicio de la acción de formación, y la evaluación ex-post el último día de ejecución de la misma, con el fin de realizar una comparación que refleje los resultados en el incremento de conocimientos del trabajador beneficiario de la formación. El capacitador debe entregar un informe acerca de los indicadores ex-ante y expost aplicados y el análisis de los resultados obtenidos por cada acción de formación ejecutada a través de los eventos taller (cuando su duración sea igual o superior a 20 horas), curso y diplomado y/o cuando aplique los modelos de aprendizaje puesto de trabajo real, aula invertida-Flipped Classroom, o Bootcamp. Este informe debe ser entregado al director del proyecto dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la terminación de la acción de formación, quien analizará a la luz de los indicadores internos de la empresa y/o gremio, los resultados de mejora de productividad del trabajador y competitividad de la empresa. Este deberá ser remitido a la interventoría dentro de los ocho (8) días hábiles siguientes para el análisis correspondiente. De igual forma, este informe debe ser integrado al informe final de ejecución que el conviniente entregará a la interventoría, para posterior remisión al SENA.

Descripción 16 de 22

12. AMBIENTE DE APRENDIZAJE:

Cada participante autónomamente deberá disponer de los dispositivos y conectividad requerida para acceso a la plataforma virtual. Es una plataforma Moodle V3.3 en HTML. Aloja distintos formatos incluyendo SCORM, archivos: documentos, animaciones, vídeos, audios), enlaces externos, y wikis. Incorpora: cuestionarios (preguntas de tipo test, respuesta corta, selección múltiple) y las tareas (actividades de desarrollo), para trabajo individual o grupal. Herramientas de comunicación: Mensajería, Foros, Chat y Correo electrónico interno. Se puede añadir conexión con diversos sistemas de videoconferencia y webinars. Dispone de un sistema automático de control de la finalización de actividades y de control de acceso a los distintos recursos en función del cumplimiento de requisitos preestablecidos. Soporta grandes volúmenes de usuarios y cursos, y su arquitectura permite extender la instalación en múltiples servidores y sobre diversas plataformas software. Es plenamente utilizable en dispositivos móviles, tanto con el navegador web como utilizando la app Moodle Mobile, disponible en plataformas iOS y Android. Esta app permite al alumnado, de manera adicional, descargar los interactivos que se deseen estudiar y utilizarlos sin conexión a Internet; cuando se recupera la conexión se sincroniza el progreso y se registra en el LMS. La plataforma cuenta con los siguientes desarrollos incorporados: Módulo específico para la obtención de informes de seguimiento y evaluación. Estos informes son mucho más exhaustivos y completos que los que aporta el producto original, y cubren tanto la actividad de alumnos como de docentes para así permitir alcanzar el nivel de calidad deseado en el control y seguimiento de las acciones formativas. Se puede obtener un informe unificado por cada alumno o tutor que refleje al mismo tiempo el progreso, las calificaciones y la dedicación de cada usuario (alumno o tutor), así como las interacciones entre ellos producidas. Existe también un módulo de utilidades para la gestión de cursos y usuarios, destinado a facilitar la gestión de acciones formativas y grupos numerosos de manera ágil. Se ha diseñado una imagen visual y una configuración de la organización espacial de los distintos elementos en pantalla que cumpla con los siguientes criterios: Diseño adaptado a la imagen de la entidad y el uso al que se va a destinar. Diseño visual simple y minimalista, enfocado a la usabilidad y la comodidad, por lo que se recomienda dirigir a los alumnos a la plataforma desde una web externa (web corporativa de la entidad) que ofrezca información relevante de todo tipo a los usuarios. En el diseño se ha cuidado especialmente la accesibilidad web, por lo que puede ser un elemento útil para obtener la certificación UNE 66181: "Gestión de la calidad. Calidad de la formación virtual". También se ha tenido muy en cuenta su uso en dispositivos móviles, con soluciones específicas para ellos, dada la creciente importancia que este tipo de dispositivos está alcanzando en el ámbito de la formación. Además de los servicios webs que incorpora la plataforma, hemos añadido nuevos servicios, facilitando aún más la interconexión e integración del LMS con software de gestión empresarial y de la formación. Cumple con lo solicitado en el ANEXO 14.

Descripción 17 de 22

13. CARACTERÍSTICAS DE LA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA O PLATAFORMA VIRTUAL:

PLATAFORMA VIRTUAL: Características Generales: Interfaz moderna y fácil de usar, diseñada para ser responsiva y accesible, tanto en computadoras de escritorio como en dispositivos móviles. Cuenta con herramientas y actividades colaborativas que permiten el trabajo y aprendizaje mediante foros, wikis, glosarios, actividades de base de datos y documentos en general. Los educadores y los educandos pueden monitorear el progreso y el grado de finalización con un conjunto de opciones para monitoreo de actividades individuales o recursos, y también a nivel del curso. Características Administrativas Autenticación (Identificación) segura e inscripciones (matriculaciones) masivas seguras, cuenta con opciones seguras y personalizadas para la autenticación e inscripción, para añadir e inscribir usuarios a su sitio y cursos Moodle. Creación y subida masiva de cursos y fácil respaldo. Gestiona permisos y roles de usuario-Resuelve la definición de roles para especificar y gestionar el acceso de los usuarios. Permite la Importación y exportación de cursos IMS-LTI, SCORM y más, hacia y desde Moodle. La plataforma es actualizada regularmente con los últimos parches de seguridad, para ayudar a asegurar que el sitio Moodle sea seguro. Permite la visualización de reportes sobre actividad y participación a nivel de curso y de sitio. Características para Desarrollo y Gestión del Curso-Pedagogía-Las características incluidas para la publicación colaborativa fomentan que el alumno se comprometa y realice colaboración impulsada por el contenido. Módulo tarea -Calificación en línea, permite la revisión con facilidad y proporciona retroalimentación en-línea. Evaluación propia y por pares- Puntuación basada en Competencias Posibilidad de configurar competencias con Planes de aprendizaje. La plataforma cumple con los requerimientos y funcionalidades indicados en el Anexo 14 de la documentación de la presente convocatoria.

Descripción 18 de 22

14. LUGAR DE EJECUCIÓN:

Tres (3) grupos:
Grupo 1: Pasto (Nariño) // Cúcuta (Norte de Santander) // Barranquilla (Atlántico) // Montería (Córdoba)
Grupo 2: Tunja (Boyacá) // Santa Marta (Magdalena) // Ibagué (Tolima) // Riohacha (La Guajira)
Grupo 3: Cali (Valle) // Facatativá (Cundinamarca) // Neiva (Huila) // Bogotá (Bogotá D.C.)
La relación de los beneficiarios con los lugares de ejecución planteados, obedece y se justifica en que son trabajadores de empresas afiliadas y de empresas pertenecientes a la cadena productiva de CAMACOES que tienen sus sedes en las ciudades mencionadas y en las cuales se priorizó la necesidad de formación propuesta, así como colaboradores de aliados estratégicos que hacen parte de la red multisectorial que el gremio ha establecido en distintas regiones geográficas en virtud de su objeto social y objetivos misionales, que incluyen, para el caso, los departamentos incorporados en esta acción de formación.

Descripción 19 de 22

Continuación... LUGAR DE EJECUCIÓN:

N/A

Descripción 20 de 22

15. CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

UNIDAD TEMÁTICA 1. Marketing telefónico. Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.1.4 Profesional con título de maestría en áreas administración, economía, ingeniería, comunicación social o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años en temas relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como: gestión de ventas multicanal, gestión de marketing, gestión de comunicaciones, gestión comercial o afines. Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica. (Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales. Competencias técnicas: capacidad de diseño de campañas de telemarketing, capacidad de detección de necesidades de clientes, capacidad de liderar equipos de ventas y capacidad de planificar acciones comerciales. Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas y Competencias pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, empatía y escucha activa. Número de horas a impartir: 10 horas.
UNIDAD TEMÁTICA 2. Estructura para el desarrollo de necesidades de los clientes. Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.1.4 Profesional con título de maestría en áreas administración, economía, ingeniería, comunicación social o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años en temas relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como: gestión de ventas multicanal, gestión de marketing, gestión de comunicaciones, gestión comercial o afines. Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica. (Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales. Competencias técnicas: capacidad de diseño de campañas de telemarketing, capacidad de detección de necesidades de clientes, capacidad de liderar equipos de ventas y capacidad de planificar acciones comerciales. Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas y Competencias pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, empatía y escucha activa. Número de horas a impartir: 10 horas.
UNIDAD TEMÁTICA 3. Técnicas de ventas aplicadas al telemarketing. Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.1.4 Profesional con título de maestría en áreas administración, economía, ingeniería, comunicación social o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años en temas relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como: gestión de ventas multicanal, gestión de marketing, gestión de comunicaciones, gestión comercial o afines. Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o

formación pedagógica. (Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales. Competencias técnicas: capacidad de diseño de campañas de telemarketing, capacidad de detección de necesidades de clientes, capacidad de liderar equipos de ventas y capacidad de planificar acciones comerciales. Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas y Competencias pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, empatía y escucha activa. Número de horas a impartir: 10 horas.

Descripción 21 de 22

Continuación... CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

UNIDAD TEMÁTICA 4. Planificación del tiempo. Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.1.4 Profesional con título de maestría en áreas administración, economía, ingeniería, comunicación social o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años en temas relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como: gestión de ventas multicanal, gestión de marketing, gestión de comunicaciones, gestión comercial o afines. Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica. (Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales. Competencias técnicas: capacidad de diseño de campañas de telemarketing, capacidad de detección de necesidades de clientes, capacidad de liderar equipos de ventas y capacidad de planificar acciones comerciales. Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas y Competencias pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, empatía y escucha activa. Número de horas a impartir: 10 horas.

Descripción 22 de 22

16. CAPACITADOR PERSONA JURÍDICA:

La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto, es Adalid Inmark Colombia SAS, Cuya actividad principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559 (otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560 (actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área, cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social. ADALID INMARK COLOMBIA SAS, cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz ADALID SC S.L. con una trayectoria de más de 15 años en España y Chile y sus entidades adscritas, Instituto Europa e Innovación y cualificación, quienes como socios aportan sus expertos internacionales, material didáctico y formativo
ADALID INMARK COLOMBIA acredita cinco (5) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. Adicionalmente cuenta con cinco (5) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados), a entidades públicas o privadas.

PERFILES 1 (Total: 4)

Acción de Formación

Formación Académica	Experiencia Relacionada	Años Experiencia Relacionada	Experiencia Específica	Años Experiencia Específica	Clasificación
UNIDAD TEMÁTICA 1. Marketing telefónico. Formación académica: R01.1.4 Profesional con título de maestría. Áreas: administración, economía, ingeniería,	Gestión en: gestión de ventas multicanal, gestión de marketing, gestión de comunicaciones, gestión comercial, o áreas o funciones relacionados con la formación a impartir. Experiencia en formación o	3	NO APLICA	0	CAPACITADOR NACIONAL

comunicación social o afines.	capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica, y experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.				
UNIDAD TEMÁTICA 2. Estructura para el desarrollo de necesidades de los clientes. Formación académica: R01.1.4 Profesional con título de maestría. Áreas: administración, economía, ingeniería, comunicación social o afines.	Gestión en: gestión de ventas multicanal, gestión de marketing, gestión de comunicaciones, gestión comercial, o áreas o funciones relacionados con la formación a impartir. Experiencia en formación o capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica, y experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.	3	NO APLICA	0	CAPACITADOR NACIONAL
UNIDAD TEMÁTICA 3. Técnicas de ventas aplicadas al telemarketing. Formación académica: R01.1.4 Profesional con título de maestría. Áreas: administración, economía, ingeniería, comunicación social o afines.	Gestión en: gestión de ventas multicanal, gestión de marketing, gestión de comunicaciones, gestión comercial, o áreas o funciones relacionados con la formación a impartir. Experiencia en formación o capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica, y experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.	3	NO APLICA	0	CAPACITADOR NACIONAL
UNIDAD TEMÁTICA 4. Planificación del tiempo. Formación	Gestión en: gestión de ventas multicanal, gestión de marketing,	3	NO APLICA	0	CAPACITADOR NACIONAL

académica: R01.1.4 Profesional con título de maestría. Áreas: administración, economía, ingeniería, comunicación social o afines.	gestión de comunicaciones, gestión comercial, o áreas o funciones relacionados con la formación a impartir. Experiencia en formación o capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica, y experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.				

Presupuesto de la Acción de Formación AF1. Técnicas de venta de alto impacto y telemarketing (Total: 3)

Acción de Formación

Rubro	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
				Especie - %		Dinero - %		
R08 Gastos de Operación del Proyecto	Gastos de operación del proyecto	20,900,000	75.06	0	0	6,945,000	24.94	27,845,000
R09.2 Formación Virtual Curso 40 Horas	Formación virtual - Curso 40 horas	189,875,000	75.9	0	0	60,301,000	24.1	250,176,000
R10.2 Garantías	Garantías	0	0	0	0	432,000	100	432,000
		210,775,000	75.7	0	0.0	67,678,000	24.3	278,453,000

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

Acción de Formación

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R08 Gastos de Operación del Proyecto	20900000	75.06%	0	0%	6,945,000	24.94%	27,845,000
R09.2 Formación Virtual Curso 40 Horas	189875000	75.9%	0	0%	60,301,000	24.1%	250,176,000
R10.2 Garantías	0	0%	0	0%	432,000	100%	432,000
Totales	210,775,000	75.70	0	0.00	67,678,000	24.30	278,453,000

Cobertura geográfica de la Acción de Formación AF1. Técnicas de venta de alto impacto y telemarketing (Total: 12)

Acción de Formación

Ciudad - Región	Porcentaje
SANTA MARTA - MAGDALENA	8
TUNJA - BOYACA	8
MONTERIA - CORDOBA	9
BARRANQUILLA - ATLANTICO	9
CUCUTA - NORTE SANTANDER	9

PASTO - NARIÑO	9
BOGOTA - DISTRITO CAPITAL	8
NEIVA - HUILA	8
FACATATIVA - CUNDINAMARCA	8
CALI - VALLE DEL CAUCA	8
RIOHACHA - LA GUAJIRA	8
IBAGUE - TOLIMA	8

ACCIÓN DE FORMACIÓN 2 DE 9

AF2. Nuevas tendencias de turismo sostenible

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 AF2. Nuevas tendencias de turismo sostenible

Acción de Formación

Norma de competencia	
Número de beneficiarios	300
Beneficiarios empresa	300
Beneficiarios SENA	0
Perfil beneficiarios	Área funcional: marketing, comercial, calidad, procesos, proyectos, administración, control de gestión, servicios, gerencia o afines. Nivel ocupacional: 30% operativo, 50% medio, 20% alta dirección. Nivel de estudios: profesionales, tecnólogos o técnicos en áreas comercial, administrativa, turismo, comunicación ingeniería, ciencias sociales o afines.
Número de grupos	3
Número de días x grupo	20

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	24	**Horas prácticas virtuales por grupo**	16	**Total horas virtuales por grupo**	40
Horas teóricas combinadas por grupo	0	**Horas prácticas combinadas por grupo**	0	**Total horas combinadas por grupo**	0
				Total de horas grupo	40
				Total de horas acción	120

Entidades de la Acción de Formación AF2. Nuevas tendencias de turismo sostenible (Total: 1)

Acción de Formación

Nombre de la entidad	Papel

Cámara de Comercio Hispano Colombiana	PROPONENTE

Descripciones de la Acción de Formación AF2. Nuevas tendencias de turismo sostenible (Total: 22)

Acción de Formación

Descripción 1 de 22

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE RECOPILACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS INDICANDO LA FUENTE: La encuesta CAMACOES de necesidades de formación para el año 2021 aplicada digitalmente en febrero de 2021 estableció que el 7% de las empresas requieren formación en Sostenibilidad. CAMACOES en cumplimiento de su objetivo de fortalecer las relaciones comerciales entre España y Colombia ha impulsado estas acciones formativas en Turismo desde el año 2016: diseño estratégico de productos turísticos locales con proyección internacional; gestión y nuevos modelos de negocios para empresas turísticas; marketing digital para el sector hotelero y turístico; y, diseño de estrategias de marketing y comunicaciones para el sector de turismo. En relación con la situación del sector, el 22 de diciembre de 2020 el periódico El Espectador anunció el lanzamiento por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de la "Política de turismo sostenible: unidos por la naturaleza" la cual reconoce la importancia de que el turismo contribuya a la conservación en un país como Colombia, que es único por su biodiversidad, paisajes, ecosistemas y recursos naturales. Como consecuencia del COVID el sector turístico enfrentó una ocupación del 3% por lo que en el 2021 se apuesta por el turismo sostenible.
CAMACOES analizando los datos cuantitativos y cualitativos descritos se priorizó la AF2. Nuevas tendencias de turismo sostenible como una contribución a la reactivación del sector de turismo apoyando la nueva política de turismo sostenible recientemente lanzada por el gobierno colombiano.
PROBLEMA(S) O NECESIDAD(ES) DE FORMACIÓN DETECTADAS: Se considera que la sostenibilidad es un eje central para el desarrollo, la competitividad y el crecimiento del turismo en Colombia. Surge la necesidad de generar competencias para reflexionar sobre el volumen de la huella ambiental del turismo y sobre el tipo de prácticas que, desde los distintos actores de su cadena de valor, están impactando el capital natural del país. Se identifica en el documento de política de turismo sostenible la necesidad de "Diseñar y ejecutar acciones de capacitación especializada que faciliten la apropiación de conceptos básicos del conjunto normativo ambiental aplicable al sector turismo".
CAUSAS: La necesidad de diseñar acciones de capacitación especializada en materia de turismo sostenible en Colombia surge para viabilizar la implementación de la política de turismo sostenible. La causa de fondo es "hacer frente al reto de controlar, mitigar y compensar la huella ambiental del sector, consolidar al turismo como herramienta de conservación y generar lineamientos para que los factores ambientales sean incorporados en i) las estrategias de gobernanza, planificación, gestión y toma de decisiones del turismo en los destinos; ii) las decisiones y prácticas de negocio de los agentes económicos del sector; y iii) los comportamientos y prácticas de consumo de los viajeros." (Política de turismo sostenible).
EFECTOS: La política de turismo sostenible resalta que "a nivel mundial, se ha identificado una misma tendencia: a medida que el turismo crece, han empezado a afectarse los ecosistemas y los recursos vitales no renovables de los que el sector mismo depende. También han aumentado las afectaciones a la biodiversidad, se han intensificado los riesgos para el patrimonio inmaterial, se han comenzado a generar daños irreversibles al ambiente y se han venido registrando niveles crecientes de emisiones de gases efecto invernadero", por tanto, si no se avanza en el fortalecimiento de las competencias de los actores del sector turístico estos efectos se verán potenciados en Colombia.
ENFOQUE: Esta acción se enfoca al desarrollo productivo incidiendo en los procesos turísticos y también se enfoca en el incremento de la competitividad del sector mitigando el impacto ambiental den Colombia.

Descripción 2 de 22

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

POR QUE ES UNA ACCIÓN DE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA: Esta es una acción de formación continua especializada porque es una acción de corta duración que garantiza la profundización de conocimientos, habilidades y destrezas, permitiendo la aplicación de los mismos en el contexto laboral inmediato, asegurando la calidad, comprensión y uso del pensamiento crítico y analítico de la labor realizada o de la tarea a ejecutar, con el propósito de encaminar al trabajador a su actualización laboral, para responder a las necesidades específicas de las empresas, que surge de la implementación de mejoras tecnológicas, nuevas metodologías y herramientas, aumentando la productividad y empleabilidad de los trabajadores y la competitividad de las mismas. ALINEACIÓN CON PRIORIDADES SENA 2021: Esta acción formativa está alineada con la priorización del sector turístico, directo beneficiario de esta acción. Adicionalmente se alinea con la prioridad de impulso de la innovación en las empresas, ya que se incidirá en la innovación en procesos, productos y servicios turísticos. Finalmente, se destaca que dentro de las Agendas Productivas Departamentales se encuentra el turismo como prioridad en estos departamentos propuestos como beneficiarios: Atlántico, Boyacá, Córdoba, Huila, La Guajira, Magdalena, Norte de Santander, Tolima y Valle.

Descripción 3 de 22

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

N/A

N/A

Descripción 4 de 22

2. OBJETIVOS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN:

Fortalecer las competencias laborales de los participantes para avanzar en la implementación de procesos, productos y servicios turísticos sostenibles acordes con la política de turismo sostenible (2020). Esta acción permitirá mitigar los impactos y la huella ambiental asociados al desempeño de la actividad turística, así como abrir nuevos mercados para la llegada de ecoturistas que contribuyan a la reactivación del sector en Colombia.

Descripción 5 de 22

3. POBLACIÓN BENEFICIARIA DE LAS ACCIONES DE FORMACIÓN:

ÁREA FUNCIONAL: marketing, comercial, calidad, procesos, proyectos, administración, control de gestión, servicios, gerencia o afines. NIVEL OCUPACIONAL: 30% operativo, 50% medio, 20% alta dirección, se involucran los tres niveles ya que se requiere del compromiso y participación de todos los trabajadores para la implementación del procesos, productos y servicios turísticos sostenibles. FUNCIONES O TAREAS QUE DESEMPEÑAN: dirección de empresas turísticas, diseño de destinos turísticos, definición de políticas del sector de turismo, gestión ambiental de ofertas turísticas, atención a ecoturistas o afines. TIPO DE VINCULACIÓN LABORAL: principalmente contrato laboral a término indefinido. NIVEL DE ESCOLARIDAD: profesionales, tecnólogos o técnicos en áreas comercial, administrativa, turismo, comunicación ingeniería, ciencias sociales o afines. ACCESO A LAS TIC: Son personas con competencias digitales que les permiten acceder al uso de computadores y demás dispositivos y utilizar aplicaciones a nivel de usuario para el desarrollo de sus funciones. Acceden a conectividad para el desarrollo de sus actividades. RELACIÓN ENTRE EL PERFIL DESCRITO Y EL OBJETO DE LA FORMACIÓN: Los beneficiarios son las personas responsables del diseño, implementación y seguimiento de procesos, productos y servicios turísticos, por lo que con la acción de formación podrán incorporar las nuevas tendencias de turismo sostenible en su ámbito de actuación y al nivel ocupacional que corresponda. JUSTIFICACIÓN DE INCLUSIÓN DE TRABAJADORES DE MIPYMES Y DE CADENA PRODUCTIVA: se tendrá mínimo el 50% de beneficiarios de MIPYMES, esto considerando que el 73% de las empresas afiliadas son MIPYMES. La inclusión de personas de la cadena productiva se justifica porque la acción de CAMACOES y sus afiliados está centrada en la promoción de las relaciones comerciales de España y Colombia, y para esto se requiere garantizar calidad por parte de todas las empresas de la cadena productiva de los distintos sectores atendidos.

Descripción 6 de 22

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

Sector: Turismo. Subsector: Agencias de viajes. Hoteles. Prestadores de servicios turísticos

Descripción 7 de 22

5. EVENTO DE FORMACIÓN:

TIPO DE EVENTO: Curso. Justificación del tipo de evento: En este espacio formativo el capacitador presenta los fundamentos teóricos y procedimentales que servirán de base para que los trabajadores beneficiarios realicen un conjunto de actividades para lograr el objetivo de formación propuesto. Este evento permite acceder a fundamentos teóricos y prácticos. Los beneficiarios se apropiarán de los temas impartidos facilitando su integración en el puesto de trabajo.

Descripción 8 de 22

6. MODALIDAD DE FORMACIÓN:

Virtual. Esta modalidad facilita el proceso de enseñanza-aprendizaje, mediante el uso de las TIC como medio para la apropiación del aprendizaje significativo. Adicionalmente, esta modalidad permite la ampliación de la cobertura de la acción formativa, con la participación de personas de distintas ciudades del país beneficiando así al personal de empresas que por su ubicación geográfica no pueden acceder a programas presenciales de formación. La plataforma virtual que se utilizará cumple con las características establecidas en el Anexo 14 de los pliegos de la presente convocatoria.

Descripción 9 de 22

7. UNIDADES TEMÁTICAS:

UNIDAD TEMÁTICA 1. Desarrollo turístico sostenible. Número de horas: 10. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de establecer una oferta turística sostenible. Contenido: Introducción al desarrollo sostenible: aspectos económicos, ambientales y socioculturales. El desarrollo sostenible para planificadores locales. La importancia del ambiente para el desarrollo turístico. Impactos ambientales.
UNIDAD TEMÁTICA 2. Patrimonio natural. Número de horas: 10. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de proponer un plan de mejora ambiental en una oferta turística existente. Contenido: Surgimiento y desarrollo de la interpretación del patrimonio natural como herramienta para su preservación y adecuada utilización como recurso turístico. La gestión ambiental en turismo: consumo energético y agua, tratamiento de residuos, otros

aspectos. Plan de mejora ambiental dentro de la política de calidad.
UNIDAD TEMÁTICA 3. Perfil del ecoturista. Número de horas: 10. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de identificar el perfil de los ecoturistas en un contexto concreto. Contenido: Servicios de ecoturismo básicos y especializados. Espacios naturales protegidos. Itinerarios/ Ecotours. Actividades en contacto directo con la naturaleza. Otros servicios complementarios.
UNIDAD TEMÁTICA 4. Lucha contra el cambio climático. Número de horas: 10. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de definir el medio más cercano y aplicable para la lucha contra el cambio climático desde una oferta turística. Contenido: "Descarbonización" de la economía, los sectores, y nuestro modo de vida. Presentación de los principales medios en la lucha contra el cambio climático: acción global, mitigación y adaptación. El Comercio de emisiones. Mecanismos de Desarrollo Limpio (MDL). Mitigación. Adaptación. El Plan Nacional de Asignación. Protocolo de Kyoto y al nuevo escenario tras la COP 15 de Copenhague. Los procesos de "Transición Justa" y "Trabajo Decente" en el futuro acuerdo climático.

Descripción 10 de 22

Continuación... UNIDADES TEMÁTICAS:

N/A

Descripción 11 de 22

8. METODOLOGÍA:

La metodología de trabajo es teórico-práctica, se comienza con el estudio autónomo de los contenidos de esta unidad desarrollando paralelamente ejercicios de verificación de la comprensión y el fortalecimiento de la competencia correspondiente. Paralelamente disponen del foro de unidad en el que se trabajará a partir de una situación problema o de un caso para análisis mediante el trabajo colaborativo de los participantes con la orientación y facilitación del capacitador a cargo. Se realizará también una sesión sincrónica no obligatoria para la resolución de dudas en directo y la ampliación de la temática de la unidad. Se desarrollan de manera permanente acciones de tutoría de seguimiento mediante el contacto multi-canal con los beneficiarios guiándolos de manera colectiva e individualizada para el desarrollo de las actividades programadas dentro de los plazos establecidos.
METODOLOGÍA DE LA UNIDAD TEMÁTICA 1. Desarrollo turístico sostenible. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS: Barrido de texto general y específico. Cuestionarios. Foro de unidad. Debate. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Identificar los componentes de la sostenibilidad incluyendo aspectos económicos, ambientales y socioculturales. Analizarlas variables del desarrollo sostenible que deben considerar los planificadores locales. Valorar la importancia del ambiente para el desarrollo turístico. Impactos Establecer los tipos de impacto ambiental asociados al desarrollo de las actividades turísticas.
METODOLOGÍA DE LA UNIDAD TEMÁTICA 2. Patrimonio natural. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS: Representaciones gráficas. Gamificación. Lectura general. Foro de unidad. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Análisis de los retos y desafíos relacionados con el patrimonio natural en el sector del turismo. Definir los componentes claves de la gestión ambiental en turismo: consumo energético y agua, tratamiento de residuos, otros aspectos. Proponer un plan de mejora ambiental dentro de la política de calidad de las empresas del sector turístico.
METODOLOGÍA DE LA UNIDAD TEMÁTICA 3. Perfil del ecoturista. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS: Cuadros sinópticos. Resumen. Foro de unidad. Cuestionarios. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Identificar los nuevos servicios de ecoturismo básicos y especializados. Caracterizar los espacios naturales protegidos. Establecer los valores diferenciales del diseño de Itinerarios y Ecotours. Identificar posibles actividades en contacto directo con la naturaleza. Analizar los servicios complementarios que pueden asociarse al turismo sostenible.
METODOLOGÍA DE LA UNIDAD TEMÁTICA 4. Lucha contra el cambio climático. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS: Gamificación. Mapas mentales. Foro de unidad. Debate sincrónico. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Realizar un análisis comparado de los principales medios en la lucha contra el cambio climático. Establecer las ventajas y desventajas del comercio de emisiones. Identificar los acuerdos internacionales en materia de cambio climático.

Descripción 12 de 22

Continuación... METODOLOGÍA:

N/A

Descripción 13 de 22

9. MATERIAL DE FORMACIÓN:

Se garantizará la puesta a disposición de los beneficiarios del material de formación en la plataforma virtual destinada para la realización de este evento de formación. El material es de producción reciente (menor a 2 años) y reunirá los medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan las actividades de enseñanza-aprendizaje en la modalidad virtual. Guardará coherencia con los objetivos de la formación, perfil de los beneficiarios y estará metodológicamente estructurado de modo que facilite la transferencia de conocimiento.
DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS Y JUSTIFICACIÓN DE LA PERTINENCIA DE SU INCLUSIÓN Y LA RELACIÓN CON LAS UNIDADES TEMÁTICAS A IMPARTIR: : Los contenidos incluidos en la plataforma corresponden directamente con cada una de las cuatro unidades temáticas: Desarrollo turístico sostenible, patrimonio natural, perfil del ecoturista y lucha contra el cambio climático. Los participantes encontrarán debidamente identificadas las unidades y cada uno de sus contenidos pudiendo así adquirir la base teórica para el desarrollo de las

actividades prácticas propuestas y que incluyen: auto-evaluaciones, ejercicios de relación de conceptos, ejercicios multimedia, entre otros. Incluyen textos descriptivos, cuadros de ampliación, videos de apoyo, documentación complementaria e infografías.

Descripción 14 de 22

10. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS:

Durante el desarrollo de la acción formativa los capacitadores estarán controlando la evolución del desempeño de los participantes en las actividades propuestas mediante observaciones y calificaciones que consignarán en la matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa.
Se asocia un resultado de aprendizaje a cada unidad temática, referido a lo que los trabajadores deben ser capaces de hacer al finalizar el proceso formativo en términos de conocimientos, destrezas y habilidades. Así mismo se establece un resultado asociado a la satisfacción general de los participantes.
R1. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de establecer una oferta turística sostenible. Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque se incluirán en el diseño de procesos, productos y servicios turísticos los aspectos de sostenibilidad impulsados por la política de turismo sostenible.
R2. EL 85% de los beneficiarios están en capacidad de proponer un plan de mejora ambiental en una oferta turística existente. Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque se contará con una herramienta concreta para el mejoramiento de la oferta turística en materia ambiental.
R3. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de identificar el perfil de los ecoturistas en un contexto concreto. Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque se podrá orientar la oferta turística a la demanda real en la línea de ecoturismo.
R4. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de definir el medio más cercano y aplicable para la lucha contra el cambio climático desde una oferta turística. Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque se contribuirá activamente en la lucha contra el cambio climático.
R5. El 85% de los beneficiarios manifiestan estar satisfechos con la acción formativa en la que participan.
Fuente de verificación 1: Informe de matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Calificación mínima 2 puntos correspondiente al Nivel Medio. Momento 1: a la finalización de la acción formativa. Fuente de verificación 2: Informe de tabulación de encuestas de satisfacción. Calificación mínima de 3. Momento 2: a la finalización de la acción formativa.

Descripción 15 de 22

11. EVALUACIÓN DE APRENDIZAJE:

La evaluación se realizará en la plataforma virtual mediante la asignación de calificaciones a las tareas asociadas a la acción formativa y al diligenciamiento por parte de los beneficiarios de cuestionarios de evaluación de contenidos.
ENCUESTA DE SATISFACCIÓN: Al finalizar la acción formativa cada participante diligenciará una encuesta que medirá su satisfacción sobre los aspectos logísticos, la estructura del programa y las habilidades y conocimientos de los capacitadores. De manera permanente los participantes contarán con un correo electrónico y datos de contacto personal para el reporte de incidencias o la notificación de comentarios, de manera que se tomen las medidas correctivas pertinentes.
TASA DE INCREMENTO DEL CONOCIMIENTO: Mide el incremento del conocimiento de los trabajadores beneficiarios participantes por acción de formación:
TIC= (NPFT-NPIT)/NPIT *100
NPIT = Nota promedio inicial de conocimiento del trabajador Para diseñar la evaluación del conocimiento y aplicarla a todos los trabajadores beneficiarios, se deben aplicar los siguientes parámetros: 1. Cada evaluación debe estar compuesta por mínimo 5 y máximo 10 preguntas, las cuales serán formuladas por el capacitador. 2. Los criterios de evaluación deben estar directamente relacionados con las unidades temáticas de la acción de formación a evaluar y debe ser resuelta por todos los beneficiarios de la misma. 3. La calificación resultante de cada una de las evaluaciones debe encontrarse dentro del rango de [0,10] (Intervalo cerrado) y se pueden dar valores decimales de hasta máximo una posición decimal. Ejemplo: 7,5. 4. La evaluación ex-ante se debe aplicar a los beneficiarios el día de inicio de la acción de formación, y la evaluación ex-post el último día de ejecución de la misma, con el fin de realizar una comparación que refleje los resultados en el incremento de conocimientos del trabajador beneficiario de la formación. El capacitador debe entregar un informe acerca de los indicadores ex-ante y expost aplicados y el análisis de los resultados obtenidos por cada acción de formación ejecutada a través de los eventos taller (cuando su duración sea igual o superior a 20 horas), curso y diplomado y/o cuando aplique los modelos de aprendizaje puesto de trabajo real, aula invertida-Flipped Classroom, o Bootcamp. Este informe debe ser entregado al director del proyecto dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la terminación de la acción de formación, quien analizará a la luz de los indicadores internos de la empresa y/o gremio, los resultados de mejora de productividad del trabajador y competitividad de la empresa. Este deberá ser remitido a la interventoría dentro de los ocho (8) días hábiles siguientes para el análisis correspondiente. De igual forma, este informe debe ser integrado al informe final de ejecución que el conviniente entregará a la interventoría, para posterior remisión al SENA.

Descripción 16 de 22

12. AMBIENTE DE APRENDIZAJE:

Cada participante autónomamente deberá disponer de los dispositivos y conectividad requerida para acceso a la plataforma virtual. Es una plataforma Moodle V3.3 en HTML. Aloja distintos formatos incluyendo SCORM, archivos: documentos, animaciones, vídeos, audios), enlaces externos, y wikis. Incorpora: cuestionarios (preguntas de tipo test, respuesta corta, selección múltiple) y las tareas (actividades de desarrollo), para trabajo individual o grupal. Herramientas de comunicación: Mensajería, Foros, Chat y Correo electrónico interno. Se puede añadir conexión con diversos sistemas de videoconferencia y webinars. Dispone de un sistema automático de control de la finalización de actividades y de control de acceso a los distintos recursos en función del cumplimiento de requisitos preestablecidos. Soporta grandes volúmenes de usuarios y cursos, y su arquitectura permite extender la instalación en múltiples servidores y sobre diversas plataformas software. Es plenamente utilizable en dispositivos móviles, tanto con el navegador web como utilizando la app Moodle Mobile, disponible en plataformas iOS y Android. Esta app permite al alumnado, de manera adicional, descargar los interactivos que se deseen estudiar y utilizarlos sin conexión a Internet; cuando se recupera la conexión se sincroniza el progreso y se registra en el LMS. La plataforma cuenta con los siguientes desarrollos incorporados: Módulo específico para la obtención de informes de seguimiento y evaluación. Estos informes son mucho más exhaustivos y completos que los que aporta el producto original, y cubren tanto la actividad de alumnos como de docentes para así permitir alcanzar el nivel de calidad deseado en el control y seguimiento de las acciones formativas. Se puede obtener un informe unificado por cada alumno o tutor que refleje al mismo tiempo el progreso, las calificaciones y la dedicación de cada usuario (alumno o tutor), así como las interacciones entre ellos producidas. Existe también un módulo de utilidades para la gestión de cursos y usuarios, destinado a facilitar la gestión de acciones formativas y grupos numerosos de manera ágil. Se ha diseñado una imagen visual y una configuración de la organización espacial de los distintos elementos en pantalla que cumpla con los siguientes criterios: Diseño adaptado a la imagen de la entidad y el uso al que se va a destinar. Diseño visual simple y minimalista, enfocado a la usabilidad y la comodidad, por lo que se recomienda dirigir a los alumnos a la plataforma desde una web externa (web corporativa de la entidad) que ofrezca información relevante de todo tipo a los usuarios. En el diseño se ha cuidado especialmente la accesibilidad web, por lo que puede ser un elemento útil para obtener la certificación UNE 66181: "Gestión de la calidad. Calidad de la formación virtual". También se ha tenido muy en cuenta su uso en dispositivos móviles, con soluciones específicas para ellos, dada la creciente importancia que este tipo de dispositivos está alcanzando en el ámbito de la formación. Además de los servicios webs que incorpora la plataforma, hemos añadido nuevos servicios, facilitando aún más la interconexión e integración del LMS con software de gestión empresarial y de la formación. Cumple con lo solicitado en el ANEXO 14.

Descripción 17 de 22

13. CARACTERÍSTICAS DE LA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA O PLATAFORMA VIRTUAL:

PLATAFORMA VIRTUAL: Características Generales: Interfaz moderna y fácil de usar, diseñada para ser responsiva y accesible, tanto en computadoras de escritorio como en dispositivos móviles. Cuenta con herramientas y actividades colaborativas que permiten el trabajo y aprendizaje mediante foros, wikis, glosarios, actividades de base de datos y documentos en general. Los educadores y los educandos pueden monitorear el progreso y el grado de finalización con un conjunto de opciones para monitoreo de actividades individuales o recursos, y también a nivel del curso. Características Administrativas Autenticación (Identificación) segura e inscripciones (matriculaciones) masivas seguras, cuenta con opciones seguras y personalizadas para la autenticación e inscripción, para añadir e inscribir usuarios a su sitio y cursos Moodle. Creación y subida masiva de cursos y fácil respaldo. Gestiona permisos y roles de usuario-Resuelve la definición de roles para especificar y gestionar el acceso de los usuarios. Permite la Importación y exportación de cursos IMS-LTI, SCORM y más, hacia y desde Moodle. La plataforma es actualizada regularmente con los últimos parches de seguridad, para ayudar a asegurar que el sitio Moodle sea seguro. Permite la visualización de reportes sobre actividad y participación a nivel de curso y de sitio. Características para Desarrollo y Gestión del Curso-Pedagogía-Las características incluidas para la publicación colaborativa fomentan que el alumno se comprometa y realice colaboración impulsada por el contenido. Módulo tarea -Calificación en línea, permite la revisión con facilidad y proporciona retroalimentación en-línea. Evaluación propia y por pares- Puntuación basada en Competencias Posibilidad de configurar competencias con Planes de aprendizaje. La plataforma cumple con los requerimientos y funcionalidades indicados en el Anexo 14 de la documentación de la presente convocatoria.

Descripción 18 de 22

14. LUGAR DE EJECUCIÓN:

Tres (3) grupos:
Grupo 1: Pasto (Nariño) // Cúcuta (Norte de Santander) // Barranquilla (Atlántico) // Montería (Córdoba)
Grupo 2: Tunja (Boyacá) // Santa Marta (Magdalena) // Ibagué (Tolima) // Riohacha (La Guajira)
Grupo 3: Cali (Valle) // Facatativá (Cundinamarca) // Neiva (Huila) // Bogotá (Bogotá D.C.)
La relación de los beneficiarios con los lugares de ejecución planteados, obedece y se justifica en que son trabajadores de empresas afiliadas y de empresas pertenecientes a la cadena productiva de CAMACOES que tienen sus sedes en las ciudades mencionadas y en las cuales se priorizó la necesidad de formación propuesta, así como colaboradores de aliados estratégicos que hacen parte de la red multisectorial que el gremio ha establecido en distintas regiones geográficas en virtud de su objeto social y objetivos misionales, que incluyen, para el caso, los departamentos incorporados en esta acción de formación.

Descripción 19 de 22

Continuación... LUGAR DE EJECUCIÓN:

N/A

Descripción 20 de 22

15. CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

UNIDAD TEMÁTICA 1. Desarrollo turístico sostenible. Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.1.4 Profesional con título de maestría en áreas administración, economía, turismo, ingeniería, medio ambiente o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años en temas relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como: gestión de empresas turísticas, diseño de productos y servicios turísticos, gestión de la sostenibilidad en el sector turístico o afines. Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica. (Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales. Competencias técnicas: capacidad de diseño de una oferta turística sostenible, capacidad de diagnosticar el impacto ambiental de un producto o servicio turístico y capacidad de proponer acciones concretas para la lucha contra el cambio climático. Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas y Competencias pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, empatía y escucha activa. Número de horas a impartir: 10 horas.
UNIDAD TEMÁTICA 2. Patrimonio natural. Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.1.4 Profesional con título de maestría en áreas administración, economía, turismo, ingeniería, medio ambiente o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años en temas relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como: gestión de empresas turísticas, diseño de productos y servicios turísticos, gestión de la sostenibilidad en el sector turístico o afines. Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica. (Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales. Competencias técnicas: capacidad de diseño de una oferta turística sostenible, capacidad de diagnosticar el impacto ambiental de un producto o servicio turístico y capacidad de proponer acciones concretas para la lucha contra el cambio climático. Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas y Competencias pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, empatía y escucha activa. Número de horas a impartir: 10 horas.
UNIDAD TEMÁTICA 3. Perfil del ecoturista. Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.1.4 Profesional con título de maestría en áreas administración, economía, turismo, ingeniería, medio ambiente o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años en temas relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como: gestión de empresas turísticas, diseño de productos y servicios turísticos, gestión de la sostenibilidad en el sector turístico o afines. Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica. (Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales. Competencias técnicas: capacidad de diseño de una oferta turística sostenible, capacidad de diagnosticar el impacto ambiental de un producto o servicio turístico y capacidad de proponer acciones concretas para la lucha contra el cambio climático. Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas y Competencias pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, empatía y escucha activa. Número de horas a impartir: 10 horas

Descripción 21 de 22

Continuación... CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

UNIDAD TEMÁTICA 4. Lucha contra el cambio climático. Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.1.4 Profesional con título de maestría en áreas administración, economía, turismo, ingeniería, medio ambiente o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años en temas relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como: gestión de empresas turísticas, diseño de productos y servicios turísticos, gestión de la sostenibilidad en el sector turístico o afines. Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica. (Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales. Competencias técnicas: capacidad de diseño de una oferta turística sostenible, capacidad de diagnosticar el impacto ambiental de un producto o servicio turístico y capacidad de proponer acciones concretas para la lucha contra el cambio climático. Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas y Competencias pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, empatía y escucha activa. Número de horas a impartir: 10 horas.

Descripción 22 de 22

16. CAPACITADOR PERSONA JURÍDICA:

La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto, es Adalid Inmark Colombia SAS, Cuya actividad principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559 (otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560 (actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área,

cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social.
ADALID INMARK COLOMBIA SAS, cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz ADALID SC S.L. con una trayectoria de más de 15 años en España y Chile y sus entidades adscritas, Instituto Europa e Innovación y cualificación, quienes como socios aportan sus expertos internacionales, material didáctico y formativo
ADALID INMARK COLOMBIA acredita cinco (5) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. Adicionalmente cuenta con cinco (5) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados), a entidades públicas o privadas.

PERFILES 1 (Total: 4)

Acción de Formación

Formación Académica	Experiencia Relacionada	Años Experiencia Relacionada	Experiencia Específica	Años Experiencia Específica	Clasificación
UNIDAD TEMÁTICA 1. Desarrollo turístico sostenible. Formación académica: R01.1.4 Profesional con título de maestría. Áreas: administración, economía, turismo, ingeniería, medio ambiente o afines.	Gestión en: gestión de empresas turísticas, diseño de productos y servicios turísticos, gestión de la sostenibilidad en el sector turístico, o áreas o funciones relacionados con la formación a impartir. Experiencia en formación o capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica, y experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.	3	NO APLICA	0	CAPACITADOR NACIONAL
UNIDAD TEMÁTICA 2. Patrimonio natural. Formación académica: R01.1.4 Profesional con título de maestría. Áreas: administración, economía, turismo, ingeniería, medio ambiente o afines.	Gestión en: gestión de empresas turísticas, diseño de productos y servicios turísticos, gestión de la sostenibilidad en el sector turístico, o áreas o funciones relacionados con la formación a impartir. Experiencia en formación o capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica, y experiencia de un (1) año en el uso	3	NO APLICA	0	CAPACITADOR NACIONAL

	de plataformas virtuales.				
UNIDAD TEMÁTICA 3. Perfil del ecoturista. Formación académica: R01.1.4 Profesional con título de maestría. Áreas: administración, economía, turismo, ingeniería, medio ambiente o afines.	Gestión en: gestión de empresas turísticas, diseño de productos y servicios turísticos, gestión de la sostenibilidad en el sector turístico, o áreas o funciones relacionados con la formación a impartir. Experiencia en formación o capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica, y experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.	3	NO APLICA	0	CAPACITADOR NACIONAL
UNIDAD TEMÁTICA 4. Lucha contra el cambio climático. Formación académica: R01.1.4 Profesional con título de maestría. Áreas: administración, economía, turismo, ingeniería, medio ambiente o afines.	Gestión en: gestión de empresas turísticas, diseño de productos y servicios turísticos, gestión de la sostenibilidad en el sector turístico, o áreas o funciones relacionados con la formación a impartir. Experiencia en formación o capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica, y experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.	3	NO APLICA	0	CAPACITADOR NACIONAL

Presupuesto de la Acción de Formación AF2. Nuevas tendencias de turismo sostenible (Total: 3)

Acción de Formación

Rubro	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
				Especie - %		Dinero - %		
R08 Gastos de Operación del Proyecto	Gastos de operación del proyecto	20,900,000	75.06	0	0	6,945,000	24.94	27,845,000
		210,775,000	75.7	0	0.0	67,678,000	24.3	278,453,000

Rubro	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
				Especie - %		Dinero - %		
R09.2 Formación Virtual Curso 40 Horas	Formación virtual - Curso 40 horas	189,875,000	75.9	0	0	60,301,000	24.1	250,176,000
R10.2 Garantías	Garantías	0	0	0	0	432,000	100	432,000
		210,775,000	75.7	0	0.0	67,678,000	24.3	278,453,000

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

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R08 Gastos de Operación del Proyecto	20900000	75.06%	0	0%	6,945,000	24.94%	27,845,000
R09.2 Formación Virtual Curso 40 Horas	189875000	75.9%	0	0%	60,301,000	24.1%	250,176,000
R10.2 Garantías	0	0%	0	0%	432,000	100%	432,000
Totales	210,775,000	75.70	0	0.00	67,678,000	24.30	278,453,000

Cobertura geográfica de la Acción de Formación AF2. Nuevas tendencias de turismo sostenible (Total: 12) Acción de Formación

Ciudad - Región	Porcentaje
TUNJA - BOYACA	8
MONTERIA - CORDOBA	9
BARRANQUILLA - ATLANTICO	9
CUCUTA - NORTE SANTANDER	9
PASTO - NARIÑO	9
BOGOTA - DISTRITO CAPITAL	8
NEIVA - HUILA	8
FACATATIVA - CUNDINAMARCA	8
CALI - VALLE DEL CAUCA	8
RIOHACHA - LA GUAJIRA	8
IBAGUE - TOLIMA	8
SANTA MARTA - MAGDALENA	8

ACCIÓN DE FORMACIÓN 3 DE 9

AF3. Introducción a FinTech y Blockchain

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 AF3. Introducción a FinTech y Blockchain

Acción de Formación

Norma de competencia	
Número de beneficiarios	300
Beneficiarios empresa	300
Beneficiarios SENA	0

Perfil beneficiarios	Área funcional: financiera, marketing, planeación, comercial, dirección general, tecnología, proyectos o afines. Nivel ocupacional: 10% operativo, 70% medio y 20% alta dirección. Nivel de estudios: profesionales, técnicos o tecnólogos en finanzas, administración, economía, comercio, ingeniería o afines.
Número de grupos	3
Número de días x grupo	20

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	24	**Horas prácticas virtuales por grupo**	16	**Total horas virtuales por grupo**	40
Horas teóricas combinadas por grupo	0	**Horas prácticas combinadas por grupo**	0	**Total horas combinadas por grupo**	0
				Total de horas grupo	40
				Total de horas acción	120

Entidades de la Acción de Formación AF3. Introducción a FinTech y Blockchain (Total: 1)

Acción de Formación

Nombre de la entidad	Papel
Cámara de Comercio Hispano Colombiana	PROPONENTE

Descripciones de la Acción de Formación AF3. Introducción a FinTech y Blockchain (Total: 22)

Acción de Formación

Descripción 1 de 22

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE RECOPILACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS INDICANDO LA FUENTE: La encuesta CAMACOES de necesidades de formación para el año 2021 aplicada digitalmente en febrero de 2021 estableció que el 28% demandan formación para responder a los retos de la Revolución 4.0. CAMACOES ha desarrollado estas acciones formativas relacionadas con Revolución 4.0 desde el año 2016: gestión de negocios basada en datos; gestión y análisis de datos para toma de decisiones-business intelligence; y, analítica de negocios basada en big data.

El 16 de febrero de 2021 el Banco de Desarrollo de América Latina afirmó que el 80% de las empresas de la región, entre ellas Colombia, adelantaron procesos para la virtualidad de sus empresas y en el estudio de apropiación digital hecho por el Centro Nacional de Consultoría. El informe revela que en los primeros 10 meses de la pandemia por el coronavirus, los colombianos avanzaron en habilidades digitales lo que se habría proyectado para un periodo de 20 años.

En el ámbito de Fintech en Colombia existe ya una asociación con más de 210 afiliados que trabajan para desarrollar un ecosistema Fintech innovador de productos y servicios financieros confiables e incluyentes, en colaboración con el gobierno y el sector financiero, que generen mayor fortalecimiento e inversión de la economía, y empoderando al consumidor financiero a través de una experiencia segura, transparente y fácil.

Con respecto a Blockchain el 28 de enero de 2021 se llevó a cabo un foro liderado por Fedesoft, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) y Colombia Productiva, entidad adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT). El objetivo del evento fue socializar que blockchain no es solamente aplicable a criptomonedas, como normalmente se piensa, y que conlleva grandes oportunidades y un amplio campo de acción en materia de procesos, transparencia y seguridad de la información.

CAMACOES analizando los datos cuantitativos y cualitativos descritos se priorizó la AF3. Introducción a FinTech y Blockchain contribuir al desarrollo de nuevas competencias y socializar los fundamentos de estas dos tecnologías de la economía digital que están despertando el interés de las empresas afiadas.

PROBLEMA(S) O NECESIDAD(ES) DE FORMACIÓN DETECTADAS: La necesidad es la de fortalecer las

competencias para comprender el alcance y aplicabilidad de FinTech y Blockchain, identificando así nuevas oportunidades de negocio que permitan agilizar el proceso de reactivación económica del país.
CAUSAS: Las tecnologías FinTech y Blockchain son de reciente aparición por lo que existe desconocimiento de sus componentes, utilidad y campos de aplicación.
EFECTOS: Si no se fortalecen las competencias para entender las posibilidades del FinTech y Blockchain en la economía digital, las empresas quedaran rezagas y podrían perder oportunidades de nuevos negocios.
ENFOQUE: Esta acción se enfoca a la competitividad en el entorno digital de las empresas beneficiarias.

Descripción 2 de 22

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

POR QUE ES UNA ACCIÓN DE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA: Esta es una acción de formación continua especializada porque es una acción de corta duración que garantiza la profundización de conocimientos, habilidades y destrezas, permitiendo la aplicación de los mismos en el contexto laboral inmediato, asegurando la calidad, comprensión y uso del pensamiento crítico y analítico de la labor realizada o de la tarea a ejecutar, con el propósito de encaminar al trabajador a su actualización laboral, para responder a las necesidades específicas de las empresas, que surge de la implementación de mejoras tecnológicas, nuevas metodologías y herramientas, aumentando la productividad y empleabilidad de los trabajadores y la competitividad de las mismas. ALINEACIÓN CON PRIORIDADES SENA 2021: Esta acción está alineada con Revolución 4.0 al tratarse de dos componentes de la economía digital (FinTech y Blockchain) y también está alineada con la promoción de la innovación en las empresas.

Descripción 3 de 22

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

N/A

Descripción 4 de 22

2. OBJETIVOS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN:

Fortalecer las competencias laborales de los participantes para identificar las posibilidades de utilización y apertura de nuevas líneas de negocio basadas en FinTech y Blockchain. Esta acción permitirá que las empresas eleven su competitividad en la economía digital.

Descripción 5 de 22

3. POBLACIÓN BENEFICIARIA DE LAS ACCIONES DE FORMACIÓN:

ÁREA FUNCIONAL: financiera, marketing, planeación, comercial, dirección general, tecnología, proyectos o afines. NIVEL OCUPACIONAL: 10% operativo, 70% medio y 20% alta dirección, se incluyen todos los niveles porque se convocará a beneficiarios que trabajan en empresas de distintos tamaños. FUNCIONES O TAREAS QUE DESEMPEÑAN: gestionar servicios digitales, diseñar nuevos modelos de negocios, establecer metas de crecimiento organizacional o afines. TIPO DE VINCULACIÓN LABORAL: principalmente contrato laboral a término indefinido. NIVEL DE ESCOLARIDAD: profesionales, técnicos o tecnólogos en finanzas, administración, economía, comercio, ingeniería o afines. ACCESO A LAS TIC: Son personas con competencias digitales que les permiten acceder al uso de computadores y demás dispositivos y utilizar aplicaciones a nivel de usuario para el desarrollo de sus funciones. Acceden a conectividad para el desarrollo de sus actividades. RELACIÓN ENTRE EL PERFIL DESCRITO Y EL OBJETO DE LA FORMACIÓN: el perfil definido corresponde a personas con la experiencia y la formación requerida para lograr el desarrollo de nuevas competencias en materia de FinTech y Blockchain. JUSTIFICACIÓN DE INCLUSIÓN DE TRABAJADORES DE MIPYMES Y DE CADENA PRODUCTIVA: se tendrá mínimo el 50% de beneficiarios de MIPYMES, esto considerando que el 73% de las empresas afiliadas son MIPYMES. La inclusión de personas de la cadena productiva se justifica porque la acción de CAMACOES y sus afiliados está centrada en la promoción de las relaciones comerciales de España y Colombia, y para esto se requiere garantizar calidad por parte de todas las empresas de la cadena productiva de los distintos sectores atendidos.

Descripción 6 de 22

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

Sector: Transporte. Subsector: Logística. Aerolíneas.
Sector: Turismo. Subsector: Agencias de viajes.
Sector: Construcción. Subsector: Obra civil. Edificaciones.
Sector: Industrial. Subsector: Cosmético. Editorial.
Sector: Educación. Subsector: Educación básica, secundaria, media y superior. Educación informal.
Sector: Comercio. Subsector: Mayoristas y minoristas.
Sector: Servicios. Subsector: Alimentos y bebidas. Banca. Cajas de compensación. Consultoría. Servicios jurídicos.
Sector: Minero. Subsector: Minero energético.
Sector: Solidario. Subsector: Fundaciones.

Descripción 7 de 22

5. EVENTO DE FORMACIÓN:

TIPO DE EVENTO: Curso. En este espacio formativo el capacitador presenta los fundamentos teóricos y procedimentales que servirán de base para que los trabajadores beneficiarios realicen un conjunto de actividades para lograr el objetivo de formación propuesto.
JUSTIFICACIÓN DEL TIPO DE EVENTO: Este evento permite acceder a fundamentos teóricos y prácticos. Los beneficiarios se apropiarán de los temas impartidos facilitando su integración en el puesto de trabajo.

Descripción 8 de 22

6. MODALIDAD DE FORMACIÓN:

Virtual. Esta modalidad facilita el proceso de enseñanza-aprendizaje, mediante el uso de las TIC como medio para la apropiación del aprendizaje significativo. Adicionalmente, esta modalidad permite la ampliación de la cobertura de la acción formativa, con la participación de personas de distintas ciudades del país beneficiando así al personal de empresas que por su ubicación geográfica no pueden acceder a programas presenciales de formación. La plataforma virtual que se utilizará cumple con las características establecidas en el Anexo 14 de los pliegos de la presente convocatoria.

Descripción 9 de 22

7. UNIDADES TEMÁTICAS:

UNIDAD TEMÁTICA 1. Oportunidades de la economía digital Número de horas: 10. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de establecer oportunidades de negocios en la economía digital. Contenido: Revolución digital y finanzas. Nuevos modelos de negocio y nuevos entrantes. Digitalización en el sector financiero y experiencia de cliente.
UNIDAD TEMÁTICA 2. Fundamentos de FinTech. Número de horas: 10. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de identificar nuevos modelos de servicios financieros apoyados en tecnología. Contenido: Fintech: características y verticales. Crowdfunding y crowdlending. Wealthtech y automatización en la gestión de inversiones. Innovación en los pagos. Regulación en fintech y perspectivas
UNIDAD TEMÁTICA 3. Fundamentos de Blockchain. Número de horas: 10. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de caracterizar las implicaciones del bloxkchain en el sector económico al que pertenece la empresa. Contenido: Definición de blockchain. ¿Qué es lo que reemplaza el blockchain?. PoW, Proof of Work, prueba de trabajo. PoS, Proof of Stake, prueba de participación. Tipologías de blockchain. Blockchain pública y privada. Blockchain híbrida. Implicaciones del blockchain en la vida diaria.
UNIDAD TEMÁTICA 4. Análisis de problemas y toma de decisiones. Número de horas: 10. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de diseñar un procedimiento para la solución de problemas basado en fases. Contenido: Tipos de problemas. Identificación de problemas. Fases para solución de problemas. Análisis estratégico en la solución de problemas para la toma de decisiones.

Descripción 10 de 22

Continuación... UNIDADES TEMÁTICAS:

N/A

Descripción 11 de 22

8. METODOLOGÍA:

La metodología de trabajo es teórico-práctica, se comienza con el estudio autónomo de los contenidos de esta unidad desarrollando paralelamente ejercicios de verificación de la comprensión y el fortalecimiento de la competencia correspondiente. Paralelamente disponen del foro de unidad en el que se trabajará a partir de una situación problema o de un caso para análisis mediante el trabajo colaborativo de los participantes con la orientación y facilitación del capacitador a cargo. Se realizará también una sesión sincrónica no obligatoria para la resolución de dudas en directo y la ampliación de la temática de la unidad. Se desarrollan de manera permanente acciones de tutoría de seguimiento mediante el contacto multi-canal con los beneficiarios guiándolos de manera colectiva e individualizada para el desarrollo de las actividades programadas dentro de los plazos establecidos.
METODOLOGÍA DE LA UNIDAD TEMÁTICA 1. Oportunidades de la economía digital. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS: Barrido de texto general y específico. Cuestionarios. Foro de unidad. Debate. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Identificar el estado de situación de la revolución digital y finanzas. Analizar las alternativas de Nuevos modelos de negocio en la economía digital. Estudiar casos de éxito de la digitalización en el sector financiero y experiencia de cliente.
METODOLOGÍA DE LA UNIDAD TEMÁTICA 2. Fundamentos de FinTech. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS: Representaciones gráficas. Gamificación. Lectura general. Foro de unidad. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Establecer las características y componentes del FinTech, Analizar las diferencias existentes entre Crowdfunding y crowdlending. Determinar la utilidad de Wealthtech en la automatización en la gestión de inversiones. Identificar líneas de Innovación en los pagos. Conocer la Regulación internacional en fintech y perspectivas
METODOLOGÍA DE LA UNIDAD TEMÁTICA 3. Fundamentos de Blockchain. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS: Cuadros sinópticos. Resumen. Foro de unidad. Cuestionarios. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Definir qué es blockchain. Identificar la aplicabilidad de blockchain. Caracterizar la prueba de trabajo y la prueba de participación. Comparar las tipologías de blockchain.

METODOLOGÍA DE LA UNIDAD TEMÁTICA 4. Análisis de problemas y toma de decisiones ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS: Gamificación. Mapas mentales. Foro de unidad. Debate sincrónico. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Realizar un análisis comparado de tipos de problemas. Determinar técnicas para la identificación de problemas. Establecer las fases para solución de problemas. Efectuar un análisis estratégico en la solución de problemas para la toma de decisiones.

Descripción 12 de 22

Continuación... METODOLOGÍA:

N/A

Descripción 13 de 22

9. MATERIAL DE FORMACIÓN:

Se garantizará la puesta a disposición de los beneficiarios del material de formación en la plataforma virtual destinada para la realización de este evento de formación. El material es de producción reciente (menor a 2 años) y reunirá los medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan las actividades de enseñanza-aprendizaje en la modalidad virtual. Guardará coherencia con los objetivos de la formación, perfil de los beneficiarios y estará metodológicamente estructurado de modo que facilite la transferencia de conocimiento.
DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS Y JUSTIFICACIÓN DE LA PERTINENCIA DE SU INCLUSIÓN Y LA RELACIÓN CON LAS UNIDADES TEMÁTICAS A IMPARTIR: Los contenidos incluidos en la plataforma corresponden directamente con cada una de las cuatro unidades temáticas: oportunidades de la economía digital, fundamentos de FinTech, fundamentos de Blockchain y análisis de problemas y toma de decisiones. Los participantes encontrarán debidamente identificadas las unidades y cada uno de sus contenidos pudiendo así adquirir la base teórica para el desarrollo de las actividades prácticas propuestas y que incluyen: auto-evaluaciones, ejercicios de relación de conceptos, ejercicios multimedia, entre otros. Incluyen textos descriptivos, cuadros de ampliación, videos de apoyo, documentación complementaria e infografías.

Descripción 14 de 22

10. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS:

Durante el desarrollo de la acción formativa los capacitadores estarán controlando la evolución del desempeño de los participantes en las actividades propuestas mediante observaciones y calificaciones que consignarán en la matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa.
Se asocia un resultado de aprendizaje a cada unidad temática, referido a lo que los trabajadores deben ser capaces de hacer al finalizar el proceso formativo en términos de conocimientos, destrezas y habilidades. Así mismo se establece un resultado asociado a la satisfacción general de los participantes.
R1. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de establecer oportunidades de negocios en la economía digital. Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque se abren alternativas para diversificación de servicios o de uso de herramientas para la optimización de procesos empresariales.
R2. EL 85% de los beneficiarios están en capacidad de identificar nuevos modelos de servicios financieros apoyados en tecnología. Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque se determinarán servicios que beneficien la optimización del uso de los recursos financieros en la empresa.
R3. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de caracterizar las implicaciones del blockchain en el sector económico al que pertenece la empresa. Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque se podrá aprovechar este desarrollo tecnológico en la empresa.
R4. El 85% de los beneficiarios están en capacidad diseñar un procedimiento para la solución de problemas basado en fases. Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque concretarán soluciones estructuradas a partir de metodologías de reconocida utilidad.
R5. El 85% de los beneficiarios manifiestan estar satisfechos con la acción formativa en la que participan.
Fuente de verificación 1: Informe de matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Calificación mínima 2 puntos correspondiente al Nivel Medio. Momento 1: a la finalización de la acción formativa. Fuente de verificación 2: Informe de tabulación de encuestas de satisfacción. Calificación mínima de 3. Momento 2: a la finalización de la acción formativa.

Descripción 15 de 22

11. EVALUACIÓN DE APRENDIZAJE:

La evaluación se realizará en la plataforma virtual mediante la asignación de calificaciones a las tareas asociadas a la acción formativa y al diligenciamiento por parte de los beneficiarios de cuestionarios de evaluación de contenidos.
ENCUESTA DE SATISFACCIÓN: Al finalizar la acción formativa cada participante diligenciará una encuesta que medirá su satisfacción sobre los aspectos logísticos, la estructura del programa y las habilidades y conocimientos de los capacitadores. De manera permanente los participantes contarán con un correo electrónico y datos de contacto personal para el reporte de incidencias o la notificación de comentarios, de manera que se tomen las medidas

correctivas pertinentes.
TASA DE INCREMENTO DEL CONOCIMIENTO: Mide el incremento del conocimiento de los trabajadores beneficiarios participantes por acción de formación:
TIC= (NPFT-NPIT)/NPIT *100
NPIT = Nota promedio inicial de conocimiento del trabajador Para diseñar la evaluación del conocimiento y aplicarla a todos los trabajadores beneficiarios, se deben aplicar los siguientes parámetros: 1. Cada evaluación debe estar compuesta por mínimo 5 y máximo 10 preguntas, las cuales serán formuladas por el capacitador. 2. Los criterios de evaluación deben estar directamente relacionados con las unidades temáticas de la acción de formación a evaluar y debe ser resuelta por todos los beneficiarios de la misma. 3. La calificación resultante de cada una de las evaluaciones debe encontrarse dentro del rango de [0,10] (Intervalo cerrado) y se pueden dar valores decimales de hasta máximo una posición decimal. Ejemplo: 7,5. 4. La evaluación ex-ante se debe aplicar a los beneficiarios el día de inicio de la acción de formación, y la evaluación ex-post el último día de ejecución de la misma, con el fin de realizar una comparación que refleje los resultados en el incremento de conocimientos del trabajador beneficiario de la formación. El capacitador debe entregar un informe acerca de los indicadores ex-ante y expost aplicados y el análisis de los resultados obtenidos por cada acción de formación ejecutada a través de los eventos taller (cuando su duración sea igual o superior a 20 horas), curso y diplomado y/o cuando aplique los modelos de aprendizaje puesto de trabajo real, aula invertida-Flipped Classroom, o Bootcamp. Este informe debe ser entregado al director del proyecto dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la terminación de la acción de formación, quien analizará a la luz de los indicadores internos de la empresa y/o gremio, los resultados de mejora de productividad del trabajador y competitividad de la empresa. Este deberá ser remitido a la interventoría dentro de los ocho (8) días hábiles siguientes para el análisis correspondiente. De igual forma, este informe debe ser integrado al informe final de ejecución que el conviniente entregará a la interventoría, para posterior remisión al SENA.

Descripción 16 de 22

12. AMBIENTE DE APRENDIZAJE:

Cada participante autónomamente deberá disponer de los dispositivos y conectividad requerida para acceso a la plataforma virtual. Es una plataforma Moodle V3.3 en HTML. Aloja distintos formatos incluyendo SCORM, archivos: documentos, animaciones, vídeos, audios), enlaces externos, y wikis. Incorpora: cuestionarios (preguntas de tipo test, respuesta corta, selección múltiple) y las tareas (actividades de desarrollo), para trabajo individual o grupal. Herramientas de comunicación: Mensajería, Foros, Chat y Correo electrónico interno. Se puede añadir conexión con diversos sistemas de videoconferencia y webinars. Dispone de un sistema automático de control de la finalización de actividades y de control de acceso a los distintos recursos en función del cumplimiento de requisitos preestablecidos. Soporta grandes volúmenes de usuarios y cursos, y su arquitectura permite extender la instalación en múltiples servidores y sobre diversas plataformas software. Es plenamente utilizable en dispositivos móviles, tanto con el navegador web como utilizando la app Moodle Mobile, disponible en plataformas iOS y Android. Esta app permite al alumnado, de manera adicional, descargar los interactivos que se deseen estudiar y utilizarlos sin conexión a Internet; cuando se recupera la conexión se sincroniza el progreso y se registra en el LMS. La plataforma cuenta con los siguientes desarrollos incorporados: Módulo específico para la obtención de informes de seguimiento y evaluación. Estos informes son mucho más exhaustivos y completos que los que aporta el producto original, y cubren tanto la actividad de alumnos como de docentes para así permitir alcanzar el nivel de calidad deseado en el control y seguimiento de las acciones formativas. Se puede obtener un informe unificado por cada alumno o tutor que refleje al mismo tiempo el progreso, las calificaciones y la dedicación de cada usuario (alumno o tutor), así como las interacciones entre ellos producidas. Existe también un módulo de utilidades para la gestión de cursos y usuarios, destinado a facilitar la gestión de acciones formativas y grupos numerosos de manera ágil. Se ha diseñado una imagen visual y una configuración de la organización espacial de los distintos elementos en pantalla que cumpla con los siguientes criterios: Diseño adaptado a la imagen de la entidad y el uso al que se va a destinar. Diseño visual simple y minimalista, enfocado a la usabilidad y la comodidad, por lo que se recomienda dirigir a los alumnos a la plataforma desde una web externa (web corporativa de la entidad) que ofrezca información relevante de todo tipo a los usuarios. En el diseño se ha cuidado especialmente la accesibilidad web, por lo que puede ser un elemento útil para obtener la certificación UNE 66181: "Gestión de la calidad. Calidad de la formación virtual". También se ha tenido muy en cuenta su uso en dispositivos móviles, con soluciones específicas para ellos, dada la creciente importancia que este tipo de dispositivos está alcanzando en el ámbito de la formación. Además de los servicios webs que incorpora la plataforma, hemos añadido nuevos servicios, facilitando aún más la interconexión e integración del LMS con software de gestión empresarial y de la formación. Cumple con lo solicitado en el ANEXO 14.

Descripción 17 de 22

13. CARACTERÍSTICAS DE LA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA O PLATAFORMA VIRTUAL:

PLATAFORMA VIRTUAL: Características Generales: Interfaz moderna y fácil de usar, diseñada para ser responsiva y accesible, tanto en computadoras de escritorio como en dispositivos móviles. Cuenta con herramientas y actividades colaborativas que permiten el trabajo y aprendizaje mediante foros, wikis, glosarios, actividades de base de datos y documentos en general. Los educadores y los educandos pueden monitorear el progreso y el grado de finalización con un conjunto de opciones para monitoreo de actividades individuales o recursos, y también a nivel del curso. Características Administrativas Autenticación (Identificación) segura e inscripciones (matriculaciones) masivas seguras, cuenta con opciones seguras y personalizadas para la autenticación e inscripción, para añadir e inscribir usuarios a su sitio y cursos Moodle. Creación y subida masiva de cursos y fácil respaldo. Gestiona permisos y roles de usuario-Resuelve la definición de roles para especificar y gestionar el acceso de los usuarios. Permite la Importación y exportación de cursos IMS-LTI, SCORM y más, hacia y desde Moodle. La plataforma es actualizada regularmente con

los últimos parches de seguridad, para ayudar a asegurar que el sitio Moodle sea seguro. Permite la visualización de reportes sobre actividad y participación a nivel de curso y de sitio. Características para Desarrollo y Gestión del Curso-Pedagogía-Las características incluidas para la publicación colaborativa fomentan que el alumno se comprometa y realice colaboración impulsada por el contenido. Módulo tarea -Calificación en línea, permite la revisión con facilidad y proporciona retroalimentación en-línea. Evaluación propia y por pares- Puntuación basada en Competencias Posibilidad de configurar competencias con Planes de aprendizaje. La plataforma cumple con los requerimientos y funcionalidades indicados en el Anexo 14 de la documentación de la presente convocatoria.

Descripción 18 de 22

14. LUGAR DE EJECUCIÓN:

Tres (3) grupos:
Grupo 1: Pasto (Nariño) // Cúcuta (Norte de Santander) // Barranquilla (Atlántico) // Montería (Córdoba)
Grupo 2: Tunja (Boyacá) // Santa Marta (Magdalena) // Ibagué (Tolima) // Riohacha (La Guajira)
Grupo 3: Cali (Valle) // Facatativá (Cundinamarca) // Neiva (Huila) // Bogotá (Bogotá D.C.)
La relación de los beneficiarios con los lugares de ejecución planteados, obedece y se justifica en que son trabajadores de empresas afiliadas y de empresas pertenecientes a la cadena productiva de CAMACOES que tienen sus sedes en las ciudades mencionadas y en las cuales se priorizó la necesidad de formación propuesta, así como colaboradores de aliados estratégicos que hacen parte de la red multisectorial que el gremio ha establecido en distintas regiones geográficas en virtud de su objeto social y objetivos misionales, que incluyen, para el caso, los departamentos incorporados en esta acción de formación.

Descripción 19 de 22

Continuación... LUGAR DE EJECUCIÓN:

N/A

Descripción 20 de 22

15. CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

UNIDAD TEMÁTICA 1. Oportunidades de la economía digital. Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.1.4 Profesional con título de maestría en áreas ingeniería, programación, economía, finanzas, ciencias básicas, ciencias aplicadas o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años en temas relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como: gestión de sistemas de información, gestión de servicios financieros, gestión de la innovación, gestión de proyectos o afines. Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica. (Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales. Competencias técnicas: capacidad de identificar, diseñar e implementar oportunidades de negocio en la economía digital, capacidad de analizar el impacto y utilización de FinTech y Blockchain. Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas y Competencias pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, empatía y escucha activa. Número de horas a impartir: 10 horas.
UNIDAD TEMÁTICA 2. Fundamentos de FinTech. Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.1.4 Profesional con título de maestría en áreas ingeniería, programación, economía, finanzas, ciencias básicas, ciencias aplicadas o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años en temas relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como: gestión de sistemas de información, gestión de servicios financieros, gestión de la innovación, gestión de proyectos o afines. Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica. (Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales. Competencias técnicas: capacidad de identificar, diseñar e implementar oportunidades de negocio en la economía digital, capacidad de analizar el impacto y utilización de FinTech y Blockchain. Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas y Competencias pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, empatía y escucha activa. Número de horas a impartir: 10 horas.
UNIDAD TEMÁTICA 3. Fundamentos de Blockchain. Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.1.4 Profesional con título de maestría en áreas ingeniería, programación, economía, finanzas, ciencias básicas, ciencias aplicadas o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años en temas relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como: gestión de sistemas de información, gestión de servicios financieros, gestión de la innovación, gestión de proyectos o afines. Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica. (Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.

Descripción 21 de 22

Continuación... CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

Competencias técnicas: capacidad de identificar, diseñar e implementar oportunidades de negocio en la economía digital, capacidad de analizar el impacto y utilización de FinTech y Blockchain. Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas y Competencias

pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, empatía y escucha activa. Número de horas a impartir: 10 horas.
UNIDAD TEMÁTICA 4. Análisis de problemas y toma de decisiones. Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.1.4 Profesional con título de maestría en áreas ingeniería, programación, economía, finanzas, ciencias básicas, ciencias aplicadas o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años en temas relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como: gestión de sistemas de información, gestión de servicios financieros, gestión de la innovación, gestión de proyectos o afines. Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica. (Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales. Competencias técnicas: capacidad de identificar, diseñar e implementar oportunidades de negocio en la economía digital, capacidad de analizar el impacto y utilización de FinTech y Blockchain. Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas y Competencias pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, empatía y escucha activa. Número de horas a impartir: 10 horas.

Descripción 22 de 22

16. CAPACITADOR PERSONA JURÍDICA:

La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto, es Adalid Inmark Colombia SAS, Cuya actividad principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559 (otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560 (actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área, cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social.
ADALID INMARK COLOMBIA SAS, cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz ADALID SC S.L. con una trayectoria de más de 15 años en España y Chile y sus entidades adscritas, Instituto Europa e Innovación y cualificación, quienes como socios aportan sus expertos internacionales, material didáctico y formativo
ADALID INMARK COLOMBIA acredita cinco (5) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. Adicionalmente cuenta con cinco (5) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados), a entidades públicas o privadas.

PERFILES 1 (Total: 4) Acción de Formación

Formación Académica	Experiencia Relacionada	Años Experiencia Relacionada	Experiencia Específica	Años Experiencia Específica	Clasificación
UNIDAD TEMÁTICA 1. Oportunidades de la economía digital. Formación académica: R01.1.4 Profesional con título de maestría. Áreas: ingeniería, programación, economía, finanzas, ciencias básicas, ciencias aplicadas o afines	Gestión en: gestión de sistemas de información, gestión de servicios financieros, gestión de la innovación, gestión de proyectos, o áreas o funciones relacionados con la formación a impartir. Experiencia en formación o capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica, y	3	NO APLICA	0	CAPACITADOR NACIONAL

	experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.				
UNIDAD TEMÁTICA 2. Fundamentos de FinTech. Formación académica: R01.1.4 Profesional con título de maestría. Áreas: ingeniería, programación, economía, finanzas, ciencias básicas, ciencias aplicadas o afines.	Gestión en: gestión de sistemas de información, gestión de servicios financieros, gestión de la innovación, gestión de proyectos, o áreas o funciones relacionados con la formación a impartir. Experiencia en formación o capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica, y experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.	3	NO APLICA	0	CAPACITADOR NACIONAL
UNIDAD TEMÁTICA 3. Fundamentos de Blockchain. Formación académica: R01.1.4 Profesional con título de maestría. Áreas: ingeniería, programación, economía, finanzas, ciencias básicas, ciencias aplicadas o afines.	Gestión en: gestión de sistemas de información, gestión de servicios financieros, gestión de la innovación, gestión de proyectos, o áreas o funciones relacionados con la formación a impartir. Experiencia en formación o capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica, y experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.	3	NO APLICA	0	CAPACITADOR NACIONAL
UNIDAD TEMÁTICA 4. Análisis de problemas y toma de decisiones. Formación académica: R01.1.4 Profesional con título de maestría.	Gestión en: gestión de sistemas de información, gestión de servicios financieros, gestión de la innovación, gestión de proyectos, o áreas o funciones	3	NO APLICA	0	CAPACITADOR NACIONAL

Áreas: ingeniería, programación, economía, finanzas, ciencias básicas, ciencias aplicadas o afines	relacionados con la formación a impartir. Experiencia en formación o capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica, y experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.				

Presupuesto de la Acción de Formación AF3. Introducción a FinTech y Blockchain (Total: 3)

Acción de Formación

Rubro	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
				Especie - %		Dinero - %		
R08 Gastos de Operación del Proyecto	Gastos de operación del proyecto	20,900,000	75.06	0	0	6,945,000	24.94	27,845,000
R09.2 Formación Virtual Curso 40 Horas	Formación virtual - Curso 40 horas	189,875,000	75.9	0	0	60,301,000	24.1	250,176,000
R10.2 Garantías	Garantías	0	0	0	0	432,000	100	432,000
		210,775,000	75.7	0	0.0	67,678,000	24.3	278,453,000

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

Acción de Formación

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R08 Gastos de Operación del Proyecto	20900000	75.06%	0	0%	6,945,000	24.94%	27,845,000
R09.2 Formación Virtual Curso 40 Horas	189875000	75.9%	0	0%	60,301,000	24.1%	250,176,000
R10.2 Garantías	0	0%	0	0%	432,000	100%	432,000
Totales	210,775,000	75.70	0	0.00	67,678,000	24.30	278,453,000

Cobertura geográfica de la Acción de Formación AF3. Introducción a FinTech y Blockchain (Total: 12)

Acción de Formación

Ciudad - Región	Porcentaje
IBAGUE - TOLIMA	8
SANTA MARTA - MAGDALENA	8
TUNJA - BOYACA	8
MONTERIA - CORDOBA	9
BARRANQUILLA - ATLANTICO	9
CUCUTA - NORTE SANTANDER	9
PASTO - NARIÑO	9
BOGOTA - DISTRITO CAPITAL	8

NEIVA - HUILA	8
FACATATIVA - CUNDINAMARCA	8
CALI - VALLE DEL CAUCA	8
RIOHACHA - LA GUAJIRA	8

ACCIÓN DE FORMACIÓN 4 DE 9

AF4. Transformación digital de modelos de negocios

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 AF4. Transformación digital de modelos de negocios

Acción de Formación

Norma de competencia	
Número de beneficiarios	300
Beneficiarios empresa	300
Beneficiarios SENA	0
Perfíl beneficiarios	Área funcional: dirección general, tecnología, operaciones, marketing, planificación, proyectos o afines. Nivel ocupacional: 10% operativo, 70% medio, 20% alta dirección Nivel de estudios: profesionales, técnicos o tecnólogos en ingeniería, administración, ciencias aplicadas, comunicación social o afines.
Número de grupos	3
Número de días x grupo	20

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	24	**Horas prácticas virtuales por grupo**	16	**Total horas virtuales por grupo**	40
Horas teóricas combinadas por grupo	0	**Horas prácticas combinadas por grupo**	0	**Total horas combinadas por grupo**	0
				Total de horas grupo	40
				Total de horas acción	120

Entidades de la Acción de Formación AF4. Transformación digital de modelos de negocios (Total: 1)

Acción de Formación

Nombre de la entidad	Papel
Cámara de Comercio Hispano Colombiana	PROPONENTE

Descripciones de la Acción de Formación AF4. Transformación digital de modelos de negocios (Total: 22)

Acción de Formación

Descripción 1 de 22

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE RECOPILACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS INDICANDO LA FUENTE: La encuesta CAMACOES de necesidades de formación para el año 2021 aplicada digitalmente en febrero de 2021 estableció que el 28% demandan formación para responder a los retos de la Revolución 4.0. 67% de las empresas manifestó haber tenido un incremento de la inversión en tecnología a causa del COVID 19. Adicionalmente, CAMACOES ha desarrollado estas acciones formativas relacionadas con Revolución 4.0 desde el año 2016: gestión de negocios basada en datos; gestión y análisis de datos para toma de decisiones-business intelligence; y, analítica de negocios basada en big data.
El 5 de febrero de 2021 se dio a conocer que, según un estudio de transformación digital, realizado por Good Rebels, Colombia Digital y BBVA, el 79% de las compañías ya abordan procesos de transformación digital y se acelerado por la crisis actual. A pesar de encontrarnos en una situación de crisis, la digitalización es vista fundamentalmente para reducir costos en los procesos. De acuerdo con la CEPAL, durante los primeros seis meses de 2020, el trabajo a distancia aumentó un 324 % y la educación remota más del 60 % en América Latina.
En el ámbito gubernamental el Ministerio de las TIC, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) e Innpulsa Colombia lideran 18 centros de transformación digital, los cuales han beneficiado a 23.640 empresas con sensibilización en el uso estratégico de las tecnologías, y han atendido 10.556 con diagnósticos y planes de transformación.
CAMACOES analizando los datos cuantitativos y cualitativos descritos se priorizó la AF4. Transformación digital de modelos de negociosa contribuir al avance en esta materia de las empresas afiliadas y de sus cadenas productivas, permitiéndoles entrar o fortalecer su presencia en el ecosistema digital.
PROBLEMA(S) O NECESIDAD(ES) DE FORMACIÓN DETECTADAS: Las empresas requieren fortalecer sus competencias para emprender estrategias de transformación digital que optimicen el desarrollo de sus procesos internos, mejoren su relación con los clientes e incida en la mejora de su competitividad.
CAUSAS: Las empresas colombianas estaban rezagadas en el proceso de digitalización como lo publicaba Portafolio.com el 30 de julio de 2019 en la que, de acuerdo con cifras del Observatorio de Economía Digital, se estimaba que en Colombia solo 11,7% de las empresas contaban con una estrategia digital, 23,1% estaban pensando en implementarla y tan solo el 15,3% estaban midiendo los impactos de esta tendencia en sus empresas. Ese rezago incorporaba dentro de sus causas: la falta de inversión, la falta de personal cualificado, la ausencia de una cultura digital, entre otras. Ahora en el año 2021 en el que la pandemia ha acelerado la transformación digital, se hace más evidente la necesidad del fortalecimiento de competencias.
EFECTOS: Si las empresas no fortalecen sus competencias para establecer estrategias de transformación digital quedarán fuera del circuito digital, perdiendo eficiencia, eficacia y reduciendo su volumen de ingresos, poniendo en peligro su sostenibilidad y la continuidad del negocio.
ENFOQUE: Esta acción se enfoca a la competitividad en el entorno digital de las empresas beneficiarias e impulsa también el desarrollo productivo mediante la transformación digital integral de las empresas.
POR QUE ES UNA ACCIÓN DE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA: Esta es una acción de formación continua especializada porque es una acción de corta duración que garantiza la profundización de conocimientos, habilidades y destrezas, permitiendo la aplicación de los mismos en el contexto laboral inmediato, asegurando la calidad, comprensión y uso del

Descripción 2 de 22

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

pensamiento crítico y analítico de la labor realizada o de la tarea a ejecutar, con el propósito de encaminar al trabajador a su actualización laboral, para responder a las necesidades específicas de las empresas, que surge de la implementación de mejoras tecnológicas, nuevas metodologías y herramientas, aumentando la productividad y empleabilidad de los trabajadores y la competitividad de las mismas.
ALINEACIÓN CON PRIORIDADES SENA 2021: Esta acción está alineada con Revolución 4.0 al abordar la problemática de la transformación digital y también está alineada con la promoción de la innovación en las empresas. Finalmente, está alineada con los siguientes sectores priorizados por el SENA en los que se cuenta con afiliados al gremio. Son: Transporte, Turismo, Construcción, Industria y Educación.

Descripción 3 de 22

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

N/A

Descripción 4 de 22

2. OBJETIVOS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN:

Fortalecer las competencias laborales de los participantes para diseñar e implementar una estrategia de transformación digital, que permita la evolución de los modelos de negocio, generando mejores oportunidades para la sostenibilidad y el crecimiento de las empresas. Esta acción contribuye a la optimización de los recursos destinados por las empresas a las estrategias de transformación digital, superando la consideración de la tecnología e incluyendo otros factores como la gestión del talento humano y la migración a una cultura organizacional digital.

Descripción 5 de 22

3. POBLACIÓN BENEFICIARIA DE LAS ACCIONES DE FORMACIÓN:

ÁREA FUNCIONAL: dirección general, tecnología, operaciones, marketing, planificación, proyectos o afines. NIVEL OCUPACIONAL: 10% operativo, 70% medio, 20% alta dirección, se vincula a los tres niveles ocupacionales porque las estrategias de transformación digital requieren del concurso de actividades estratégicas, técnicas y operativas para su éxito. FUNCIONES O TAREAS QUE DESEMPEÑAN: gestión de tecnología, gestión de la innovación, diseño de planes de gestión del cambio y transformación organizacional, planificación estratégica o afines. TIPO DE VINCULACIÓN LABORAL: principalmente contrato laboral a término indefinido. NIVEL DE ESCOLARIDAD: profesionales, técnicos o tecnólogos en ingeniería, administración, ciencias aplicadas, comunicación social o afines. ACCESO A LAS TIC: Son personas con competencias digitales que les permiten acceder al uso de computadores y demás dispositivos y utilizar aplicaciones a nivel de usuario para el desarrollo de sus funciones. Acceden a conectividad para el desarrollo de sus actividades. RELACIÓN ENTRE EL PERFIL DESCRITO Y EL OBJETO DE LA FORMACIÓN: Los beneficiarios identificados son personas que tienen responsabilidades en la organización relacionadas desde distintas disciplinas con la transformación digital, justificándose su participación ya que están llamados a liderar los procesos de cambio digital en las empresas. JUSTIFICACIÓN DE INCLUSIÓN DE TRABAJADORES DE MIPYMES Y DE CADENA PRODUCTIVA: se tendrá mínimo el 50% de beneficiarios de MIPYMES, esto considerando que el 73% de las empresas afiliadas son MIPYMES. La inclusión de personas de la cadena productiva se justifica porque la acción de CAMACOES y sus afiliados está centrada en la promoción de las relaciones comerciales de España y Colombia, y para esto se requiere garantizar calidad por parte de todas las empresas de la cadena productiva de los distintos sectores atendidos.

Descripción 6 de 22

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

Sector: Transporte. Subsector: Logística. Aerolíneas.
Sector: Turismo. Subsector: Agencias de viajes.
Sector: Construcción. Subsector: Obra civil. Edificaciones.
Sector: Industrial. Subsector: Cosmético. Editorial.
Sector: Educación. Subsector: Educación básica, secundaria, media y superior. Educación informal.
Sector: Comercio. Subsector: Mayoristas y minoristas.
Sector: Servicios. Subsector: Alimentos y bebidas. Banca. Cajas de compensación. Consultoría. Servicios jurídicos.
Sector: Minero. Subsector: Minero energético.
Sector: Solidario. Subsector: Fundaciones.

Descripción 7 de 22

5. EVENTO DE FORMACIÓN:

TIPO DE EVENTO: Curso. Justificación del tipo de evento: En este espacio formativo el capacitador presenta los fundamentos teóricos y procedimentales que servirán de base para que los trabajadores beneficiarios realicen un conjunto de actividades para lograr el objetivo de formación propuesto. Este evento permite acceder a fundamentos teóricos y prácticos. Los beneficiarios se apropiarán de los temas impartidos facilitando su integración en el puesto de trabajo.

Descripción 8 de 22

6. MODALIDAD DE FORMACIÓN:

Virtual. Esta modalidad facilita el proceso de enseñanza-aprendizaje, mediante el uso de las TIC como medio para la apropiación del aprendizaje significativo. Adicionalmente, esta modalidad permite la ampliación de la cobertura de la acción formativa, con la participación de personas de distintas ciudades del país beneficiando así al personal de empresas que por su ubicación geográfica no pueden acceder a programas presenciales de formación. La plataforma virtual que se utilizará cumple con las características establecidas en el Anexo 14 de los pliegos de la presente convocatoria.

Descripción 9 de 22

7. UNIDADES TEMÁTICAS:

UNIDAD TEMÁTICA 1. Cultura digital. Número de horas: 10. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de diagnosticar el estado de la cultura digital en la empresa. Contenido: Liderazgo y empresa digital. Nuevas formas de dirigir equipos en la era digital. Nuevas formas de trabajo. Competencias para el trabajo en la era digital. Gestión del conocimiento. Gestión del Talento en los nuevos Modelos de Organización. Gestión de equipos de alto rendimiento. Cultura Empresarial
UNIDAD TEMÁTICA 2. Modelos de negocios digitales Número de horas: 10. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de identificar nuevas oportunidades de negocios digitales. Contenido: Los nuevos modelos de negocio de la era digital. Características y transformación en los nuevos entornos empresariales
UNIDAD TEMÁTICA 3. El cliente digital. Número de horas: 10. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de caracterizar los clientes de un sector en la era digital. Contenido: Cliente Digital. Marketing Digital, Reputación y Marca. Desarrollo de Clientes en la nueva era digital. Metodologías B2B. Habilidades de Comunicación. Social Media Strategy. Mobile Business. Comercio Electrónico. Posicionamiento en Internet

UNIDAD TEMÁTICA 4. Escucha, empatía y asertividad. Número de horas: 10. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de establecer una comunicación activa y positiva en el entorno laboral. Contenido: LA ESCUCHA: La escucha activa. Barreras de la escucha activa. Prepararse para escuchar. Técnica de escucha. Comunicación no verbal. LA EMPATÍA: ¿Cómo se desarrolla la empatía? Obstáculos que dificultan la empatía. Estrategias para desarrollar la empatía. ¿Cómo expresar la empatía? LA ASERTIVIDAD: Definición. Comportamientos que perturban. Crítica constructiva. Decir no de forma asertiva.

Descripción 10 de 22

Continuación... UNIDADES TEMÁTICAS:

N/A

Descripción 11 de 22

8. METODOLOGÍA:

La metodología de trabajo es teórico-práctica, se comienza con el estudio autónomo de los contenidos de esta unidad desarrollando paralelamente ejercicios de verificación de la comprensión y el fortalecimiento de la competencia correspondiente. Paralelamente disponen del foro de unidad en el que se trabajará a partir de una situación problema o de un caso para análisis mediante el trabajo colaborativo de los participantes con la orientación y facilitación del capacitador a cargo. Se realizará también una sesión sincrónica no obligatoria para la resolución de dudas en directo y la ampliación de la temática de la unidad. Se desarrollan de manera permanente acciones de tutoría de seguimiento mediante el contacto multi-canal con los beneficiarios guiándolos de manera colectiva e individualizada para el desarrollo de las actividades programadas dentro de los plazos establecidos.
METODOLOGÍA DE LA UNIDAD TEMÁTICA 1. Cultura digital. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS: Barrido de texto general y específico. Cuestionarios. Foro de unidad. Debate. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Analizar los aportes del liderazgo a las empresas digitales. Proponer nuevas formas de dirigir equipos en la era digital. Identificar las demandas de nuevas formas de trabajo. Establecer las competencias para el trabajo en la era digital. Identificar los factores claves de la Gestión del conocimiento en los procesos de transformación digital. Proponer las líneas de apoyo esperadas de la gestión del Talento en los nuevos Modelos de Organización. Plantear los requerimientos para la gestión de equipos de alto rendimiento en la cultura empresarial digital.
METODOLOGÍA DE LA UNIDAD TEMÁTICA 2. Modelos de negocios digitales. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS: Representaciones gráficas. Gamificación. Lectura general. Foro de unidad. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Analizar experiencias de éxito de nuevos modelos de negocio de la era digital. Definir los ámbitos de transformación requeridos en los nuevos entornos empresariales.
METODOLOGÍA DE LA UNIDAD TEMÁTICA 3. El cliente digital. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS: Cuadros sinópticos. Resumen. Foro de unidad. Cuestionarios. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Definir cliente y marketing digitales. Establecer las variables asociadas a la Reputación y a la Marca. Diseñar un plan para el desarrollo de Clientes en la nueva era digital. Conocer los factores diferenciales de las ventas B2B. Realizar un análisis comparado de las tendencias de marketing digital.
METODOLOGÍA DE LA UNIDAD TEMÁTICA 4. Escucha, empatía y asertividad. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS: Gamificación. Mapas mentales. Foro de unidad. Debate sincrónico. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Identificar las barreras de la escucha activa. Definir las variables asociadas a la comunicación no verbal. Responde cómo se desarrolla la empatía en el entorno laboral. Identificar los obstáculos que dificultan la empatía en los equipos de trabajo. Diseñar estrategias para desarrollar la empatía. Valorar los comportamientos que perturban el trabajo. Mejorar las competencias para dar críticas constructivas y Decir no de forma asertiva.

Descripción 12 de 22

Continuación... METODOLOGÍA:

N/A

Descripción 13 de 22

9. MATERIAL DE FORMACIÓN:

Se garantizará la puesta a disposición de los beneficiarios del material de formación en la plataforma virtual destinada para la realización de este evento de formación. El material es de producción reciente (menor a 2 años) y reunirá los medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan las actividades de enseñanza-aprendizaje en la modalidad virtual. Guardará coherencia con los objetivos de la formación, perfil de los beneficiarios y estará metodológicamente estructurado de modo que facilite la transferencia de conocimiento.
DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS Y JUSTIFICACIÓN DE LA PERTINENCIA DE SU INCLUSIÓN Y LA RELACIÓN CON LAS UNIDADES TEMÁTICAS A IMPARTIR: : Los contenidos incluidos en la plataforma corresponden directamente con cada una de las cuatro unidades temáticas cultura digital, modelos de negocios digitales, el cliente digital y escucha, empatía y asertividad. Los participantes encontrarán debidamente identificadas las unidades y cada uno de sus contenidos pudiendo así adquirir la base teórica para el desarrollo de las actividades prácticas propuestas y que incluyen: auto-evaluaciones, ejercicios de relación de conceptos, ejercicios multimedia, entre otros. Incluyen textos descriptivos, cuadros de ampliación, videos de apoyo, documentación complementaria e infografías.

Descripción 14 de 22

10. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS:

Durante el desarrollo de la acción formativa los capacitadores estarán controlando la evolución del desempeño de los participantes en las actividades propuestas mediante observaciones y calificaciones que consignarán en la matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa.
Se asocia un resultado de aprendizaje a cada unidad temática, referido a lo que los trabajadores deben ser capaces de hacer al finalizar el proceso formativo en términos de conocimientos, destrezas y habilidades. Así mismo se establece un resultado asociado a la satisfacción general de los participantes.
R1. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de diagnosticar el estado de la cultura digital en la empresa. Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque se contará con un punto de partida para generar la transformación digital de los modelos de negocios.
R2. EL 85% de los beneficiarios están en capacidad de identificar nuevas oportunidades de negocios digitales Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque se ofrecen alternativas de diversificación o crecimiento a las empresas.
R3. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de caracterizar los clientes de un sector en la era digital. Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque se facilita la llegada a los clientes con productos y servicios adaptados a las nuevas necesidades de consumo en el entorno digital.
R4. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de establecer una comunicación activa y positiva en el entorno laboral. Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque se agilizan los procesos de comunicación garantizando una mayor efectividad en la comprensión de los mensajes y en la consolidación de una nueva cultura organizacional.
R5. El 85% de los beneficiarios manifiestan estar satisfechos con la acción formativa en la que participan.
Fuente de verificación 1: Informe de matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Calificación mínima 2 puntos correspondiente al Nivel Medio. Momento 1: a la finalización de la acción formativa. Fuente de verificación 2: Informe de tabulación de encuestas de satisfacción. Calificación mínima de 3. Momento 2: a la finalización de la acción formativa.

Descripción 15 de 22

11. EVALUACIÓN DE APRENDIZAJE:

La evaluación se realizará en la plataforma virtual mediante la asignación de calificaciones a las tareas asociadas a la acción formativa y al diligenciamiento por parte de los beneficiarios de cuestionarios de evaluación de contenidos.
ENCUESTA DE SATISFACCIÓN: Al finalizar la acción formativa cada participante diligenciará una encuesta que medirá su satisfacción sobre los aspectos logísticos, la estructura del programa y las habilidades y conocimientos de los capacitadores. De manera permanente los participantes contarán con un correo electrónico y datos de contacto personal para el reporte de incidencias o la notificación de comentarios, de manera que se tomen las medidas correctivas pertinentes.
TASA DE INCREMENTO DEL CONOCIMIENTO: Mide el incremento del conocimiento de los trabajadores beneficiarios participantes por acción de formación:
TIC= (NPFT-NPIT)/NPIT *100
NPIT = Nota promedio inicial de conocimiento del trabajador Para diseñar la evaluación del conocimiento y aplicarla a todos los trabajadores beneficiarios, se deben aplicar los siguientes parámetros: 1. Cada evaluación debe estar compuesta por mínimo 5 y máximo 10 preguntas, las cuales serán formuladas por el capacitador. 2. Los criterios de evaluación deben estar directamente relacionados con las unidades temáticas de la acción de formación a evaluar y debe ser resuelta por todos los beneficiarios de la misma. 3. La calificación resultante de cada una de las evaluaciones debe encontrarse dentro del rango de [0,10] (Intervalo cerrado) y se pueden dar valores decimales de hasta máximo una posición decimal. Ejemplo: 7,5. 4. La evaluación ex-ante se debe aplicar a los beneficiarios el día de inicio de la acción de formación, y la evaluación ex-post el último día de ejecución de la misma, con el fin de realizar una comparación que refleje los resultados en el incremento de conocimientos del trabajador beneficiario de la formación. El capacitador debe entregar un informe acerca de los indicadores ex-ante y expost aplicados y el análisis de los resultados obtenidos por cada acción de formación ejecutada a través de los eventos taller (cuando su duración sea igual o superior a 20 horas), curso y diplomado y/o cuando aplique los modelos de aprendizaje puesto de trabajo real, aula invertida-Flipped Classroom, o Bootcamp. Este informe debe ser entregado al director del proyecto dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la terminación de la acción de formación, quien analizará a la luz de los indicadores internos de la empresa y/o gremio, los resultados de mejora de productividad del trabajador y competitividad de la empresa. Este deberá ser remitido a la interventoría dentro de los ocho (8) días hábiles siguientes para el análisis correspondiente. De igual forma, este informe debe ser integrado al informe final de ejecución que el conviniente entregará a la interventoría, para posterior remisión al SENA.

Descripción 16 de 22

12. AMBIENTE DE APRENDIZAJE:

Cada participante autónomamente deberá disponer de los dispositivos y conectividad requerida para acceso a la plataforma virtual. Es una plataforma Moodle V3.3 en HTML. Aloja distintos formatos incluyendo SCORM, archivos: documentos, animaciones, vídeos, audios), enlaces externos, y wikis. Incorpora: cuestionarios (preguntas de tipo test, respuesta corta, selección múltiple) y las tareas (actividades de desarrollo), para trabajo individual o grupal.

Herramientas de comunicación: Mensajería, Foros, Chat y Correo electrónico interno. Se puede añadir conexión con diversos sistemas de videoconferencia y webinars. Dispone de un sistema automático de control de la finalización de actividades y de control de acceso a los distintos recursos en función del cumplimiento de requisitos preestablecidos. Soporta grandes volúmenes de usuarios y cursos, y su arquitectura permite extender la instalación en múltiples servidores y sobre diversas plataformas software. Es plenamente utilizable en dispositivos móviles, tanto con el navegador web como utilizando la app Moodle Mobile, disponible en plataformas iOS y Android. Esta app permite al alumnado, de manera adicional, descargar los interactivos que se deseen estudiar y utilizarlos sin conexión a Internet; cuando se recupera la conexión se sincroniza el progreso y se registra en el LMS. La plataforma cuenta con los siguientes desarrollos incorporados: Módulo específico para la obtención de informes de seguimiento y evaluación. Estos informes son mucho más exhaustivos y completos que los que aporta el producto original, y cubren tanto la actividad de alumnos como de docentes para así permitir alcanzar el nivel de calidad deseado en el control y seguimiento de las acciones formativas. Se puede obtener un informe unificado por cada alumno o tutor que refleje al mismo tiempo el progreso, las calificaciones y la dedicación de cada usuario (alumno o tutor), así como las interacciones entre ellos producidas. Existe también un módulo de utilidades para la gestión de cursos y usuarios, destinado a facilitar la gestión de acciones formativas y grupos numerosos de manera ágil. Se ha diseñado una imagen visual y una configuración de la organización espacial de los distintos elementos en pantalla que cumpla con los siguientes criterios: Diseño adaptado a la imagen de la entidad y el uso al que se va a destinar. Diseño visual simple y minimalista, enfocado a la usabilidad y la comodidad, por lo que se recomienda dirigir a los alumnos a la plataforma desde una web externa (web corporativa de la entidad) que ofrezca información relevante de todo tipo a los usuarios. En el diseño se ha cuidado especialmente la accesibilidad web, por lo que puede ser un elemento útil para obtener la certificación UNE 66181: "Gestión de la calidad. Calidad de la formación virtual". También se ha tenido muy en cuenta su uso en dispositivos móviles, con soluciones específicas para ellos, dada la creciente importancia que este tipo de dispositivos está alcanzando en el ámbito de la formación. Además de los servicios webs que incorpora la plataforma, hemos añadido nuevos servicios, facilitando aún más la interconexión e integración del LMS con software de gestión empresarial y de la formación. Cumple con lo solicitado en el ANEXO 14.

Descripción 17 de 22

13. CARACTERÍSTICAS DE LA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA O PLATAFORMA VIRTUAL:

PLATAFORMA VIRTUAL: Características Generales: Interfaz moderna y fácil de usar, diseñada para ser responsiva y accesible, tanto en computadoras de escritorio como en dispositivos móviles. Cuenta con herramientas y actividades colaborativas que permiten el trabajo y aprendizaje mediante foros, wikis, glosarios, actividades de base de datos y documentos en general. Los educadores y los educandos pueden monitorear el progreso y el grado de finalización con un conjunto de opciones para monitoreo de actividades individuales o recursos, y también a nivel del curso. Características Administrativas Autenticación (Identificación) segura e inscripciones (matriculaciones) masivas seguras, cuenta con opciones seguras y personalizadas para la autenticación e inscripción, para añadir e inscribir usuarios a su sitio y cursos Moodle. Creación y subida masiva de cursos y fácil respaldo. Gestiona permisos y roles de usuario-Resuelve la definición de roles para especificar y gestionar el acceso de los usuarios. Permite la Importación y exportación de cursos IMS-LTI, SCORM y más, hacia y desde Moodle. La plataforma es actualizada regularmente con los últimos parches de seguridad, para ayudar a asegurar que el sitio Moodle sea seguro. Permite la visualización de reportes sobre actividad y participación a nivel de curso y de sitio. Características para Desarrollo y Gestión del Curso-Pedagogía-Las características incluidas para la publicación colaborativa fomentan que el alumno se comprometa y realice colaboración impulsada por el contenido. Módulo tarea -Calificación en línea, permite la revisión con facilidad y proporciona retroalimentación en-línea. Evaluación propia y por pares- Puntuación basada en Competencias Posibilidad de configurar competencias con Planes de aprendizaje. La plataforma cumple con los requerimientos y funcionalidades indicados en el Anexo 14 de la documentación de la presente convocatoria.

Descripción 18 de 22

14. LUGAR DE EJECUCIÓN:

Tres (3) grupos:
Grupo 1: Pasto (Nariño) // Cúcuta (Norte de Santander) // Barranquilla (Atlántico) // Montería (Córdoba)
Grupo 2: Tunja (Boyacá) // Santa Marta (Magdalena) // Ibagué (Tolima) // Riohacha (La Guajira)
Grupo 3: Cali (Valle) // Facatativá (Cundinamarca) // Neiva (Huila) // Bogotá (Bogotá D.C.)
La relación de los beneficiarios con los lugares de ejecución planteados, obedece y se justifica en que son trabajadores de empresas afiliadas y de empresas pertenecientes a la cadena productiva de CAMACOES que tienen sus sedes en las ciudades mencionadas y en las cuales se priorizó la necesidad de formación propuesta, así como colaboradores de aliados estratégicos que hacen parte de la red multisectorial que el gremio ha establecido en distintas regiones geográficas en virtud de su objeto social y objetivos misionales, que incluyen, para el caso, los departamentos incorporados en esta acción de formación.

Descripción 19 de 22

Continuación... LUGAR DE EJECUCIÓN:

N/A

Descripción 20 de 22

15. CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

UNIDAD TEMÁTICA 1. Cultura digital. Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.1.4 Profesional con título de maestría en áreas ingeniería, administración, comunicación social o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años en temas relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como: gestión de sistemas de información, gestión de gestión de marketing, gestión de la innovación, gestión de proyectos o afines. Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica. Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales. Competencias técnicas: capacidad de diseñar planes de transformación digital gestionando el cambio cultural, capacidad de estructurar nuevos modelos de negocios digitales, capacidad de definir planes de relaciones con los clientes digitales, capacidad de liderar equipos de trabajo, capacidad de estructurar acciones de comunicación interna que fortalezcan la cultura organizacional Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas y Competencias pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, empatía y escucha activa. Número de horas a impartir: 10 horas.
UNIDAD TEMÁTICA 2. Modelos de negocios digitales. Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.1.4 Profesional con título de maestría en áreas ingeniería, administración, comunicación social o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años en temas relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como: gestión de sistemas de información, gestión de gestión de marketing, gestión de la innovación, gestión de proyectos o afines. Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica. Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales. Competencias técnicas: capacidad de diseñar planes de transformación digital gestionando el cambio cultural, capacidad de estructurar nuevos modelos de negocios digitales, capacidad de definir planes de relaciones con los clientes digitales, capacidad de liderar equipos de trabajo, capacidad de estructurar acciones de comunicación interna que fortalezcan la cultura organizacional Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas y Competencias pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, empatía y escucha activa. Número de horas a impartir: 10 horas.
UNIDAD TEMÁTICA 3. El cliente digital. Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.1.4 Profesional con título de maestría en áreas ingeniería, administración, comunicación social o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años en temas relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como: gestión de sistemas de información, gestión de gestión de marketing, gestión de la innovación, gestión de proyectos o afines. Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica. Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales. Competencias técnicas: capacidad de diseñar planes de transformación digital gestionando el cambio cultural, capacidad de estructurar nuevos modelos de negocios digitales, capacidad de definir planes de relaciones con los clientes digitales, capacidad de liderar equipos de trabajo, capacidad de estructurar acciones de comunicación interna que fortalezcan la cultura organizacional.

Descripción 21 de 22

Continuación... CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas y Competencias pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, empatía y escucha activa. Número de horas a impartir: 10 horas.
UNIDAD TEMÁTICA 4. Escucha, empatía y asertividad. Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.1.4 Profesional con título de maestría en áreas ingeniería, administración, comunicación social o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años en temas relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como: gestión de sistemas de información, gestión de gestión de marketing, gestión de la innovación, gestión de proyectos o afines. Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica. Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales. Competencias técnicas: capacidad de diseñar planes de transformación digital gestionando el cambio cultural, capacidad de estructurar nuevos modelos de negocios digitales, capacidad de definir planes de relaciones con los clientes digitales, capacidad de liderar equipos de trabajo, capacidad de estructurar acciones de comunicación interna que fortalezcan la cultura organizacional Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas y Competencias pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, empatía y escucha activa. Número de horas a impartir: 10 horas.

Descripción 22 de 22

16. CAPACITADOR PERSONA JURÍDICA:

La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto, es Adalid Inmark Colombia SAS, Cuya actividad principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559 (otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560 (actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y

actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área, cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social. ADALID INMARK COLOMBIA SAS, cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz ADALID SC S.L. con una trayectoria de más de 15 años en España y Chile y sus entidades adscritas, Instituto Europa e Innovación y cualificación, quienes como socios aportan sus expertos internacionales, material didáctico y formativo
ADALID INMARK COLOMBIA acredita cinco (5) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. Adicionalmente cuenta con cinco (5) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados), a entidades públicas o privadas.

PERFILES 1 (Total: 4)

Acción de Formación

Formación Académica	Experiencia Relacionada	Años Experiencia Relacionada	Experiencia Específica	Años Experiencia Específica	Clasificación
UNIDAD TEMÁTICA 1. Cultura digital. Formación académica: R01.1.4 Profesional con título de maestría. Áreas: ingeniería, administración, comunicación social o afines.	Gestión en: gestión de sistemas de información, gestión de marketing, gestión de la innovación, gestión de proyectos, o áreas o funciones relacionados con la formación a impartir. Experiencia en formación o capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica, y experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.	3	NO APLICA	0	CAPACITADOR NACIONAL
UNIDAD TEMÁTICA 2. Modelos de negocios digitales. Formación académica: R01.1.4 Profesional con título de maestría. Áreas: ingeniería, administración, comunicación social o afines.	Gestión en: gestión de sistemas de información, gestión de marketing, gestión de la innovación, gestión de proyectos, o áreas o funciones relacionados con la formación a impartir. Experiencia en formación o capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica, y experiencia de un	3	NO APLICA	0	CAPACITADOR NACIONAL

	(1) año en el uso de plataformas virtuales.				
UNIDAD TEMÁTICA 3. El cliente digital. Formación académica: R01.1.4 Profesional con título de maestría. Áreas: ingeniería, administración, comunicación social o afines.	Gestión en: gestión de sistemas de información, gestión de marketing, gestión de la innovación, gestión de proyectos, o áreas o funciones relacionados con la formación a impartir. Experiencia en formación o capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica, y experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.	3	NO APLICA	0	CAPACITADOR NACIONAL
UNIDAD TEMÁTICA 4. Escucha, empatía y asertividad. Formación académica: R01.1.4 Profesional con título de maestría. Áreas: ingeniería, administración, comunicación social o afines.	Gestión en: gestión de sistemas de información, gestión de marketing, gestión de la innovación, gestión de proyectos, o áreas o funciones relacionados con la formación a impartir. Experiencia en formación o capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica, y experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.	3	NO APLICA	0	CAPACITADOR NACIONAL

Presupuesto de la Acción de Formación AF4. Transformación digital de modelos de negocios (Total: 3)

Acción de Formación

Rubro	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
				Especie - %		Dinero - %		
R08 Gastos de Operación del Proyecto	Gastos de operación del proyecto	20,900,000	75.06	0	0	6,945,000	24.94	27,845,000
		210,775,000	75.7	0	0.0	67,678,000	24.3	278,453,000

Rubro	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
				Especie - %		Dinero - %		
R09.2 Formación Virtual Curso 40 Horas	Formación virtual - Curso 40 horas	189,875,000	75.9	0	0	60,301,000	24.1	250,176,000
R10.2 Garantías	Garantías	0	0	0	0	432,000	100	432,000
		210,775,000	75.7	0	0.0	67,678,000	24.3	278,453,000

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

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R08 Gastos de Operación del Proyecto	20900000	75.06%	0	0%	6,945,000	24.94%	27,845,000
R09.2 Formación Virtual Curso 40 Horas	189875000	75.9%	0	0%	60,301,000	24.1%	250,176,000
R10.2 Garantías	0	0%	0	0%	432,000	100%	432,000
Totales	210,775,000	75.70	0	0.00	67,678,000	24.30	278,453,000

Cobertura geográfica de la Acción de Formación AF4. Transformación digital de modelos de negocios (Total: 12) Acción de Formación

Ciudad - Región	Porcentaje
TUNJA - BOYACA	8
MONTERIA - CORDOBA	9
BARRANQUILLA - ATLANTICO	9
CUCUTA - NORTE SANTANDER	9
PASTO - NARIÑO	9
BOGOTA - DISTRITO CAPITAL	8
NEIVA - HUILA	8
FACATATIVA - CUNDINAMARCA	8
CALI - VALLE DEL CAUCA	8
RIOHACHA - LA GUAJIRA	8
IBAGUE - TOLIMA	8
SANTA MARTA - MAGDALENA	8

ACCIÓN DE FORMACIÓN 5 DE 9

AF5. Gestión Lean para el cumplimiento de metas empresariales

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 AF5. Gestión Lean para el cumplimiento de metas empresariales

Acción de Formación

Norma de competencia	
Número de beneficiarios	90
Beneficiarios empresa	90
Beneficiarios SENA	0

Perfíl beneficiarios	Área funcional: control de gestión, organización y métodos, calidad, operaciones, proyectos, dirección general o afines. Nivel ocupacional: 30% operativo, 65%medio, 5% alta dirección. Nivel de estudios: profesionales, técnicos o tecnólogos en administración, ingeniería, contabilidad, finanzas o afines
Número de grupos	3
Número de días x grupo	6

Horas de la Acción de Formación

Horas teóricas presenciales por grupo	9	**Horas prácticas presenciales por grupo**	15	**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	72

Entidades de la Acción de Formación AF5. Gestión Lean para el cumplimiento de metas empresariales (Total: 1)

Acción de Formación

Nombre de la entidad	Papel
Cámara de Comercio Hispano Colombiana	PROPONENTE

Descripciones de la Acción de Formación AF5. Gestión Lean para el cumplimiento de metas empresariales (Total: 22)

Acción de Formación

Descripción 1 de 22

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE RECOPILACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS INDICANDO LA FUENTE: La encuesta CAMACOES de necesidades de formación para el año 2021 aplicada digitalmente en febrero de 2021 estableció que el 9% demandan formación para optimizar la gestión de procesos. Así mismo el 33% de las empresas manifiestan que han llevado a cabo cambios en sus modelos de negocio.

La metodología LEAN es nueva forma de gestionar los procesos que se desarrollan en una empresa. Tiene como objetivo limpiar las actividades que no aportan nada para obtener a cambio un producto y una experiencia final de gran calidad para los clientes. Una investigación realizada por la Universidad de Nariño en el año 2017 determinó que hay cuatro factores claves en el éxito de la aplicación de las filosofías Lean, como se aprecia en la Gráfica 1. i) el compromiso de la alta dirección (gerencias, presidencias, vicepresidencias y direcciones de áreas), ii) el seguimiento continuo, con indicadores de gestión apropiados, iii) el liderazgo y iv) el entrenamiento. (Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas VOL XVIII).

CAMACOES analizando los datos cuantitativos y cualitativos descritos se priorizó la AF5. Gestión Lean para el cumplimiento de metas empresariales, La necesidad de optimización de procesos se detecta como necesidad común, y que requiere del trabajo práctico para su adecuada solución, por lo que se plantea como uno de los Bootcamp del PFCE Camacoes 2021.

PROBLEMA(S) O NECESIDAD(ES) DE FORMACIÓN DETECTADAS: Se detecta la necesidad de optimizar los procesos de las empresas para que puedan responder ágil y eficientemente a los retos de la reactivación económica.

CAUSAS: Los procesos se vuelven obsoletos porque no se aplican metodologías de optimización, porque no se cuenta con mano de obra calificada, porque las organizaciones entran en una zona de confort y no generan procesos de cambio y/o porque no se destinan recursos para implementar metodologías de optimización de procesos.

EFECTOS: Si las empresas fortalecen sus competencias para resolver problemas concretos de eficiencia de sus procesos podrán: incrementar la satisfacción de sus clientes, reducir los desperdicios, reducir los plazos de ejecución, eliminar las actividades sin valor, mejorar la gestión de los equipos de trabajo, entre otros.

ENFOQUE: Esta acción se enfoca a optimizar el desarrollo productivo de las empresas por su incidencia en la mejora de procesos.
POR QUE ES UNA ACCIÓN DE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA: Esta es una acción de formación continua especializada porque es una acción de corta duración que garantiza la profundización de conocimientos, habilidades y destrezas, permitiendo la aplicación de los mismos en el contexto laboral inmediato, asegurando la calidad, comprensión y uso del pensamiento crítico y analítico de la labor realizada o de la tarea a ejecutar, con el propósito de encaminar al trabajador a su actualización laboral, para responder a las necesidades específicas de las empresas, que surge de la implementación de mejoras tecnológicas, nuevas metodologías y herramientas, aumentando la productividad y empleabilidad de los trabajadores y la competitividad de las mismas.
ALINEACIÓN CON PRIORIDADES SENA 2021: Está alineada con la promoción de la innovación en las empresas y también con los siguientes sectores priorizados por el SENA en los que se cuenta con afiliados al gremio. Son: Transporte, Turismo, Construcción, Industria y Educación.

Descripción 2 de 22

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

N/A

Descripción 3 de 22

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

N/A

Descripción 4 de 22

2. OBJETIVOS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN:

Fortalecer las competencias de los participantes para resolver problemas de ineficiencia de procesos utilizando la metodología LEAN, contribuyendo así al cumplimiento de metas empresariales. Esta acción permitirá que se identifiquen puntos de mejora para optimizar procesos de manera que se eliminen desperdicios, utilizando un conjunto de instrumentos asociados a la filosofía LEAN y basados en los principios establecidos.

Descripción 5 de 22

3. POBLACIÓN BENEFICIARIA DE LAS ACCIONES DE FORMACIÓN:

ÁREA FUNCIONAL: control de gestión, organización y métodos, calidad, operaciones, proyectos, dirección general o afines. NIVEL OCUPACIONAL: 30% operativo, 65%medio, 5% alta dirección, vinculando a personas de todos los niveles considerando que provienen de empresas de variados tamaños y que, en todo caso, el compromiso de la dirección es una condición necesaria para el éxito de la metodología LEAN. FUNCIONES O TAREAS QUE DESEMPEÑAN: gestión de planes de mejoramiento, control de la gestión empresarial, auditoría de procesos, diseño de proyectos organizacionales o afines. TIPO DE VINCULACIÓN LABORAL: principalmente contrato laboral a término indefinido. NIVEL DE ESCOLARIDAD: profesionales, técnicos o tecnólogos en administración, ingeniería, contabilidad, finanzas o afines. ACCESO A LAS TIC: Son personas con competencias digitales que les permiten acceder al uso de computadores y demás dispositivos y utilizar aplicaciones a nivel de usuario para el desarrollo de sus funciones. Acceden a conectividad para el desarrollo de sus actividades. RELACIÓN ENTRE EL PERFIL DESCRITO Y EL OBJETO DE LA FORMACIÓN: Los beneficiarios identificados son responsables de diseño, implementación o seguimiento de procesos en las empresas y su gestión incide en el cumplimiento de metas organizacionales, por lo que al participar en este Bootcamp podrán encontrar y construir soluciones de optimización de procesos que mejoren la productividad de las empresas. JUSTIFICACIÓN DE INCLUSIÓN DE TRABAJADORES DE MIPYMES Y DE CADENA PRODUCTIVA: se tendrá mínimo el 50% de beneficiarios de MIPYMES, esto considerando que el 73% de las empresas afiliadas son MIPYMES. La inclusión de personas de la cadena productiva se justifica porque la acción de CAMACOES y sus afiliados está centrada en la promoción de las relaciones comerciales de España y Colombia, y para esto se requiere garantizar calidad por parte de todas las empresas de la cadena productiva de los distintos sectores atendidos.

Descripción 6 de 22

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

Sector: Transporte. Subsector: Logística. Aerolíneas.
Sector: Turismo. Subsector: Agencias de viajes.
Sector: Construcción. Subsector: Obra civil. Edificaciones.
Sector: Industrial. Subsector: Cosmético. Editorial.
Sector: Educación. Subsector: Educación básica, secundaria, media y superior. Educación informal.
Sector: Comercio. Subsector: Mayoristas y minoristas.
Sector: Servicios. Subsector: Alimentos y bebidas. Banca. Cajas de compensación. Consultoría. Servicios jurídicos.
Sector: Minero. Subsector: Minero energético.
Sector: Solidario. Subsector: Fundaciones.

Descripción 7 de 22

5. EVENTO DE FORMACIÓN:

TIPO DE EVENTO: Taller, bajo el modelo de aprendizaje Bootcamp. Se lleva a cabo en un espacio donde todos los trabajadores beneficiarios construyen socialmente conocimientos, valores, desarrollan habilidades y actitudes a partir de sus propias experiencias, bajo una metodología teórico-práctica (mínimo 60% horas prácticas), o práctica.
Justificación del tipo de evento: Este evento favorece el trabajo práctico. Es un espacio de co-creación que congrega a trabajadores de distintas empresas unidas por una necesidad común, con el fin de fortalecer sus competencias al tiempo que se generan oportunidades para la solución de retos de habilidades técnicas de la empresa y de desarrollo tecnológico, que incentiven el crecimiento y la competitividad empresarial, a través de la implementación de la metodología Lean para optimizar la gestión administrativa en las empresas.

Descripción 8 de 22

6. MODALIDAD DE FORMACIÓN:

PAT. Presencial asistida por tecnologías. Este espacio de encuentro favorecerá la interacción entre capacitadores y beneficiarios, incrementando las posibilidades de aprehensión de los conocimientos de saber y de proceso propuestos. Simultáneamente el espacio de formación promoverá las relaciones de networking entre los participantes y la puesta en común de experiencias empresariales diversas.

Descripción 9 de 22

7. UNIDADES TEMÁTICAS:

UNIDAD TEMÁTICA 1. Fundamentos de la Metodología Lean y el entorno administrativo. Número de horas: 6. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de incorporar la metodología Lean en el ámbito administrativo para reducir costos y optimizar la gestión. Contenido: Origen de la metodología. Conceptos fundamentales de la metodología lean. Principios de la metodología lean. Beneficios de la metodología lean en el entorno administrativo. Implantación del sistema lean.
UNIDAD TEMÁTICA 2. 7 despilfarros, 5S y valor. Número de horas: 6. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de realizar un diagnóstico de despilfarros en la empresa. Contenido: Los 7 despilfarros de la oficina. Programas 5S de orden y limpieza. Identifica el valor para tu cliente. El valor de las personas.
UNIDAD TEMÁTICA 3. Aplicación Lean en el entorno administrativo. Número de horas: 6. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de analizar los procesos administrativos desde la perspectiva Lean. Contenido: Estandarización de procesos. La gestión visual.
UNIDAD TEMÁTICA 4. Técnicas de resolución de problemas y Lean. Número de horas: 6. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de diseñar un plan de acciones Lean para la resolución de problemas. Contenido: Técnicas de resolución de problemas. Plan de acciones Lean.

Descripción 10 de 22

Continuación... UNIDADES TEMÁTICAS:

N/A

Descripción 11 de 22

8. METODOLOGÍA:

La metodología seguir se basa en el trabajo teórico-práctico, con más de un 60% de actividades prácticas que favorezcan la integración, la comunicación y la co-creación de los participantes bajo la guía y acompañamiento del experto correspondiente. Se desarrolla como respuesta a un reto o problema evidenciado por las instituciones participantes quienes podrán mejorar su modelo de trabajo en aula mediante el diseño de un conjunto de instrumentos didácticos para la innovación en el aula virtual o presencial. Dentro de las actividades prácticas se contará con simulaciones, resolución de problemas, gamificación y juego de roles. El seguimiento de las horas prácticas presenciales con apoyo tecnológico lo realizará el capacitador mediante la observación directa y la revisión de resultados de las actividades planteadas. El modelo de aprendizaje es el de aprendizaje colaborativo y basado en retos. La metodología a seguir por el experto asignado incluirá el desarrollo de agenda académica en la que se exponen conceptos y teorías y que se apoya en el libro digital entregado a los beneficiarios, posteriormente se realizarán conversatorios y actividades de bienestar y reflexión apoyadas en el uso de herramientas de gamificación como Kahoot y áreas de trabajo en equipos, tipo taller, en Zoom para concluir con la presentación de las soluciones; y, luego con la conclusión y cierre de cada unidad. Las unidades están enlazadas a través de la problemática central del Taller Bootcamp. La metodología favorece la interacción de los participantes quienes en todo momento podrán hacer uso del chat de la sesión o de levantar la mano digital para intervenir con imagen y/o voz según se requiera.
METODOLOGÍA DE LA UNIDAD TEMÁTICA 1. Fundamentos de la Metodología Lean y el entorno administrativo. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS. Exposición. Preguntas y respuestas. Mapa mental. Trabajo colaborativo. Discusión en grupos. Actividad de bienestar y reflexión: Se hará reflexión antes de terminar la sesión analizando los beneficios esperados de la metodología Lean en la empresa. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Establecer el origen de la metodología Lean. Identificar los conceptos fundamentales de la metodología lean. Analizar los principios de la metodología lean. Reconocer los beneficios de la metodología lean en el entorno administrativo. Definir el proceso de implantación del sistema lean.
METODOLOGÍA DE LA UNIDAD TEMÁTICA 2. 7 despilfarros, 5S y valor. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS: Juego de roles. Gamificación. Exposición. Debate en grupo. Actividad de bienestar y reflexión: Se hará reflexión antes de

terminar la sesión analizando la aplicabilidad de los principios y conceptos Lean. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Analizar los 7 despilfarros de la oficina. Comparar los programas 5S de orden y limpieza. Identificar las dimensiones de valor para los clientes.
METODOLOGÍA DE LA UNIDAD TEMÁTICA 3. Aplicación Lean en el entorno administrativo. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS: Story telling. Gamificación. Discusión. Representaciones gráficas. Actividad de bienestar y reflexión: Se hará reflexión antes de terminar la sesión para analizar los ámbitos de aplicación de Lean en el entorno administrativo. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Diseñar modelos de análisis para la estandarización de procesos.
METODOLOGÍA DE LA UNIDAD TEMÁTICA 4. Técnicas de resolución de problemas y Lean. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS: Trabajo en equipo. Discusión. Juego de roles. Gamificación. Actividad de bienestar y reflexión: Se hará reflexión antes de terminar la sesión poniendo en común los beneficios de estas técnicas de resolución de problemas. Conclusiones y cierre: El experto generará un espacio de participación para que cada participante cuente su principal aprendizaje y compromiso para implantar la solución definida en la empresa. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Realizar un análisis comparado de las técnicas de resolución de problemas. Abordar la resolución de problemas dentro de un plan de acción Lean.

Descripción 12 de 22

Continuación... METODOLOGÍA:

Una vez finalizada la acción de formación, el capacitador elaborará un informe en el cual se refleje el análisis de resultados obtenidos y el impacto generado para la empresa beneficiaria. Este producto será entregado por el capacitador al director del Proyecto dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la terminación de la acción de formación, quien a su vez deberá entregarlo al SENA a los tres (3) días hábiles siguientes, e incorporarlo en el informe final del convenio que será entregado a la interventoría.

Descripción 13 de 22

9. MATERIAL DE FORMACIÓN:

Se garantizará la puesta a disposición de los beneficiarios de un libro electrónico digital que cumple con la normativa vigente de propiedad intelectual; y que, estimula y facilita el desarrollo de la acción de formación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.
El libro digital estará metodológicamente estructurado y guardará coherencia con los objetivos de la formación, el perfil de los beneficiarios, las unidades temáticas y la metodología de la formación, facilitando la transferencia de conocimiento. Será de producción reciente, menos de dos años, según lo solicitado en los pliegos. Contará con el correspondiente ISBN. El libro contiene exposición de contenidos, ejercicios de repaso y actividades de autoevaluación para facilitar el aprendizaje autónomo por parte de los beneficiarios.
Se entregará un link a cada beneficiario para su descarga, uso y consulta permanente.
DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS Y JUSTIFICACIÓN DE LA PERTINENCIA DE SU INCLUSIÓN Y LA RELACIÓN CON LAS UNIDADES TEMÁTICAS A IMPARTIR: El libro digital desarrolla y complementa los contenidos vistos en las sesiones PAT de manera que los participantes puedan apropiarse de los conceptos y potenciar el desarrollo de las competencias de las 4 unidades: UNIDAD TEMÁTICA 1. Fundamentos de la metodología Lean y el entorno administrativo, UNIDAD TEMÁTICA 2. 7 despilfarros, 5S y valor, UNIDAD TEMÁTICA 3. Aplicación Lean en el entorno administrativo y UNIDAD TEMÁTICA 4. Técnicas de resolución de problemas y Lean. El libro Incluye definiciones, ejemplos, gráficas, cuestionarios de autoevaluación y material de referencia. Permite a los beneficiarios contar con información detallada para el estudio y repaso fuera de las sesiones presenciales con apoyo tecnológico.

Descripción 14 de 22

10. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS:

Durante el desarrollo de la acción formativa los capacitadores estarán controlando la evolución del desempeño de los participantes en las actividades propuestas mediante observaciones y calificaciones que consignarán en la matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa.
Se asocia un resultado de aprendizaje a cada unidad temática, referido a lo que los trabajadores deben ser capaces de hacer al finalizar el proceso formativo en términos de conocimientos, destrezas y habilidades. Así mismo se establece un resultado asociado a la satisfacción general de los participantes.
R1. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de incorporar la metodología Lean en el ámbito administrativo para reducir costos y optimizar la gestión. Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque brindará una metodología dinámica e innovadora para la optimización de procesos.
R2. EL 85% de los beneficiarios están en capacidad de realizar un diagnóstico de despilfarros en la empresa. Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque se priorizarán los puntos de partida para la optimización de procesos.
R3. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de analizar los procesos administrativos desde la perspectiva Lean. Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque es importante involucrar a las áreas administrativas en la búsqueda de la eficiencia y la eficacia de procesos ya que suelen ser fuente de pérdidas de recursos.
R4. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de diseñar un plan de acciones Lean para la resolución de problemas. Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque los problemas podrán ser resueltos bajo la filosofía Lean contribuyendo a un cambio cultural en la organización.

R5. El 85% de los beneficiarios manifiestan estar satisfechos con la acción formativa en la que participan.
Fuente de verificación 1: Informe de matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Calificación mínima 2 puntos correspondiente al Nivel Medio. Momento 1: a la finalización de la acción formativa. Fuente de verificación 2: Informe de tabulación de encuestas de satisfacción. Calificación mínima de 3. Momento 2: a la finalización de la acción formativa.

Descripción 15 de 22

11. EVALUACIÓN DE APRENDIZAJE:

El sistema de seguimiento y evaluación propuesto pone de manifiesto la evaluación continua, integral, cualitativa y cuantitativa. MATRIZ DE EVALUACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA: Cada participante recibirá una calificación numérica asociada al desempeño en las actividades prácticas desarrolladas, a la comprensión de los contenidos abordados y a los logros en la aplicación de los conocimientos en las actividades prácticas. Así mismo el capacitador emitirá una valoración cualitativa del participante referente a su motivación y participación en las actividades prácticas propuestas y en las actividades teóricas realizadas. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN: Al finalizar la acción formativa cada participante diligenciará una encuesta que medirá su satisfacción sobre los aspectos logísticos, la estructura del programa y las habilidades y conocimientos de los capacitadores. De manera permanente los participantes contarán con un correo electrónico y datos de contacto personal para el reporte de incidencias o la notificación de comentarios, de manera que se tomen las medidas correctivas pertinentes.
TASA DE INCREMENTO DEL CONOCIMIENTO: Mide el incremento del conocimiento de los trabajadores beneficiarios participantes por acción de formación:
TIC= (NPFT-NPIT)/NPIT *100
NPIT = Nota promedio inicial de conocimiento del trabajador Para diseñar la evaluación del conocimiento y aplicarla a todos los trabajadores beneficiarios, se deben aplicar los siguientes parámetros: 1. Cada evaluación debe estar compuesta por mínimo 5 y máximo 10 preguntas, las cuales serán formuladas por el capacitador. 2. Los criterios de evaluación deben estar directamente relacionados con las unidades temáticas de la acción de formación a evaluar y debe ser resuelta por todos los beneficiarios de la misma. 3. La calificación resultante de cada una de las evaluaciones debe encontrarse dentro del rango de [0,10] (Intervalo cerrado) y se pueden dar valores decimales de hasta máximo una posición decimal. Ejemplo: 7,5. 4. La evaluación ex-ante se debe aplicar a los beneficiarios el día de inicio de la acción de formación, y la evaluación ex-post el último día de ejecución de la misma, con el fin de realizar una comparación que refleje los resultados en el incremento de conocimientos del trabajador beneficiario de la formación. El capacitador debe entregar un informe acerca de los indicadores ex-ante y expost aplicados y el análisis de los resultados obtenidos por cada acción de formación ejecutada a través de los eventos taller (cuando su duración sea igual o superior a 20 horas), curso y diplomado y/o cuando aplique los modelos de aprendizaje puesto de trabajo real, aula invertida-Flipped Classroom, o Bootcamp. Este informe debe ser entregado al director del proyecto dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la terminación de la acción de formación, quien analizará a la luz de los indicadores internos de la empresa y/o gremio, los resultados de mejora de productividad del trabajador y competitividad de la empresa. Este deberá ser remitido a la interventoría dentro de los ocho (8) días hábiles siguientes para el análisis correspondiente. De igual forma, este informe debe ser integrado al informe final de ejecución que el conviniente entregará a la interventoría, para posterior remisión al SENA.

Descripción 16 de 22

12. AMBIENTE DE APRENDIZAJE:

Se pone a disposición la plataforma virtual MOODLE del proyecto PFCE en el cual se dispone de un aula virtual para cada grupo en la que se incluyen enlaces a sesiones ZOOM para la realización de las sesiones en modalidad PAT. Adicionalmente estas aulas alojarán las grabaciones de las sesiones PAT y las presentaciones de los expertos, así como información general de la acción formativa y enlaces a encuestas, según corresponda. Cada participante autónomamente deberá disponer de los dispositivos y conectividad requerida para acceso a la plataforma virtual. Se cumple lo establecido en el ANEXO 14.

Descripción 17 de 22

13. CARACTERÍSTICAS DE LA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA O PLATAFORMA VIRTUAL:

HERRAMIENTA TECNOLÓGICA: La plataforma contiene enlaces a la aplicación ZOOM para la realización de sesiones PAT. La aplicación ZOOM cumple con los requerimientos y funcionalidades indicados en el Anexo 14 de la documentación de la presente convocatoria. Entre otras herramientas cuenta con opción para votaciones, chat, control de asistencia, conexión con voz y con imagen. La aplicación ZOOM se complementa con otras aplicaciones de gamificación que facilitan la interacción de beneficiarios y de expertos.

Descripción 18 de 22

14. LUGAR DE EJECUCIÓN:

Tres (3) grupos:
Grupo 1: Cali (Valle)
Grupo 2: Facatativá (Cundinamarca) // Neiva (Huila)
Grupo 3: Bogotá (Bogotá D.C.)
La relación de los beneficiarios con los lugares de ejecución planteados, obedece y se justifica en que son

trabajadores de empresas afiliadas y de empresas pertenecientes a la cadena productiva de CAMACOES que tienen sus sedes en las ciudades mencionadas y en las cuales se priorizó la necesidad de formación propuesta, así como colaboradores de aliados estratégicos que hacen parte de la red multisectorial que el gremio ha establecido en distintas regiones geográficas en virtud de su objeto social y objetivos misionales, que incluyen, para el caso, los departamentos incorporados en esta acción de formación.

Descripción 19 de 22

Continuación... LUGAR DE EJECUCIÓN:

N/A

Descripción 20 de 22

15. CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

UNIDAD TEMÁTICA 1. Fundamentos de la Metodología Lean y el entorno administrativo. Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.2.4 Profesional internacional con título de maestría en áreas de ingeniería, economía, administración o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en temas relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como: gestión de procesos, gestión de metodologías ágiles, gestión de proyectos o afines. La experiencia laboral se debe certificar en por lo menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento, con la temática afín con el objeto de formación que va a impartir. Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica. Competencias técnicas: capacidad de implementar metodologías ágiles para la optimización de procesos, capacidad de resolver problemas asociados a la implementación de Lean. Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas. Competencias pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, resolución de problemas y escucha activa. Número de horas a impartir: 6 horas.
UNIDAD TEMÁTICA 2. 7 despilfarros, 5S y valor. Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.2.4 Profesional internacional con título de maestría en áreas de ingeniería, economía, administración o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en temas relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como: gestión de procesos, gestión de metodologías ágiles, gestión de proyectos o afines. La experiencia laboral se debe certificar en por lo menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento, con la temática afín con el objeto de formación que va a impartir. Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica. Competencias técnicas: capacidad de implementar metodologías ágiles para la optimización de procesos, capacidad de resolver problemas asociados a la implementación de Lean. Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas. Competencias pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, resolución de problemas y escucha activa. Número de horas a impartir: 6 horas.

Descripción 21 de 22

Continuación... CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

UNIDAD TEMÁTICA 3. Aplicación Lean en el entorno administrativo. Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.2.4 Profesional internacional con título de maestría en áreas de ingeniería, economía, administración o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en temas relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como: gestión de procesos, gestión de metodologías ágiles, gestión de proyectos o afines. La experiencia laboral se debe certificar en por lo menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento, con la temática afín con el objeto de formación que va a impartir. Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica. Competencias técnicas: capacidad de implementar metodologías ágiles para la optimización de procesos, capacidad de resolver problemas asociados a la implementación de Lean. Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas. Competencias pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, resolución de problemas y escucha activa. Número de horas a impartir: 6 horas.
UNIDAD TEMÁTICA 4. Técnicas de resolución de problemas y Lean. Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.2.4 Profesional internacional con título de maestría en áreas de ingeniería, economía, administración o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en temas relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como: gestión de procesos, gestión de metodologías ágiles, gestión de proyectos o afines. La experiencia laboral se debe certificar en por lo menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento, con la temática afín con el objeto de formación que va a impartir. Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica. Competencias técnicas: capacidad de implementar metodologías ágiles para la optimización de procesos, capacidad de resolver problemas asociados a la implementación de Lean. Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas. Competencias pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, resolución de problemas y escucha activa. Número de horas a impartir: 6 horas.

Descripción 22 de 22

16. CAPACITADOR PERSONA JURÍDICA:

La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto, es Adalid Inmark Colombia SAS, Cuya actividad principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559 (otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560 (actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área, cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social.
ADALID INMARK COLOMBIA SAS, cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz ADALID SC S.L. con una trayectoria de más de 15 años en España y Chile y sus entidades adscritas, Instituto Europa e Innovación y cualificación, quienes como socios aportan sus expertos internacionales, material didáctico y formativo
ADALID INMARK COLOMBIA acredita cinco (5) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. Adicionalmente cuenta con cinco (5) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados), a entidades públicas o privadas.

PERFILES 1 (Total: 4) Acción de Formación

Formación Académica	Experiencia Relacionada	Años Experiencia Relacionada	Experiencia Específica	Años Experiencia Específica	Clasificación
UNIDAD TEMÁTICA 1. Fundamentos de la Metodología Lean y el entorno administrativo. Formación académica: R01.2.4 Profesional con título de maestría. Áreas: ingeniería, economía, administración o afines.	Gestión en: procesos, metodologías ágiles, gestión de proyectos, o áreas o funciones relacionados con la formación a impartir. Con experiencia laboral, en temáticas afines al objeto de la formación que se va a impartir, en al menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento. Experiencia en formación o capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica.	5	NO APLICA	0	CAPACITADOR INTERNACIONAL
UNIDAD TEMÁTICA 2. 7 despilfarros, 5S y valor. Formación académica: R01.2.4 Profesional con título de maestría. Áreas: ingeniería,	Gestión en: procesos, metodologías ágiles, gestión de proyectos, o áreas o funciones relacionados con la formación a impartir. Con	5	NO APLICA	0	CAPACITADOR INTERNACIONAL

economía, administración o afines.	experiencia laboral, en temáticas afines al objeto de la formación que se va a impartir, en al menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento. Experiencia en formación o capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica.				
UNIDAD TEMÁTICA 3. Aplicación Lean en el entorno administrativo. Formación académica: R01.2.4 Profesional con título de maestría. Áreas: ingeniería, economía, administración o afines.	Gestión en: procesos, metodologías ágiles, gestión de proyectos, o áreas o funciones relacionados con la formación a impartir. Con experiencia laboral, en temáticas afines al objeto de la formación que se va a impartir, en al menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento. Experiencia en formación o capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica.	5	NO APLICA	0	CAPACITADOR INTERNACIONAL
UNIDAD TEMÁTICA 4. Técnicas de resolución de problemas y Lean. Formación académica: R01.2.4 Profesional con título de maestría. Áreas: ingeniería, economía, administración o afines.	Gestión en: procesos, metodologías ágiles, gestión de proyectos, o áreas o funciones relacionados con la formación a impartir. Con experiencia laboral, en temáticas afines al objeto de la formación que se va a impartir, en al menos tres (3) países diferentes a	5	NO APLICA	0	CAPACITADOR INTERNACIONAL

	su país de nacimiento. Experiencia en formación o capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica.				

Presupuesto de la Acción de Formación AF5. Gestión Lean para el cumplimiento de metas empresariales (Total: 4)

Acción de Formación

Rubro	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
				Especie - %		Dinero - %		
R01.2.4 Honor. Cap. Inter. Maestria Exp 5 años	UT1, UT2, UT3, UT4. Honorarios Capacitadores Internacionales - Profesional con título de Maestría 5 años experiencia	47,435,000	75.88	0	0	15,079,000	24.12	62,514,000
R05.1.2 Libros Electrónico / Digital	Material de Formación Digital - Libro electrónico / digital	9,100,000	75.84	0	0	2,898,800	24.16	11,998,800
R08 Gastos de Operación del Proyecto	Gastos de operación del proyecto	6,250,500	75.37	0	0	2,042,500	24.63	8,293,000
R10.2 Garantías	Garantías	0	0	0	0	129,000	100	129,000
		62,785,500	75.7	0	0.0	20,149,300	24.3	82,934,800

Resumen por rubros de la Acción de Aprendizaje (Total: 4)

Acción de Formación

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R01.2.4 Honor. Cap. Inter. Maestria Exp 5 años	47435000	75.88%	0	0%	15,079,000	24.12%	62,514,000
R05.1.2 Libros Electrónico / Digital	9100000	75.84%	0	0%	2,898,800	24.16%	11,998,800
R08 Gastos de Operación del Proyecto	6250500	75.37%	0	0%	2,042,500	24.63%	8,293,000
R10.2 Garantías	0	0%	0	0%	129,000	100%	129,000
Totales	62,785,500	75.70	0	0.00	20,149,300	24.30	82,934,800

Cobertura geográfica de la Acción de Formación AF5. Gestión Lean para el cumplimiento de metas empresariales (Total: 4)

Acción de Formación

Ciudad - Región	Porcentaje
BOGOTA - DISTRITO CAPITAL	33
NEIVA - HUILA	17
FACATATIVA - CUNDINAMARCA	17
CALI - VALLE DEL CAUCA	33

ACCIÓN DE FORMACIÓN 6 DE 9

AF6. Marketing digital en empresas agro 4.0

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 AF6. Marketing digital en empresas agro 4.0

Acción de Formación

Norma de competencia	
Número de beneficiarios	150
Beneficiarios empresa	150
Beneficiarios SENA	0
Perfil beneficiarios	Área funcional: marketing, comercial, calidad, operaciones, planificación, estrategia, gerencia o afines. Nivel ocupacional: 20% operativo, 50% medio, 30% alta dirección. Nivel de estudios: profesionales, técnicos o tecnólogos en comunicación social, diseño, ingeniería, programación, administración o afines.
Número de grupos	5
Número de días x grupo	10

Horas de la Acción de Formación

Horas teóricas presenciales por grupo	12	**Horas prácticas presenciales por grupo**	8	**Total horas presenciales por grupo**	20
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	20
				Total de horas acción	100

Entidades de la Acción de Formación AF6. Marketing digital en empresas agro 4.0 (Total: 1)

Acción de Formación

Nombre de la entidad	Papel
Cámara de Comercio Hispano Colombiana	PROPONENTE

Descripciones de la Acción de Formación AF6. Marketing digital en empresas agro 4.0 (Total: 22)

Acción de Formación

Descripción 1 de 22

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE RECOPILACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS INDICANDO LA FUENTE: La encuesta CAMACOES de necesidades de formación para el año 2021 aplicada digitalmente en febrero de 2021 estableció que el 45% de las empresas requieren formación en Ventas y Marketing. En el ámbito agro, CAMACOES ha desarrollado en los programas PFCE que ha gestionado, estas acciones: Estructuración y gestión de proyectos agropecuarios a pequeña escala (2018), Estructuración y

Financiación de Planes de Negocio para el sector Agropecuario (2019) y Modelos innovadores de negocios agropecuarios (2020), realizando un aporte significativo al desarrollo del sector. Siendo éste un renglón representativo en las exportaciones colombianas.
El 22 de febrero de 2021 según información de EFE, fuentes oficiales dijeron que las exportaciones de agroalimentos de Colombia llegaron a USD7.812 millones en 2020, lo que representó un alza de 7% respecto a 2019. España se ubicó con un 21% y lideraron los envíos de aceite de palma, café, bananas y fruta fresca. Evidenciando así la creciente importancia del agro en las relaciones comerciales de España y de Colombia, que son el objeto fundamental de CAMACOES.
Por otro lado, el diario español ABC destacó el 8 de diciembre de 2021 como la innovación va entrando poco a poco en el mundo agrícola y en las próximas décadas su importancia aumentará ante el reto de alimentar a los casi 10.000 millones de personas que se espera que habiten el planeta en 2050. Para ese año el mercado de las tecnologías para la agricultura de precisión podría alcanzar los 250.000 millones de dólares a nivel global. En Colombia, según el portal especializado bialar.com, os agricultores colombianos tienen como preferencia el uso de Facebook, Linkedin y Twitter. Como dato relevante, existen en el país más de 10 millones de conexiones a internet de banda. El aumento del uso de los teléfonos inteligentes en 2015 está cercano a los 16 millones y es uno de los principales responsables del crecimiento del uso de las redes sociales. Esto demuestra el terreno abonado para el impulso del agromarketing digital en Colombia.
Además, se resalta que el 5 de mayo de 2020 el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) informó que, en el primer trimestre de 2020, el Producto Interno Bruto (PIB) del sector agropecuario creció 6,8%, respecto al mismo periodo del año anterior. Finalmente, Ministerio de Agricultura lanzó sello 'Consuma lo Nuestro. Sabor de Colombia' para impulsar el consumo de productos del agro colombiano.
CAMACOES analizando los datos cuantitativos y cualitativos descritos se priorizó la AF6. Marketing digital en empresas agro 4.0, continuando con la línea especializada en fortalecimiento del sector agro.
PROBLEMA(S) O NECESIDAD(ES) DE FORMACIÓN DETECTADAS: El sector agro colombiano requiere digitalizar la gestión de marketing para ampliar su presencia en el entorno digital y generar nuevos ingresos a nivel nacional e internacional.
CAUSAS: De acuerdo con el Marco Nacional de Cualificaciones del área de cualificación agropecuario existen brechas en el capital humano en relación con la gestión de ventas y mercadeo. Las iniciativas del sector agro se focalizan en el proceso de producción y no tienen las competencias para optimizar la gestión, en especial en negocios de tamaño reducido. Por otro lado, la razón por la que se necesita digitalizar la gestión de marketing es para ganar competitividad.
EFECTOS: Si no se fortalecen las competencias para digitalizar la gestión de marketing en el sector agro, las empresas perderán oportunidades de negocio y eso afectará su sostenibilidad y continuidad.
ENFOQUE: El enfoque esta acción es la competitividad, de manera que se apoye la concreción de los objetivos del sello de calidad "Consuma lo nuestro" y se incida en la competitividad del sector agro a nivel internacional.

Descripción 2 de 22

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

POR QUE ES UNA ACCIÓN DE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA: Esta es una acción de formación continua especializada porque es una acción de corta duración que garantiza la profundización de conocimientos, habilidades y destrezas, permitiendo la aplicación de los mismos en el contexto laboral inmediato, asegurando la calidad, comprensión y uso del pensamiento crítico y analítico de la labor realizada o de la tarea a ejecutar, con el propósito de encaminar al trabajador a su actualización laboral, para responder a las necesidades específicas de las empresas, que surge de la implementación de mejoras tecnológicas, nuevas metodologías y herramientas, aumentando la productividad y empleabilidad de los trabajadores y la competitividad de las mismas.
ALINEACIÓN CON PRIORIDADES SENA 2021: Está alineada con la priorización del sector agro, así como con la revolución 4.0 por la transformación digital del área de marketing y con la promoción de la innovación en las empresas. Adicionalmente, en las Agendas departamentales de competitividad e innovación, el sector agro está priorizado en estos departamentos propuestos como beneficiarios: Boyacá, Córdoba, Huila, Nariño y Valle.

Descripción 3 de 22

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

N/A

Descripción 4 de 22

2. OBJETIVOS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN:

Fortalecer las competencias de los participantes para diseñar e implementar una estrategia de marketing digital en el sector agro 4.0, optimizando así los resultados de la promoción y llegada a clientes del sector e incrementando los ingresos y la competitividad de las iniciativas agro. Esta acción contribuirá al cierre de brechas en materia de mercadeo y de comercialización detectado en el Marco Nacional de Cualificaciones del sector.

Descripción 5 de 22

3. POBLACIÓN BENEFICIARIA DE LAS ACCIONES DE FORMACIÓN:

ÁREA FUNCIONAL: marketing, comercial, calidad, operaciones, planificación, estrategia, gerencia o afines. NIVEL OCUPACIONAL: 20% operativo, 50% medio, 30% alta dirección, se atenderá a los 3 niveles ya que las empresas beneficiarias tienen distintos tamaños y grados de profesionalización, encargando la función de marketing a trabajadores de diferentes niveles. FUNCIONES O TAREAS QUE DESEMPEÑAN: diseño, ejecución o seguimiento de planes de marketing, gestión de marketing digital, gestión de relaciones con clientes, gestión comercial, gestión de redes sociales o afines. TIPO DE VINCULACIÓN LABORAL: principalmente contrato laboral a término indefinido. NIVEL DE ESCOLARIDAD: profesionales, técnicos o tecnólogos en comunicación social, diseño, ingeniería, programación, administración o afines. ACCESO A LAS TIC: Son personas con competencias digitales que les permiten acceder al uso de computadores y demás dispositivos y utilizar aplicaciones a nivel de usuario para el desarrollo de sus funciones. Acceden a conectividad para el desarrollo de sus actividades. RELACIÓN ENTRE EL PERFIL DESCRITO Y EL OBJETO DE LA FORMACIÓN: Los beneficiarios identificados son los responsables de definir, implementar y/o controlar la estrategia de marketing en las empresas agro por lo que la acción incidirá positivamente en su desempeño y en el cumplimiento de los objetivos comerciales. JUSTIFICACIÓN DE INCLUSIÓN DE TRABAJADORES DE MIPYMES Y DE CADENA PRODUCTIVA: se tendrá mínimo el 50% de beneficiarios de MIPYMES, esto considerando que el 73% de las empresas afiliadas son MIPYMES. La inclusión de personas de la cadena productiva se justifica porque la acción de CAMACOES y sus afiliados está centrada en la promoción de las relaciones comerciales de España y Colombia, y para esto se requiere garantizar calidad por parte de todas las empresas de la cadena productiva de los distintos sectores atendidos.

Descripción 6 de 22

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

Sector: Agro. Subsector: Agroindustria y Agropecuario.

Descripción 7 de 22

5. EVENTO DE FORMACIÓN:

TIPO DE EVENTO: Curso. Este evento permite acceder a fundamentos teóricos y prácticos. Los beneficiarios se apropiarán de los temas impartidos facilitando su integración en el puesto de trabajo.

Descripción 8 de 22

6. MODALIDAD DE FORMACIÓN:

PAT. Presencial asistida por tecnologías. Este espacio de encuentro favorecerá la interacción entre capacitadores y beneficiarios, incrementando las posibilidades de aprehensión de los conocimientos de saber y de proceso propuestos. Simultáneamente el espacio de formación promoverá las relaciones de networking entre los participantes y la puesta en común de experiencias empresariales diversas.

Descripción 9 de 22

7. UNIDADES TEMÁTICAS:

UNIDAD TEMÁTICA 1. Marketing agropecuario y agroindustrial Número de horas: 4. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de establecer los objetivos de implementación de una estrategia de Agromarketing en el entorno digital. Contenido: Maximización de ventas y reducción de costos de marketing. Factores claves de éxito en el marketing agropecuario y agroindustrial. Referencias internacionales de estrategias de marketing digital en el sector agro.
UNIDAD TEMÁTICA 2. Marketing en internet. Número de horas: 6. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de elaborar un plan de marketing digital. Contenido: Plan de marketing digital. Producto. Precio. Distribución.
UNIDAD TEMÁTICA 3. Promoción y herramientas promocionales en internet. Número de horas: 6. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de diseñar una campaña promocional en internet. Contenido: La importancia de las herramientas promocionales en internet. Campaña de e-mail. Banner. Anuncios clasificados. Programas de asociados/afiliados. Buscadores. Autorrespondedores. Grupos de news. Boletín-e. Programas para la gestión de la relación con el cliente (CRM).
UNIDAD TEMÁTICA 4. Mejora de las habilidades de comunicación a través de la PNL (Programación Neurolingüística). Número de horas: 4. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de cumplir con los objetivos de comunicación empresarial con apoyo de la PNL. Contenido: ¿Qué hay dentro del cerebro? ¿Cómo construye cada uno su realidad? El metamodelo del lenguaje. Sistemas de representación sensorial y exploración de las submodalidades. Calibrar: cómo detectar la información disponible en las interacciones. Ponerse en el lugar del otro: diferentes posiciones de percepción. Gestión del fracaso. Recuerdos, creencias y valores. Generar cambios.

Descripción 10 de 22

Continuación... UNIDADES TEMÁTICAS:

N/A

Descripción 11 de 22

8. METODOLOGÍA:

Se trabajará con metodología teórico-práctica a partir del fundamento de conceptos teóricos y aplicaciones prácticas asociados a cada unidad temática. Se desarrolla mediante la exposición de los expertos de story telling, seguidos por actividades prácticas tales como juego de roles, simulaciones, resolución de casos y gamificación. El modelo de aprendizaje es el de aprendizaje colaborativo. El capacitador realiza una introducción motivando a los beneficiarios a identificar expectativas y conocimientos previos alrededor del tema de la unidad, se pasa después a realizar una exposición comentada de los principios teóricos de la unidad ilustrándolos con ejemplos y casos de éxito, de manera intercalada se realizan actividades participativas de manera individual y grupal usando para ello las herramientas propias de ZOOM y otras aplicaciones de gamificación como kahoot y jamboard. Las actividades suponen una socialización posterior de resultados y la generación de conclusiones grupales. El seguimiento de las horas prácticas presenciales con apoyo tecnológico lo realizará el capacitador mediante la observación directa y la revisión de resultados de las actividades planteadas.
METODOLOGÍA UNIDAD TEMÁTICA 1. Marketing agropecuario y agroindustrial. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS: story telling. Juego de roles. Preguntas y respuestas. Trabajo en grupo. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Definir las variables que inciden en la maximización de ventas y en la reducción de costos de marketing. Identificar los factores claves de éxito en el marketing agropecuario y agroindustrial. Analizar los resultados de referencias internacionales de estrategias de marketing digital en el sector agro.
METODOLOGÍA DE LA UNIDAD TEMÁTICA 2. Marketing en internet. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS: Diálogo y discusión. Trabajo en grupos. Representaciones gráficas. Debate grupal. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Evaluar los componentes de un plan de marketing digital. Determinar las fases para la elaboración de un plan de marketing en internet. Identificar las decisiones requeridas en producto, precio y distribución.
METODOLOGÍA DE LA UNIDAD TEMÁTICA 3. Promoción y herramientas promocionales en internet. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS: Mapas mentales. Discusión en grupos. Entrevistas semiestructuradas. Story telling. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Determinar los beneficios y requisitos para desarrollar una campaña de e-mail. Analizar las opciones de banner a disposición de las empresas. Definir el alcance y uso recomendado de los anuncios clasificados. Identificar los objetivos de los programas de asociados/afiliados. Realizar el análisis comparado de herramientas digitales. Conocer opciones de programas para la gestión de la relación con el cliente (CRM).
METODOLOGÍA DE LA UNIDAD TEMÁTICA 4. Mejora de las habilidades de comunicación a través de la PNL (Programación Neurolingüística). ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS: Exposición. Gamificación. Debate grupal. Representaciones gráficas. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Definir las variables que inciden en la interpretación de la realidad. Establecer los componentes de un metamodelo del lenguaje. Realizar un análisis comparado de los sistemas de representación sensorial y exploración.

Descripción 12 de 22

Continuación... METODOLOGÍA:

N/A

Descripción 13 de 22

9. MATERIAL DE FORMACIÓN:

Se garantizará la puesta a disposición de los beneficiarios de un libro electrónico digital que cumple con la normativa vigente de propiedad intelectual; y que, estimula y facilita el desarrollo de la acción de formación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.
El libro digital estará metodológicamente estructurado y guardará coherencia con los objetivos de la formación, el perfil de los beneficiarios, las unidades temáticas y la metodología de la formación, facilitando la transferencia de conocimiento. Será de producción reciente, menos de dos años, según lo solicitado en los pliegos. Contará con el correspondiente ISBN. El libro contiene exposición de contenidos, ejercicios de repaso y actividades de autoevaluación para facilitar el aprendizaje autónomo por parte de los beneficiarios.
Se entregará un link a cada beneficiario para su descarga, uso y consulta permanente.
DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS Y JUSTIFICACIÓN DE LA PERTINENCIA DE SU INCLUSIÓN Y LA RELACIÓN CON LAS UNIDADES TEMÁTICAS A IMPARTIR: El libro digital desarrolla y complementa los contenidos vistos en las sesiones PAT de manera que los participantes puedan apropiarse de los conceptos y potenciar el desarrollo de las competencias de las 4 unidades: UNIDAD TEMÁTICA 1. Marketing agropecuario y agroindustrial, UNIDAD TEMÁTICA 2. Marketing en internet, UNIDAD TEMÁTICA 3. Promoción y herramientas promocionales en internet y UNIDAD TEMÁTICA 4. Mejora de las habilidades de comunicación a través de la PNL (Programación Neurolingüística). El libro Incluye definiciones, ejemplos, gráficas, cuestionarios de autoevaluación y material de referencia. Permite a los beneficiarios contar con información detallada para el estudio y repaso fuera de las sesiones presenciales con apoyo tecnológico.

Descripción 14 de 22

10. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS:

Durante el desarrollo de la acción formativa los capacitadores estarán controlando la evolución del desempeño de los participantes en las actividades propuestas mediante observaciones y calificaciones que consignarán en la matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa.
Se asocia un resultado de aprendizaje a cada unidad temática, referido a lo que los trabajadores deben ser capaces de hacer al finalizar el proceso formativo en términos de conocimientos, destrezas y habilidades. Así mismo se

establece un resultado asociado a la satisfacción general de los participantes.
R1. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de establecer los objetivos de implementación de una estrategia de Agromarketing en el entorno digital. Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque situará a la empresa en un entorno con nuevas oportunidades de negocio.
R2. EL 85% de los beneficiarios están en capacidad de elaborar un plan de marketing digital. Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque se incorporará una metodología estructurada para optimizar la inversión de recursos en materia de marketing digital.
R3. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de diseñar una campaña promocional en internet. Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque se contará con los instrumentos para definir el detalle de campañas que forman parte del plan de marketing digital.
R4. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de cumplir con los objetivos de comunicación empresarial con apoyo de la PNL. Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque se refuerzan las competencias transversales que permiten fortalecer el desempeño individual y colectivo.
R5. El 85% de los beneficiarios manifiestan estar satisfechos con la acción formativa en la que participan.
Fuente de verificación 1: Informe de matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Calificación mínima 2 puntos correspondiente al Nivel Medio. Momento 1: a la finalización de la acción formativa. Fuente de verificación 2: Informe de tabulación de encuestas de satisfacción. Calificación mínima de 3. Momento 2: a la finalización de la acción formativa.

Descripción 15 de 22

11. EVALUACIÓN DE APRENDIZAJE:

El sistema de seguimiento y evaluación propuesto pone de manifiesto la evaluación continua, integral, cualitativa y cuantitativa. MATRIZ DE EVALUACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA: Cada participante recibirá una calificación numérica asociada al desempeño en las actividades prácticas desarrolladas, a la comprensión de los contenidos abordados y a los logros en la aplicación de los conocimientos en las actividades prácticas. Así mismo el capacitador emitirá una valoración cualitativa del participante referente a su motivación y participación en las actividades prácticas propuestas y en las actividades teóricas realizadas. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN: Al finalizar la acción formativa cada participante diligenciará una encuesta que medirá su satisfacción sobre los aspectos logísticos, la estructura del programa y las habilidades y conocimientos de los capacitadores. De manera permanente los participantes contarán con un correo electrónico y datos de contacto personal para el reporte de incidencias o la notificación de comentarios, de manera que se tomen las medidas correctivas pertinentes.
TASA DE INCREMENTO DEL CONOCIMIENTO: Mide el incremento del conocimiento de los trabajadores beneficiarios participantes por acción de formación:
TIC= (NPFT-NPIT)/NPIT *100
NPIT = Nota promedio inicial de conocimiento del trabajador Para diseñar la evaluación del conocimiento y aplicarla a todos los trabajadores beneficiarios, se deben aplicar los siguientes parámetros: 1. Cada evaluación debe estar compuesta por mínimo 5 y máximo 10 preguntas, las cuales serán formuladas por el capacitador. 2. Los criterios de evaluación deben estar directamente relacionados con las unidades temáticas de la acción de formación a evaluar y debe ser resuelta por todos los beneficiarios de la misma. 3. La calificación resultante de cada una de las evaluaciones debe encontrarse dentro del rango de [0,10] (Intervalo cerrado) y se pueden dar valores decimales de hasta máximo una posición decimal. Ejemplo: 7,5. 4. La evaluación ex-ante se debe aplicar a los beneficiarios el día de inicio de la acción de formación, y la evaluación ex-post el último día de ejecución de la misma, con el fin de realizar una comparación que refleje los resultados en el incremento de conocimientos del trabajador beneficiario de la formación. El capacitador debe entregar un informe acerca de los indicadores ex-ante y expost aplicados y el análisis de los resultados obtenidos por cada acción de formación ejecutada a través de los eventos taller (cuando su duración sea igual o superior a 20 horas), curso y diplomado y/o cuando aplique los modelos de aprendizaje puesto de trabajo real, aula invertida-Flipped Classroom, o Bootcamp. Este informe debe ser entregado al director del proyecto dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la terminación de la acción de formación, quien analizará a la luz de los indicadores internos de la empresa y/o gremio, los resultados de mejora de productividad del trabajador y competitividad de la empresa. Este deberá ser remitido a la interventoría dentro de los ocho (8) días hábiles siguientes para el análisis correspondiente. De igual forma, este informe debe ser integrado al informe final de ejecución que el conviniente entregará a la interventoría, para posterior remisión al SENA.

Descripción 16 de 22

12. AMBIENTE DE APRENDIZAJE:

Se pone a disposición la plataforma virtual MOODLE del proyecto PFCE en el cual se dispone de un aula virtual para cada grupo en la que se incluyen enlaces a sesiones ZOOM para la realización de las sesiones en modalidad PAT. Adicionalmente estas aulas alojarán las grabaciones de las sesiones PAT y las presentaciones de los expertos, así como información general de la acción formativa y enlaces a encuestas, según corresponda. Cada participante autónomamente deberá disponer de los dispositivos y conectividad requerida para acceso a la plataforma virtual. Se cumple lo establecido en el ANEXO 14.

Descripción 17 de 22

13. CARACTERÍSTICAS DE LA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA O PLATAFORMA VIRTUAL:

HERRAMIENTA TECNOLÓGICA: La plataforma contiene enlaces a la aplicación ZOOM para la realización de sesiones PAT. La aplicación ZOOM cumple con los requerimientos y funcionalidades indicados en el Anexo 14 de la documentación de la presente convocatoria. Entre otras herramientas cuenta con opción para votaciones, chat, control de asistencia, conexión con voz y con imagen. La aplicación ZOOM se complementa con otras aplicaciones de gamificación que facilitan la interacción de beneficiarios y de expertos.

Descripción 18 de 22

14. LUGAR DE EJECUCIÓN:

Cinco (5) grupos:
Grupo 1: Pasto (Nariño)
Grupo 2: Montería (Córdoba)
Grupo 3: Tunja (Boyacá)
Grupo 4: Cali (Valle)
Grupo 5: Neiva (Huila)
La relación de los beneficiarios con los lugares de ejecución planteados, obedece y se justifica en que son trabajadores de empresas afiliadas y de empresas pertenecientes a la cadena productiva de CAMACOES que tienen sus sedes en las ciudades mencionadas y en las cuales se priorizó la necesidad de formación propuesta, así como colaboradores de aliados estratégicos que hacen parte de la red multisectorial que el gremio ha establecido en distintas regiones geográficas en virtud de su objeto social y objetivos misionales, que incluyen, para el caso, los departamentos incorporados en esta acción de formación.

Descripción 19 de 22

Continuación... LUGAR DE EJECUCIÓN:

N/A

Descripción 20 de 22

15. CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

UNIDAD TEMÁTICA 1. Marketing agropecuario y agroindustrial. Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.2.4 Profesional internacional con título de maestría en áreas de ingeniería, economía, administración, comunicación social o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en temas relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como gestión de empresas del sector agro, gestión de marketing, gestión de planes de marketing digital, gestión de equipos o afines. La experiencia laboral se debe certificar en por lo menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento, con la temática afín con el objeto de formación que va a impartir. Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica. Competencias técnicas: capacidad de diseñar planes de marketing digital en el sector agro, capacidad de definir modelos de comunicación interna basada en PNL. Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas. Competencias pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, resolución de problemas y escucha activa. Número de horas a impartir: 4 horas.
UNIDAD TEMÁTICA 2. Marketing en internet. Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.2.4 Profesional internacional con título de maestría en áreas de ingeniería, economía, administración, comunicación social o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en temas relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como gestión de empresas del sector agro, gestión de marketing, gestión de planes de marketing digital, gestión de equipos o afines. La experiencia laboral se debe certificar en por lo menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento, con la temática afín con el objeto de formación que va a impartir. Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica. Competencias técnicas: capacidad de diseñar planes de marketing digital en el sector agro, capacidad de definir modelos de comunicación interna basada en PNL. Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas. Competencias pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, resolución de problemas y escucha activa. Número de horas a impartir: 6 horas.
UNIDAD TEMÁTICA 3. Promoción y herramientas promocionales en internet. Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.2.4 Profesional internacional con título de maestría en áreas de ingeniería, economía, administración, comunicación social o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en temas relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como gestión de empresas del sector agro, gestión de marketing, gestión de planes de marketing digital, gestión de equipos o afines. La experiencia laboral se debe certificar en por lo menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento, con la temática afín con el objeto de formación que va a impartir. Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica. Competencias técnicas: capacidad de diseñar planes de marketing digital en el sector agro, capacidad de definir modelos de comunicación interna basada en PNL.

Descripción 21 de 22

Continuación... CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas. Competencias pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, resolución de problemas y escucha activa. Número de horas a impartir: 6 horas.
UNIDAD TEMÁTICA 4. Mejora de las habilidades de comunicación a través de la PNL (Programación Neurolingüística). Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.2.4 Profesional internacional con título de maestría en áreas de ingeniería, economía, administración, comunicación social o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en temas relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como gestión de empresas del sector agro, gestión de marketing, gestión de planes de marketing digital, gestión de equipos o afines. La experiencia laboral se debe certificar en por lo menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento, con la temática afín con el objeto de formación que va a impartir. Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica. Competencias técnicas: capacidad de diseñar planes de marketing digital en el sector agro, capacidad de definir modelos de comunicación interna basada en PNL. Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas. Competencias pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, resolución de problemas y escucha activa. Número de horas a impartir: 4 horas.

Descripción 22 de 22

16. CAPACITADOR PERSONA JURÍDICA:

La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto, es Adalid Inmark Colombia SAS, Cuya actividad principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559 (otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560 (actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área, cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social.
ADALID INMARK COLOMBIA SAS, cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz ADALID SC S.L. con una trayectoria de más de 15 años en España y Chile y sus entidades adscritas, Instituto Europa e Innovación y cualificación, quienes como socios aportan sus expertos internacionales, material didáctico y formativo
ADALID INMARK COLOMBIA acredita cinco (5) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. Adicionalmente cuenta con cinco (5) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados), a entidades públicas o privadas.

PERFILES 1 (Total: 4)

Acción de Formación

Formación Académica	Experiencia Relacionada	Años Experiencia Relacionada	Experiencia Específica	Años Experiencia Específica	Clasificación
UNIDAD TEMÁTICA 1. Marketing agropecuario y agroindustrial. Formación académica: R01.2.4 Profesional con título de maestría. Áreas: ingeniería, economía, administración, comunicación social o afines.	Gestión en: gestión de empresas del sector agro, gestión de marketing, gestión de planes de marketing digital, gestión de equipos, o áreas o funciones relacionados con la formación a impartir. Con experiencia laboral, en temáticas afines al objeto de la formación que se	5	NO APLICA	0	CAPACITADOR INTERNACIONAL

	va a impartir, en al menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento. Experiencia en formación o capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica.				
UNIDAD TEMÁTICA 2. Marketing en internet. Formación académica: R01.2.4 Profesional con título de maestría. Áreas: ingeniería, economía, administración, comunicación social o afines.	Gestión en: gestión de empresas del sector agro, gestión de marketing, gestión de planes de marketing digital, gestión de equipos, o áreas o funciones relacionados con la formación a impartir. Con experiencia laboral, en temáticas afines al objeto de la formación que se va a impartir, en al menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento. Experiencia en formación o capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica.	5	NO APLICA	0	CAPACITADOR INTERNACIONAL
UNIDAD TEMÁTICA 3. Promoción y herramientas promocionales en internet. Formación académica: R01.2.4 Profesional con título de maestría. Áreas: ingeniería, economía, administración, comunicación social o afines.	Gestión en: gestión de empresas del sector agro, gestión de marketing, gestión de planes de marketing digital, gestión de equipos, o áreas o funciones relacionados con la formación a impartir. Con experiencia laboral, en temáticas afines al	5	NO APLICA	0	CAPACITADOR INTERNACIONAL

	objeto de la formación que se va a impartir, en al menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento. Experiencia en formación o capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica.				
UNIDAD TEMÁTICA 4. Mejora de las habilidades de comunicación a través de la PNL (Programación Neurolingüística). Formación académica: R01.2.4 Profesional con título de maestría. Áreas: ingeniería, economía, administración, comunicación social o afines.	Gestión en: gestión de empresas del sector agro, gestión de marketing, gestión de planes de marketing digital, gestión de equipos, o áreas o funciones relacionados con la formación a impartir. Con experiencia laboral, en temáticas afines al objeto de la formación que se va a impartir, en al menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento. Experiencia en formación o capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica.	5	NO APLICA	0	CAPACITADOR INTERNACIONAL

Presupuesto de la Acción de Formación AF6. Marketing digital en empresas agro 4.0 (Total: 4)

Acción de Formación

Rubro	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
				Especie - %		Dinero - %		
		90,010,500	75.7	0	0.0	28,885,500	24.3	118,896,000

Rubro	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
				Especie - %		Dinero - %		
R01.2.4 Honor. Cap. Inter. Maestria Exp 5 años	UT1, UT2, UT3, UT4. Honorarios Capacitadores Internacionales - Profesional con título de Maestría 5 años experiencia	65,850,500	75.84	0	0	20,974,500	24.16	86,825,000
R05.1.2 Libros Electrónico / Digital	Material de formación digital - Libro electrónico / digital	15,140,000	75.71	0	0	4,858,000	24.29	19,998,000
R08 Gastos de Operación del Proyecto	Gastos de operación del proyecto	9,020,000	75.87	0	0	2,869,000	24.13	11,889,000
R10.2 Garantías	Garantías	0	0	0	0	184,000	100	184,000
		90,010,500	75.7	0	0.0	28,885,500	24.3	118,896,000

Resumen por rubros de la Acción de Aprendizaje (Total: 4) Acción de Formación

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R01.2.4 Honor. Cap. Inter. Maestria Exp 5 años	65850500	75.84%	0	0%	20,974,500	24.16%	86,825,000
R05.1.2 Libros Electrónico / Digital	15140000	75.71%	0	0%	4,858,000	24.29%	19,998,000
R08 Gastos de Operación del Proyecto	9020000	75.87%	0	0%	2,869,000	24.13%	11,889,000
R10.2 Garantías	0	0%	0	0%	184,000	100%	184,000
Totales	90,010,500	75.71	0	0.00	28,885,500	24.29	118,896,000

Cobertura geográfica de la Acción de Formación AF6. Marketing digital en empresas agro 4.0 (Total: 5) Acción de Formación

Ciudad - Región	Porcentaje
NEIVA - HUILA	20
CALI - VALLE DEL CAUCA	20
TUNJA - BOYACA	20
MONTERIA - CORDOBA	20
PASTO - NARIÑO	20

ACCIÓN DE FORMACIÓN 7 DE 9

AF7. Habilidades directivas en escenarios de crisis

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 AF7. Habilidades directivas en escenarios de crisis

Acción de Formación

Norma de competencia	
Número de beneficiarios	120
Beneficiarios empresa	120

Beneficiarios SENA	0
Perfíl beneficiarios	Área funcional: dirección general, dirección de área o afines. Nivel ocupacional: 100% alta dirección Nivel de estudios: profesionales, técnicos o tecnólogos en administración, ingeniería, ciencias sociales o afines.
Número de grupos	4
Número de días x grupo	4

Horas de la Acción de Formación

Horas teóricas presenciales por grupo	6	**Horas prácticas presenciales por grupo**	2	**Total horas presenciales por grupo**	8
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	8
				Total de horas acción	32

Entidades de la Acción de Formación AF7. Habilidades directivas en escenarios de crisis (Total: 1)

Acción de Formación

Nombre de la entidad	Papel
Cámara de Comercio Hispano Colombiana	PROPONENTE

Descripciones de la Acción de Formación AF7. Habilidades directivas en escenarios de crisis (Total: 22)

Acción de Formación

Descripción 1 de 22

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE RECOPILACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS INDICANDO LA FUENTE: La encuesta CAMACOES de necesidades de formación para el año 2021 aplicada digitalmente en febrero de 2021 estableció que el 11% de las empresas requieren de formación en competencias transversales. Así mismo las empresas manifestaron estos impactos relacionados con el Covid 19: 67% incremento de inversión en tecnología, 62% reducción de facturación, 33% búsqueda de nuevas líneas de financiación, 33% cambio de modelo de negocio, 33% cese temporal de actividades, 29% reducción de plantilla de personal y 29% renegociación de condiciones laborales. Evidenciándose un panorama de crisis que requiere fortalecer las competencias de los directivos.

A nivel internacional el estudio de Tendencias de aprendizaje en el entorno laboral 2021 realizado por Udemy for Business estableció que Objetivo principal de los programas de aprendizaje y desarrollo en 2020: 62% reducir brechas de habilidades, 46% Impulsar el crecimiento de la organización y 44% Mejorar el compromiso de los empleados con la compañía. Identificando dentro de las tendencias del 2021 la de bienestar mental y productividad y colaboración. Adicionalmente el BID en mayo de 2020 indicó que COVID-19 trae cambios no solo para las personas, sino también para las empresas. Frente a un futuro incierto, en donde muchos trabajadores y emprendedores se adaptan, actualizarse y reinventarse, el reto está en promover la formación en habilidades transversales.

A nivel nacional, Computrabajo realizó un estudio a finales del 2020 identificando estas características de la formación en el año 2021: Adaptar la formación a las necesidades estratégicas de la empresa; formación para todos; un programa para cada colaborador; usar gamificación; valores de marca que influyen el desarrollo de competencias y digital learning.

HUBSPOT indica que el manejo o gestión de crisis es el proceso de preparación y de manejo de cualquier situación disruptiva o inesperada que afecte al negocio, a los inversionistas, a los empleados, a los clientes y, a los ingresos. En este sentido el impacto de la pandemia del COVID 19 ha generado una crisis, de distintas magnitudes, en las empresas.

CAMACOES analizando los datos cuantitativos y cualitativos descritos ha priorizado la AF7. Habilidades directivas en

escenarios de crisis, atendiendo las demandas de los afiliados en materia de competencias transversales y orientando la acción específicamente al nivel de alta dirección que requiere acompañamiento y apoyo para el desarrollo de sus competencias.
PROBLEMA(S) O NECESIDAD(ES) DE FORMACIÓN DETECTADAS: Los directivos de las empresas necesitan fortalecer sus competencias transversales para gestionar la crisis producida por el COVID 19, respondiendo ágilmente y liderando a sus equipos de trabajo de manera positiva y con un enfoque estratégico.
CAUSAS: La necesidad de fortalecer competencias transversales siempre ha existido porque son fundamentales para responder a los retos de la sociedad actual, y para mejorar la capacidad de relacionarse con otros en pro del cumplimiento de los objetivos organizacionales. Las épocas de crisis alertan sobre la premura en el fortalecimiento de estas competencias. Dentro de las causas por las cuales no se realizan acciones de formación exclusivas para directivos está la tendencia empresarial a enfocarse en las urgencias del día a día.
EFECTOS: Si los directivos no fortalecen sus habilidades para gestionar escenarios de crisis, no podrán liderar respuestas efectivas y pertinentes que contribuyan a la sostenibilidad y a la continuidad del negocio. Además, perderán la confianza de sus equipos, generando nuevos motivos de crisis que dificultan la reorientación de la gestión.

Descripción 2 de 22

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

ENFOQUE: Esta acción se enfoca al desarrollo productivo incidiendo en las tareas estratégicas de la alta dirección. Generando innovaciones en los procesos de dirección, seguimiento y control de la gestión organizacional.
POR QUE ES UNA ACCIÓN DE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA: Esta es una acción de formación continua especializada porque es una acción de corta duración que garantiza la profundización de conocimientos, habilidades y destrezas, permitiendo la aplicación de los mismos en el contexto laboral inmediato, asegurando la calidad, comprensión y uso del pensamiento crítico y analítico de la labor realizada o de la tarea a ejecutar, con el propósito de encaminar al trabajador a su actualización laboral, para responder a las necesidades específicas de las empresas, que surge de la implementación de mejoras tecnológicas, nuevas metodologías y herramientas, aumentando la productividad y empleabilidad de los trabajadores y la competitividad de las mismas.
ALINEACIÓN CON PRIORIDADES SENA 2021: Está alineada con la promoción de la innovación en las empresas y también se alinea con los siguientes sectores priorizados por el SENA en los que se cuenta con afiliados al gremio. Son: Transporte, Turismo, Construcción, Industria y Educación.

Descripción 3 de 22

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

N/A

Descripción 4 de 22

2. OBJETIVOS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN:

Fortalecer las competencias directivas para la gestión de crisis, mediante el desarrollo de nuevas estrategias para liderar equipos, que den respuesta a los retos organizacionales para la reactivación económica, la sostenibilidad y el crecimiento empresarial. Esta acción permitirá que los directivos participantes fundamenten su trabajo liderando el cambio, gestionando conflictos, utilizando inteligencia emocional y optimizando la gestión del tiempo en momentos de crisis. Las empresas podrán responder de manera pertinente a los retos y desafíos del mercado.

Descripción 5 de 22

3. POBLACIÓN BENEFICIARIA DE LAS ACCIONES DE FORMACIÓN:

ÁREA FUNCIONAL: dirección general, dirección de área o afines. NIVEL OCUPACIONAL: 100% alta dirección. FUNCIONES O TAREAS QUE DESEMPEÑAN: diseñar estrategias organizacionales, controlar el cumplimiento de metas empresariales, liderar equipos directivos o afines. TIPO DE VINCULACIÓN LABORAL: principalmente contrato laboral a término indefinido. NIVEL DE ESCOLARIDAD: profesionales, técnicos o tecnólogos en administración, ingeniería, ciencias sociales o afines. ACCESO A LAS TIC: Son personas con competencias digitales que les permiten acceder al uso de computadores y demás dispositivos y utilizar aplicaciones a nivel de usuario para el desarrollo de sus funciones. Acceden a conectividad para el desarrollo de sus actividades. RELACIÓN ENTRE EL PERFIL DESCRITO Y EL OBJETO DE LA FORMACIÓN: Los beneficiarios identificados son los directivos responsables de la gestión en momentos de crisis en las empresas por lo que fortalecerán sus competencias para mejorar el desempeño en su trabajo. JUSTIFICACIÓN DE INCLUSIÓN DE TRABAJADORES DE MIPYMES Y DE CADENA PRODUCTIVA: se tendrá mínimo el 50% de beneficiarios de MIPYMES, esto considerando que el 73% de las empresas afiliadas son MIPYMES. La inclusión de personas de la cadena productiva se justifica porque la acción de CAMACOES y sus afiliados está centrada en la promoción de las relaciones comerciales de España y Colombia, y para esto se requiere garantizar calidad por parte de todas las empresas de la cadena productiva de los distintos sectores atendidos.

Descripción 6 de 22

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

Sector: Transporte. Subsector: Logística. Aerolíneas.
Sector: Turismo. Subsector: Agencias de viajes.

Sector: Construcción. Subsector: Obra civil. Edificaciones.
Sector: Industrial. Subsector: Cosmético. Editorial.
Sector: Educación. Subsector: Educación básica, secundaria, media y superior. Educación informal.
Sector: Comercio. Subsector: Mayoristas y minoristas.
Sector: Servicios. Subsector: Alimentos y bebidas. Banca. Cajas de compensación. Consultoría. Servicios jurídicos.
Sector: Minero. Subsector: Minero energético.
Sector: Solidario. Subsector: Fundaciones.

Descripción 7 de 22

5. EVENTO DE FORMACIÓN:

TIPO DE EVENTO: Seminario. Justificación del tipo de evento: Es un espacio orientado por uno o varios capacitadores que imparten conocimientos y se caracteriza por profundizar en una temática determinada. Esta modalidad permite el trabajo con una metodología teórico-práctica, favoreciendo la actualización de conocimientos de los participantes.

Descripción 8 de 22

6. MODALIDAD DE FORMACIÓN:

PAT. Presencial asistida por tecnologías. Este espacio de encuentro favorecerá la interacción entre capacitadores y beneficiarios, incrementando las posibilidades de aprehensión de los conocimientos de saber y de proceso propuestos. Simultáneamente el espacio de formación promoverá las relaciones de networking entre los participantes y la puesta en común de experiencias empresariales diversas.

Descripción 9 de 22

7. UNIDADES TEMÁTICAS:

UNIDAD TEMÁTICA 1. Liderar el cambio en entornos de incertidumbre. Número de horas: 2. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de establecer estrategias de cambio en momentos de incertidumbre. Contenido: Crisis y gestión del cambio. El concepto de empresa: la función directiva y de mando. Legitimidad del mando. Principales competencias directivas. Relaciones entre mando y colaborador. Tipologías. El rol del equipo directivo
UNIDAD TEMÁTICA 2. Conflictos en escenarios de crisis. Número de horas: 2. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de diseñar instrumentos para la gestión de conflictos en escenarios de crisis. Contenido: Definición de conflicto. Formas del conflicto. Niveles de conflicto. Ventajas e inconvenientes del conflicto. Estrategias de resolución del conflicto. Comportamientos de los miembros del equipo ante el conflicto
UNIDAD TEMÁTICA 3. Inteligencia emocional para el éxito en la gestión directiva. Número de horas: 2. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de autoevaluar la gestión emocional en la labor directiva. Contenido: Mapa de la inteligencia emocional. Directrices del aprendizaje de las habilidades emocionales. Diagnóstico personal y elección de personal.
UNIDAD TEMÁTICA 4. Optimizar la gestión del tiempo. Número de horas: 2. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de diseñar un modelo de gestión personal del tiempo. Contenido: Balance personal del tiempo. Análisis de los tiempos. Agrupación de actividades. Trabajo en bloques de tiempo. La matriz urgente e importante. Revisión de metas a largo plazo.

Descripción 10 de 22

Continuación... UNIDADES TEMÁTICAS:

N/A

Descripción 11 de 22

8. METODOLOGÍA:

Se trabajará con metodología teórico-práctica a partir del fundamento de conceptos teóricos y aplicaciones prácticas asociados a cada unidad temática. Se desarrolla mediante la exposición de los expertos de story telling, seguidos por actividades prácticas tales como juego de roles, simulaciones, resolución de casos y gamificación. El modelo de aprendizaje es el de aprendizaje colaborativo. El capacitador realiza una introducción motivando a los beneficiarios a identificar expectativas y conocimientos previos alrededor del tema de la unidad, se pasa después a realizar una exposición comentada de los principios teóricos de la unidad ilustrándolos con ejemplos y casos de éxito, de manera intercalada se realizan actividades participativas de manera individual y grupal usando para ello las herramientas propias de ZOOM y otras aplicaciones de gamificación como kahoot y jamboard. Las actividades suponen una socialización posterior de resultados y la generación de conclusiones grupales. El seguimiento de las horas prácticas presenciales con apoyo tecnológico lo realizará el capacitador mediante la observación directa y la revisión de resultados de las actividades planteadas.
METODOLOGÍA UNIDAD TEMÁTICA 1. Liderar el cambio en entornos de incertidumbre. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS: story telling. Juego de roles. Preguntas y respuestas. Trabajo en grupo. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Establecer vías para gestionar el cambio en momentos de crisis. Definir los desafíos de la función directiva en entornos de incertidumbre. Establecer las acciones que legitiman el rol directivo. Diagnosticar el estado de desarrollo de las competencias directivas requeridas para la gestión de crisis.

METODOLOGÍA DE LA UNIDAD TEMÁTICA 2. Conflictos en escenarios de crisis. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS: Diálogo y discusión. Trabajo en grupos. Representaciones gráficas. Debate grupal. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Analizar las implicaciones de los conflictos en el entorno laboral. Realizar un análisis de las formas y niveles del conflicto. Analizar las ventajas e inconvenientes del conflicto. Establece estrategias de resolución del conflicto. Diagnosticar los tipos de comportamientos de los miembros del equipo ante el conflicto
METODOLOGÍA DE LA UNIDAD TEMÁTICA 3. Inteligencia emocional para el éxito en la gestión directiva. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS: Mapas mentales. Discusión en grupos. Entrevistas semiestructuradas. Story telling. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Diseñar un mapa de la inteligencia emocional. Evaluar la utilidad de las directrices del aprendizaje de las habilidades emocionales. Realizar un diagnóstico personal de la gestión de la inteligencia emocional en el trabajo directivo.
METODOLOGÍA DE LA UNIDAD TEMÁTICA 4. Optimizar la gestión del tiempo. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS: Exposición. Gamificación. Debate grupal. Representaciones gráficas. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Realizar un análisis personal de la gestión del tiempo. Definir los factores de análisis de los tiempos. Proponer estrategias para agrupación de actividades. Establecer rutinas de trabajo en bloques de tiempo. Realizar un análisis comparado de lo urgente y lo importante.

Descripción 12 de 22

Continuación... METODOLOGÍA:

N/A

Descripción 13 de 22

9. MATERIAL DE FORMACIÓN:

Se garantizará la puesta a disposición de los beneficiarios de un libro electrónico digital que cumple con la normativa vigente de propiedad intelectual; y que, estimula y facilita el desarrollo de la acción de formación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.
El libro digital estará metodológicamente estructurado y guardará coherencia con los objetivos de la formación, el perfil de los beneficiarios, las unidades temáticas y la metodología de la formación, facilitando la transferencia de conocimiento. Será de producción reciente, menos de dos años, según lo solicitado en los pliegos. Contará con el correspondiente ISBN. El libro contiene exposición de contenidos, ejercicios de repaso y actividades de autoevaluación para facilitar el aprendizaje autónomo por parte de los beneficiarios.
Se entregará un link a cada beneficiario para su descarga, uso y consulta permanente.
DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS Y JUSTIFICACIÓN DE LA PERTINENCIA DE SU INCLUSIÓN Y LA RELACIÓN CON LAS UNIDADES TEMÁTICAS A IMPARTIR: El libro digital desarrolla y complementa los contenidos vistos en las sesiones PAT de manera que los participantes puedan apropiarse de los conceptos y potenciar el desarrollo de las competencias de las 4 unidades: UNIDAD TEMÁTICA 1. Liderar el cambio en entornos de incertidumbre, UNIDAD TEMÁTICA 2. Conflictos en escenarios de crisis, UNIDAD TEMÁTICA 3. Inteligencia emocional para el éxito en la gestión directiva y UNIDAD TEMÁTICA 4. Optimizar la gestión del tiempo. El libro Incluye definiciones, ejemplos, gráficas, cuestionarios de autoevaluación y material de referencia. Permite a los beneficiarios contar con información detallada para el estudio y repaso fuera de las sesiones presenciales con apoyo tecnológico.

Descripción 14 de 22

10. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS:

Durante el desarrollo de la acción formativa los capacitadores estarán controlando la evolución del desempeño de los participantes en las actividades propuestas mediante observaciones y calificaciones que consignarán en la matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa.
Se asocia un resultado de aprendizaje a cada unidad temática, referido a lo que los trabajadores deben ser capaces de hacer al finalizar el proceso formativo en términos de conocimientos, destrezas y habilidades. Así mismo se establece un resultado asociado a la satisfacción general de los participantes.
R1. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de establecer estrategias de cambio en momentos de incertidumbre. Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque se focalizará el esfuerzo permitiendo incrementar la eficiencia, la eficacia y la pertinencia de las decisiones directivas.
R2. EL 85% de los beneficiarios están en capacidad de diseñar instrumentos para la gestión de conflictos en escenarios de crisis. Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque en los momentos de crisis la carga emocional se incrementa dificultado el normal desarrollo del trabajo, así que contar con instrumentos para la gestión de este tipo de conflictos incide en el mejoramiento el clima organizacional y en los resultados que obtengan los distintos grupos de trabajo.
R3. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de autoevaluar la gestión emocional en la labor directiva. Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque tendrán elementos para iniciar procesos de transformación personal que permitan un mejor desarrollo de sus responsabilidades.
R4. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de diseñar un modelo de gestión personal del tiempo. Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque el tiempo es un recurso limitado cuya utilización condiciona los espacios dedicados a las dimensiones profesionales y personales.
R5. El 85% de los beneficiarios manifiestan estar satisfechos con la acción formativa en la que participan.

Fuente de verificación 1: Informe de matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Calificación mínima 2 puntos correspondiente al Nivel Medio. Momento 1: a la finalización de la acción formativa. Fuente de verificación 2: Informe de tabulación de encuestas de satisfacción. Calificación mínima de 3. Momento 2: a la finalización de la acción formativa.

Descripción 15 de 22

11. EVALUACIÓN DE APRENDIZAJE:

El sistema de seguimiento y evaluación propuesto pone de manifiesto la evaluación continua, integral, cualitativa y cuantitativa. MATRIZ DE EVALUACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA: Cada participante recibirá una calificación numérica asociada al desempeño en las actividades prácticas desarrolladas, a la comprensión de los contenidos abordados y a los logros en la aplicación de los conocimientos en las actividades prácticas. Así mismo el capacitador emitirá una valoración cualitativa del participante referente a su motivación y participación en las actividades prácticas propuestas y en las actividades teóricas realizadas. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN: Al finalizar la acción formativa cada participante diligenciará una encuesta que medirá su satisfacción sobre los aspectos logísticos, la estructura del programa y las habilidades y conocimientos de los capacitadores. De manera permanente los participantes contarán con un correo electrónico y datos de contacto personal para el reporte de incidencias o la notificación de comentarios, de manera que se tomen las medidas correctivas pertinentes.

Descripción 16 de 22

12. AMBIENTE DE APRENDIZAJE:

Se pone a disposición la plataforma virtual MOODLE del proyecto PFCE en el cual se dispone de un aula virtual para cada grupo en la que se incluyen enlaces a sesiones ZOOM para la realización de las sesiones en modalidad PAT. Adicionalmente estas aulas alojarán las grabaciones de las sesiones PAT y las presentaciones de los expertos, así como información general de la acción formativa y enlaces a encuestas, según corresponda. Cada participante autónomamente deberá disponer de los dispositivos y conectividad requerida para acceso a la plataforma virtual. Se cumple lo establecido en el ANEXO 14.

Descripción 17 de 22

13. CARACTERÍSTICAS DE LA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA O PLATAFORMA VIRTUAL:

HERRAMIENTA TECNOLÓGICA: La plataforma contiene enlaces a la aplicación ZOOM para la realización de sesiones PAT. La aplicación ZOOM cumple con los requerimientos y funcionalidades indicados en el Anexo 14 de la documentación de la presente convocatoria. Entre otras herramientas cuenta con opción para votaciones, chat, control de asistencia, conexión con voz y con imagen. La aplicación ZOOM se complementa con otras aplicaciones de gamificación que facilitan la interacción de beneficiarios y de expertos.

Descripción 18 de 22

14. LUGAR DE EJECUCIÓN:

Cuatro (4) grupos:
Grupo 1: Pasto (Nariño) // Cúcuta (Norte de Santander) //Barranquilla (Atlántico)
Grupo 2: Montería (Córdoba) // Tunja (Boyacá) // Santa Marta (Magdalena)
Grupo 3: Ibagué (Tolima) // Riohacha (La Guajira) // Cali (Valle)
Grupo 4: Facatativá (Cundinamarca) // Neiva (Huila) // Bogotá (Bogotá D.C.)
La relación de los beneficiarios con los lugares de ejecución planteados, obedece y se justifica en que son trabajadores de empresas afiliadas y de empresas pertenecientes a la cadena productiva de CAMACOES que tienen sus sedes en las ciudades mencionadas y en las cuales se priorizó la necesidad de formación propuesta, así como colaboradores de aliados estratégicos que hacen parte de la red multisectorial que el gremio ha establecido en distintas regiones geográficas en virtud de su objeto social y objetivos misionales, que incluyen, para el caso, los departamentos incorporados en esta acción de formación.

Descripción 19 de 22

Continuación... LUGAR DE EJECUCIÓN:

N/A

Descripción 20 de 22

15. CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

UNIDAD TEMÁTICA 1. Liderar el cambio en entornos de incertidumbre. Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.2.4 Profesional internacional con título de maestría en áreas de ingeniería, sicología, comunicación social, administración o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en temas relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como: dirección de empresas, gestión de proyectos, gestión del talento, coaching y/o mentoring a directivos, formación empresarial o afines. La experiencia laboral se debe certificar en por lo menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento, con la temática afín con el objeto de formación que va a impartir. Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o

formación pedagógica. Competencias técnicas: capacidad de liderar equipos directivos, capacidad de definir estrategias de mejoramiento de las competencias transversales, capacidad de diseñar planes de gestión del cambio en las organizaciones. Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas. Competencias pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, resolución de problemas y escucha activa. Número de horas a impartir: 2 horas.
UNIDAD TEMÁTICA 2. Conflictos en escenarios de crisis. Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.2.4 Profesional internacional con título de maestría en áreas de ingeniería, sicología, comunicación social, administración o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en temas relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como: dirección de empresas, gestión de proyectos, gestión del talento, coaching y/o mentoring a directivos, formación empresarial o afines. La experiencia laboral se debe certificar en por lo menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento, con la temática afín con el objeto de formación que va a impartir. Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica. Competencias técnicas: capacidad de liderar equipos directivos, capacidad de definir estrategias de mejoramiento de las competencias transversales, capacidad de diseñar planes de gestión del cambio en las organizaciones. Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas. Competencias pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, resolución de problemas y escucha activa. Número de horas a impartir: 2 horas.
UNIDAD TEMÁTICA 3. Inteligencia emocional para el éxito en la gestión directiva. Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.2.4 Profesional internacional con título de maestría en áreas de ingeniería, sicología, comunicación social, administración o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en temas relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como: dirección de empresas, gestión de proyectos, gestión del talento, coaching y/o mentoring a directivos, formación empresarial o afines. La experiencia laboral se debe certificar en por lo menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento, con la temática afín con el objeto de formación que va a impartir. Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica.

Descripción 21 de 22

Continuación... CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

Competencias técnicas: capacidad de liderar equipos directivos, capacidad de definir estrategias de mejoramiento de las competencias transversales, capacidad de diseñar planes de gestión del cambio en las organizaciones. Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas. Competencias pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, resolución de problemas y escucha activa. Número de horas a impartir: 2 horas.
UNIDAD TEMÁTICA 4. Optimizar la gestión del tiempo. Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.2.4 Profesional internacional con título de maestría en áreas de ingeniería, sicología, comunicación social, administración o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en temas relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como: dirección de empresas, gestión de proyectos, gestión del talento, coaching y/o mentoring a directivos, formación empresarial o afines. La experiencia laboral se debe certificar en por lo menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento, con la temática afín con el objeto de formación que va a impartir. Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica. Competencias técnicas: capacidad de liderar equipos directivos, capacidad de definir estrategias de mejoramiento de las competencias transversales, capacidad de diseñar planes de gestión del cambio en las organizaciones. Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas. Competencias pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, resolución de problemas y escucha activa. Número de horas a impartir: 2 horas.

Descripción 22 de 22

16. CAPACITADOR PERSONA JURÍDICA:

La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto, es Adalid Inmark Colombia SAS, Cuya actividad principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559 (otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560 (actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área, cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social. ADALID INMARK COLOMBIA SAS, cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz ADALID SC S.L. con una trayectoria de más de 15 años en España y Chile y sus entidades adscritas, Instituto Europa e Innovación y cualificación, quienes como socios aportan sus expertos internacionales, material didáctico y formativo
ADALID INMARK COLOMBIA acredita cinco (5) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. Adicionalmente cuenta con cinco (5) años de experiencia en la prestación de

servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados), a entidades públicas o privadas.

PERFILES 1 (Total: 4) Acción de Formación

Formación Académica	Experiencia Relacionada	Años Experiencia Relacionada	Experiencia Específica	Años Experiencia Específica	Clasificación
UNIDAD TEMÁTICA 1. Liderar el cambio en entornos de incertidumbre. Formación académica: R01.2.4 Profesional con título de maestría. Áreas: ingeniería, sicología, comunicación social, administración o afines.	Gestión en: dirección de empresas, gestión de proyectos, gestión del talento, coaching y/o mentoring a directivos, formación empresarial, o áreas o funciones relacionados con la formación a impartir. Con experiencia laboral, en temáticas afines al objeto de la formación que se va a impartir, en al menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento. Experiencia en formación o capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica.	5	NO APLICA	0	CAPACITADOR INTERNACIONAL
UNIDAD TEMÁTICA 2. Conflictos en escenarios de crisis. Formación académica: R01.2.4 Profesional con título de maestría. Áreas: ingeniería, sicología, comunicación social, administración o afines.	Gestión en: dirección de empresas, gestión de proyectos, gestión del talento, coaching y/o mentoring a directivos, formación empresarial, o áreas o funciones relacionados con la formación a impartir. Con experiencia laboral, en temáticas afines al objeto de la formación que se va a impartir, en al menos tres (3)	5	NO APLICA	0	CAPACITADOR INTERNACIONAL

	países diferentes a su país de nacimiento. Experiencia en formación o capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica.				
UNIDAD TEMÁTICA 3. Inteligencia emocional para el éxito en la gestión directiva. Formación académica: R01.2.4 Profesional con título de maestría. Áreas: ingeniería, sicología, comunicación social, administración o afines.	Gestión en: dirección de empresas, gestión de proyectos, gestión del talento, coaching y/o mentoring a directivos, formación empresarial, o áreas o funciones relacionados con la formación a impartir. Con experiencia laboral, en temáticas afines al objeto de la formación que se va a impartir, en al menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento. Experiencia en formación o capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica.	5	NO APLICA	0	CAPACITADOR INTERNACIONAL
UNIDAD TEMÁTICA 4. Optimizar la gestión del tiempo. Formación académica: R01.2.4 Profesional con título de maestría. Áreas: ingeniería, sicología, comunicación social, administración o afines.	Gestión en: dirección de empresas, gestión de proyectos, gestión del talento, coaching y/o mentoring a directivos, formación empresarial, o áreas o funciones relacionados con la formación a impartir. Con experiencia laboral, en temáticas afines al objeto de la formación que se	5	NO APLICA	0	CAPACITADOR INTERNACIONAL

	va a impartir, en al menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento. Experiencia en formación o capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica.				

Presupuesto de la Acción de Formación AF7. Habilidades directivas en escenarios de crisis (Total: 4)

Acción de Formación

Rubro	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
				Especie - %		Dinero - %		
R01.2.4 Honor. Cap. Inter. Maestria Exp 5 años	UT1, UT2, UT3, UT4. Honorarios Capacitadores Internacionales - Profesional con título de Maestría 5 años experiencia	21,062,000	75.81	0	0	6,722,000	24.19	27,784,000
R05.1.2 Libros Electrónico / Digital	Material de formación digital - Libro electrónico / digital	12,100,000	75.63	0	0	3,898,400	24.37	15,998,400
R08 Gastos de Operación del Proyecto	Gastos de operación del proyecto	3,730,000	76.54	0	0	1,143,000	23.46	4,873,000
R10.2 Garantías	Garantías	0	0	0	0	76,000	100	76,000
		36,892,000	75.7	0	0.0	11,839,400	24.3	48,731,400

Resumen por rubros de la Acción de Aprendizaje (Total: 4)

Acción de Formación

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R01.2.4 Honor. Cap. Inter. Maestria Exp 5 años	21062000	75.81%	0	0%	6,722,000	24.19%	27,784,000
R05.1.2 Libros Electrónico / Digital	12100000	75.63%	0	0%	3,898,400	24.37%	15,998,400
R08 Gastos de Operación del Proyecto	3730000	76.54%	0	0%	1,143,000	23.46%	4,873,000
R10.2 Garantías	0	0%	0	0%	76,000	100%	76,000
Totales	36,892,000	75.70	0	0.00	11,839,400	24.30	48,731,400

Cobertura geográfica de la Acción de Formación AF7. Habilidades directivas en escenarios de crisis (Total: 12)

Acción de Formación

Ciudad - Región	Porcentaje
TUNJA - BOYACA	8
MONTERIA - CORDOBA	9
BARRANQUILLA - ATLANTICO	9

CUCUTA - NORTE SANTANDER	9
PASTO - NARIÑO	9
BOGOTA - DISTRITO CAPITAL	8
NEIVA - HUILA	8
FACATATIVA - CUNDINAMARCA	8
CALI - VALLE DEL CAUCA	8
RIOHACHA - LA GUAJIRA	8
IBAGUE - TOLIMA	8
SANTA MARTA - MAGDALENA	8

ACCIÓN DE FORMACIÓN 8 DE 9

AF8. Innovación empresarial con Design Thinking

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 AF8. Innovación empresarial con Design Thinking

Acción de Formación

Norma de competencia	
Número de beneficiarios	50
Beneficiarios empresa	50
Beneficiarios SENA	0
Perfil beneficiarios	Área funcional: dirección, servicios, administración, planeación, I+D, proyectos o afines. Nivel ocupacional: 35% operativo; 50% medio; 15% alta dirección. Nivel de estudios : profesionales, tecnólogos o técnicos en áreas de administración, ingeniería, ciencias sociales o afines.
Número de grupos	2
Número de días x grupo	6

Horas de la Acción de Formación

Horas teóricas presenciales por grupo	9	**Horas prácticas presenciales por grupo**	15	**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 AF8. Innovación empresarial con Design Thinking (Total: 1)

Acción de Formación

Nombre de la entidad	Papel
Cámara de Comercio Hispano Colombiana	PROPONENTE

Descripciones de la Acción de Formación AF8. Innovación empresarial con Design Thinking (Total: 22)

Acción de Formación

Descripción 1 de 22

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE RECOPILACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS INDICANDO LA FUENTE: La encuesta CAMACOES de necesidades de formación para el año 2021 aplicada digitalmente en febrero de 2021 estableció que el 28% de las empresas deben formarse para la Revolución 4.0 lo que supone una preparación previa y un cambio cultural en la línea de innovación. CAMACOES ha realizado esfuerzos de formación para promover la innovación en las empresas en 2016, 2017 y 2020. En el año 2020 se llevó a cabo el Bootcamp "Renovación de catálogos de servicios basada en Design Thinking", que sirve de base para el planteamiento de la acción formativa de este año ampliando su campo de acción a todas las empresas afiliadas a CAMACOES y ajustando la denominación y el alcance de la acción, teniendo ahora por título "Innovación empresarial con Design Thinking" y abriendo los ámbitos de innovación a productos y procesos, además del específico de servicios.
La Universidad Internacional de La Rioja (UNIR) destacó a finales de 2019 la importancia de la capacidad de la innovación como factor decisivo en el contexto de la Revolución 4.0. Mencionando que la innovación es una necesidad constante. Interesa a la iniciativa privada porque permite la continuidad de su trabajo en un entorno competitivo y en evolución. Y también interesa a la iniciativa pública, porque ésta se enfrenta a retos de interés colectivo y común. Siendo la innovación de importancia práctica y funcional. Incorporarla en el trabajo de las organizaciones permite optimizar el trabajo en departamentos como el de investigación y desarrollo (I+D), ingeniería, diseño y mercadotecnia.
El Índice de Innovación en Colombia (IDIC) es una iniciativa del Departamento Nacional de Planeación (DNP) que mide comparativamente las capacidades y condiciones sistémicas para la innovación en los departamentos del país e identifica las asimetrías entre los departamentos mediante la identificación de sus fortalezas y oportunidades de mejora. En 2019 Bogotá-Cundinamarca y Antioquia siguen siendo los departamentos del grupo de desempeño Alto con un puntaje promedio de 67,17. En contraste, 8 departamentos tienen un desempeño Medio Bajo con un puntaje promedio de 22,84, y 8 departamentos con desempeño Bajo con un puntaje de 15,00. Lo anterior nos da una visión de las profundas brechas regionales entre los sistemas de innovación.
CAMACOES analizando los datos cuantitativos y cualitativos descritos se priorizó la AF8. Innovación empresarial con Design Thinking.
PROBLEMA(S) O NECESIDAD(ES) DE FORMACIÓN DETECTADAS: La necesidad de incorporar la innovación como función estratégica en las empresas se detecta como necesidad común, y que requiere del trabajo práctico para su adecuada solución, por lo que se plantea como uno de los Bootcamp del PFCE Camacoes 2021
CAUSAS: La reactivación económica y la imparable Revolución 4.0 generan una presión positiva sobre el sector productivo que evidencia aún más la necesidad de innovar. Los trabajadores se ven llamados a responder a estos nuevos desafíos y no cuentan con las competencias requeridas.
EFECTOS: Si los trabajadores no fortalecen sus competencias para la implementación de estrategias de innovación den las empresas no podrán participar de la necesaria transformación que es exigida por las demandas de la Revolución 4.0, a consecuencia de esto las empresas perderán competitividad.
ENFOQUE: El enfoque de esta acción formativa es competitividad. Siendo la innovación uno de los principales factores de competitividad de las empresas.
POR QUE ES UNA ACCIÓN DE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA: Esta es una acción de formación continua especializada porque es una acción de corta duración que garantiza la profundización de conocimientos, habilidades y destrezas, permitiendo la aplicación de los mismos en el contexto laboral inmediato, asegurando la calidad, comprensión y uso del pensamiento crítico

Descripción 2 de 22

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

y analítico de la labor realizada o de la tarea a ejecutar, con el propósito de encaminar al trabajador a su actualización laboral, para responder a las necesidades específicas de las empresas, que surge de la implementación de mejoras tecnológicas, nuevas metodologías y herramientas, aumentando la productividad y empleabilidad de los trabajadores y la competitividad de las mismas.
ALINEACIÓN CON PRIORIDADES SENA 2021: Está alineada con la promoción de la innovación en las empresas, con la Revolución 4.0 y también con los siguientes sectores priorizados por el SENA en los que se cuenta con afiliados al gremio. Son: Transporte, Turismo, Construcción, Industria y Educación.

Descripción 3 de 22

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

N/A

Descripción 4 de 22

2. OBJETIVOS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN:

Fortalecer las competencias de los participantes para diseñar e implementar un modelo de innovación adaptado al contexto de cada empresa, que les permita realizar innovaciones continuadas o disruptivas en sus procesos, productos o servicios utilizando Design Thinking. Esta acción permitirá a las empresas avanzar en el proceso de respuesta a los nuevos retos de la Revolución 4.0 y asumir un rol activo en la recuperación económica.

Descripción 5 de 22

3. POBLACIÓN BENEFICIARIA DE LAS ACCIONES DE FORMACIÓN:

ÁREA FUNCIONAL: dirección, servicios, administración, planeación, I+D+i, proyectos o afines. NIVEL OCUPACIONAL: 35% operativo; 50% medio; 15% alta dirección, vinculando a los tres niveles para garantizar el desarrollo de los niveles de competencia requeridos para la transformación estratégica y operativa que supone la incorporación de la innovación en la empresa. FUNCIONES O TAREAS QUE DESEMPEÑAN: diseño de productos o servicios, gestión de procesos, gestión de la innovación, planificación estratégica o afines. TIPO DE VINCULACIÓN LABORAL: principalmente contrato laboral a término indefinido. NIVEL DE ESCOLARIDAD: profesionales, tecnólogos o técnicos en áreas de administración, ingeniería, ciencias sociales o afines. ACCESO A LAS TIC: Son personas con competencias digitales que les permiten acceder al uso de computadores y demás dispositivos y utilizar aplicaciones a nivel de usuario para el desarrollo de sus funciones. Acceden a conectividad para el desarrollo de sus actividades. RELACIÓN ENTRE EL PERFIL DESCRITO Y EL OBJETO DE LA FORMACIÓN: Los beneficiarios identificados son las personas claves para asumir la responsabilidad de generar un modelo de innovación basada en Design Thinking por lo que aprovecharán la AF para el fortalecimiento de sus competencias y para incidir directamente en el mejoramiento de su desempeño. JUSTIFICACIÓN DE INCLUSIÓN DE TRABAJADORES DE MIPYMES Y DE CADENA PRODUCTIVA: se tendrá mínimo el 50% de beneficiarios de MIPYMES, esto considerando que el 73% de las empresas afiliadas son MIPYMES. La inclusión de personas de la cadena productiva se justifica porque la acción de CAMACOES y sus afiliados está centrada en la promoción de las relaciones comerciales de España y Colombia, y para esto se requiere garantizar calidad por parte de todas las empresas de la cadena productiva de los distintos sectores atendidos.

Descripción 6 de 22

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

Sector: Transporte. Subsector: Logística. Aerolíneas.
Sector: Turismo. Subsector: Agencias de viajes.
Sector: Construcción. Subsector: Obra civil. Edificaciones.
Sector: Industrial. Subsector: Cosmético. Editorial.
Sector: Educación. Subsector: Educación básica, secundaria, media y superior. Educación informal.
Sector: Comercio. Subsector: Mayoristas y minoristas.
Sector: Servicios. Subsector: Alimentos y bebidas. Banca. Cajas de compensación. Consultoría. Servicios jurídicos.
Sector: Minero. Subsector: Minero energético.
Sector: Solidario. Subsector: Fundaciones.

Descripción 7 de 22

5. EVENTO DE FORMACIÓN:

TIPO DE EVENTO: Taller, bajo el modelo de aprendizaje Bootcamp. Se lleva a cabo en un espacio en donde todos los trabajadores beneficiarios construyen socialmente conocimientos, valores, desarrollan habilidades y actitudes a partir de sus propias experiencias, bajo una metodología teórico-práctica (mínimo 60% horas prácticas), o práctica.
Justificación del tipo de evento: Este evento favorece el trabajo práctico. Es un espacio de co-creación que congrega a trabajadores de distintas empresas unidas por una necesidad común, con el fin de fortalecer sus competencias al tiempo que se generan oportunidades para la solución de retos de habilidades técnicas de la empresa y de desarrollo tecnológico, que incentiven el crecimiento y la competitividad empresarial, a través de la utilización del Design Thinking para implementar un modelo de gestión de la innovación en las empresas.

Descripción 8 de 22

6. MODALIDAD DE FORMACIÓN:

PAT. Presencial asistida por tecnologías. Este espacio de encuentro favorecerá la interacción entre capacitadores y beneficiarios, incrementando las posibilidades de aprehensión de los conocimientos de saber y de proceso propuestos. Simultáneamente el espacio de formación promoverá las relaciones de networking entre los participantes y la puesta en común de experiencias empresariales diversas.

Descripción 9 de 22

7. UNIDADES TEMÁTICAS:

UNIDAD TEMÁTICA 1. Innovando con "Design Thinking". Número de horas: 6 horas. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de identificar los beneficios del uso de design thinking para su uso en procesos de innovación de servicios. Contenido: Definición y características. Fases del design thinking. Potencial transformador del design

thinking. Casos de éxito.
UNIDAD TEMÁTICA 2. Diseño de mapas de experiencia del cliente. Número de horas: 6 horas. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de diseñar un mapa de experiencia del cliente basado en design thinking. Contenido: Utilidad de un mapa de experiencia del cliente. Etapas, interacciones y canales de relación con el cliente. Diagramación y análisis de mapas de experiencia del cliente.
UNIDAD TEMÁTICA 3. Renovación de procesos, servicios y/o productos, basada en mapas de experiencia. Número de horas: 6 horas. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de proponer nuevos productos, servicios o procesos con base en las necesidades detectadas y usando design thinking. Contenidos: Identificación de oportunidades de mejora. Análisis del cliente y de sus necesidades. Entorno VUCA (Volátil, incierto, complejo y ambigüo). Liderazgo para la innovación.
UNIDAD TEMÁTICA 4. Trabajo en equipo y comunicación. Número de horas: 6 horas. Competencia: Los participantes estarán en capacidad de socializar soluciones propuestas para la solución de retos empresariales. Contenidos: Roles y retos de los equipos de alto rendimiento. Tipos de comunicación en la gestión de equipos. Estrategias de comunicación digital y presencial.

Descripción 10 de 22

Continuación... UNIDADES TEMÁTICAS:

N/A

Descripción 11 de 22

8. METODOLOGÍA:

La metodología seguir se basa en el trabajo teórico-práctico, con más de un 60% de actividades prácticas que favorezcan la integración, la comunicación y la co-creación de los participantes bajo la guía y acompañamiento del experto correspondiente. Se desarrolla como respuesta a un reto o problema evidenciado por las instituciones participantes quienes podrán mejorar su modelo de trabajo en aula mediante el diseño de un conjunto de instrumentos didácticos para la innovación en el aula virtual o presencial. Dentro de las actividades prácticas se contará con simulaciones, resolución de problemas, gamificación y juego de roles. El seguimiento de las horas prácticas presenciales con apoyo tecnológico lo realizará el capacitador mediante la observación directa y la revisión de resultados de las actividades planteadas. El modelo de aprendizaje es el de aprendizaje colaborativo y basado en retos. La metodología a seguir por el experto asignado incluirá el desarrollo de agenda académica en la que se exponen conceptos y teorías y que se apoya en el libro digital entregado a los beneficiarios, posteriormente se realizarán conversatorios y actividades de bienestar y reflexión apoyadas en el uso de herramientas de gamificación como Kahoot y áreas de trabajo en equipos, tipo taller, en Zoom para concluir con la presentación de las soluciones; y, luego con la conclusión y cierre de cada unidad. Las unidades están enlazadas a través de la problemática central del Taller Bootcamp. La metodología favorece la interacción de los participantes quienes en todo momento podrán hacer uso del chat de la sesión o de levantar la mano digital para intervenir con imagen y/o voz según se requiera.
METODOLOGÍA DE LA UNIDAD TEMÁTICA 1. Innovando con "Design Thinking". ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS: Exposición. Preguntas y respuestas. Mapa mental. Trabajo colaborativo. Discusión en grupos. Actividad de bienestar y reflexión: Se hará reflexión antes de terminar la sesión sobre las oportunidades de innovación usando Design Thinking. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Identificar las características del Design Thinking. Definir las fases del design thinking. Reconocer el potencial transformador del design thinking. Detectar los factores claves de éxito de los casos presentados.
METODOLOGÍA DE LA UNIDAD TEMÁTICA 2. Diseño de mapas de experiencia del cliente. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS: Juego de roles. Gamificación. Exposición. Debate en grupo. Representaciones gráficas. Actividad de bienestar y reflexión: Se hará reflexión antes de terminar la sesión analizando la utilidad del conocimiento del cliente, sus necesidades, la experiencia esperada y la recibida, para innovar en la empresa. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Debatir la utilidad de un mapa de experiencia del cliente. Analizar las etapas, interacciones y canales de relación con el cliente. Diagramar y analizar mapas de experiencia del cliente.
METODOLOGÍA DE LA UNIDAD TEMÁTICA 3. Renovación de procesos, servicios y/o productos basada en mapas de experiencia. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS: Story telling. Gamificación. Discusión. Representaciones gráficas. Actividad de bienestar y reflexión: Se hará reflexión antes de terminar la sesión para analizar los grados de innovación posibles en el ámbito empresarial. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Identificar de oportunidades de mejora. Analizar el perfil del cliente y de sus necesidades. Establecer las nuevas demandas en respuesta al Entorno VUCA (Volátil, incierto, complejo y ambigüo). Definir las competencias de liderazgo para la innovación empresarial.
METODOLOGÍA DE LA UNIDAD TEMÁTICA 4. Trabajo en equipo y comunicación. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS: Trabajo en equipo. Discusión. Juego de roles. Gamificación. Actividad de bienestar y reflexión: Se hará reflexión antes de terminar la sesión poniendo en común los problemas de comunicación y trabajo en equipo que afectan el proceso de innovación empresarial.

Descripción 12 de 22

Continuación... METODOLOGÍA:

Conclusiones y cierre: El experto generará un espacio de participación para que cada participante cuente su principal aprendizaje y compromiso para implantar la solución definida en la empresa. ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS: Proponer los roles que permitan responder a los retos de la innovación en los equipos de alto rendimiento. Realizar un análisis comparado de los tipos de comunicación en la gestión de equipos. Establecer opciones estratégicas para optimizar la comunicación digital y presencial.

Una vez finalizada la acción de formación, el capacitador elaborará un informe en el cual se refleje el análisis de resultados obtenidos y el impacto generado para la empresa beneficiaria. Este producto será entregado por el capacitador al director del Proyecto dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la terminación de la acción de formación, quien a su vez deberá entregarlo al SENA a los tres (3) días hábiles siguientes, e incorporarlo en el informe final del convenio que será entregado a la interventoría.

Descripción 13 de 22

9. MATERIAL DE FORMACIÓN:

Se garantizará la puesta a disposición de los beneficiarios de un libro electrónico digital que cumple con la normativa vigente de propiedad intelectual; y que, estimula y facilita el desarrollo de la acción de formación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.
El libro digital estará metodológicamente estructurado y guardará coherencia con los objetivos de la formación, el perfil de los beneficiarios, las unidades temáticas y la metodología de la formación, facilitando la transferencia de conocimiento. Será de producción reciente, menos de dos años, según lo solicitado en los pliegos. Contará con el correspondiente ISBN. El libro contiene exposición de contenidos, ejercicios de repaso y actividades de autoevaluación para facilitar el aprendizaje autónomo por parte de los beneficiarios.
Se entregará un link a cada beneficiario para su descarga, uso y consulta permanente.
DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS Y JUSTIFICACIÓN DE LA PERTINENCIA DE SU INCLUSIÓN Y LA RELACIÓN CON LAS UNIDADES TEMÁTICAS A IMPARTIR: El libro digital desarrolla y complementa los contenidos vistos en las sesiones PAT de manera que los participantes puedan apropiarse de los conceptos y potenciar el desarrollo de las competencias de las 4 unidades: UNIDAD TEMÁTICA 1. Innovando con "Design Thinking", UNIDAD TEMÁTICA 2. Diseño de mapas de experiencia del cliente, UNIDAD TEMÁTICA 3. Renovación de procesos, servicios y/o productos basados en mapas de experiencia y UNIDAD TEMÁTICA 4. Trabajo en equipo y comunicación. El libro Incluye definiciones, ejemplos, gráficas, cuestionarios de autoevaluación y material de referencia. Permite a los beneficiarios contar con información detallada para el estudio y repaso fuera de las sesiones presenciales con apoyo tecnológico.

Descripción 14 de 22

10. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS:

Durante el desarrollo de la acción formativa los capacitadores estarán controlando la evolución del desempeño de los participantes en las actividades propuestas mediante observaciones y calificaciones que consignarán en la matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa.
Se asocia un resultado de aprendizaje a cada unidad temática, referido a lo que los trabajadores deben ser capaces de hacer al finalizar el proceso formativo en términos de conocimientos, destrezas y habilidades. Así mismo se establece un resultado asociado a la satisfacción general de los participantes.
R1. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de identificar los beneficios del uso de design thinking para su uso en procesos de innovación de servicios. Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque los trabajadores contarán con elementos orientadores de la labor de innovación haciendo más pertinentes sus esfuerzos para innovar.
R2. EL 85% de los beneficiarios están en capacidad de diseñar un mapa de experiencia del cliente basado en design thinking. Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque se identifican las prioridades de los clientes a los que la empresa debe dar respuesta, incrementando la eficacia de su actividad.
R3. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de proponer nuevos productos, servicios o procesos con base en las necesidades detectadas y usando design thinking. Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque se darán soluciones concretas a los retos empresariales aplicando el modelo de innovación Design Thinking.
R4. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de socializar soluciones propuestas para la solución de retos empresariales. Este resultado permite validar el impacto positivo en el desempeño del trabajador, productividad y competitividad de la empresa porque se evidenciará la respuesta que desde el design thinking se da al reto de innovar en la empresa mediante una comunicación atractiva y motivadora de las soluciones.
R5. El 85% de los beneficiarios manifiestan estar satisfechos con la acción formativa en la que participan.
Fuente de verificación 1: Informe de matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Calificación mínima 2 puntos correspondiente al Nivel Medio. Momento 1: a la finalización de la acción formativa. Fuente de verificación 2: Informe de tabulación de encuestas de satisfacción. Calificación mínima de 3. Momento 2: a la finalización de la acción formativa.

Descripción 15 de 22

11. EVALUACIÓN DE APRENDIZAJE:

El sistema de seguimiento y evaluación propuesto pone de manifiesto la evaluación continua, integral, cualitativa y cuantitativa. MATRIZ DE EVALUACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA: Cada participante recibirá una calificación numérica asociada al desempeño en las actividades prácticas desarrolladas, a la comprensión de los contenidos abordados y a los logros en la aplicación de los conocimientos en las actividades prácticas. Así mismo el capacitador emitirá una valoración cualitativa del participante referente a su motivación y participación en las actividades prácticas propuestas y en las actividades teóricas realizadas. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN: Al finalizar la acción formativa cada participante diligenciará una encuesta que medirá su satisfacción sobre los aspectos logísticos, la estructura del

programa y las habilidades y conocimientos de los capacitadores. De manera permanente los participantes contarán con un correo electrónico y datos de contacto personal para el reporte de incidencias o la notificación de comentarios, de manera que se tomen las medidas correctivas pertinentes.
TASA DE INCREMENTO DEL CONOCIMIENTO: Mide el incremento del conocimiento de los trabajadores beneficiarios participantes por acción de formación:
TIC= (NPFT-NPIT)/NPIT *100
NPIT = Nota promedio inicial de conocimiento del trabajador Para diseñar la evaluación del conocimiento y aplicarla a todos los trabajadores beneficiarios, se deben aplicar los siguientes parámetros: 1. Cada evaluación debe estar compuesta por mínimo 5 y máximo 10 preguntas, las cuales serán formuladas por el capacitador. 2. Los criterios de evaluación deben estar directamente relacionados con las unidades temáticas de la acción de formación a evaluar y debe ser resuelta por todos los beneficiarios de la misma. 3. La calificación resultante de cada una de las evaluaciones debe encontrarse dentro del rango de [0,10] (Intervalo cerrado) y se pueden dar valores decimales de hasta máximo una posición decimal. Ejemplo: 7,5. 4. La evaluación ex-ante se debe aplicar a los beneficiarios el día de inicio de la acción de formación, y la evaluación ex-post el último día de ejecución de la misma, con el fin de realizar una comparación que refleje los resultados en el incremento de conocimientos del trabajador beneficiario de la formación. El capacitador debe entregar un informe acerca de los indicadores ex-ante y expost aplicados y el análisis de los resultados obtenidos por cada acción de formación ejecutada a través de los eventos taller (cuando su duración sea igual o superior a 20 horas), curso y diplomado y/o cuando aplique los modelos de aprendizaje puesto de trabajo real, aula invertida-Flipped Classroom, o Bootcamp. Este informe debe ser entregado al director del proyecto dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la terminación de la acción de formación, quien analizará a la luz de los indicadores internos de la empresa y/o gremio, los resultados de mejora de productividad del trabajador y competitividad de la empresa. Este deberá ser remitido a la interventoría dentro de los ocho (8) días hábiles siguientes para el análisis correspondiente. De igual forma, este informe debe ser integrado al informe final de ejecución que el conviniente entregará a la interventoría, para posterior remisión al SENA.

Descripción 16 de 22

12. AMBIENTE DE APRENDIZAJE:

Se pone a disposición la plataforma virtual MOODLE del proyecto PFCE en el cual se dispone de un aula virtual para cada grupo en la que se incluyen enlaces a sesiones ZOOM para la realización de las sesiones en modalidad PAT. Adicionalmente estas aulas alojarán las grabaciones de las sesiones PAT y las presentaciones de los expertos, así como información general de la acción formativa y enlaces a encuestas, según corresponda. Cada participante autónomamente deberá disponer de los dispositivos y conectividad requerida para acceso a la plataforma virtual. Se cumple lo establecido en el ANEXO 14.

Descripción 17 de 22

13. CARACTERÍSTICAS DE LA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA O PLATAFORMA VIRTUAL:

HERRAMIENTA TECNOLÓGICA: La plataforma contiene enlaces a la aplicación ZOOM para la realización de sesiones PAT. La aplicación ZOOM cumple con los requerimientos y funcionalidades indicados en el Anexo 14 de la documentación de la presente convocatoria. Entre otras herramientas cuenta con opción para votaciones, chat, control de asistencia, conexión con voz y con imagen. La aplicación ZOOM se complementa con otras aplicaciones de gamificación que facilitan la interacción de beneficiarios y de expertos.

Descripción 18 de 22

14. LUGAR DE EJECUCIÓN:

Dos (2) grupos:
Grupo 1: Cúcuta (Norte de Santander) // Santa Marta (Magdalena)
Grupo 2: Barranquilla (Atlántico)
La relación de los beneficiarios con los lugares de ejecución planteados, obedece y se justifica en que son trabajadores de empresas afiliadas y de empresas pertenecientes a la cadena productiva de CAMACOES que tienen sus sedes en las ciudades mencionadas y en las cuales se priorizó la necesidad de formación propuesta, así como colaboradores de aliados estratégicos que hacen parte de la red multisectorial que el gremio ha establecido en distintas regiones geográficas en virtud de su objeto social y objetivos misionales, que incluyen, para el caso, los departamentos incorporados en esta acción de formación.

Descripción 19 de 22

Continuación... LUGAR DE EJECUCIÓN:

N/A

Descripción 20 de 22

15. CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

UNIDAD TEMÁTICA 1. Innovando con "Design Thinking". Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.2.4 Profesional internacional con título de maestría en áreas de sicología, administración, ingeniería, economía, comunicación social, derecho o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en temas

relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como: gestión de la innovación, gestión de relaciones con el cliente, operaciones, gestión de proyectos, consultoría, gestión del talento humano o similares. La experiencia laboral se debe certificar en por lo menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento, con la temática afín con el objeto de formación que va a impartir. Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica. Competencias técnicas: capacidad de liderar equipos innovadores. Capacidad de realizar diagnósticos integrales de necesidades de clientes. Capacidad de gestionar la innovación en la empresa basada en Design Thinking. Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas. Competencias pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, resolución de problemas y escucha activa. Número de horas a impartir: 6 horas.
UNIDAD TEMÁTICA 2. Diseño de mapas de experiencia del cliente. Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.2.4 Profesional internacional con título de maestría en áreas de sicología, administración, ingeniería, economía, comunicación social, derecho o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en temas relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como: gestión de la innovación, gestión de relaciones con el cliente, operaciones, gestión de proyectos, consultoría, gestión del talento humano o similares. La experiencia laboral se debe certificar en por lo menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento, con la temática afín con el objeto de formación que va a impartir. Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica. Competencias técnicas: capacidad de liderar equipos innovadores. Capacidad de realizar diagnósticos integrales de necesidades de clientes. Capacidad de gestionar la innovación en la empresa basada en Design Thinking. Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas. Competencias pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, resolución de problemas y escucha activa. Número de horas a impartir: 6 horas.
UNIDAD TEMÁTICA 3. Renovación de procesos, servicios y/o productos basada en mapas de experiencia. Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.2.4 Profesional internacional con título de maestría en áreas de sicología, administración, ingeniería, economía, comunicación social, derecho o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en temas relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como: gestión de la innovación, gestión de relaciones con el cliente, operaciones, gestión de proyectos, consultoría, gestión del talento humano o similares. La experiencia laboral se debe certificar en por lo menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento, con la temática afín con el objeto de formación que va a impartir.

Descripción 21 de 22

Continuación... CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica. Competencias técnicas: capacidad de liderar equipos innovadores. Capacidad de realizar diagnósticos integrales de necesidades de clientes. Capacidad de gestionar la innovación en la empresa basada en Design Thinking. Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas. Competencias pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, resolución de problemas y escucha activa. Número de horas a impartir: 6 horas.
UNIDAD TEMÁTICA 4. Trabajo en equipo y comunicación. Número de capacitadores: Uno (1). Formación académica: R0.1.2.4 Profesional internacional con título de maestría en áreas de sicología, administración, ingeniería, economía, comunicación social, derecho o afines; y experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en temas relacionados con la temática de la unidad correspondiente, como: gestión de la innovación, gestión de relaciones con el cliente, operaciones, gestión de proyectos, consultoría, gestión del talento humano o similares. La experiencia laboral se debe certificar en por lo menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento, con la temática afín con el objeto de formación que va a impartir. Experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica. Competencias técnicas: capacidad de liderar equipos innovadores. Capacidad de realizar diagnósticos integrales de necesidades de clientes. Capacidad de gestionar la innovación en la empresa basada en Design Thinking. Competencias tecnológicas: Capacidad de utilizar plataformas virtuales de aprendizaje y herramientas de comunicación sincrónicas. Competencias pedagógicas: capacidad de liderar procesos de enseñanza-aprendizaje, capacidad de orientar y facilitar el trabajo virtual de los beneficiarios. Competencias actitudinales: comunicación asertiva, flexibilidad, resolución de problemas y escucha activa. Número de horas a impartir: 6 horas.

Descripción 22 de 22

16. CAPACITADOR PERSONA JURÍDICA:

La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto, es Adalid Inmark Colombia SAS, Cuya actividad principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559 (otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560 (actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área, cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social.

ADALID INMARK COLOMBIA SAS, cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz ADALID SC S.L. con una trayectoria de más de 15 años en España y Chile y sus entidades adscritas, Instituto Europa e Innovación y cualificación, quienes como socios aportan sus expertos internacionales, material didáctico y formativo
ADALID INMARK COLOMBIA acredita cinco (5) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. Adicionalmente cuenta con cinco (5) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados), a entidades públicas o privadas.

PERFILES 1 (Total: 4)

Acción de Formación

Formación Académica	Experiencia Relacionada	Años Experiencia Relacionada	Experiencia Específica	Años Experiencia Específica	Clasificación
UNIDAD TEMÁTICA 1. Innovando con "Design Thinking". Formación académica: R01.2.4 Profesional con título de maestría. Áreas: sicología, administración, ingeniería, economía, comunicación social, derecho o afines.	Gestión en: gestión de la innovación, gestión de relaciones con el cliente, operaciones, gestión de proyectos, consultoría, gestión del talento humano, o áreas o funciones relacionados con la formación a impartir. Con experiencia laboral, en temáticas afines al objeto de la formación que se va a impartir, en al menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento. Experiencia en formación o capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica.	5	NO APLICA	0	CAPACITADOR INTERNACIONAL
UNIDAD TEMÁTICA 2. Diseño de mapas de experiencia del cliente. Formación académica: R01.2.4 Profesional con título de maestría. Áreas: sicología, administración, ingeniería, economía, comunicación	Gestión en: gestión de la innovación, gestión de relaciones con el cliente, operaciones, gestión de proyectos, consultoría, gestión del talento humano, o áreas o funciones relacionados con	5	NO APLICA	0	CAPACITADOR INTERNACIONAL

social, derecho o afines.	la formación a impartir. Con experiencia laboral, en temáticas afines al objeto de la formación que se va a impartir, en al menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento. Experiencia en formación o capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica.				
UNIDAD TEMÁTICA 3. Renovación de procesos, servicios y/o productos basada en mapas de experiencia. Formación académica: R01.2.4 Profesional con título de maestría. Áreas: sicología, administración, ingeniería, economía, comunicación social, derecho o afines.	Gestión en: gestión de la innovación, gestión de relaciones con el cliente, operaciones, gestión de proyectos, consultoría, gestión del talento humano, o áreas o funciones relacionados con la formación a impartir. Con experiencia laboral, en temáticas afines al objeto de la formación que se va a impartir, en al menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento. Experiencia en formación o capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica.	5	NO APLICA	0	CAPACITADOR INTERNACIONAL
UNIDAD TEMÁTICA 4. Trabajo en equipo y comunicación. Formación académica: R01.2.4 Profesional con	Gestión en: gestión de la innovación, gestión de relaciones con el cliente, operaciones, gestión de	5	NO APLICA	0	CAPACITADOR INTERNACIONAL

título de maestría. Áreas: sicología, administración, ingeniería, economía, comunicación social, derecho o afines.	proyectos, consultoría, gestión del talento humano, o áreas o funciones relacionados con la formación a impartir. Con experiencia laboral, en temáticas afines al objeto de la formación que se va a impartir, en al menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento. Experiencia en formación o capacitación: experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica.				

Presupuesto de la Acción de Formación AF8. Innovación empresarial con Design Thinking (Total: 4)

Acción de Formación

Rubro	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
				Especie - %		Dinero - %		
R01.2.4 Honor. Cap. Inter. Maestria Exp 5 años	UT1, UT2, UT3, UT4. Honorarios Capacitadores Internacionales - Profesional con título de Maestría 5 años experiencia	31,602,000	75.83	0	0	10,074,000	24.17	41,676,000
R05.1.2 Libros Electrónico / Digital	Material de formación digital - Libro electrónico / digital	5,050,000	75.76	0	0	1,616,000	24.24	6,666,000
R08 Gastos de Operación del Proyecto	Gastos de operación del proyecto	4,080,000	75.84	0	0	1,300,000	24.16	5,380,000
R10.2 Garantías	Garantías	0	0	0	0	83,000	100	83,000
		40,732,000	75.7	0	0.0	13,073,000	24.3	53,805,000

Resumen por rubros de la Acción de Aprendizaje (Total: 4)

Acción de Formación

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R01.2.4 Honor. Cap. Inter. Maestria Exp 5 años	31602000	75.83%	0	0%	10,074,000	24.17%	41,676,000
R05.1.2 Libros Electrónico / Digital	5050000	75.76%	0	0%	1,616,000	24.24%	6,666,000
Totales	40,732,000	75.70	0	0.00	13,073,000	24.30	53,805,000

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R08 Gastos de Operación del Proyecto	4080000	75.84%	0	0%	1,300,000	24.16%	5,380,000
R10.2 Garantías	0	0%	0	0%	83,000	100%	83,000
Totales	40,732,000	75.70	0	0.00	13,073,000	24.30	53,805,000

Cobertura geográfica de la Acción de Formación AF8. Innovación empresarial con Design Thinking (Total: 3) Acción de Formación

Ciudad - Región	Porcentaje
BARRANQUILLA - ATLANTICO	50
SANTA MARTA - MAGDALENA	20
CUCUTA - NORTE SANTANDER	30

ACCIÓN DE FORMACIÓN 9 DE 9

TRANSFERENCIA

Generalidades de la acción Entidades de la acción Descripciones Perfil 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	260
Beneficiarios empresa	260
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	24	**Horas prácticas presenciales por grupo**	16	**Total horas presenciales por grupo**	40
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	40
				Total de horas acción	40

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

Nombre de la entidad	Papel
Cámara de Comercio Hispano Colombiana	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:

N/A

Descripción 3 de 22

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

N/A

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:

N/A

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:

N/A

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:

N/A

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:

N/A

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.

PERFILES 1 (Total: 1)

Acción de Formación

Formación Académica	Experiencia Relacionada	Años Experiencia Relacionada	Experiencia Específica	Años Experiencia Específica	Clasificación
Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria.	Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria.	5	NO APLICA	0	CAPACITADOR INTERNACIONAL

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

Acción de Formación

Rubro	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
				Especie	%	Dinero	%	
R01.2.2 Honor. Cap. Inter. Profesional Exp 5 años	Honorarios Capacitadores Internacionales - Profesional con 5 años experiencia	0	0	0	0	14,400,000	100	14,400,000
		0	0.0	0	0.0	14,400,000	100.0	14,400,000

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

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R01.2.2 Honor. Cap. Inter. Profesional Exp 5 años	0	0%	0	0%	14,400,000	100%	14,400,000
Totales	0	0.00	0	0.00	14,400,000	100.00	14,400,000

ENTIDADES (Total: 1)

Entidad 1 de 1

Información general
Menú del proyecto

Menú entidad

Información general

Entidad	**Cámara de Comercio Hispano Colombiana**		
Nit	860020480	Dígito de verificación	8
País	COLOMBIA	Ciudad	BOGOTA - DISTRITO CAPITAL
Dirección	Calle 90 No. 18 - 16		
Teléfono	7428800	Fax	7428800
Página web	www.camacoes.com.co		
Dirección electrónica	adriana.ayala@camacoes.com.co		

Representante legal

Nombre	Enrique Carmelo Bermejo Arranz		
Tipo de identificación	CEDULA DE EXTRANJERIA	Número de identificación	299538

Datos de contacto

Primer contacto	Nombre	Adriana Ayala
	Cargo	Directora de Comercio Exterior
	Teléfono	3057987694
	Dirección electrónica	adriana.ayala@camacoes.com.co
Segundo contacto	Nombre	Sara Alarcón Sabarís
	Cargo	Proyectos
	Teléfono	3228534723
	Dirección electrónica	dir.proyectos@adalidsc.es

Clasificación

Sector	SERVICIOS
Dirección	Calle 90 No. 18 - 16
Teléfono	7428800
Tamaño	PEQUEÑA

Información adicional

Exporta	NO
Actividad económica	9499 - Actividades de otras asociaciones n.c.p.

Capital

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