



SISTEMA INTEGRAL DE GESTION DE PROYECTOS

PRESENTACION DEL PROYECTO

[Generalidades](#)
[Entidad solicitante](#)
[Entidad solicitante](#)
[Acciones de Formación](#)
[Plan operativo](#)
[Descripciones](#)
[Presupuesto](#)
[Resumen por rubros](#)
[Presupuesto global total](#)

GENERALIDADES

[Ir al menú](#)

Título	CAMARA COLOMBIANA DE COMERCIO ELECTRONICO
Convocatoria	CONVOCATORIA DG 0012 - 2021 - GREMIO
Programa	Programa Formacion Continua Especializada
Tipo de financiación	COFINANCIACION
Duración en meses	5
Código CIIU	9411 - Actividades de asociaciones empresariales y de empleadores
Lugar ejecución	COBERTURA NACIONAL
Dirección electrónica	andres.morales@cce.org.co
Clasificación	NO APLICA
Beneficiarios Campesinos ó Trabajadores	NO

ENTIDAD SOLICITANTE

[Información completa de la entidad aquí](#)

[Ir al menú](#)

Información básica			
Entidad	CAMARA COLOMBIANA DE COMERCIO ELECTRONICO		
Nit	900223319	Dígito de verificación	6
País	COLOMBIA	Ciudad	BOGOTA - DISTRITO CAPITAL
Dirección	Carrera 10 No 97A 13 Oficina 304 Torre A Edificio Bogota Trade Center		
Teléfono	3004537	Fax	NA
Página web	https://www.ccce.org.co/		
Dirección electrónica	andres.morales@cce.org.co		
Representante legal			
Nombre	Maria Fernanda Quiñones		
Tipo de identificación	CEDULA DE CIUDADANIA	Número de identificación	52536434
Ciudad: _____ Día: _____ Mes: _____ Año: _____ _____ Firma del representante legal Nombre: _____			

Cargo: _____
 Cédula: _____ de _____

ACCIONES DE FORMACIÓN (4)

[Ir al menú](#)

Título de las Acciones de Formación

Acción de Formación - TRANSFERENCIA

La Gerencia en la Cuarta Revolución Industrial - Claves para la toma de decisiones en el sector comercio electrónico

Retos de innovación en la cadena de valor del ecommerce, medios de pagos y logística.

Transformación Digital en el sector del Comercio Electrónico

PLAN OPERATIVO DEL PROYECTO:

[Ir al menú](#)

Acciones de Formación1 de 4: Acción de Formación - TRANSFERENCIA

Tecnología modular	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	1	0	3,050,012	0	3,050,012	0	135	135	1,130

Capacitadores:

Acciones de Formación2 de 4: La Gerencia en la Cuarta Revolución Industrial - Claves para la toma de decisiones en el sector comercio electrónico

Tecnología modular	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	30,677,979	10,225,993	0	40,903,972	0	100	100	20,452

Capacitadores:

Acciones de Formación3 de 4: Retos de innovación en la cadena de valor del ecommerce, medios de pagos y logística.

Tecnología modular	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	1	5,950,903	1,983,636	0	7,934,539	0	20	20	16,530

Capacitadores:

Acciones de Formación4 de 4: Transformación Digital en el sector del Comercio Electrónico

Tecnología modular	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	28	214,733,493	71,594,312	0	286,327,805	0	700	700	20,452

Capacitadores:

Totales	Nº de Grupos	Valor de la propuesta				Número de Beneficiarios			Totales
		Sena	Contrapartida Dinero	Contrapartida Especie	Total	Sena	Empresa	Total	
		251362375	86853953	0	338216328	0	955	955	

ENTIDADES DEL PROYECTO (1)[Ir al menú](#)

ID	Nombre de la entidad	Rol
34	CAMARA COLOMBIANA DE COMERCIO ELECTRONICO	PROPONENTE

DESCRIPCIONES (Total: 8)[Ir al menú](#)**Descripción 1 de 8****1. DESCRIPCIÓN DEL PROPONENTE:**

La Cámara Colombiana de Comercio Electrónico - CCCE es una entidad privada sin ánimo de lucro, de orden gremial, que representa al sector comercio cuyo entero propósito y misión es promover y fortalecer la industria e-commerce en Colombia a través del entendimiento de las dinámicas que comprenden su comportamiento en el país y la región, analizar su incidencia en políticas públicas y procurar la promoción del conocimiento y confianza en el sector.

Fue legalmente constituida en el año 2008. Sin embargo, inicia sus actividades de estructuración administrativa y misional en 2011 con la asociación de 26 empresas con las cuales se llevó a cabo la "1ra Asamblea de Afiliados de la Asociación", surgiendo en su transcurso la necesidad de agremiarse bajo el compromiso de los acuerdos pactados en la sesión. Así mismo, en el 2011 es constituida la Presidencia Ejecutiva de la entidad por orden del Consejo Directivo de la CCCE, en conjunto de la proyección de objetivos encaminados a:

-Proyectar una estructura sólida que responda a generar información relevante que refleje la realidad del comercio electrónico en Colombia.

- Generar espacios de capacitación y socialización que promuevan buenas prácticas en el desarrollo del comercio electrónico.

- Crear mecanismos que generen confianza a los usuarios e interesados en el comercio electrónico.

- Implementar actividades que incrementen la oferta y la demanda del comercio electrónico y sus servicios asociados.

- Ser generadores y promotores de opinión sobre los temas sensibles al comercio electrónico en Colombia.

Actualmente cuenta con cuatro gerencias (administrativa y financiera, políticas públicas y asuntos legales, análisis económico, y marketing y gestión comercial), que dan respuesta a las necesidades del sector. Así lo anterior, la organización de los campos de acción o actividades de la CCCE se engloba y discriminan en cada uno de los pilares de la entidad, garantizando la efectividad en la promoción y fortalecimiento del sector, tal como es posible apreciar a continuación:

+ Entendimiento de las dinámicas económicas que determinan al sector e-commerce del país:

- Boletines económicos mensuales

- Sello de confianza para pasarelas de pago

- Estudios e informes anuales sobre el comportamiento del comercio electrónico en el país

- Sistema de información CCCE

+ Contribución a la construcción de políticas públicas que favorezcan a la industria e-commerce:

- Mesas de trabajos interinstitucionales

- Incidencia en política pública

- Alianzas público-privadas.

Productos y/o servicios

- Eventos de activación de ventas (Cyberlunes, HotSale y Blackfriday)

- Eventos sobre las tendencias del sector (eCommerce Summit)

- Generación de cifras fidedignas y oportunas sobre el comercio electrónico en el país

- Consultoría en la capacitación de talento humano en la transformación digital

- Consultoría en la capacitación del sector empresarial para la potencialización del comercio electrónico doméstico y

transfronterizo.

El mercado al que van dirigido es el de comercio electrónico. Se atienden las necesidades de diferentes actores de la cadena de valor como, los relacionados con los sistemas de pagos electrónicos, operadores logísticos, plataformas digitales, marketing digital, entre otros.

A inicios del año en curso, la CCCE cuenta con un aproximado de 300 empresas afiliadas, de las cuales el 53% corresponde a proveedores tecnológicos y el 47% a tiendas online, lo cual evidencia el crecimiento constante del gremio y, por tanto, el compromiso de la entidad para la potencialización del Comercio Electrónico. Lo anterior, refleja que el objeto social de la CCCE, enfocado en fortalecer el desarrollo del comercio electrónico en Colombia, se alinea al objeto social de cada uno de sus afiliados.

LA PANDEMIA Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO

Enfrentar un virus de forma tan intempestiva e inesperada como lo fue el COVID-19, representó para la humanidad grandes desafíos que durante el año 2020 lograron afectar

Descripción 2 de 8

Continuación... DESCRIPCIÓN DEL PROPONENTE:

las dinámicas del mercado. Frente a esta coyuntura, en Colombia, la relación entre el comercio electrónico y la pandemia ha sido realmente estrecha, debido a que está condujo al país en muchas áreas de la economía hacia la transición y transformación digital de las organizaciones y empresas colombianas, funcionando el comercio electrónico como una herramienta sólida para el mantenimiento del dinamismo y la reactivación de la mayoría de sectores, respondiendo a la necesidad de abastecimiento de los hogares y adquisición de bienes y servicios para la realización de actividades durante la pandemia.

Para la magnitud de esta misión, la industria del comercio electrónico sigue luchado contra varios retos como lo son el generar la confianza suficiente en los consumidores para la utilización de los canales digitales en la realización de transacciones, la transformación de las formas de consumo, la implementación de medidas de asepsia efectivas para las personas que realizan los procesos de entrega, crear mecanismos de seguridad digital y promover lineamientos de operación contra los delitos informáticos, y educar e informar a la comunidad empresarial y de consumidores para el conocimiento de la información relevant en economía digital.

ACCIONES RELEVANTES EN FAVOR DE LA REGIÓN Y EL SECTOR

Aunque la CCCE tiene sus oficinas en Bogotá, es una asociación gremial a nivel nacional, con cobertura en todas las regiones de Colombia; la cual realiza acciones que benefician a todos sus afiliados, sin importar el lugar en el que se encuentren.

Para el año 2011 la CCCE estableció alianzas con el eInstitute para realizar el e-commerce Day en Colombia. Por otro lado, en 2012 lanza la primera versión de Cyberlunes, el evento de activación de ventas online más posicionado en el país, y en 2015 la primera versión de HotSale, iniciativas que surgieron como respuesta a las necesidades de las empresas del sector e-commerce.

En 2017 se crea el Observatorio eCommerce, una iniciativa del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, la Red Nacional Académica de Tecnología Avanzada y la CCCE, cuya principal función es caracterizar y monitorear el ecosistema del comercio electrónico en Colombia, con el fin de generar conocimiento y apoyar la toma de decisiones públicas y privadas que promuevan la consolidación de la industria. Paralelamente, en 2017 creó el eCommerce Summit, un congreso internacional de comercio electrónico que otorga espacios de empoderamiento entre los principales actores del comercio electrónico.

De igual forma, realiza constantes esfuerzos para la recopilación y presentación de cifras semestrales e informes de Transacciones Digitales en Colombia, información que contribuyó para la construcción del diagnóstico que soporta el CONPES 4012, 2020. Además, de la mano de la Dirección Ejecutiva y la Comisión de Gobierno y Regulación, desarrollan la gestión de comentarios, reuniones, pronunciamientos, participación en mesas de trabajo técnicas y visitas de trabajo alrededor de los temas concernientes al Comercio Electrónico. (Ferrari Zamora, 2017).

Ha logrado:

Sesiones: 267.771

Usuarios únicos: 195.255

Visitantes recurrentes: 33.640 (14.5%)

Número de empresas registradas: 5.232

Empresas publicadas en el directorio: 1.162

Empresas en capacitación: 3.296

Para evidenciar la participación del gremio en actividades en favor de la región y el sector se comparte la referencia web del canal de youtube:

<https://www.youtube.com/user/CamColComElectronico/videos>

En conclusión, la CCCE es un actor conciliador entre la realidad de las pequeñas, medianas y grandes empresas del país y lo propuesto por las diferentes acciones de política, ya que de igual forma funge como un actor consultor clave en la generación de cifras que soporten los diferentes diagnósticos que sirvan de base a las entidades gubernamentales en la toma de decisiones con la implementación de diferentes medidas de política en materia de comercio electrónico.

Descripción 3 de 8

2. METODOLOGÍA PARA LA DEFINICIÓN DE NECESIDADES DE FORMACIÓN:

METODOLOGÍA PARA LA IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES DE FORMACIÓN

Uno de los pilares que componen la misión de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico es la generación de conocimiento dentro del sector, por lo que la entidad ha dirigido sus actividades hacia la promoción de medios de educación como capacitaciones, seminarios, diplomados, foros, etc., con la finalidad de potencializar los talentos que componen el cuerpo empleado de los afiliados de la CCCE y su cadena de valor. En esta ocasión, con el objetivo de identificar necesidades de formación dentro del sector, la cadena productiva y específicamente de las empresas vinculadas a la entidad, CCCE llevó a cabo la recolección de información acerca del tema, por medio de la realización de dos encuestas con muestras independientes, compuestas por un número de empresas afiliadas de la entidad, a través de la plataforma virtual Google Forms, durante el mes de enero de 2021. La encuesta es una metodología cuantitativa de recolección de información que permite recopilar datos de una muestra de sujetos que representa a un colectivo más amplio, en el que se utilizan procedimientos estandarizados de interrogación para obtener información que permita estudiar las características de la población respecto de un tema específico. De este ejercicio de investigación resultarán datos o valoraciones acorde a la información suministrada por los sujetos de estudio para ser trasladados al conjunto total de la población a la que aplica la investigación. En este caso, la primera encuesta realizada por CCCE estuvo orientada a conocer la gestión de la formación del personal en las empresas. Esta consistió en un cuestionario cuyos interrogantes y valores buscaron evaluar factores dentro del estado actual del área de formación en cada compañía, como lo fueron el conocer si cuentan con áreas específicas encargadas para la formación, en qué modalidades se apoyan las empresas para llevar a cabo la formación de los empleados, hacia cuáles áreas de la empresa se enfoca la formación, entre otros tipos de datos. En este ejercicio estadístico se contó con la muestra de 54 empresas que forman parte del grupo de afiliados de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. De los resultados a resaltar en este proceso, es posible afirmar que el 70,37% de las compañías tienen un área encargada de la formación de sus colaboradores. También, que la modalidad de formación mayormente implementada en estas empresas (68,52%) es la virtual por medio de plataformas de formación (asincrónica). Y, por otro lado, que el interés de formación de las empresas se encuentra principalmente concentrado en personal administrativo (72,22%), gerencial (66,66%) y operativo (48,15%). En cambio, la segunda encuesta buscó determinar en valores cuantitativos el impacto de personal que tendría un plan de formación continua en cada una de las empresas encuestadas. En otras palabras, se determinó en la muestra cuál sería la cantidad estimada de empleados y las respectivas temáticas en las que enfocan su interés y de las cuales se beneficiarían por la implementación de un plan de formación para las empresas. De esta manera, se contó con la participación de 33 compañías afiliadas, cuya sumatoria de personal beneficiado es de un total de 1643 empleados. Adicionalmente, con respecto a las temáticas de formación se obtuvo que, en los temas de Inteligencia artificial, ciberseguridad y economía digital, el 26% de las empresas encuestadas manifestó interés de formación; en realidad aumentada el 3%, en robótica industrial e ingeniería el 2%, en transformación digital y el uso de tecnologías digitales el 37%, Big data y análisis de grandes datos, internet de las cosas y computación en la nube el 32%.

Tras la recopilación y exposición de los resultados y datos obtenidos en ambas muestras, valores tanto cualitativos como cualitativos, es posible extraer o resaltar

Descripción 4 de 8

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

las necesidades de formación de las compañías sobre la capacitación de su personal y la fuerte inclinación hacia los temas relacionados con la ciencia, la tecnología e innovación. Estas temáticas cuentan con gran relevancia en el contexto mundial actual, debido a la transición que hoy en día encamina la humanidad hacia la Cuarta Revolución Industrial (4RI), a través de la cual el ser humano ha logrado integrar la realidad física, el mundo digital y biológico en todas las dimensiones de la economía. Por lo tanto, el desempeño de actividades dentro de cualquier área exige actualmente que las habilidades, conocimientos, actitudes y conductas vayan más allá de satisfacer las necesidades del consumidor o cliente, y tener una formación continua respecto de los cambios tecnológicos y temas relevantes en el área. Adicionalmente, debe tenerse en cuenta que la emergencia de salud pública de preocupación internacional por Covid-19 desde inicios de 2020 ha sido una oportunidad para el aceleramiento de este proceso de transición al retar a todas las industrias de la economía a adaptarse y hacer uso de la tecnología como base principal del desarrollo de sus actividades. Hoy en día, la fusión entre la digitalización, la tecnología y los datos se vuelve la fórmula para generar formas creativas e innovadoras de realizar funciones en los distintos sectores económicos, y a pesar de que la humanidad ha logrado grandes avances en la reactivación y el combate contra el virus, como lo es la creación de vacunas, la tecnología ha demostrado ser un gran

aliado para las empresas y sus empleados, por lo que las acciones de adaptación tecnológica seguramente seguirán implementándose. Desde las ideas del licenciado Daniel Patricio Jiménez (2007), es posible afirmar que el propósito de los procesos de formación en la empresa es el de integrar los recursos humanos dentro de una organización. Es por esto que, la implementación estratégica de capacitaciones dentro de un proceso de cambio como lo es la coyuntura actual es necesaria y logra impactar significativamente en los objetivos de adaptación y mejoramiento que puede tener una empresa en tal contexto, ya que se persigue la necesidad de formación no con el objetivo de adicionar actividades aisladas en el grupo de funciones ordinarias de los respectivos cargos, sino que aspira a cambiar el status quo del talento humano, logrando la potencialización de las formas actuales de realizar el trabajo y fomentando la creación de maneras novedosas y creativas de desempeñar las funciones. En conclusión, tras el análisis de la metodología implementada y la necesidad de formación expuesta, se definieron diferentes acciones de formación, las cuales están integradas en: - Curso de 40 horas sobre Transformación digital empresarial del sector comercio electrónico. - Diplomado de 80 horas sobre Oportunidades y desafíos de las tecnologías de la Cuarta Revolución Industrial para el sector del Comercio Electrónico. - Alta Gerencia de 20 horas sobre La Gerencia en la Cuarta Revolución Industrial - Claves para la toma de decisiones en el sector Ecommerce. - BootCamp de 24 horas sobre los Retos de innovación en la cadena de valor del ecommerce. Medios de pago y logística. Según el Dane, la población ocupada en Colombia en marzo de 2020 fue 20,5 millones de personas; el sector comercio genera aproximadamente 4 millones de empleos en el país, lo que corresponde a un estimado del 19,5% de la población ocupada. Teniendo en cuenta las estadísticas, el proyecto de "Fortalecimiento de las competencias del personal perteneciente a las empresas vinculadas a la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico y su cadena productiva, a través de formación continua especializada en estrategias digitales que impacten la productividad y competitividad de las empresas", pretende formar en temáticas especializadas a 1520 beneficiarios de empresas vinculadas a la CCCE y su cadena productiva, lo que corresponde al 0,038% del sector comercio.

Descripción 5 de 8

3. OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO:

Fortalecer las competencias del personal perteneciente a las empresas vinculadas a la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico y su cadena productiva, a través de formación continua especializada en estrategias digitales que impacten la productividad y competitividad de las empresas.

Descripción 6 de 8

4. INDICADORES DE IMPACTO DEL PROYECTO:

Indicador 1: Mejoramiento en la empleabilidad. Este indicador de impacto busca mejorar las condiciones económicas de los trabajadores beneficiarios del proyecto.

Línea Base: 0 trabajadores de las empresas del gremio que han mejorado su empleabilidad.

Meta: Al menos 41 trabajadores beneficiarios de las empresas del gremio con incremento salarial después de recibir la formación/ 820 trabajadores beneficiarios del proyecto.

Se espera obtener un incremento salarial de al menos el 5% de los beneficiarios de la formación especializada.

Medios de verificación: Informe de encuestas a los beneficiarios con el respectivo análisis.

Metodología de recolección y validación de la información: La metodología se desarrollará a través de encuestas a los beneficiarios, la cual es, una técnica de recopilación de información donde se verificará el cumplimiento de este indicador de impacto.

Indicador 2: Retención de los trabajadores. Este indicador de impacto se espera medir la retención de los trabajadores en el proyecto.

Línea Base: 0 trabajadores que han sido retenidos por el proyecto en sus empresas luego de recibir la formación.

Meta: Al menos 82 trabajadores beneficiarios continúan en sus empresas después de recibir la formación/ 820 trabajadores beneficiarios del proyecto.

Se espera obtener una retención de al menos el 10% de los beneficiarios de la formación especializada.

Medios de verificación: Informe de encuestas a los beneficiarios con el respectivo análisis.

Metodología de recolección y verificación de la información: La metodología se desarrollará a través de encuestas a los beneficiarios, la cual es, una técnica de recopilación de información donde se verificará el cumplimiento de este indicador de impacto.

Indicador 3: Movilidad laboral. Este indicador de impacto busca medir la movilidad de los trabajadores.

Línea Base: 0 trabajadores que han cambiado sus condiciones laborales de manera horizontal o vertical.

Meta: Al menos 41 trabajadores beneficiarios de las empresas cambian sus condiciones laborales de manera horizontal o vertical luego del proyecto/ 820 trabajadores beneficiarios del proyecto.

Se espera obtener un incremento en la movilidad laboral de al menos el 5% de los beneficiarios de la formación especializada.

Medios de verificación: Informe de encuestas a los beneficiarios con el respectivo análisis.

Metodología de recolección y validación de la información: La metodología se desarrollará a través de encuestas a los beneficiarios, la cual es, una técnica de recopilación de información donde se verificará el cumplimiento de este indicador

de impacto.

Indicador 4: Empresas beneficiarias. Este indicador de impacto busca medir las empresas beneficiarias del Programa de Formación Continua Especializada.

Línea Base: 0 empresas beneficiarias por el proyecto del Programa de Formación Continua Especializada.

Meta: Al menos 10 empresas beneficiarias por el proyecto de FCE.

Medios de verificación: Informe de encuestas a las empresas con el respectivo análisis.

Metodología de recolección y validación de la información: La metodología se desarrollará a través de encuestas a las empresas, la cual es, una técnica de recopilación de información donde se verificará el cumplimiento de este indicador de impacto.

Indicador 5: Trabajadores beneficiarios. Este indicador de impacto busca medir el número de trabajadores beneficiarios del programa.

Línea Base: 0 trabajadores beneficiarios por el proyecto del Programa de Formación Continua Especializada.

Meta: Al menos 738 trabajadores beneficiarios por el proyecto.

Medios de verificación: Informe de encuestas a las empresas con el respectivo análisis de los trabajadores beneficiados.

Metodología de recolección y validación de la información: La metodología se desarrollará a través de encuestas a las empresas, la cual es, una técnica de recopilación de información donde se verificará el cumplimiento de este indicador de impacto.

Descripción 7 de 8

Continuación... INDICADORES DE IMPACTO DEL PROYECTO:

Indicador 6: Tasa de incremento del conocimiento.

Línea Base: Sujeta a una evaluación ex - ante al inicio de la acción de formación por cada beneficiario.

Medios de verificación: Informe de evaluaciones ex - ante y ex - post entregado por el capacitador.

Metodología de recolección y verificación de la información: La metodología se desarrollará a través de evaluaciones, 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 esta.

Descripción 8 de 8

5. ESTRATEGIA DE DIVULGACIÓN:

La Cámara Colombiana de Comercio Electrónico junto con su equipo de marketing y comunicaciones, elaborará el brief de promoción de las diferentes acciones de formación, los cuales estarán orientados a presentar las temáticas y los beneficios de estos. Este brief y las piezas publicitarias se distribuirán por la página web de la entidad (<https://www.ccce.org.co>), redes sociales y mailing masivos a las empresas afiliadas (aprox. 3.000 personas), y organizaciones del sector. Se espera además promocionar estas acciones de formación bajo un ambiente virtual, el cual está conceptualizado como un espacio no físico que representa aspectos de la realidad en donde los invitados harán parte de un webinar donde conocerán toda la información de las unidades temáticas, el plan académico, competencias a adquirir y tiempos de duración. Cabe resaltar que la ponencia de las temáticas planteadas estará dirigida por profesionales que la cámara Colombiana de comercio electrónico designe, los cuales tratarán de manera informativa las diferentes dinámicas planteadas para todos los beneficiarios. El gremio utiliza para este tipo de estrategias de divulgación, canales de freepress y difusión en los diferentes eventos de la entidad. Así mismo, se dispondrá de un canal de atención al usuario vía telefónica y/o a través de un correo electrónico asignado por la entidad, con el objetivo de brindar soluciones y soporte a inquietudes que puedan surgir durante el proceso.

La persona encargada del área de comunicaciones dentro de la empresa proponente la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico es:

Adriana Vanegas
Coordinadora de Producto y Comunicaciones
322 7029599
adriana.vanegas@cce.org.co

Acción de Formación	Número de horas	Rubro	Actividad	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
							Especie - %		Dinero - %		
Acc de Formac16	24	R01.1.4 Honor. Cap. Nal. Maestría Exp 3 años		Honorarios del Capacitador Nacional con Maestría y 4 años de experiencia para el taller Bootcamp de 24 horas "Retos de innovación en la cade de valor del ecommerce"	5,459,545	75	0	0	1,819,849	25	7,279,394
Acc de Formac17		R08 Gastos de Operación del Proyecto		Gastos administrativos	17,731,308	75	0	0	5,910,437	25	23,641,745
Acc de Formac16		R08 Gastos de Operación del Proyecto		Gastos administrativos	491,358	75	0	0	163,787	25	655,145
Acc de Formac15		R08 Gastos de Operación del Proyecto		Gastos administrativos	2,533,044	75	0	0	844,348	25	3,377,392
Acc de Formac14		R09.1 Formación Virtual Curso 20 Horas		Acción de Formación - TRANSFERENCIA	0	0	0	0	3,050,012	100	3,050,012
Acc de Formac17		R09.1 Formación Virtual Curso 20 Horas		Gastos del capacitador, plataforma, contenido temática, otros para curso virtual 20 horas Transformación Digital Empresarial del sector comercio electrónico	197,002,185	75	0	0	65,683,875	25	262,686,060
Acc de Formac15		R09.1 Formación Virtual Curso 20 Horas		Gastos contenido, capacitador nacional, plataforma y temáticas del Curso de 20 horas "Gerencia en la Cuarta Revolución Industrial"	28,144,935	75	0	0	9,381,645	25	37,526,580
					251,362,375	74.3	0	0.0	86,853,953	25.7	338,216,328

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

Firma del representante legal

RESUMEN POR RUBROS (Total: 3)

[Ir al menú](#)

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R01.1.4 Honor. Cap. Nal. Maestria Exp 3 años	5459545	75%	0	0%	1,819,849	25%	7,279,394
R08 Gastos de Operación del Proyecto	20755710	75%	0	0%	6,918,572	25%	27,674,282
R09.1 Formación Virtual Curso 20 Horas	225147120	74.24%	0	0%	78,115,532	25.76%	303,262,652
Totales	251,362,375	74.32	0	0.00	86,853,953	25.68	338,216,328

PRESUPUESTO GLOBAL TOTAL (Total: 4 entidades)

[Ir al menú](#)

Entidad	Financiado	Contrapartida Especie	Contrapartida Dinero	Total
CAMARA COLOMBIANA DE COMERCIO ELECTRONICO	0	0	3,050,012	3,050,012
CAMARA COLOMBIANA DE COMERCIO ELECTRONICO	30,677,979	0	10,225,993	40,903,972
Totales	251,362,375	0	86,853,953	338,216,328

Entidad	Financiado	Contrapartida Especie	Contrapartida Dinero	Total
CAMARA COLOMBIANA DE COMERCIO ELECTRONICO	5,950,903	0	1,983,636	7,934,539
CAMARA COLOMBIANA DE COMERCIO ELECTRONICO	214,733,493	0	71,594,312	286,327,805
Totales	251,362,375	0	86,853,953	338,216,328

ACCIÓN DE FORMACIÓN 1 DE 4

Acción de Formación - TRANSFERENCIA

[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 Acción de Formación - TRANSFERENCIA

[Acción de Formación](#)

Norma de competencia					
Número de beneficiarios	135				
Beneficiarios empresa	135				
Beneficiarios SENA	0				
Perfil 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	0	Horas prácticas presenciales por grupo	0	Total horas presenciales por grupo	0
Horas teóricas virtuales por grupo	10	Horas prácticas virtuales por grupo	10	Total horas virtuales por grupo	20
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	20

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

[Acción de Formación](#)

Nombre de la entidad	Papel

Descripciones de la Acción de Formación
TRANSFERENCIA (Total: 25)[Acción de Formación](#)**Descripción 1 de 25****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 25**Continuación... DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:**

N/A

Descripción 3 de 25**Continuación... DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:**

N/A

Descripción 4 de 25**2. OBJETIVO 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 25**3. POBLACIÓN BENEFICIARIA DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN:**

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

Descripción 6 de 25**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 25**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 25**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 25**7. UNIDADES TEMÁTICAS:**

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

Descripción 10 de 25**Continuación... UNIDADES TEMÁTICAS:**

N/A

Descripción 11 de 25**Continuación... UNIDADES TEMÁTICAS:**

N/A

Descripción 12 de 25

8. METODOLOGÍA:

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

Descripción 13 de 25

Continuación... METODOLOGÍA:

N/A

Descripción 14 de 25**9. MATERIAL DE FORMACIÓN:**

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

Descripción 15 de 25**10. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS:**

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

Descripción 16 de 25**11. EVALUACIÓN DE APRENDIZAJE:**

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

Descripción 17 de 25**12. AMBIENTE DE APRENDIZAJE:**

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

Descripción 18 de 25**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 19 de 25**14. LUGAR DE EJECUCIÓN:**

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

Descripción 20 de 25

Continuación... LUGAR DE EJECUCIÓN:

N/A

Descripción 21 de 25

Continuación... LUGAR DE EJECUCIÓN:

N/A

Descripción 22 de 25**15. CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:**

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

Descripción 23 de 25

Continuación... CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

N/A

Descripción 24 de 25

Continuación... CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

N/A

Descripción 25 de 25**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	3	NO aplica	0	CAPACITADOR NACIONAL

Presupuesto de la Acción de Formación Acción de Formación - TRANSFERENCIA (Total: 1)[Acción de Formación](#)

Rubro	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
				Especie - %		Dinero - %		
R09.1 Formación Virtual Curso 20 Horas	Acción de Formación - TRANSFERENCIA	0	0	0	0	3,050,012	100	3,050,012
		0	0.0	0	0.0	3,050,012	100.0	3,050,012

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

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R09.1 Formación Virtual Curso 20 Horas	0	0%	0	0%	3,050,012	100%	3,050,012
Totales	0	0.00	0	0.00	3,050,012	100.00	3,050,012

Cobertura geográfica de la Acción de Formación Acción de Formación - TRANSFERENCIA (Total: 1)[Acción de Formación](#)

Ciudad - Región	Porcentaje
COBERTURA NACIONAL	100

ACCIÓN DE FORMACIÓN 2 DE 4**La Gerencia en la Cuarta Revolución Industrial - Claves para la toma de decisiones en el sector comercio electrónico**

[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 La Gerencia en la Cuarta Revolución Industrial - Claves para la toma de decisiones en el sector[Acción de Formación](#)

comercio electrónico

Norma de competencia	
Número de beneficiarios	100
Beneficiarios empresa	100
Beneficiarios SENA	0
Perfil beneficiarios	La acción de formación está dirigida al conjunto de beneficiarios pertenecientes al nivel ocupacional de la alta dirección que tienen una responsabilidad general sobre toda la organización tomando decisiones de alto impacto en las diferentes áreas y direcciones transversales de la organización.
Número de grupos	5
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	12	Horas prácticas virtuales por grupo	8	Total horas virtuales por grupo	20
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 La Gerencia en la Cuarta Revolución Industrial - Claves para la toma de decisiones en el sector comercio electrónico (Total: 1)

[Acción de Formación](#)

Nombre de la entidad	Papel
CAMARA COLOMBIANA DE COMERCIO ELECTRONICO	PROPONENTE

Descripciones de la Acción de Formación La Gerencia en la Cuarta Revolución Industrial - Claves para la toma de decisiones en el sector comercio electrónico (Total: 25)

[Acción de Formación](#)

Descripción 1 de 25**1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:**

En los últimos años han surgido múltiples tecnologías disruptivas en un mundo globalizado hacia la cuarta revolución industrial, o Industria 4.0, destacándose la computación en la nube, el internet de las cosas, el big data e inteligencia artificial, entre otros, dando así paso a una nueva era de la industria en donde las organizaciones mundiales se están adaptando a nuevos procesos empresariales enfocados en avances tecnológicos que permitan generar un cuestionamiento sobre el comportamiento del nuevo mercado global a partir de la combinación de productos y servicios con la tecnología. En el año 2017 tras entrevistar a 3069 altos directivos como parte del estudio C-Suite realizado por el IBM Institute for Business Value, el 91 % de los encuestados afirmaron que ya existe en sus empresas cierto nivel de tecnologías digitales y tecnologías de Internet, así mismo más del 90% de los altos directivos afirmaron que el uso de nuevas tecnologías tiene un rendimiento superior en sus organizaciones con respecto a la media en términos de gestión

del cambio organizativo como respuesta a las nuevas tendencias empresariales. (La evolución de la automatización de procesos, 2018) En Colombia solo 11,7% de las empresas cuentan con una estrategia digital, el 23,1% están pensando en implementarla y tan solo el 15,3% están midiendo los impactos de esta tendencia en sus empresas. No obstante en el año 2020, el mundo sufrió una de las mayores crisis económicas a causa de la emergencia sanitaria "COVID-19" en donde la mayoría de las organizaciones tuvieron la necesidad de reinventarse ajustando su modelo de negocio y tejido empresarial a un entorno de virtualidad en donde los cuatro pilares claves para conseguirlos se definen como tecnologías en la nube que brinden una mejor accesibilidad a la información, ciberseguridad para garantizar el desarrollo de operaciones de forma segura, internet de las cosas que permite de forma automática recoger grandes cantidades de información y el Big Data para analizarlas. Sin embargo, una encuesta realizada por la firma de servicios profesionales BDO en el año 2019 a 300 ejecutivos de nivel C, es decir; directores generales y de las áreas financiera, comunicaciones, riesgos y tecnología pertenecientes a sectores de consumo, recursos naturales y energía, servicios financieros, industrias farmacéuticas y salud, los cuales concuerdan en que "Las organizaciones deben abandonar viejos hábitos, actualizar su cultura organizacional, mejorar la capacidad de sus empleados y ajustar su forma de pensar para convertirse en un negocio digital". Así mismo, el 34% de los encuestados destacan como prioridad número uno desarrollar una estrategia de transformación digital. (Colombia está quedada en transformación digital, 2019) En tal sentido se evidencia un limitado conocimiento y capacitación frente a las tecnologías 4.0 en los altos directivos de las organizaciones lo que representa una desventaja competitiva en herramientas de apoyo para resolver problemas de negocios, aumentar la eficiencia y agregar valor a la toma de decisiones de alto impacto en los negocios de las organizaciones, y en el lineamiento del capital intelectual. Cabe destacar que los altos directivos deben mantener su posición de liderazgo y cumplir los objetivos y misión de la organización, entendiendo la nueva generación de habilidades de liderazgo, comprendidas por el pensamiento crítico y emocional, inteligencia social, empatía y gestión de relaciones interpersonales (Bawany, 2017). Por tal razón, tomando a la Organización Internacional del Trabajo, OIT, quien define la capacitación como una capacidad efectiva para llevar a cabo exitosamente una actividad laboral plenamente identificada, se evidencia que vivimos en un mundo cambiante, en donde constantemente hay que formarse y capacitarse para ser competentes (Wurgaft, 1998), la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico busca promover e incentivar el desarrollo del aprendizaje.

Descripción 2 de 25

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

organizacional a través de una acción de formación constituida por la implementación de cursos virtuales enfocados en la industria 4.0 permitiendo así la adquisición de conocimientos, actitudes, habilidades y conductas a partir de cambios tecnológicos en donde el aprendizaje organizacional corresponde a un elemento fundamental para las organizaciones, puesto que este proceso favorece la generación de ideas, la identificación de nuevas oportunidades de mercado, la toma de decisiones de alto impacto y consecuentemente, el desarrollo de proyectos innovadores. Por otra parte, conocer el grado de implementación de las tecnologías 4.0 en las compañías es importante para poder prever su evolución futura frente al mercado a partir de las herramientas de apoyo de la innovación. Con este objeto, la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico realizó una encuesta a las empresas vinculadas en donde se destacó que el 57% de las empresas tienen la necesidad de formación especializada en temáticas enfocadas hacia la cuarta revolución industrial, como analítica de datos, Big Data, entre otras. Así mismo, el 43% restante justifica tener necesidades en formación de habilidades técnicas o blandas priorizadas por el BID, (Sondeo Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, 2021) lo que refleja la baja adopción en conocimientos de soluciones tecnológicas en las compañías debido a la resistencia a políticas de gestión del cambio que permitan adoptar nuevas metodologías y estrategias, del mismo modo las empresas cuentan con poca inversión en la generación de conocimiento en tecnologías avanzadas lo que conlleva a un limitado conocimientos en innovación tecnología (Industria 4.0) en el capital humano de la empresa especialmente en los altos directivos ocasionando así bajas oportunidades de competitividad en el mercado nacional e internacional. Así pues, se estructuró el problema central enfocado en los altos directivos de las empresas vinculadas, en donde se identificaron las causas y efectos principales que definen la necesidad de desarrollo de la acción de formación Árbol de Problema - Acción de formación tecnologías avanzada Problema Central: Baja adopción en conocimientos de soluciones tecnológicas (Industria 4.0) en altos directivos de las organizaciones vinculadas a la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico que limitan la toma de decisiones de alto impacto organizacional. Efectos directo: 1. Poca apropiación del conocimiento de soluciones innovadoras que integren tecnologías avanzadas (Industria 4.0). 2. Pocas oportunidades de integración entre la solución tecnológica y el talento humano de la empresa. Efecto indirecto 1. Limitadas oportunidades de competitividad en el mercado nacional e internacional. Causas Directas: 1. Bajos índices de conocimientos en innovación y tecnología (Industria 4.0) en el capital humano de la empresa. 2. Limitadas capacidades de los altos directivos de las empresas vinculadas al sector de comercio electrónico, a través de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. Causa Indirecta 1. Resistencia a políticas de gestión del cambio que permitan adoptar nuevas metodologías y estrategias de acción. 2. Poca inversión en la generación de conocimiento en tecnologías avanzadas para la toma de decisiones a los altos directivos de las organizaciones En relación a la problemática anteriormente expuesta Colombia ha avanzado hacia una transformación tecnológica desde hace varios años con la implementación de diferentes temáticas y habilidades tecnológicas, sin embargo, existe evidencia que demuestra que estos esfuerzos están impulsados de forma lenta con respecto a diferentes países, como se refleja en la pérdida de posiciones en indicadores internacionales del Índice de Desarrollo de Gobierno Electrónico (del puesto 31 en 2010 al 61 en 2018) y el Índice de Competitividad Digital (del puesto 49 en 2014 al 58 del 2019). CONPES - 3975, Política nacional para la transformación digital e inteligencia artificial)

Descripción 3 de 25**Continuación... DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:**

De este modo el gobierno nacional de Colombia busca superar esta problemática a través del plan de desarrollo nacional 2018 - 2022, "Pacto por Colombia, pacto por la equidad" en el apartado de transformación empresarial el desarrollo productivo, la innovación y adopción tecnológica para la productividad"; El cual justifica la implementación de la acción de formación en las empresas del sector de comercio electrónico a través del desarrollo productivo y/o competitivo que busca impactar a través de la generación de conocimientos y capacidades que conlleven a potencializar competencias en los altos directivos de las empresas en unidades temáticas asociadas a la industria 4.0 destacando la automatización computación en la nube, ciberseguridad, internet de las cosas, Big Data y analítica de datos; siendo estas herramientas bases que apoyen los planes de acción en la toma de decisiones de alto impacto en las organizaciones. Dentro de este orden de ideas, se establece que la acción de formación planteada dirigida a perfiles profesionales de altos directivos se ejecutará bajo un ambiente virtual de aprendizaje el cual está conceptualizado como un espacio no físico que representa aspectos de la realidad en donde los participantes cuentan con los recursos tecnológicos necesarios para interactuar con contenidos, metodologías y actividades siendo estos responsables de su propio aprendizaje. Cabe resaltar que la acción de formación es especializada ya que busca generar un desarrollo profesional en temáticas especializadas en la industria 4.0, que conlleven al profesional a tener un pensamiento más crítico a través de acciones creativas que impulsen la toma de decisiones, potencializando su capacidad de comprensión y acción de planes innovadores frente a las nuevas necesidades que demanda el mercado, así mismo se espera agregar un valor a las empresas u organizaciones, vinculadas al gremio del sector comercio de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. En consecuencia, lo que busca abordar esta acción de formación especializada es atenuar el impacto negativo que tuvieron los diferentes sectores de la industria comprendidos en el área manufacturera, construcción, comercio al por mayor y detal, reparación de vehículos, transporte y almacenamiento, debido a la emergencia sanitaria "COVID-19" en el año 2020. Cabe resaltar que estos sectores aportaron al PIB en 2019, en conjunto, el 31,1 %, equivalente a 330,3 billones de pesos. (CONPES 3999, 2020). Por lo cual, la formación de competencias y conocimientos en tecnologías avanzadas referentes a la industria 4.0, beneficiará a los altos directivos de las compañías del sector comercio con la aplicación de la acción de formación definida como la Gerencia de la cuarta revolución industrial a través de las siguientes temáticas: Internet de las Cosas, Big Data, Computación en la nube, Blockchain e Inteligencia Artificial, contenido que incentiva la innovación de las compañías al adoptar nuevas medidas basadas en tecnologías avanzadas que permitan fomentar la reactivación económica y el crecimiento del sector comercio, como lo indica el documento CO La evolución de la automatización de procesos. (2018). IBM. <https://www.ibm.com/downloads/cas/RJGDMZ2D> Bawany, S. (2017). The future of leadership in the fourth industrial revolution. Leadership Excellence Essentials, 34(12), 18-19 Wurgaft, J. (1998). La capacitación laboral en los países andinos. Lima, Perú: Organización Internacional del Trabajo. Colombia está quedada en transformación digital. (2019, 30 julio). <https://www.portafolio.co/economia/colombia-quedada-en-transformacion-digital-53206>

Descripción 4 de 25**2. OBJETIVO DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN:**

- Generar conocimiento en tecnologías avanzadas en los altos directivos de las compañías vinculadas a la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico y/o a su cadena productiva, que potencialicen el desarrollo de habilidades enfocadas en la toma de decisiones de alto impacto para generar nuevas oportunidades en el mercado y proyectos innovadores a partir del uso de las temáticas emergentes de la industria 4.0.
- Diseñar un plan académico que estructure unidades temáticas que respondan a las necesidades de las empresas vinculadas a la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico y/o a su cadena productiva y fortalezca las competencias de los altos directivos que permita mitigar el impacto de la pandemia "COVID- 19" e impulsar la reactivación económica del sector comercio.

Descripción 5 de 25**3. POBLACIÓN BENEFICIARIA DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN:**

Área funcional: dirección, administración, ventas, producción, contabilidad, finanzas, comunicaciones, mercadeo, recursos humanos, tecnologías entre otras. Nivel ocupacional: La acción de formación está dirigida al conjunto de beneficiarios pertenecientes al nivel ocupacional de la alta dirección que tienen una responsabilidad general sobre toda la organización tomando decisiones de alto impacto en las diferentes áreas y direcciones transversales de la organización. Funciones o tareas que desempeñan: 1.Desarrollar e implementar la misión de la organización. 2. Velar por el mantenimiento de la visión de la empresa. 3. Liderar equipos de trabajo donde se definen los objetivos de la compañía y se establecen los recursos, los medios y las acciones necesarias para lograrlos de las diferentes áreas y direcciones 4. Comprobar continuamente la evolución de los resultados y la ejecución de los planes. Tipo de vinculación laboral: Todos los trabajadores vinculados por contratos a términos indefinidos, definidos y por prestación de servicio Nivel de escolaridad: Personal profesional con estudios de pregrado y/o postgrados.

Acceso a las TIC: Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son un conjunto de técnicas, desarrollos y dispositivos avanzados derivados de las nuevas herramientas (software y hardware), soportes de la información y canales de comunicación que integran funcionalidades de almacenamiento, procesamiento y transmisión digitalizados de la

información. Entre estas tecnologías los beneficiarios cuentan con computadores de escritorio o portátiles, dispositivos móviles, acceso a servicios de internet, correos electrónicos, entre otros de carácter personal o que dispone la empresa. Con base en lo anterior el perfil del beneficiario fue definido teniendo en cuenta el desarrollo de la acción de formación, su alcance temático y las necesidades que presentan las empresas a las que representa la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, donde se espera impactar de forma directa en los objetivos de la acción que potencialicen el desarrollo de habilidades enfocadas en la toma de decisiones de alto impacto para generar nuevas oportunidades en el mercado y proyectos innovadores a partir del uso de las temáticas emergentes de la industria 4.0. Así mismo, la acción de formación contempla la inclusión de beneficiarios trabajadores de MiPymes (Microempresas, pequeñas y/o medianas empresas) que fomenten el crecimiento en competitividad y/o productividad del sector, a partir de, apuestas innovadoras y metodologías en desarrollo implementada por estas. Por tal motivo, se espera incluir al menos 5 empresas pertenecientes a esta categoría de MiPymes representando el 6 % del total de empresas MiPymes vinculadas a la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. Así mismo, la acción de formación enfocada en la gerencia en la cuarta revolución industrial generará competencias en al menos 10 beneficiarios de las empresas MiPymes, que conforman el 10% del total de beneficiarios de la acción de formación. Esta acción de formación definida como la Gerencia de la cuarta revolución industrial va dirigida exclusivamente para trabajadores de alta dirección de las compañías del sector comercio donde se busca potencializar la formación de competencias y conocimientos para la toma de decisiones de alto impacto que generen nuevas oportunidades en el mercado, así como proyectos innovadores a partir del uso de las temáticas emergentes de la industria 4.0.

Descripción 6 de 25

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

La acción de formación está dirigida al sector comercio, y aplica a los subsectores transversalmente ya que las tecnologías avanzadas pertenecientes a la cuarta revolución pueden ser implementadas en los subsectores definidos por la convocatoria. No obstante, cabe resaltar que teniendo en cuenta la razón social del proponente la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico y las empresas a las que representa, tienen una inclinación por el sector comercio electrónico.

Descripción 7 de 25

5. EVENTO DE FORMACIÓN:

La acción de formación "Gerencia de la cuarta revolución industrial" se desarrollará a través del evento de formación denominado curso, el cual, en su metodología contempla una estructura de modalidad de formación virtual, adaptada a una estrategia de formación teórico-práctica; la cual, está diseñada en módulos sobre temas enfocados en tecnologías avanzadas de la cuarta revolución industrial como (internet de las Cosas, Big Data, Computación en la nube, block chain e Inteligencia Artificial) y que define un número de horas por unidad temática lo que permitirá que el beneficiario adquiera y fortalezca competencias ajustada a las tareas o funciones que desarrolla en su nivel ocupacional de alta gerencia. El curso virtual será llevado a cabo en 20 horas de formación, a través de la plataforma de aprendizaje Moodle y tendrá un alcance de 100 beneficiarios distribuidos en 5 grupos de 20 personas cada uno. El evento busca satisfacer las necesidades de formación evidenciadas y justificadas en la acción de formación para los beneficiarios de las empresas vinculadas a la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico y su cadena productiva, impactando en la productividad y competitividad y permitiendo la reactivación económica. Se estructuró un curso virtual como evento de formación priorizado para la estrategia de aprendizaje en el marco de la convocatoria de formación continua especializada, así mismo, se optimizaron los recursos para la acción de formación con un costo valor hora beneficiario de \$20.452 pesos colombianos, por debajo del establecido por la entidad de \$57.047.

Descripción 8 de 25

6. MODALIDAD DE FORMACIÓN:

La acción de formación de la Gerencia de la cuarta revolución industrial se realizará mediante modalidad virtual que emplea tecnologías de la información y se realiza de manera asincrónica entre el capacitador y los trabajadores, lo cual significa que pueden interactuar en tiempos y espacios diferentes e implica la utilización de una plataforma tecnológica que estará disponible las 24 horas del día, para que el beneficiario pueda desarrollar las temáticas del curso.

Descripción 9 de 25

7. UNIDADES TEMÁTICAS:

La acción de formación "Gerencia de la cuarta revolución industrial" está conformada por unidades temáticas, las cuales se construyeron bajo un conjunto homogéneo de conocimientos (contenidos detallados), expresados de manera estructurada, lógica y secuencial, con el fin de desarrollar una temática específica que da respuesta a la necesidad de formación planteada. En cada unidad temática se definió la duración en horas y las competencias que se espera que adquieran los trabajadores, además de adquirir y actualizar sus conocimientos, desarrollaran habilidades transversales que les permitirán adaptarse a circunstancias cambiantes a lo largo de toda la vida. Para la construcción de las unidades temáticas de esta acción de formación se tuvo en cuenta iniciativa del Banco Interamericano de Desarrollo- BID, la cual

mediante sus publicaciones denominadas "Habilidades del Siglo 21: Desarrollo de Habilidades Transversales en América Latina y el Caribe 2019" y "#Habilidades21 en tiempos de COVID-19", define el perfil del individuo del siglo XXI. De acuerdo con lo anterior, la acción de formación - "Gerencia de la cuarta revolución industrial " destinó 2 horas para el desarrollo de las habilidades transversales con la temática denominada "Desafíos éticos en la 4RI" cumpliendo de este modo con el mínimo el 5% de las horas totales de la formación al desarrollo las habilidades transversales.

Unidad temática 1: Oportunidades y tendencias en la Cuarta Revolución Industrial

Número de horas temática: 2 horas Competencia que va a adquirir el beneficiario: Reconocer los acontecimientos futuros que acelerarán el cambio y las consecuencias de no adaptarse a él.

Unidad temática 2: Tecnologías emergentes (Internet de las Cosas, Big Data, Cloud Computing, Blockchain, inteligencia artificial)

Número de horas temática: 6 horas Competencia que va a adquirir el beneficiario: -Comprender los conceptos clave relacionados con la computación en nube. -Conocer los diferentes modelos de implementación del cloud computing en las organizaciones. - Identificar soluciones y modelos apropiados para implementar la computación en la nube en un escenario o situación dada. - Comprender conceptos clave relacionados con Internet de las cosas (IoT), incluidos estructura común y requerimientos - Comprender las consideraciones éticas, de seguridad e interoperabilidad en torno a la adopción de IoT - Comprender conceptos claves relacionados con la aplicación del Big Data en los negocios. - Definir la Inteligencia Artificial y reconocer las etapas e hitos de desarrollo. - Reconocer los límites, las directrices éticas, el impacto social y económico, así como el potencial y las implicaciones de la IA - Definir el concepto de blockchain y el alcance de esta tecnología en las organizaciones - Identificar soluciones y modelos apropiados para implementar el blockchain en un escenario o situación dada

Descripción 10 de 25

Continuación... UNIDADES TEMÁTICAS:

Unidad temática 3: Nuevas tecnologías 4.0 (Smart manufacturing, Smart agro, smart health, smart cities) Número de horas temática: 4 horas Competencia que va a adquirir el beneficiario: - Conocer las tecnologías emergentes que aparecen bajo el marco 4.0 y - Identificar las aplicaciones reales en el sector del ecommerce de las tecnologías 4.0 (Smart Manufacturing, Smart Cities, Smart Agro, e-Health)

Unidad temática 4:Nuevas tecnologías 4.0 (modelos de negocio, cadena de valor, servicio al cliente, automatización, RHH) Número de horas temática: 6 horas Competencia que va a adquirir el beneficiario:- Comprender como las tecnologías 4.0 pueden transformar la organización. cadena de valor, gestión del recurso humano, automatización de procesos mediante la adopción y uso de las plataformas digitales y las tecnologías de la información.

Unidad temática 5 (Transversal): Desafíos éticos en la 4RI Número de horas temática: 2 horas Competencia que va a adquirir el beneficiario: - Comprender los dilemas éticos que supone la 4RI debido a los cambios que representa en la forma de trabajar, innovar, relacionarse unos con otros e implementar soluciones tecnológicas. - Desarrollar la capacidad de análisis y la aplicación de principios éticos para la toma de decisiones La acción de formación "Gerencia en la Cuarta Revolución Industrial" tiene un total de 5 unidades temáticas y 20 horas de duración.

Descripción 11 de 25

Continuación... UNIDADES TEMÁTICAS:

N/A

Descripción 12 de 25

8. METODOLOGÍA:

La metodología aplicada en la ejecución de la acción de formación "Gerencia de la cuarta revolución industrial" se encuentra alineada a la modalidad de formación virtual y será impartida a través de una metodología teórico-práctica. La acción de formación se realizará 60% teórico y 40% práctico, con una dedicación de 20 horas en total en donde por cada una de las unidades temáticas, se realizará una serie de actividades soportadas por el material de formación y construidas a la medida de la formación para que el beneficiario logre apropiarse de los conceptos teóricos, para luego a través de casos reales poner en práctica los conceptos apropiados con anterioridad. Las unidades temáticas para llevar a cabo el desarrollo de la acción de formación son las siguientes, se plantea la implementación de algunas estrategias didácticas y actividades pedagógicas sujetas a la metodología, el ambiente de aprendizaje, los resultados de aprendizaje esperados y el objetivo de la formación, así:

Unidad temática 1: Oportunidades y tendencias en la Cuarta Revolución Industrial Estrategia Didáctica - Estudio y diseño de casos reales. - Aprendizaje colaborativo. Actividad pedagógica - Foro de discusión.

Unidad temática 2: Tecnologías emergentes (Internet de las Cosas, Big Data, Cloud Computing, Blockchain, inteligencia artificial) Estrategia Didáctica - Estudio y diseño de casos reales. - Aprendizaje colaborativo. Actividad pedagógica - Foro de discusión. - Video.

Unidad temática 3: Nuevas tecnologías 4.0 (smart manufacturing, smart agro, smart health, smart cities) Estrategia Didáctica - Estudio y diseño de casos reales. - Aprendizaje colaborativo. Actividad pedagógica - Foro de discusión.

Unidad temática 4: Nuevas tecnologías 4.0 (modelos de negocio, cadena de valor, servicio al cliente, automatización, RHH) Estrategia Didáctica - Estudio y diseño de casos reales. - Aprendizaje colaborativo. Actividad pedagógica - Foro de

discusión.

Unidad temática 5 (Transversal): Desafíos éticos en la 4RI Estrategia Didáctica - Estudio y diseño de casos reales. - Aprendizaje colaborativo. Actividad pedagógica - Foro de discusión. - Cuestionario en línea. - Búsqueda de bibliografía más influyente sobre creatividad y resolución de problemas.

Descripción 13 de 25

Continuación... METODOLOGÍA:

N/A

Descripción 14 de 25

9. MATERIAL DE FORMACIÓN:

Se desarrollará para la acción de formación "La gerencia en la cuarta revolución industrial" material que reúne medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan el desarrollo del aprendizaje en la acción, este material tiene como objetivo facilitar la transferencia de conocimiento en los beneficiarios de la acción. De tal forma, los beneficiarios tendrán acceso a un ebook o publicación electrónica donde se resaltan los conceptos, definiciones y recursos desarrollados durante la acción de formación, además de, una guía instructiva del contenido de curso y como material introductorio para la contextualización en el proceso de aprendizaje. Todo el contenido será digital, y se garantizará la entrega de este a través de medio electrónicos como los correos y herramientas de almacenamiento en la nube. Así mismo, cada unidad temática dentro de la acción de información dispondrá de una estrategia de aprendizaje estructurada a partir del material de formación y basada en las competencias que va a adquirir el beneficiario, el ambiente de aprendizaje y los resultados de aprendizaje esperado. No obstante, el material de formación en cuestión tiene una relación lógica y coherente con su contenido temático, estará metodológicamente estructurado para adoptar conocimientos y a partir del autoaprendizaje y el aprendizaje colaborativo; así mismo, se garantiza la facilidad de interpretación de la información para el perfil del beneficiario del nivel ocupacional alta gerencia, el cual accederá a este y así, generar un nivel de comprensión óptimo de los temas y las competencias que permitan a los beneficiarios cumplir con los objetivos de la acción de formación que busca "Generar conocimiento en tecnologías avanzadas en los altos directivos de las compañías vinculadas a la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, que potencien el desarrollo de habilidades enfocadas en la toma de decisiones de alto impacto para generar nuevas oportunidades en el mercado y proyectos innovadores a partir del uso de las temáticas emergentes de la industria 4.0. " y " Diseñar un plan académico que estructure unidades temáticas que respondan a las necesidades de las empresas vinculadas a la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico y fortalezca las competencias de los altos directivos que permita mitigar el impacto de la pandemia "COVID- 19"

Descripción 15 de 25

10. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS:

Los resultados de aprendizaje definidos para la acción de formación "La gerencia en la cuarta revolución industrial" se diseñaron teniendo en cuenta la medición de las competencias que se espera adquirir por parte de los beneficiarios de la acción de formación, que en este caso va dirigido al nivel ocupacional de alta gerencia y dan cumplimiento a los objetivos de "Generar conocimiento en tecnologías avanzadas en los altos directivos de las compañías vinculadas a la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, que potencien el desarrollo de habilidades enfocadas en la toma de decisiones de alto impacto para generar nuevas oportunidades en el mercado y proyectos innovadores a partir del uso de las temáticas emergentes de la industria 4.0. " y " Diseñar un plan académico que estructure unidades temáticas que respondan a las necesidades de las empresas vinculadas a la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico y fortalezca las competencias de los altos directivos que permita mitigar el impacto de la pandemia "COVID- 19" e impulsar la reactivación económica del sector comercio." Por otra parte, los resultados definidos permiten validar la alineación de las temáticas a desarrollar en la acción de formación con el impacto que tendrán las mismas en el desempeño de los beneficiarios generando competencias en ellos que impulsen la productividad y competitividad de las empresas representadas por la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico y su cadena de valor.

A continuación, se definen los resultados de aprendizaje esperados:

- Brindar al participante una visión global sobre la cuarta revolución industrial y sus tecnologías.
- Conocer las implicaciones de las tecnologías de la 4RI en las organizaciones, el modelo de negocio, la cadena de valor, el servicio al cliente y la necesidad de contar con profesionales capacitados de gran nivel.
- Identificar la aplicación real y en el sector del comercio electrónico de tecnologías como: Smart Manufacturing, Smart Cities, Smart Agro, smart-Health, etc.
- Identificar los aspectos clave para mejorar la competitividad y eficiencia de las organizaciones, a través de las tecnologías emergentes de la 4RI

Descripción 16 de 25

11. EVALUACIÓN DE APRENDIZAJE:

Una vez finalizada la transferencia de conocimiento de la formación especializada a los beneficiarios del sector, se dará paso a una evaluación de conocimiento que permiten verificar el cumplimiento del objetivo propuesto y de los resultados

de aprendizaje esperados. Los mecanismos para evaluar son los siguientes: ' En cada acción de formación el participante realizará un test ex - ante para conocimiento previo y la aplicación actual de estos conceptos en las organizaciones que representan. ' Cada módulo contará con una selección de casos prácticos para que los participantes aprendan de manera práctica los fundamentos teóricos estudiados. ' Se estructurarán ejercicios prácticos en cada unidad de formación para que el participante tenga la posibilidad de poner a prueba su conocimiento. Cabe resaltar que los resultados de estos ejercicios prácticos ayudarán al estudiante y al tutor identificar puntos de mejorar durante el proceso formativo. ' Cada participante tomará una prueba de evaluación ex - post al finalizar la acción de formación en donde se evaluará el conocimiento adquirido, que será calificado por el tutor, aportando los comentarios y propuestas de mejora. Todos los ejercicios propuestos en el examen serán casos reales. Para la acción de formación se considera estructurar el siguiente indicador Tasa de incremento del conocimiento. Medios de verificación: Evaluaciones ex - ante y ex - post entregado por el capacitador. Metodología de recolección y verificación de la información: La metodología se desarrollará a través de evaluaciones, 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 esta, con el fin de realizar una comparación que refleje los resultados en el incremento de conocimientos del trabajador beneficiario de la formación. Para dicho indicador se calificará el indicador como: $TIC = [(Nota\ evaluación\ expost - Nota\ evaluación\ exante) / Nota\ evaluación\ exante] \times 100$

Descripción 17 de 25

12. AMBIENTE DE APRENDIZAJE:

La formación virtual emplea tecnologías de la información y se realiza de manera asincrónica entre el capacitador y los beneficiarios, lo cual significa que pueden interactuar en tiempos y espacios diferentes e implica la utilización de herramientas tecnológicas que permiten facilitar el aprendizaje y de esto modo, lograr el cumplimiento del objetivo de la acción de formación. Esta acción se estructuró teniendo cuenta las tarifas de la resolución del SENA para el año 2021, y el rubro definido fue formación virtual; teniendo en cuenta lo anterior, se validó su coherencia al desarrollar el curso virtual de 20 horas bajo la modalidad virtual, con una metodología teórico-práctica y ajustada al nivel ocupacional alta gerencia. De manera consecuente, el ambiente de aprendizaje diseñado para la acción de formación virtual será la plataforma de aprendizaje web Moodle, la cual, es una herramienta web LMS de código abierto que se utilizará en el proyecto que puede consultarse en los diferentes sistemas operativos. Moodle es una plataforma de aprendizaje diseñada para proporcionarle a educadores, administradores y estudiantes un sistema integrado único, robusto y seguro para crear ambientes de aprendizaje personalizados. La plataforma proporciona el conjunto de herramientas más flexible para soportar tanto el aprendizaje mixto (blended learning) como los cursos 100% en línea. Debido a que es Código Abierto, Moodle puede ser personalizado en cualquier forma deseada, para adecuarlo a necesidades individuales. Así mismo, esta plataforma tiene un alcance significativo que permite abarcar desde unos cuantos estudiantes hasta millones de usuarios, por lo cual, puede escalarse para soportar las necesidades, tanto de clases pequeñas, como de grandes organizaciones, debido a su flexibilidad y escalabilidad. Las funcionalidades técnicas de Moodle en cuanto a la gestión por parte de los tutores y responsables de seguimiento de las acciones virtuales de formación permiten gestionar, administrar, organizar, diseñar, impartir y evaluar las acciones formativas, así como integrar diferentes tipos de contenido: jpg, mp3, videos, pdf, etc. Las estadísticas de la plataforma alrededor del mundo respaldan su coherencia y funcionalidad como aula virtual de aprendizaje en la actualidad con aproximadamente, 175.000 sitios, 34.000.000 de cursos, 255.000.000 de usuarios, 280.000.000 de recursos electrónicos como material de formación y una expansión de 242 países, lo que garantiza su estabilidad y coherencia con el evento, la modalidad, la metodología, y la población beneficiaria propuesta en la acción de formación. De la misma forma, se implementará Google Meet Business (workplace) para las sesiones sincrónicas. Google Meet es la aplicación de videoconferencias de Google, para navegadores web y dispositivos móviles, enfocada al entorno laboral. Características principales - Videollamadas de hasta 250 participantes. - Acceso desde aplicaciones móviles, escritorio o portátil. - Acceso directo desde web y aplicaciones móviles de Gmail. - Integrado con Google Calendar. - Grabación en Drive. - Soporte para subsalas para grupos de trabajo. - Posibilidad de compartir la pantalla, ventana.

Descripción 18 de 25

13. CARACTERÍSTICAS DE LA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA O PLATAFORMA VIRTUAL:

La plataforma tecnológica del proveedor de formación será Moodle, la cual estará hospedada en un servidor AWS que garantiza la disponibilidad 7/24. La infraestructura AWS es robusta y cumple con las condiciones de rendimiento exigidas en el anexo 14. Moodle, la plataforma LMS que se utilizará en el proyecto, es un LMS Open Source y web, el cual puede consultarse en los diferentes sistemas operativos, como se evidencia en la ficha técnica disponible en moodle.org. Las funcionalidades técnicas de Moodle en cuanto a la gestión por parte de los tutores y responsables de seguimiento de las acciones virtuales de formación permiten gestionar, administrar, organizar, diseñar, impartir y evaluar las acciones formativas, así como integrar diferentes tipos de contenido: jpg, mp3, videos, pdf, etc. https://docs.moodle.org/all/es/Caracter%C3%ADsticas_de_Moodle_3.2 La plataforma LMS y el proveedor de formación cuentan con un canal de soporte en plataforma y vía sistema de ticket a través de la herramienta Zoho support. Las características de usabilidad de Moodle facilitan al usuario la navegación de forma intuitiva por la plataforma y sus funcionalidades.

Las funciones de gestión de la acción de formación, gestión de grupos, gestión de usuarios, se cumplen en el LMS Moodle: Datos:

' Código de la Acción de Formación.

- ' Nombre de la Acción de Formación.
- ' Descripción.
- ' Clasificación por Categoría.
- ' Estado de la Acción de Formación (disponible/no disponible).
- ' Fecha de inicio.
- ' Fecha de terminación.
- ' Idioma en el que se dictará la Acción de Formación.
- ' Identificador de rol administrador. Funcionalidades asociadas:
- ' Habilitar un glosario en donde el administrador y los capacitadores sean los encargados de su actualización y divulgación.

Gestión de grupos:

Datos:

- ' Nombre.
- ' Descripción.
- ' Marcar como disponible o no disponible el grupo.
- ' Identificador de la Acción de Formación a la que pertenece.
- ' Matriz de evaluación de actividades, exámenes, foros y encuestas.
- ' Libro de calificaciones.

Funcionalidades asociadas: ' Habilitar medios de comunicación (chat, correo electrónico, foros, intercambio de archivos) entre los miembros del grupo. Gestión de usuarios: Datos:

- ' Tipo de documento de identificación
- ' Número de documento de identificación.
- ' Nombre(s). ' Apellido(s).
- ' Correo electrónico.
- ' Rol.
- ' Contraseña.

El LMS Moodle permite asignar usuarios a cursos de formación tanto individual como masivo, identificando con la llave Cédula, el registro duplicado de un usuario. Así mismo tiene características y permisos para cada uno de los roles de tutor, administrador y estudiante, identificados por los siguientes datos:

- ' Nombre del Rol.
- ' Descripción del Rol.
- ' Identificación del Rol o Código.
- ' Permisos del Rol.

Los roles y permisos activados en la plataforma Moodle se encuentran registrados en la página oficial: https://docs.moodle.org/all/es/Roles_y_permisos El operador de la formación utiliza para las sesiones sincrónicas WebinarJam, esta plataforma permite grabar y almacenar cada sesión sincrónica para que quede disponible a los participantes. Así como el registro de la asistencia, la participación activa vía chat, la generación de encuestas de satisfacción y los reportes de participación de los asistentes. El LMS Moodle es una plataforma robusta en cuanto a los reportes y los formatos de presentación (Excel). El reporte de beneficiarios por grupo, por acción de formación, los filtros de reportes por estudiante, por grupo, los progresos en cada curso, en cada actividad, etc. pueden ser descargados de Moodle. https://docs.moodle.org/all/es/Reportes_de_curs

Descripción 19 de 25

14. LUGAR DE EJECUCIÓN:

La Cámara Colombiana de Comercio Electrónico - CCCE, es una entidad privada sin ánimo de lucro, de orden gremial, que tiene como propósito promover y fortalecer la industria eCommerce en Colombia a través del entendimiento y centralización de las cifras que determinan el comportamiento del comercio electrónico en el país, la incidencia en políticas públicas y la promoción del conocimiento y confianza en el sector. Su objetivo es promover un entorno favorable para el desarrollo del comercio electrónico en el país y tiene como misión ser la entidad vocera de los agremiados y contribuir en la toma de las decisiones público-privadas en beneficio de la consolidación del comercio electrónico en Colombia. Por ende, es una entidad que tiene impacto a nivel nacional en todo el territorio colombiano. Para la acción de formación se contempla una distribución aproximada de los grupos de beneficiarios en diferentes ciudades/municipios del territorio nacional, así:

- Bogotá D.C / Bogotá se le asignaron 2 grupos de la acción de formación.
- Medellín / Antioquia se le asignaron 1.5 grupos de la acción de formación.
- Cali / Valle del Cauca se le asignó el 50% de 1 grupo de la acción de formación.
- Santa Marta / Magdalena se le asignó el 25% de 1 grupo de la acción de formación.
- Cundinamarca se le asignó 75% de 1 grupo de la acción de formación.

Santa Marta hace parte de los municipios priorizados por departamentos con menor puntaje de medición, según Índice Departamental de Competitividad 2019: Vaupés, Vichada, Guainía, Chocó, Amazonas, Guaviare, La Guajira, Arauca,

Caquetá, Putumayo, Sucre, Córdoba, Cauca, Nariño, Cesar, Magdalena, San Andrés, Huila, Meta.

La ciudad de Santa Marta, al ser la capital del departamento del Magdalena, tendrá un impacto por el fortalecimiento de habilidades y competencias que generará el desarrollo del sector, sus beneficiarios y los actores relacionados en la cadena productiva. En los municipios mencionados anteriormente, se encuentran designados grupos de beneficiarios que generan un impacto significativo en la competitividad y/o productividad de la cadena productiva del sector. Así mismo, las empresas vinculadas al gremio y su cadena productiva cuentan con operaciones en cada uno de los municipios definidos para la ejecución de la acción de formación, se identificó a través de una encuesta que 33 empresas demostraban unas necesidades de formación para aproximadamente 1639 empleados ubicados en los municipios en los que se definió la ejecución de esta acción de formación.

Descripción 20 de 25

Continuación... LUGAR DE EJECUCIÓN:

N/A

Descripción 21 de 25

Continuación... LUGAR DE EJECUCIÓN:

N/A

Descripción 22 de 25

15. CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

El perfil del capacitador definido para la acción de formación "La gerencia en la cuarta revolución industrial" debe contar con los siguientes requerimientos para cumplir con el desarrollo de las unidades temáticas a impartir en la acción. Formación Académica: Profesional titulado en administración de empresas, ingenierías, economía, psicología, negocios internacionales, relaciones, entre otros que se adapten al perfil del desarrollo de las unidades temáticas. Experiencia relacionada: Con experiencia relacionada comprobable en alguna de las siguientes temáticas Ciencia, tecnología e innovación, tecnologías avanzadas, entre otras temáticas relacionadas, adicionalmente debe contar con experiencia en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo de un (1) año o formación pedagógica lo que le permita contar con las habilidades y actitudes para la impartición del curso. Otro requisito es contar con la tarjeta profesional.

Años de experiencia relacionada: Cuatro (4) años de experiencia relacionada. Experiencia específica: Con experiencia específica en Industrias 4.0, Cloud Computing, Internet de las Cosas, Analítica de datos, Inteligencia Artificial y/o Blockchain, entre otras, adicionalmente debe contar con experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales para la impartición de cursos educativos. Años de experiencia específica: Un (1) año de experiencia específica.

Competencias técnicas del capacitador esperadas: - Demostrar conocimiento y comprensión de hechos esenciales, conceptos, principios y teorías relativas a las temáticas y a sus disciplinas de referencia. - Identificar tecnologías actuales y emergentes y evaluar si son aplicables, y en qué medida, para satisfacer las necesidades de los beneficiarios. - Demostrar conocimiento y comprensión del contexto económico y organizativo en el que desarrolla su trabajo, según, el nivel ocupacional requerido del beneficiario para la acción de formación. - Concebir, valorar, planificar y dirigir proyectos TIC utilizando los principios y metodologías propios de la ingeniería, de gestión de recursos humanos y de economía.

Competencias tecnológicas del capacitador esperadas: - Conocimiento y adecuado uso de las herramientas tecnológicas del ambiente de aprendizaje diseñadas para la acción de formación. - Conocimiento en el uso de plataformas LMS. - Conocimiento en el uso de herramientas para transmisión sincrónica como Meet, Zoom, entre otras. - Conocimientos básicos en el uso de herramientas computacionales y ofimáticas como office, correos, entre otras. - Conocimientos básicos en el uso de dispositivos electrónicos como computadores de escritorio, portátiles y dispositivos móviles.

Competencias pedagógicas del capacitador esperadas: - Conocimiento, planeación y desarrollo de la práctica educativa. - Capacidad para el razonamiento crítico, lógico y matemático. - Capacidad para resolver problemas dentro de su área de estudio. - Capacidad de abstracción: capacidad de crear y utilizar modelos que reflejen situaciones reales. - Capacidad de diseñar y realizar experimentos sencillos y analizar e interpretar sus resultados. - Capacidad de análisis, síntesis y evaluación. Competencias actitudinales del capacitador esperadas: - Tener iniciativa y ser resolutivo. - Actuar en el desarrollo profesional con responsabilidad y ética profesional y de acuerdo con la legislación vigente. - Capacidad de comunicación efectiva. - Capacidad de adaptación a los cambios organizativos o tecnológicos. Clasificación: Capacitador Nacional.

Descripción 23 de 25

Continuación... CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

N/A

Descripción 24 de 25**Continuación... CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:**

N/A

Descripción 25 de 25**16. CAPACITADOR PERSONA JURÍDICA:**

La Fundación FacelT, organización sin ánimo de lucro de carácter privado, representa en Colombia a la ICDL Foundation, organismo mundial a cargo de promover el concepto de estándares mundiales de certificación de competencias digitales ICDL, con sede en Irlanda y con presencia en 103 países. Los estándares de certificación ICDL están incluidos en el plan de estudios de informática de la UNESCO / IFIP y cuentan con apoyo global de las Comisiones Europeas de Educación y Tecnología y el respaldo de organizaciones como la UNESCO, el Banco Mundial, American Council on Education (ACE), entre otros. Nuestro propósito es promover la cultura informática, particularmente masificando el acceso y uso de tecnologías de información. Nuestra misión, superar las barreras digitales ofreciendo acceso a todos los colombianos a la Sociedad de la Información. Ayudando a las personas, organizaciones y sociedad en general a desarrollar las competencias necesarias para el uso productivo de las TIC, a través del desarrollo, promoción e implementación de programas de certificación. Nos enorgullece nuestra capacidad de identificar las necesidades de "competencias digitales" del sector gobierno, productivo y social y educativo y cubrir dichas necesidades con programas de calidad. Nuestro objetivo es mantener el liderazgo mundial en programas de certificación de conocimientos informáticos como usuario. A continuación, se especifican la experiencia a través de contratos y resultados: Contrato 1. SENA. 14/8/15 - El objeto del convenio tendrá el siguiente alcance: 1) Desarrollar en 1.000 instructores del SENA competencias pedagógicas y digitales para el uso productivo de las TIC en sus procesos de formación. 2) Dar acceso a 1.000 pruebas de certificación internacional bajo el estándar ICDL a instructores SENA. 3) Desarrollar en 20 instructores líderes del SENA las competencias como formador de formadores en competencias TIC. 4) Realizar la revisión y diseño curricular del programa de fortalecimiento de competencias TIC para los instructores del SENA en la Escuela Nacional de Instructores Rodolfo Martínez Toro. 5) Generar capacidad instalada en cuanto a instructores competentes y a la acreditación de cinco (5) centros de formación como Centros de Certificación ICDL. Contrato 2. Mintrabajo 27/7/16 - Realizar un proceso de formación para el desarrollo de competencias para el teletrabajo y la expedición de la Certificación Internacional en competencias, dirigido a los teletrabajadores del Ministerio del Trabajo. Contrato 3. MINTIC - 28/7/17 - Ejecutar la iniciativa "Ciudadanía Digital" que consiste en la formación y certificación de habilidades y competencias en el uso de TIC en modalidades presencial y virtual, priorizando a grupos estratégicos de la población en razón a sus condiciones de vida y vulnerabilidad económica y social. Contrato 4. Alcaldía de Santiago de Cali. 30/5/18 - Contratar los servicios de capacitación presencial y virtual para preparar a los servidores públicos del Municipio de Santiago de Cali en la presentación de pruebas para concursos de méritos y en materia de negociación colectiva para el sector público, según ficha EBI:CP-22047901, de acuerdo a las especificaciones técnicas consagradas en los Estudios Previos y en el Pliego de Condiciones.

PERFILES 1 (Total: 1)**Acción de Formación**

Formación Académica	Experiencia Relacionada	Años Experiencia Relacionada	Experiencia Específica	Años Experiencia Específica	Clasificación
Profesional titulado en administración de empresas, ingenierías, economía, psicología, negocios internacionales, relaciones, entre otros que se adapten al perfil del desarrollo de las unidades temáticas.	Con experiencia relacionada comprobable en alguna de las siguientes temáticas Ciencia, tecnología e innovación, tecnologías avanzadas, entre otras temáticas relacionadas, adicionalmente debe contar con experiencia en capacitación,	4	Con experiencia específica en Industrias 4.0, Cloud Computing, Internet de las Cosas, Analítica de datos, Inteligencia Artificial y/o Blockchain, entre otras, adicionalmente debe contar con experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales para la	1	CAPACITADOR NACIONAL

	docencia y/o formación para el trabajo de un (1) año o formación pedagógica lo que le permita contar con las habilidades y actitudes para la impartición del curso. Otro requisito es contar con la tarjeta profesional		impartición de cursos educativos.		
--	---	--	-----------------------------------	--	--

Presupuesto de la Acción de Formación La Gerencia en la Cuarta Revolución Industrial - Claves para la toma de decisiones en el sector comercio electrónico (Total: 2)

[Acción de Formación](#)

Rubro	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
				Especie - %		Dinero - %		
R08 Gastos de Operación del Proyecto	Gastos administrativos	2,533,044	75	0	0	844,348	25	3,377,392
R09.1 Formación Virtual Curso 20 Horas	Gastos contenido, capacitador nacional, plataforma y temáticas del Curso de 20 horas "Gerencia en la Cuarta Revolución Industrial"	28,144,935	75	0	0	9,381,645	25	37,526,580
		30,677,979	75.0	0	0.0	10,225,993	25.0	40,903,972

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

[Acción de Formación](#)

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R08 Gastos de Operación del Proyecto	2533044	75%	0	0%	844,348	25%	3,377,392
R09.1 Formación Virtual Curso 20 Horas	28144935	75%	0	0%	9,381,645	25%	37,526,580
Totales	30,677,979	75.00	0	0.00	10,225,993	25.00	40,903,972

Cobertura geográfica de la Acción de Formación La Gerencia en la Cuarta Revolución Industrial - Claves para la toma de decisiones en el sector comercio electrónico (Total: 5)

[Acción de Formación](#)

Ciudad - Región	Porcentaje
MEDELLIN - ANTIOQUIA	30
CALI - VALLE DEL CAUCA	10
SANTA MARTA - MAGDALENA	5
BOGOTA - DISTRITO CAPITAL	40
CUNDINAMARCA	15

ACCIÓN DE FORMACIÓN 3 DE 4

Retos de innovación en la cadena de valor del ecommerce, medios de pagos y logística.

[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 Retos de innovación en la cadena de valor del ecommerce, medios de pagos y logística.

[Acción de Formación](#)

Norma de competencia					
Número de beneficiarios	20				
Beneficiarios empresa	20				
Beneficiarios SENA	0				
Perfil beneficiarios	Coordinadores de área de empresas intresadas en los medios de pago y la logistica en el sector del ecommerce				
Número de grupos	1				
Número de días x grupo	6				
Horas de la Acción de Formación					
Horas teóricas presenciales por grupo	8	Horas prácticas presenciales por grupo	16	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	24

Entidades de la Acción de Formación Retos de innovación en la cadena de valor del ecommerce, medios de pagos y logística. (Total: 1)

[Acción de Formación](#)

Nombre de la entidad	Papel
CAMARA COLOMBIANA DE COMERCIO ELECTRONICO	PROPONENTE

Descripciones de la Acción de Formación Retos de innovación en la cadena de valor del ecommerce, medios de pagos y logística. (Total: 25)

[Acción de Formación](#)

Descripción 1 de 25

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

Los diferentes avances tecnológicos han generado variados comportamientos en los mercados, de manera cambiante, especialmente con la aparición de la transformación digital. El internet ha permitido transformar las maneras tradicionales de negociación, como compras y ventas, que cada vez más obliga a las diferentes empresas a migrar hacia estas nuevas modalidades.

Inicialmente, el acceso a internet limitaba en cierta medida el número de las Mipymes que hacían presencia en la web. Sin embargo, dada la emergencia producida por el COVID-19, que provocó el cierre del comercio tradicional, se elevó la transformación hacia lo digital, donde las empresas se vieron forzadas a innovar en sus modelos de negocio; es decir, la nueva realidad los obligó a transitar de las compras y ventas tradicionales a un nuevo modelo de compra y venta digital o

por medio de transacciones electrónicas, por lo cual las Mipymes han visto la digitalización como un requisito obligatorio a nivel empresarial para el acceso a los diferentes mercados.

Por lo anterior, las empresas tradicionales afrontan nuevos retos para la comercialización de sus productos, bienes o servicios, y son solo aquellas que deciden afrontar nuevos desafíos las que generan cambio para avanzar hacia la transformación digital, lo que las lleva a adaptarse del escenario comercial tradicional al eCommerce. Las nuevas formas de compra-venta vía web permiten que los gerentes ingresen en la transformación del comercio con la mejora y agilidad de los diferentes procesos de sus empresas, como parte de la innovación.

La nueva normalidad está dando lugar a justificar cómo el comercio electrónico es la opción más segura para adquirir productos, bienes o servicios sin salir de casa ni exponerse. Así, las empresas han tenido que migrar al uso de herramientas digitales para buscar nuevas alternativas de comercialización. Esa transformación digital, que antes era un plus o un valor agregado para el aumento de recursos y la competitividad, hoy en día es un requisito casi indispensable para que las empresas no se vayan a la quiebra: las que han logrado sobrevivir o salir a flote ante la dura crisis afrontada a lo largo del 2020 y 2021 han tenido que iniciar su tránsito hacia la transformación digital, adquiriendo conocimientos y herramientas que les faciliten el uso de las tecnologías de la información para reorientar sus propósitos en los nuevos escenarios de mercado. Es decir, la pandemia ha sido un acelerador de la digitalización, donde las empresas han tenido que sacar adelante su capacidad de adaptarse al cambio con el uso del e-Commerce. El sector digital se encuentra en constante cambio, por lo cual las empresas deben direccionar su foco a la economía de la experiencia, donde lo importante no es solo la venta de productos, sino las experiencias que se generan a través de estos con las diferentes marcas. En otras palabras, las empresas que ofrecen una mayor experiencia tienen mayores posibilidades de crecer, con respecto a otros competidores del mercado, especialmente si se ofrece un servicio personalizado y al alcance del cliente. En ese sentido, el Design Thinking es una metodología ágil centrada en las personas, que permite analizar el entorno y entender lo que el cliente solicita.

Por ello, en escenarios dinámicos de las empresas, la unión del sector eCommerce con las tiendas físicas o tradicionales es uno de los principales elementos para lograr la satisfacción de exigencias de los clientes, dando gran importancia a procesos como la innovación en medios de pago y el despliegue de logística, que generen experiencias significativas para el logro de mayor competitividad y productividad en las empresas del sector. La logística que garantiza los envíos, distribución y entrega de productos que adquieren los clientes en línea son determinantes para el logro exitoso del proceso de compra en línea. Alrededor del 75% de empresas que poseen portales de venta

Descripción 2 de 25

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

para despachar los productos que ofertan (Cámara Colombiana de Comercio Electrónico et al., 2019). Por otra parte, otro aspecto valorado por los clientes que realizan compras en línea es el uso de diferentes medios de pago, que van desde el pago con tarjeta de crédito hasta el uso de billeteras electrónicas, como se describe a continuación: el 85% hace uso de Sistemas de pago en línea con tarjeta de crédito, el 79% de sistemas de pago en línea con tarjeta débito - PSE, el 61% de consignación en bancos y envío de comprobante, el 59% de pago en efectivo en punto de recaudo, el 52% de efectivo contra entrega (casa u oficina), el 21% tarjeta débito o crédito contra entrega y el 19% de apps de pagos o billeteras virtuales (Cámara Colombiana de Comercio Electrónico et al., 2019).

Sin embargo, se evidencia que no todas las empresas cuentan con estos elementos, debido a que presentan un limitado conocimiento para el desarrollo de habilidades que les permitan ofrecer soluciones innovadoras enfocadas en los elementos mencionados anteriormente, como se evidencia en el siguiente árbol del problema:

Efecto Indirecto II: Altas tasas de desempleo generadas por falta de competencias digitales.

Efecto Indirecto I: Baja productividad y competitividad empresarial.

Efecto Directo II: Deficientes tiempos de respuesta a las necesidades que demandan los clientes. Efecto Directo I: Empresas con procesos tradicionales

Problema Central: Limitado conocimiento para el desarrollo de habilidades y competencias digitales en los coordinadores de las empresas que representa la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico para el prototipado de soluciones innovadoras.

Causa Directa I: Carencia de espacios especializados de co-creación para el desarrollo de competencias innovadoras
Causa Directa II: Resistencia al cambio para la adopción de herramientas y soluciones digitales por parte de los funcionarios para brindar una mejor experiencia al cliente

Causa Indirecta I: Déficit en incentivos para la formación y adquisición de conocimientos en los funcionarios encargados de las diferentes áreas de la empresa.

Causa Indirecta II: Bajo interés en la gerencia para la formación de su capital humano en nuevas metodologías ágiles de formación innovadoras.

A lo anterior, se suma la falta de confianza en la seguridad a la hora de realizar transacción en la web. Sin embargo, entre más medios de pago existan en el medio, la tendencia hacia la migración de tiendas tradicionales a tiendas on-line permitirán más opciones de compra por parte de estos. Las empresas representadas por la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico actualmente cuentan con el reto de transformar sus operaciones a un nuevo nivel de sofisticación pasando de operaciones manuales, sin seguimiento y sin un análisis, a enfocarse en herramientas y estrategias digitales innovadoras que las lleven a mejorar sus niveles de productividad y competitividad a través de brindar una mejor experiencia al cliente, un mejor contacto y una mejor forma de ofrecer y ofertar los productos, con la generación de valor agregado, que les permita acceder a nuevos mercados. La cuarta revolución industrial, acelerada por la emergencia sanitaria ocasionada por el COVID-19, plantea sacar un mayor aprovechamiento de las herramientas tecnológicas y de la

innovación, desarrolladas para crear nuevas oportunidades de formación profesional. Por tanto, se considera que la acción de formación es especializada al ser ofertada a través del taller Bootcamp, con el cual se espera transferir conocimientos para el uso de metodologías ágiles en los coordinadores de área de las empresas que representa la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, que les permita diseñar prototipos innovadores de solución en las organizaciones y el sector y crear espacios especializados de co-creación para el desarrollo de estrategias de innovación del comercio electrónico en los coordinadores de las áreas de las empresas que representa la Cámara

Descripción 3 de 25

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

Colombiana de Comercio Electrónico y su cadena de valor, permitiendo enfrentar los retos actuales. El documento CONPES 3999 resalta el impacto de la pandemia sobre los sectores productivos donde podemos evidenciar que el sector comercio, industria y turismo (CIT) presentó efectos, dado que en muchos casos se dio la suspensión total de sus operaciones. Por su parte, los sectores de industria manufacturera, construcción, comercio al por mayor y detal, reparación de vehículos, transporte y almacenamiento, también han sido afectados por esta coyuntura mundial. Es importante recordar que estos sectores aportaron al PIB en 2019, en conjunto, el 31,1 %, equivalente a 330,3 billones de pesos. El sector comercio, industria y turismo (CIT) fue uno de los que se vio más afectado, por lo tanto a través de esta acción de formación se espera que los coordinadores de área de las empresas realicen esa transición de una labor presencial a una estrategia digital que permita a las empresas ser más productivas y competir en el mercado nacional e internacional. La acción de formación, de igual forma, se encuentra alineada al Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2018 - 2022, "Pacto por Colombia, pacto por la equidad" en el capítulo de transformación empresarial: desarrollo productivo, innovación y adopción tecnológica para la productividad, que resalta la importancia de sector del comercio electrónico, para la generación de conocimiento, capacidades y fortalecimiento de competencias en los empleados de las compañías. De igual manera, uno de los principales retos que plantea afrontar es promocionar una política de Estado para la transformación digital y el aprovechamiento de la cuarta revolución industrial, a través de la interoperabilidad de plataformas, contacto a través del Portal Único del Estado, uso de tecnologías emergentes, seguridad digital, formación en talento digital, y fomento del ecosistema de emprendimiento. El Documento CONPES 3866 de 2016 se encuentra articulado con las estrategias y retos del PND 2018 -2022 y con la acción de formación ya que dentro del planteamiento de su plan de acción se encuentra el incentivo a "Mejorar las capacidades de innovación, emprendimiento y transferencia de conocimiento y tecnología de las unidades productoras". Así mismo, el documento CONPES 3866 de 2016 menciona que entidades como el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, el SENA y el DNP cumplen un rol relevante para la implementación del Programa nacional de escalamiento de la productividad a partir de 2017, lo que guarda relación con el desarrollo de la acción. El documento CONPES 3975 de 2019 se relaciona directamente con la ejecución de la acción de formación, ya que es el encargado de fijar las políticas para promoción de la transformación digital nacional, del comercio tradicional al comercio electrónico, el cual hace referencia a la disminución de las barreras que impiden la incorporación de tecnologías digitales, tanto en el ámbito empresarial como en las entidades del Estado. En ese sentido, la acción de formación apunta al cierre de brechas a través de la transferencia de conocimiento a los beneficiarios de las empresas. En conclusión, la acción de formación "Retos de Innovación en la cadena de valor del ecommerce, medios de pagos y logística" se alinea a las políticas nacionales para brindar soluciones a la necesidad planteada, cerrando la brecha de conocimiento y generando crecimiento productivo y competitivo en las empresas representadas por la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico.

Descripción 4 de 25

2. OBJETIVO DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN:

- 1) Transferir conocimientos para el uso de metodologías ágiles en los coordinadores de área de las empresas que representa la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico y/o a su cadena productiva, que les permita diseñar prototipos innovadores de solución en las organizaciones y el sector.
- 2) Crear espacios especializados de co-creación para el desarrollo de estrategias de innovación del comercio electrónico en los coordinadores de las áreas de las empresas que representa la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico y su cadena de valor, permitiendo enfrentar los retos actuales.

Descripción 5 de 25

3. POBLACIÓN BENEFICIARIA DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN:

La acción de formación "Retos de Innovación en la cadena de valor del ecommerce, medios de pagos y logística" beneficiará a 20 empleados coordinadores de área de empresas con interés en los medios de pago y logística desarrollada en el sector del ecommerce.

Área funcional: Dirección, administración, ventas, producción, contabilidad, finanzas, comunicaciones, mercadeo, recursos humanos, tecnologías, entre otras.

Nivel ocupacional: La acción de formación está dirigida a los coordinadores de área de empresas, pertenecientes al nivel medio. Es el segundo nivel al mando de la organización, responsable de hacer cumplir las políticas, normas, reglamentos y procedimientos que disponga el nivel operativo, así como el encargado de la planificación, dirección, organización,

orientación y control de las tareas administrativas de la empresa.

Funciones o tareas que desempeñan: Nivel Medio o táctico Planear, organizar, dirigir y controlar los procesos del área interna de su competencia. Coordinar, promover y participar en los estudios e investigaciones que permitan mejorar la prestación de los servicios a su cargo y el oportuno cumplimiento de los planes, programas y proyectos, así como la ejecución y utilización óptima de los recursos disponibles. Hacer seguimiento y control de la ejecución de las actividades programadas en los planes y proyectos trazados. Proponer e implantar los procedimientos e instrumentos requeridos para mejorar la prestación de los servicios a su cargo. Proyectar, desarrollar y recomendar las acciones que deban adoptarse para el logro de los objetivos y las metas propuestas

Tipo de vinculación laboral: Todos los trabajadores vinculados por contratos a términos indefinidos, definidos y contrato de prestación de servicios.

Nivel de escolaridad: Los empleados que hacen parte de la población beneficiaria de esta acción de formación son los que tienen un nivel de escolaridad profesional con experiencia en gestión de recursos humanos, trabajo en equipo y conocimiento del área asignada.

Acceso a las TIC: Las TIC son herramientas que fomentan el desarrollo de competencias para el manejo de información en diferentes áreas del conocimiento, como dispositivos móviles o de cómputo, acceso a servicios de internet, datos en la nube, correos electrónicos, entre otros. La cuarta revolución industrial, acelerada por la emergencia sanitaria del COVID-19, ha planteado en los individuos un aprovechamiento mayor de la tecnología y de la innovación, especialmente para crear nuevas oportunidades de formación profesional. En ese sentido, se definió el perfil del beneficiario tomando como referencia el desarrollo de la acción de formación, su contenido temático y las necesidades que precisan las empresas afiliadas a la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, que impacte de manera positiva en los objetivos de la acción para la generación de habilidades y capacidades de crear estrategias innovadoras en función de la logística y medios de pagos que soporten la empresa en su transición a una digitalización más eficaz, donde los coordinadores, encargados de las diferentes áreas conozcan de primera mano las exigencias de los consumidores, lo que les permita brindar diversas opciones y facilidades para el acceso a los productos que requiere. Así lo anterior, esta acción de formación beneficia a 20 coordinadores de empresas afiliadas de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, de los cuales 10 de estos pertenecen a empresas Mipymes (Microempresas, pequeñas y/o medianas empresas) de un total de 84 empresas MiPymes, con un 50% del total de los participantes y al menos participarán 3 empresas MiPymes en la acción de formación.

Descripción 6 de 25

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

La acción de formación "Retos de Innovación en la cadena de valor del ecommerce, medios de pagos y logística" está dirigida al sector del comercio, subsector transversal, ya que la logística y las facilidades en los diversos medios de pago se han convertido en un elemento fundamental en la competitividad del mismo, lo que les permita generar estrategias de formación a proveedores logísticos en materia de imagen, control y gestión de pedidos, como un elemento diferenciador.

Descripción 7 de 25

5. EVENTO DE FORMACIÓN:

La acción de formación "Retos de Innovación en la cadena de valor del ecommerce, medios de pagos y logística" se desarrollará a través del evento de formación denominado "Taller Bootcamp", consistente en un programa de capacitación especializado y diseñado para que el beneficiario logre desarrollar un determinado conjunto de habilidades alrededor de la innovación del ecommerce, que le permitan llevarlas a la práctica de forma ágil, adquiriendo conocimientos a través de la experiencia en su rol de coordinadores de área de empresas, del nivel ocupacional medio, en un ambiente de inmersión total que evite distracciones. A través de ello, podrán desarrollar competencias y comprender aspectos técnicos, cognitivos, de estrategia, entre otros, para la apropiación de conceptos y su garantía de aplicación, así como aprender haciendo de la teoría a la práctica, por medio de la disminución del tiempo requerido para el estudio y la dedicación, identificación de áreas de mejoramiento a través del trabajo personalizado, etc.

El taller "Bootcamp" se desarrollará a través de la modalidad presencial asistida por tecnologías - PAT, con una duración de 8 horas teóricas y 16 horas prácticas por grupo, para un total de 24 horas de formación por medio de la plataforma Google Meet Business (workplace) y tendrá un alcance de 20 beneficiarios en un solo grupo. Este busca dar satisfacción a las diferentes necesidades y requerimientos de formación justificadas en la acción de formación, dirigidas a los coordinadores de área de las diferentes empresas afiliadas a la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, para lograr una mayor productividad y competitividad en la transición del comercio tradicional al comercio electrónico. Se estructuró un taller con aplicación del modelo tipo Bootcamp, con modalidad de formación tipo PAT- Presencial asistido por tecnologías como evento de formación priorizado para la estrategia de aprendizaje en el marco de la convocatoria de formación continua especializada, así mismo, se optimizaron los recursos para la acción de formación con un costo valor hora beneficiario de \$16.530 pesos colombianos, por debajo del establecido por la entidad de \$128.785.

Descripción 8 de 25

6. MODALIDAD DE FORMACIÓN:

La acción de formación "Retos de Innovación en la cadena de valor del ecommerce, medios de pagos y logística" se realizará mediante la modalidad presencial asistida por tecnologías - PAT, con una inmersión de 6 días continuos de 4 horas, para un total de 24 horas, a través el taller Bootcamp que permita generar estrategias direccionadas a fortalecer competencias al tiempo que producen oportunidades para solucionar diferentes retos de habilidades técnicas y tecnológicas que fomenten la productividad y la competitividad.

Descripción 9 de 25

7. UNIDADES TEMÁTICAS:

La acción de formación "Retos de Innovación en la cadena de valor del ecommerce, medios de pagos y logística" está conformada por 11 unidades temáticas, las cuales están estructuradas bajo un conjunto de contenidos y conocimientos detallados de forma lógica y secuencial, que permitan fortalecer las habilidades de la población a beneficiar, dando respuesta a las necesidades de formación planteadas. En cada unidad temática se definió la duración en horas y las competencias que se espera que adquieran los trabajadores, además de adquirir y actualizar sus conocimientos, desarrollaran habilidades transversales que les permitirán adaptarse a circunstancias cambiantes a lo largo de toda la vida. Para la construcción de las unidades temáticas de esta acción de formación se tuvo en cuenta iniciativa del Banco Interamericano de Desarrollo- BID, la cual mediante sus publicaciones denominadas "Habilidades del Siglo 21: Desarrollo de Habilidades Transversales en América Latina y el Caribe 2019" y "#Habilidades21 en tiempos de COVID-19", define el perfil del individuo del siglo XXI. De acuerdo con lo anterior, la acción de formación - "Retos de Innovación en la cadena de valor del ecommerce, medios de pagos y logística" destinó 14 horas para el desarrollo de las habilidades transversales cumpliendo de este modo con el mínimo el 5% de las horas totales de la formación al desarrollo las habilidades transversales.

Temática 1: Desing Thinking vs métodos tradicionales de innovación

Nº horas temática 1: 2 hora

Competencia va adquirir el beneficiario: Conocer los conceptos claves relacionados con la metodología de desing thinking
Identificar prácticas y situaciones en dónde el Design Thinking puede ser usado como metodología innovadora

Temática 2: Reglas del Design Thinking

Nº horas temática 2: 2 horas

Competencia va adquirir el beneficiario: Identificar el proceso, las técnicas y las herramientas fundamentales del design thinking como metodología de innovación.

Temática 3: Preparando la mente para la innovación

Nº horas temática 3: 2 horas

Competencia va adquirir el beneficiario: Aprender a pensar de otra manera para definir un reto/desafío del sector del comercio electrónico, particularmente en la logística y los medios de pago Generar y gestionar un pensamiento creativo para implementar soluciones innovadoras

Temática 4: Formulación de retos de mejora y conformación de equipos de trabajo. (DIVERGENCIA)

Nº horas temática 4: 2 horas

Competencia va adquirir el beneficiario: - Poner en práctica el trabajo colaborativo, combinando los talentos, las ideas y los conocimientos de las personas, para identificar un reto o problema del sector del ecommerce, particularmente de los medios de pago y la logística.

Descripción 10 de 25

Continuación... UNIDADES TEMÁTICAS:

Temática 5: Bases creativas y actividades en equipo para entender y aplicar la innovación

Nº horas temática 5: 2 horas

Competencia va adquirir el beneficiario: - Conocer las técnicas creativas para hacer preguntas, para escuchar los diferentes clientes y leer los acontecimientos y tendencias del sector - Desarrollar la capacidad para analizar tendencias, datos y señales para comprender cual es el verdadero reto al que se enfrenta el sector del comercio electrónico en la logística y los medios de pago. Temática 6 : Trabajo de campo y prácticas significativas (CONVERGENCIA)

Nº horas temática 6: 2 horas

Competencia va adquirir el beneficiario: Conocer lo que piensa el público objetivo o nicho para el cual se enfoca el negocio y de esa manera diseñar soluciones a la medida y de acuerdo con las necesidades reales del cliente y del sector

Temática 7 : Fase de producción: prototipado

Nº horas temática 7: 2 horas

Competencia va adquirir el beneficiario: - Experimentar un proceso de co-creación que permita llegar a soluciones disruptivas de acuerdo con la naturaleza de los retos o problemáticas del sector. - Conocer y aplicar las técnicas creativas que permiten presentar las soluciones en prototipos y validarlas con los usuarios. "

Temática 8: Actividades significativas en equipo para evaluar las soluciones propuestas

Nº horas temática 8: 2 horas

Competencia va adquirir el beneficiario: - Involucrar, en los procesos de innovación a diferentes perfiles o personas interesadas en la solución para retroalimentar el prototipo y enriquecer los resultados

Temática 9 : Retroalimentación entre equipos y mejoras a los prototipos de innovación desarrollados desde la innovación en el sector

Nº horas temática 9: 2 horas

Competencia va adquirir el beneficiario: - Implementar procesos de co-creación y trabajo colaborativo para identificar mejoras significativas, fallos a resolver, posibles carencias del prototipo de solución propuesto

Temática 10 : Pitch ante los equipos presentando el prototipo de solución diseñada por cada equipo

Nº horas temática 10: 4 horas

Competencia va adquirir el beneficiario: Saber comunicar y vender el prototipo de la solución a un grupo de interesados

Temática 11 (transversal): Resolución de problemas, conclusiones y cierre.

Nº horas temática 11: 2 horas

Competencia va adquirir el beneficiario: - Identificar los posibles escenarios de escalabilidad para los prototipos de solución desarrollados durante el proceso formativo - Reconocer como la metodología del design thinking puede ser implementada en las organizaciones y en el sector y los beneficios que esta representa La acción de formación consta de 11 unidades temáticas y de veinticuatro (24) horas de duración

Descripción 11 de 25

Continuación... UNIDADES TEMÁTICAS:

N/A

Descripción 12 de 25

8. METODOLOGÍA:

La metodología aplicada en la ejecución de la acción de formación "Retos de Innovación en la cadena de valor del ecommerce, medios de pagos y logística" se encuentra alineada a la modalidad presencial asistida por tecnologías - PAT. Se desarrollará a través del evento de formación denominado "Taller Bootcamp", consistente en un programa de capacitación especializado y diseñado para que el beneficiario logre desarrollar un determinado conjunto de habilidades alrededor de la innovación del ecommerce, que le permitan llevarlas a la práctica de forma ágil, adquiriendo conocimientos a través de la experiencia en su rol de coordinadores de área de empresas, en un ambiente de inmersión total que evite distracciones. A través de ello, podrán desarrollar competencias y comprender aspectos técnicos, cognitivos, de estrategia, entre otros, para la apropiación de conceptos y su garantía de aplicación, así como aprender haciendo de la teoría a la práctica, por medio de la disminución del tiempo requerido para el estudio y la dedicación, identificación de áreas de mejoramiento a través del trabajo personalizado, etc. El taller "Bootcamp" se desarrollará a través de la modalidad presencial asistida por tecnologías - PAT, con una duración de 8 horas teóricas y 16 horas prácticas por grupo, para un total de 24 horas de formación por medio de la plataforma Google Meet Business (workplace) y tendrá un alcance de 20 beneficiarios en un solo grupo. La acción de formación se realizará 33% teórico y 67% práctico, donde por cada una de las unidades temáticas se realizará una serie de actividades soportadas por el material de formación y construidas a la medida de la formación para que el beneficiario logre apropiarse de los conceptos teóricos, para luego a través de casos reales poner en práctica los conceptos apropiados con anterioridad. La Cámara Colombiana de Comercio Electrónico cumplirá un rol de líder participante para dar solución a las necesidades que comparte el sector de comercio electrónico. Dentro de lo establecido, la acción de formación se realizará antes de agosto de 2021. De igual manera, para el desarrollo de la acción de formación se contempló un profesional titulado en administración de empresas, ingenierías, economía, psicología, negocios internacionales, relaciones, entre otros que se adapten al perfil, con título de maestría, afín al desarrollo de esta acción. Las unidades temáticas para desarrollar la acción de formación se describen a continuación, donde se plantea la implementación de estrategias didácticas y actividades pedagógicas, desarrollo de agenda académica, conversatorios, actividades de reflexión y bienestar, presentaciones de soluciones, conclusiones y cierre, que se desarrollarán de forma continua, sin interrupciones, con la finalidad de darle continuidad a los procesos cognitivos de interiorización de conceptos para el aprendizaje rápido y así asegurar la efectividad de los resultados para la aplicación del conocimiento adquirido:

Temática 1: Desing Thinking vrs métodos tradicionales de innovación Estrategia Didáctica - Estudio y diseño de casos reales. - Aprendizaje colaborativo. Actividad pedagógica Actividades de co-creación

Temática 2: Reglas del Design Thinking Estrategia Didáctica - Estudio y diseño de casos reales. - Aprendizaje colaborativo. Actividad pedagógica Actividades de co-creación.

Descripción 13 de 25

Continuación... METODOLOGÍA:

Temática 3: Preparando la mente para la innovación Estrategia Didáctica - Estudio y diseño de casos reales. - Aprendizaje colaborativo. Actividad pedagógica Actividades de co-creación

Temática 4: Formulación de retos de mejora y conformación de equipos de trabajo. (DIVERGENCIA) Estrategia Didáctica - Estudio y diseño de casos reales. - Aprendizaje colaborativo. Actividad pedagógica Actividades de co-creación

Temática 5: Bases creativas y actividades en equipo para entender y aplicar la innovación Estrategia Didáctica - Estudio y diseño de casos reales. - Aprendizaje colaborativo. Actividad pedagógica Actividades de co-creación

Temática 6 : Trabajo de campo y prácticas significativas (CONVERGENCIA) Estrategia Didáctica - Estudio y diseño de casos reales. - Aprendizaje colaborativo. Actividad pedagógica Actividades de co-creación

Temática 7 : Fase de producción: prototipado Estrategia Didáctica - Estudio y diseño de casos reales. - Aprendizaje

colaborativo. Actividad pedagógica Actividades de co-creación

Temática 8 : Actividades significativas en equipo para evaluar las soluciones propuestas Estrategia Didáctica - Estudio y diseño de casos reales - Aprendizaje colaborativo. Actividad pedagógica Actividades de co-creación

Temática 9 : Retroalimentación entre equipos y mejoras a los prototipos de innovación desarrollados desde la innovación en el sector Estrategia Didáctica - Estudio y diseño de casos reales. - Aprendizaje colaborativo. Actividad pedagógica Actividades de co-creación

Temática 10 : Pitch ante los equipos presentando el prototipo de solución diseñada por cada equipo Estrategia Didáctica - Estudio y diseño de casos reales. - Aprendizaje colaborativo. Actividad pedagógica Actividades de co-creación

Temática 11 (transversal): Resolución de problemas, conclusiones y cierre. Estrategia Didáctica - Estudio y diseño de casos reales. - Aprendizaje colaborativo. Actividad pedagógica Actividades de co-creación

El proyecto "Fortalecimiento de las competencias del personal perteneciente a las empresas vinculadas a la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico y su cadena productiva, a través de formación continua especializada en estrategias digitales que impacten la productividad y competitividad de las empresas" adoptó el modelo de aprendizaje Bootcamp a través de la acción de formación "Retos de Innovación en la cadena de valor del ecommerce, medios de pagos y logística", ya que se considera como una metodología encaminada a construir estrategias para la obtención de un fin específico en espacios de adquisición de conocimientos y co creación para la generación de soluciones a los diferentes retos o necesidades específicas de las empresas para el logro de mayor transferencia de conocimiento y tecnología, que permitan incentivar el crecimiento, productividad y competitividad de las empresas del sector. En ese sentido, se daría cumplimiento al término que otorga 2 puntos adicionales por el uso del modelo de aprendizaje descrito anteriormente.

Descripción 14 de 25

9. MATERIAL DE FORMACIÓN:

Para la acción de formación "Retos de Innovación en la cadena de valor del ecommerce, medios de pagos y logística" se desarrollará un material que cuenta con las herramientas necesarias para el desarrollo y estímulo cognitivo, así como metodologías ágiles de aprendizaje, que permiten interiorizar conocimientos de una forma ágil y eficaz, cuyo principal objetivo es brindar acceso a la transferencia de conocimiento a la población objetivo de la acción.

Por consiguiente, los beneficiarios tendrán acceso a un ebook o publicación electrónica que contiene diferentes conceptos, recursos y dinámicas requeridas para el desarrollo del taller Bootcamp, así como una guía del contenido para el proceso de aprendizaje, donde se garantizará la entrega del mismo a través de medios electrónicos como herramientas de almacenamiento en la nube y correos electrónicos.

No obstante, el material de formación en cuestión tiene una relación lógica y coherente con su contenido temático, estará metodológicamente estructurado para adoptar conocimientos y a partir del autoaprendizaje y el aprendizaje colaborativo; así mismo, se garantiza la facilidad de interpretación de la información para el perfil del beneficiario del nivel ocupacional medio, el cual accederá a este y así, generar un nivel de comprensión óptimo de los temas y las competencias que permitan a los beneficiarios cumplir con el objetivo de la acción de formación "Transferir conocimientos para el uso de metodologías ágiles en los coordinadores de área de las empresas que representa la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, que les permita diseñar prototipos innovadores de solución en las organizaciones y el sector" y "crear espacios especializados de co-creación para el desarrollo de estrategias de innovación del comercio electrónico en los coordinadores de las áreas de las empresas que representa la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico y su cadena de valor, permitiendo enfrentar los retos actuales".

Descripción 15 de 25

10. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS:

Los resultados de aprendizaje esperados en la acción de formación "Retos de Innovación en la cadena de valor del ecommerce, medios de pagos y logística" se construyeron tomando como referencia la medición de habilidades y competencias que se espera adquieran los coordinadores de área de las diferentes empresas beneficiarias para dar cumplimiento a los objetivos de "transferir conocimientos para el uso de metodologías ágiles en los coordinadores de área de las empresas que representa la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, que les permita diseñar prototipos innovadores de solución en las organizaciones y el sector" y "crear espacios especializados de co-creación para el desarrollo de estrategias de innovación del comercio electrónico en los coordinadores de las áreas de las empresas que representa la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico y su cadena de valor, permitiendo enfrentar los retos actuales". De igual forma, los resultados permitirán validar la concordancia de las temáticas a desarrollar con el impacto de las mismas en el desempeño de los beneficiarios con la generación de competencias y habilidades para el impulso de la competitividad y la productividad en el sector al que pertenecen en su rol de afiliadas a la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. Los resultados esperados se definen de la siguiente manera: Estar en la capacidad de liderar y facilitar iniciativas de innovación basados en Design Thinking para la organización y/o el gremio del sector. Realizar ejercicios de innovación colaborativa propiciando ecosistemas de cocreación a través de la adopción de metodologías ágiles como el design thinking. Estar en la capacidad de encontrar soluciones novedosas a problemas relacionados con el negocio, la organización y/o el sector y orientar dichas soluciones a mejorar la satisfacción del usuario o cliente. En conclusión, los resultados de aprendizaje de la acción de formación permitirán validar la coherencia entre las unidades temáticas a abordar y los conocimientos que se espera que el beneficiario adquiera una vez culminado el taller.

Descripción 16 de 25

11. EVALUACIÓN DE APRENDIZAJE:

Al inicio de la acción de formación, el capacitador realizará un autodiagnóstico orientado a medir la aplicación actual de metodologías de innovación en los procesos creativos de las organizaciones. En cada acción de formación el participante realizará un test ex - ante para conocimiento previo y la aplicación actual de estos conceptos en las organizaciones que representan. Cada participante tomará una prueba de evaluación ex - post al finalizar la acción de formación en donde se evaluará el conocimiento adquirido, que será calificado por el tutor, aportando los comentarios y propuestas de mejora. Durante la acción de formación, el capacitador evaluará la participación de los estudiantes en cuanto al relacionamiento y trabajo colaborativo.

La evaluación final tendrá una fase de presentación y argumento de las soluciones innovadoras propuestas a cada uno de los retos. Estas soluciones serán expuestas ante el capacitador y un grupo de expertos externos quienes validarán de acuerdo a los criterios establecidos las soluciones que aporten desde la innovación a la solución del reto para el cumplimiento de la transferencia de conocimientos para el uso de metodologías ágiles en los coordinadores de área de las empresas que representa la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico y la creación de espacios especializados de co-creación para el desarrollo de estrategias de innovación del comercio electrónico y su cadena de valor, permitiendo enfrentar los retos actuales.

Así lo anterior, se tendrá en cuenta el indicador de la tasa de crecimiento de los beneficiarios, relacionada con la nota promedio final de conocimiento de los coordinadores y la nota promedio inicial de conocimientos de los mismos.

Para la acción de formación se considera estructurar el siguiente indicador

Tasa de incremento del conocimiento.

Medios de verificación: Evaluaciones ex - ante y ex - post entregado por el capacitador.

Metodología de recolección y verificación de la información: La metodología se desarrollará a través de evaluaciones, 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 esta, con el fin de realizar una comparación que refleje los resultados en el incremento de conocimientos del trabajador beneficiario de la formación. Para dicho indicador se calificará el indicador como: $TIC = [(Nota\ evaluación\ expost - Nota\ evaluación\ exante) / Nota\ evaluación\ exante] \times 100$ De igual manera, los criterios de evaluación expuestos anteriormente están estrechamente relacionados con las unidades temáticas desarrolladas en el Taller Bootcamp.

Descripción 17 de 25

12. AMBIENTE DE APRENDIZAJE:

Para garantizar la apropiación del conocimiento debe encontrarse en un ambiente adecuado a través del desarrollo de un Taller Bootcamp, con el uso de la herramienta tecnológica Google Meet Business (workplace - <https://apps.google.com/intl/es/meet/how-it-works/>) para las sesiones sincrónicas. Esta acción se estructuró teniendo cuenta las tarifas de la resolución del SENA para el año 2021, y el rubro definido fue honorarios capacitador nacional con experiencia de 4 años y maestría; teniendo en cuenta lo anterior, se validó su coherencia al desarrollar taller tipo Bootcamp de 24 horas bajo la modalidad Presencial Asistida por Tecnologías - PAT , con una metodología teórico-práctica y ajustada al nivel ocupacional medio. Esta herramienta permite conectarse con miembros de la organización (internos o externos) a través de llamadas de voz, videos de alta resolución o chats en línea. Como parte de la suite de aplicaciones que posee Google Workspace, los usuarios pueden ahorrar tiempo y recursos financieros en desplazamientos sin renunciar a las ventajas de reunirse frente a frente. De igual manera, facilita videoconferencias en línea generando videos de alta definición y funcionalidades como moderadores y grupos de trabajo, de manera simultánea desde 100 hasta 200 personas a la vez, independientemente de que pertenezcan a una sola o diferentes organizaciones. Es decir, ofrece videoconferencias seguras para las organizaciones manteniendo los equipos conectados a una plataforma del nivel empresarial, integradas en la infraestructura global segura y sólida de Google.

Así mismo, puede transmitir en vivo hasta a 10.000 espectadores de su dominio, mostrando de manera automática a la persona que se encuentre interactuando en ese momento, permitiendo ver hasta 16 personas en simultáneo. También permite silenciar el sonido de forma inteligente para evitar ruidos de fondo en el Meet.

El uso de la herramienta descrita incentivará el desarrollo del taller Bootcamp, a través de la modalidad presencial asistida por tecnologías PAT como mecanismo para promover el aprendizaje de los coordinadores de área como un valor agregado en el desempeño de sus funciones, aumentando sus conocimientos y habilidades para lograr una mayor competitividad y productividad en las empresas y sus sectores, en un escenario de co-aprendizaje y co-creación. Además de la plataforma en mención, se utilizarán herramientas tecnológicas web que facilitarán el desarrollo práctico durante cada sesión, como mapas mentales, tarjetas (posit) y customer journey. Estas herramientas permitirán que los beneficiarios y el capacitador especializado puedan encontrarse en ubicaciones físicas diferentes, de manera sincrónica, vía internet y en tiempo real con soportes de control de asistencia a través de formularios electrónicos y las grabaciones de las sesiones. Adicionalmente, se tendrán en cuenta todos los requerimientos técnicos estipulados en la formación presencial asistida por tecnologías - PAT.

Descripción 18 de 25**13. CARACTERÍSTICAS DE LA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA O PLATAFORMA VIRTUAL:**

La herramienta tecnológica Google Meet Business (workplace - <https://apps.google.com/intl/es/meet/how-it-works/>) para las sesiones sincrónicas permite conectarse con miembros de la organización (internos o externos) a través de llamadas de voz, videos de alta resolución o chats en línea. Como parte de la suite de aplicaciones que posee Google Workspace, los usuarios pueden ahorrar tiempo y recursos financieros en desplazamientos sin renunciar a las ventajas de reunirse frente a frente. De igual manera, facilita videoconferencias en línea generando videos de alta definición y funcionalidades como moderadores y grupos de trabajo, de manera simultánea desde 100 hasta 200 personas a la vez, independientemente de que pertenezcan a una sola o diferentes organizaciones. Es decir, ofrece videoconferencias seguras para las organizaciones manteniendo los equipos conectados a una plataforma del nivel empresarial, integradas en la infraestructura global segura y sólida de Google.

Así mismo, puede transmitir en vivo hasta a 10.000 espectadores de su dominio, mostrando de manera automática a la persona que se encuentre interactuando en ese momento, permitiendo ver la cámara de video (web-cam) hasta 16 personas en simultáneo. También permite silenciar el sonido de forma inteligente para evitar ruidos de fondo en el Meet.

El uso de la herramienta descrita incentivará el desarrollo del Taller Bootcamp, a través de la modalidad presencial asistida por tecnologías PAT como mecanismo para promover el aprendizaje de los coordinadores de área como un valor agregado en el desempeño de sus funciones, aumentando sus conocimientos y habilidades para lograr una mayor competitividad y productividad en las empresas y sus sectores, en un escenario de co-aprendizaje y co-creación.

Descripción 19 de 25**14. LUGAR DE EJECUCIÓN:**

La Cámara Colombiana de Comercio Electrónico - CCCE es una entidad privada sin ánimo de lucro, de orden gremial, que tiene como propósito promover y fortalecer la industria eCommerce en Colombia a través del entendimiento y centralización de las cifras que determinan el comportamiento del comercio electrónico en el país, la incidencia en políticas públicas y la promoción del conocimiento y confianza en el sector.

Su objetivo es promover un entorno favorable para el desarrollo del comercio electrónico en el país y tiene como misión ser la entidad vocera de los agremiados y contribuir en la toma de las decisiones público-privadas en beneficio de la consolidación del comercio electrónico en Colombia. Por ende, es una entidad que tiene impacto a nivel nacional en todo el territorio colombiano.

Para la acción de formación se contempla una distribución aproximada de 20 beneficiarios en un solo grupo, así:

Bogotá D.C./ Se le asignaron 11 personas para el desarrollo de la acción de formación.

Antioquia / Se le asignaron 6 personas para el desarrollo de la acción de formación.

Cundinamarca / Se le asignaron 2 personas para el desarrollo de la acción de formación.

Santa Marta / Magdalena Se le asignó 1 personas para el desarrollo de la acción de formación.

Santa Marta, Magdalena hace parte de los municipios priorizados por departamentos con menor puntaje de medición, según Índice Departamental de Competitividad 2019: Vaupés, Vichada, Guainía, Chocó, Amazonas, Guaviare, La Guajira, Arauca, Caquetá, Putumayo, Sucre, Córdoba, Cauca, Nariño, Cesar, Magdalena, San Andrés, Huila, Meta.

La ciudad de Santa Marta, al ser la capital del departamento de Magdalena, tendrá un impacto por el fortalecimiento de habilidades y competencias que generará el desarrollo del sector, sus beneficiarios y los actores relacionados en la cadena productiva. En los municipios mencionados anteriormente, se encuentran distribuidos los beneficiarios que generan un impacto significativo en la competitividad y/o productividad de la cadena productiva del sector del comercio electrónico. Así mismo, las empresas vinculadas al gremio y su cadena productiva cuentan con operaciones en cada uno de los municipios definidos para la ejecución de la acción de formación, se identificó a través de una encuesta que 33 empresas demostraban unas necesidades de formación para aproximadamente 1639 empleados ubicados en los municipios en los que se definió la ejecución de esta acción de formación.

Descripción 20 de 25**Continuación... LUGAR DE EJECUCIÓN:**

N/A

Descripción 21 de 25**Continuación... LUGAR DE EJECUCIÓN:**

N/A

Descripción 22 de 25**15. CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:**

El perfil del capacitador definido para la acción de formación "Retos de Innovación en la cadena de valor del ecommerce, medios de pagos y logística" debe contar con los siguientes requerimientos para cumplir con el desarrollo de las unidades temáticas a impartir en la acción o taller:

Formación Académica: Profesional titulado en administración de empresas, ingenierías, economía, psicología, negocios internacionales, relaciones, entre otros que se adapten al perfil, con título de maestría relacionada con temáticas de Ciencia, Tecnología e Innovación.

Experiencia relacionada: Con experiencia relacionada comprobable en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo, de al menos un (1) año, lo anterior relacionado con temas de ciencia, tecnología e innovación, creatividad y gestión del cambio, entre otras, que le permita soportar las actitudes requeridas para el desarrollo del taller.

Además, debe contar con tarjeta profesional vigente.

Años de experiencia relacionada: Cuatro (4) años de experiencia relacionada.

Experiencia específica: Con experiencia específica en temas de ciencia, tecnología e innovación, creatividad y metodologías ágiles de aprendizaje como el design thinking. Adicionalmente, debe contar con experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.

Años de experiencia específica: Dos (2) años de experiencia específica.

Competencias técnicas del capacitador esperadas: - Demostrar conocimiento y comprensión de hechos esenciales, conceptos, principios y teorías relativas a las temáticas y a sus disciplinas de referencia. - Identificar tecnologías actuales y emergentes y evaluar si son aplicables, y en qué medida, para satisfacer las necesidades de los beneficiarios. - Demostrar conocimiento y comprensión del contexto económico y organizativo en el que desarrolla su trabajo, según, el nivel ocupacional requerido del beneficiario para la acción de formación. - Concebir, valorar, planificar y dirigir proyectos TIC utilizando los principios y metodologías propios de la ingeniería, de gestión de recursos humanos y de economía.

Competencias tecnológicas del capacitador esperadas: - Conocimiento y adecuado uso de las herramientas tecnológicas del ambiente de aprendizaje diseñadas para la acción de formación. - Conocimiento en el uso de plataformas LMS. - Conocimiento en el uso de herramientas para transmisión sincrónica como Meet, Zoom, entre otras. - Conocimientos básicos en el uso de herramientas computacionales y ofimáticas como office, correos, entre otras. - Conocimientos básicos en el uso de dispositivos electrónicos como computadores de escritorio, portátiles y dispositivos móviles. Competencias pedagógicas del capacitador esperadas: - Conocimiento, planeación y desarrollo de la práctica educativa. - Capacidad para el razonamiento crítico, lógico y matemático. - Capacidad para resolver problemas dentro de su área de estudio. - Capacidad de abstracción: capacidad de crear y utilizar modelos que reflejen situaciones reales. - Capacidad de diseñar y realizar experimentos sencillos y analizar e interpretar sus resultados. - Capacidad de análisis, síntesis y evaluación.

Competencias actitudinales del capacitador esperadas: - Tener iniciativa y ser resolutivo. - Actuar en el desarrollo profesional con responsabilidad y ética profesional y de acuerdo con la legislación vigente. - Capacidad de comunicación efectiva. - Capacidad de adaptación a los cambios organizativos o tecnológicos. Clasificación: Capacitador Nacional.

Descripción 23 de 25**Continuación... CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:**

N/A

Descripción 24 de 25**Continuación... CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:**

N/A

Descripción 25 de 25**16. CAPACITADOR PERSONA JURÍDICA:**

La Fundación FacelIT, organización sin ánimo de lucro de carácter privado, representa en Colombia a la ICDL Foundation, organismo mundial a cargo de promover el concepto de estándares mundiales de certificación de competencias digitales ICDL, con sede en Irlanda y con presencia en 103 países. Los estándares de certificación ICDL están incluidos en el plan de estudios de informática de la UNESCO / IFIP y cuentan con apoyo global de las Comisiones Europeas de Educación y Tecnología y el respaldo de organizaciones como la UNESCO, el Banco Mundial, American Council on Education (ACE),

entre otros. Su propósito es promover la cultura informática, particularmente masificando el acceso y uso de tecnologías de información. Su misión, superar las barreras digitales ofreciendo acceso a todos los colombianos a la Sociedad de la Información, ayudando a las personas, organizaciones y sociedad en general a desarrollar las competencias necesarias para el uso productivo de las TIC, a través del desarrollo, promoción e implementación de programas de certificación. Cuentan con amplia capacidad de identificar las necesidades de "competencias digitales" del sector gobierno, productivo, social y educativo y cubrir dichas necesidades con programas de calidad. Su objetivo es mantener el liderazgo mundial en programas de certificación de conocimientos informáticos como usuario. A continuación se especifican la experiencia a través de contratos y resultados: Contrato 1. SENA. 14/8/15 - El objeto del convenio tuvo el siguiente alcance: 1) Desarrollar en 1.000 instructores del SENA competencias pedagógicas y digitales para el uso productivo de las TIC en sus procesos de formación. 2) Dar acceso a 1.000 pruebas de certificación internacional bajo el estándar ICDL a instructores SENA. 3) Desarrollar en 20 instructores líderes del SENA las competencias como formador de formadores en competencias TIC. 4) Realizar la revisión y diseño curricular del programa de fortalecimiento de competencias TIC para los instructores del SENA en la Escuela Nacional de Instructores Rodolfo Martínez Toro. 5) Generar capacidad instalada en cuanto a instructores competentes y a la acreditación de cinco (5) centros de formación como Centros de Certificación ICDL. Contrato 2. Mintrabajo 27/7/16 - Realizar un proceso de formación para el desarrollo de competencias para el teletrabajo y la expedición de la Certificación Internacional en competencias, dirigido a los teletrabajadores del Ministerio del Trabajo. Contrato 3. MINTIC - 28/7/17 - Ejecutar la iniciativa "Ciudadanía Digital" que consiste en la formación y certificación de habilidades y competencias en el uso de TIC en modalidades presencial y virtual, priorizando a grupos estratégicos de la población en razón a sus condiciones de vida y vulnerabilidad económica y social. Contrato 4. Alcaldía de Santiago de Cali. 30/5/18 - Contratar los servicios de capacitación presencial y virtual para preparar a los servidores públicos del Municipio de Santiago de Cali en la presentación de pruebas para concursos de méritos y en materia de negociación colectiva para el sector público, según ficha EBI:CP-22047901, de acuerdo a las especificaciones técnicas consagradas en los Estudios Previos y en el Pliego de Condiciones.

PERFILES 1 (Total: 1)

Acción de Formación

Formación Académica	Experiencia Relacionada	Años Experiencia Relacionada	Experiencia Específica	Años Experiencia Específica	Clasificación
Profesional titulado en administración de empresas, ingenierías, economía, psicología, negocios internacionales, relaciones, entre otros que se adapten al perfil, con título de maestría relacionada con temáticas de Ciencia, Tecnología e Innovación.	Con experiencia relacionada comprobable en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo, de al menos un (1) año, lo anterior relacionado con temas de ciencia, tecnología e innovación, creatividad y gestión del cambio, entre otras, que le permita soportar las actitudes requeridas para el desarrollo del taller. Además, debe contar con tarjeta profesional vigente.	4	Con experiencia específica en temas de ciencia, tecnología e innovación, creatividad y metodologías ágiles de aprendizaje como el design thinking. Adicionalmente, debe contar con experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.	2	CAPACITADOR NACIONAL

Presupuesto de la Acción de Formación Retos de innovación en la cadena de valor del ecommerce, medios de pagos y logística. (Total: 2)

Acción de Formación

Rubro	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
				Especie - %		Dinero - %		
R01.1.4 Honor. Cap. Nal. Maestria Exp 3 años	Honorarios del Capacitador Nacional con Maestría y 4 años de experiencia para el taller Bootcamp de 24 horas "Retos de innovación en la cade de valor del ecommerce"	5,459,545	75	0	0	1,819,849	25	7,279,394
R08 Gastos de Operación del Proyecto	Gastos administrativos	491,358	75	0	0	163,787	25	655,145
		5,950,903	75.0	0	0.0	1,983,636	25.0	7,934,539

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

[Acción de Formación](#)

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R01.1.4 Honor. Cap. Nal. Maestria Exp 3 años	5459545	75%	0	0%	1,819,849	25%	7,279,394
R08 Gastos de Operación del Proyecto	491358	75%	0	0%	163,787	25%	655,145
Totales	5,950,903	75.00	0	0.00	1,983,636	25.00	7,934,539

Cobertura geográfica de la Acción de Formación Retos de innovación en la cadena de valor del ecommerce, medios de pagos y logística. (Total: 4)

[Acción de Formación](#)

Ciudad - Región	Porcentaje
SANTA MARTA - MAGDALENA	5
CUNDINAMARCA	10
MEDELLIN - ANTIOQUIA	30
BOGOTA - DISTRITO CAPITAL	55

ACCIÓN DE FORMACIÓN 4 DE 4

Transformación Digital en el sector del Comercio Electrónico

[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 Transformación Digital en el sector del Comercio Electrónico

[Acción de Formación](#)

Norma de competencia	
Número de beneficiarios	700
Beneficiarios empresa	700
Beneficiarios SENA	0
Perfil beneficiarios	La acción de formación transformación digital empresarial está dirigida al denominado nivel operativo, el cual se halla localizado en las áreas internas e inferiores de la organización. Pertenecen a este nivel empleados administrativos, obreros, auxiliares, asistentes, entre otros con un nivel de escolaridad de técnicos y tecnólogos.

Número de grupos	28				
Número de días x grupo	15				
Horas de la Acción de Formación					
Horas teóricas presenciales por grupo	0	Horas prácticas presenciales por grupo	0	Total horas presenciales por grupo	0
Horas teóricas virtuales por grupo	10	Horas prácticas virtuales por grupo	10	Total horas virtuales por grupo	20
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	560

Entidades de la Acción de Formación Transformación Digital en el sector del Comercio Electrónico (Total: 1)

[Acción de Formación](#)

Nombre de la entidad	Papel
CAMARA COLOMBIANA DE COMERCIO ELECTRONICO	PROPONENTE

Descripciones de la Acción de Formación Transformación Digital en el sector del Comercio Electrónico (Total: 25)

[Acción de Formación](#)

Descripción 1 de 25

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

La implementación de las tecnologías digitales en el sector privado ayuda a incrementar la eficiencia, la productividad, los ingresos, facilita la entrada a nuevos mercados, mejora el nivel de empleo, el nivel salarial y el nivel de innovación empresarial, entre otros beneficios. Así mismo, mejora la experiencia del consumidor y la generación de nuevos modelos de negocio que aumentan la competitividad empresarial. Así, aunque en Colombia se ha avanzado en políticas más integradas hacia la apropiación de las TIC y la transformación digital desde los diferentes sectores, todavía no se considera como un eje decisivo de las políticas de competitividad y productividad del país (CONPES 3975 agosto 2019), por lo que se identifica que las empresas que representan los diferentes sectores del país entienden la temática de la transformación digital como una estrategia que busca satisfacer las necesidades de los clientes y mejorar la productividad empresarial.

Los sectores más representativos de la economía Colombiana han iniciado los esfuerzos por integrar los lineamientos nacionales para la adopción de las estrategias de transformación digital. Sin embargo, de acuerdo con cifras del Observatorio de Economía Digital, se estima que en Colombia solo 11,7% de las empresas cuentan con una estrategia digital, 23,1% están pensando en implementarla y tan solo el 15,3% están midiendo los impactos de esta tendencia en sus empresas.

Estas cifras complementan lo indicado por el Ministerio de Tecnologías de Información y las Comunicaciones (MinTIC) que afirma que las empresas micro, pequeñas y medianas son clave en el auge de la economía digital ya que representan el 99% de la base empresarial y más del 80% de los empleos del país.

El 34% de los ejecutivos del mercado medio destacan como su prioridad número uno desarrollar una estrategia de transformación digital. Así mismo, sobresalen estas variables: la transformación digital va más allá de la TI: Casi la mitad (46%) de los encuestados, afirman que sus ejecutivos de nivel C de áreas no tecnológicas (CEO, CMO, COO), son responsables de liderar este proceso en su organización, ya que es considerada como una herramienta para resolver problemas de negocios, aumentar la eficiencia y agregar valor.

En cuanto a la implementación de la transformación digital, sobresale que en el último año, el 71% de los encuestados

han visto el aumento de sus ingresos gracias a las iniciativas tecnológicas.

Finalmente la pandemia del COVID-19, tras la expedición del Decreto 417 de 2020 (Presidencia de la República, 2020), la cual decretó el aislamiento obligatorio preventivo y la emergencia económica, social y ecológica, generó consigo la limitación a las empresas que tuvieron que dejar de brindar atención pública para hacer una transición a la atención virtual y, en la mayoría de los casos, dejaron de producir bienes o servicios teniendo en cuenta los lineamientos establecidos por el Presidente de la República en el marco de la pandemia.

Teniendo en cuenta el análisis realizado de los datos y cifras que soportan la necesidad identificada, se estructuró el árbol problema en donde se presentan las causas y efectos que definen la necesidad de desarrollo de la acción de formación:

Árbol de Problema - Acción de formación Transformación Digital

Efecto Indirecto II: Altas tasas de desempleo generadas por falta de competencias digitales.

Efecto Indirecto I: Baja productividad y competitividad empresarial.

Efecto Directo II: Deficientes tiempos de respuesta a las necesidades que demandan los clientes. Efecto Directo I: Empresas con procesos manuales y limitados para el desarrollo de sus actividades económicas.

Problema Central: Limitado conocimiento para el desarrollo de las competencias digitales en el nivel operativo de los funcionarios de las empresas que representa la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico.

Descripción 2 de 25

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

Causa Directa I: Ineficiencia en el manejo de herramientas digitales por parte de los funcionarios, lo que impide la optimización de los procesos y obtener una mayor productividad.

Causa Directa II: Resistencia al cambio para la adopción de herramientas y soluciones digitales por parte de los funcionarios.

Causa Indirecta I: Escasez de oportunidades e incentivos para la adquisición de conocimiento digitales a los funcionarios de la empresa.

Causa Indirecta II: Desinterés por parte de la alta gerencia de las empresas para la generación de competencias digitales en sus funcionarios.

Se define que uno de los problemas centrales para que las empresas adopten el cambio a una estrategia de transformación digital es el limitado conocimiento para el desarrollo de las competencias en el nivel operativo de los funcionarios de las empresas, lo que es generado por la ineficiencia en el manejo de herramientas digitales por parte de los funcionarios y la resistencia al cambio para la adopción de herramientas y soluciones digitales de los mismos. Indirectamente la problemática identificada es causada por la escasez de oportunidades e incentivos para la adquisición de conocimiento de tecnologías a los funcionarios de las empresas y el desinterés por parte de las directivas para la generación de estas competencias digitales, lo que trae como efecto una baja productividad y competitividad en las empresas que representan los diferentes sectores como el comercial, manufacturas o de servicios, así son definidos por el decreto 957 de 2019 donde limita el tamaño de las empresas por activos. Por otro lado, encontramos que las empresas presentan deficientes tiempos de respuesta a las necesidades que demandan los clientes y procesos manuales a su interior, lo que limita el desarrollo productivo de las actividades económicas.

Las empresas representadas por la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico actualmente cuentan con el reto de transformar sus operaciones a un nuevo nivel de sofisticación pasando de operaciones manuales, sin seguimiento y sin un análisis, a enfocarse en herramientas y estrategias digitales que las lleven a mejorar sus niveles de productividad y competitividad a través de la innovación, sofisticación de productos y servicios como de los procesos empresariales generando mejoras significativas en la calidad de los servicios, nuevos o mejorados productos con valor agregado que permitan realizar pruebas de entrada a nuevos mercados o con relación a los procesos la optimización y/o automatización de sus procesos mediante la incorporación de tecnologías de la información que generen: reducción de costos de suministros, reducción de consumo de materias primas y energía, reducción de tiempos de respuesta a las necesidades, reducción de costos de mano de obra, reducción de los costos de diseño de productos, reducción de costos administrativos y/o de transacción y mejora significativa de las condiciones de trabajo. Por lo tanto, se considera que la acción de formación "Transformación Digital en el Sector Comercio Electrónico" es especializada, ya que generará nuevas competencias en los funcionarios de las empresas creando una cultura de cambio, adaptación e inclusión de los retos que llevará al sector comercio electrónico a incrementar sus indicadores de productividad y competitividad. De igual manera, la acción de formación "Transformación Digital en el Sector Comercio Electrónico" espera generar competencias digitales y adaptación a los cambios empresariales en los funcionarios del nivel operativo de las empresas que representa la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. Esta iniciativa se encuentra relacionada con las diferentes estrategias del orden nacional que sustentan su ejecución. El documento CONPES 3999 - ESTRATEGIA DE RESPUESTA INICIAL ANTE LOS EFECTOS DE LA PANDEMIA DEL COVID-19 SOBRE LA SALUD PÚBLICA, LOS HOGARES, EL APARATO PRODUCTIVO Y LAS FINANZAS PÚBLICAS,

Descripción 3 de 25

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

resalta el impacto de la pandemia sobre los sectores productivos donde podemos evidenciar que en el sector comercio, industria y turismo (CIT) se presentaron efectos, dado que en muchos casos se dio la suspensión total de sus operaciones. Por su parte, los sectores de industria manufacturera, construcción, comercio al por mayor y detal, reparación de vehículos, transporte y almacenamiento, también han sido afectados por esta coyuntura mundial. Es importante recordar que estos sectores aportaron al PIB en 2019, en conjunto, el 31,1 %, equivalente a 330,3 billones de pesos. El sector comercio, industria y turismo (CIT) fue uno de los que se vio más afectado, por lo tanto, a través de esta acción de formación se espera que los funcionarios de nivel operacional de las empresas del gremio realicen esa transición de una labor presencial a una estrategia digital que permita a las empresas ser más productivas y competir en el mercado nacional e internacional. La acción de formación se encuentra alineada al Plan de Nacional de Desarrollo (PND) 2018 - 2022, "Pacto por Colombia, pacto por la equidad", donde se evidencia la relevancia del sector del comercio electrónico en el capítulo de "transformación empresarial: desarrollo productivo, innovación y adopción tecnológica para la productividad" para la generación de conocimiento, capacidades y fortalecimiento de competencias en los empleados de las compañías. De gual manera, se presenta que uno de los principales retos es promocionar una política de Estado para la transformación digital y el aprovechamiento de la cuarta revolución industrial, a través de la interoperabilidad de plataformas, contacto por medio del Portal Único del Estado, uso de tecnologías emergentes, entre otras. La "POLÍTICA NACIONAL DE DESARROLLO PRODUCTIVO" (CONPES 3866 de 2016) se encuentra articulada con las estrategias y retos del PND 2018 -2022 y con la acción de formación, ya que dentro del planteamiento de su plan de acción se encuentra el incentivo de "Mejorar las capacidades de innovación, emprendimiento y transferencia de conocimiento y tecnología de las unidades productoras", definiendo como línea de acción principal "Preparar el aparato productivo para el aprovechamiento de la transferencia de conocimiento y tecnología, y promover el desarrollo de la oferta y la demanda de servicios de transferencia de conocimiento y tecnología"; apuntando directamente a través de la transferencia de conocimiento a la solución de la necesidad que se plantea en la acción de formación. Se evidencia en el documento CONPES 3866 de 2016 que entidades como el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (a través de sus entidades y programas adscritos) y el apoyo del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, el SENA y el DNP, cumplen un rol relevante para la implementación del Programa nacional de escalamiento de la productividad a partir de 2017, lo que guarda relación con el desarrollo de la acción. El documento CONPES 3975 de 2019 "POLÍTICA NACIONAL PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL E INTELIGENCIA ARTIFICIAL" se relaciona directamente con la ejecución de la acción de formación, ya que es el encargado de fijar las políticas para promoción de la transformación digital nacional haciendo referencia a la disminución de las barreras que impiden la incorporación de tecnologías digitales, tanto en el ámbito empresarial como en las entidades del Estado. Así lo anterior, la acción de formación apunta al cierre de brechas a través de la transferencia de conocimiento a los beneficiarios de las empresas. En conclusión la acción de formación Transformación Digital en el Sector Comercio Electrónico se alinea a las políticas nacionales para dar solución a la necesidad planteada, cerrando la brecha de conocimiento y generando crecimiento productivo y competitivo en las empresas representadas por la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico

Descripción 4 de 25

2. OBJETIVO DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN:

- Generar conocimiento para el desarrollo de las competencias digitales en el nivel operativo de los funcionarios de las empresas que representa la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico y/o a su cadena productiva, que permita incrementar su productividad y competitividad.

- Contribuir en la adaptación al cambio de los funcionarios del nivel operativo de las empresas que representa la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico y/o a su cadena productiva, estableciendo una cultura organizacional alineada a la transformación digital.

Descripción 5 de 25

3. POBLACIÓN BENEFICIARIA DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN:

Área funcional: Administración, ventas, producción, contabilidad, finanzas, comunicaciones, mercadeo, recursos humanos, tecnologías, entre otras.

Nivel ocupacional: La acción de formación "Transformación Digital en el Sector Comercio Electrónico" está dirigida al denominado nivel operativo, el cual se halla localizado en las áreas internas e inferiores de la organización. Es el nivel ocupacional más bajo, sus funciones son realizar de forma eficaz las actividades operativas que se desarrollan en las empresas.

Funciones o tareas que desempeñan:

Nivel operacional operativo - Técnico/Tecnólogo 1. Apoyar en la comprensión y la ejecución de los procesos auxiliares e instrumentales del área de desempeño y sugerir las alternativas de tratamiento y generación de nuevos procesos. 2. Aplicar sistemas de información, clasificación, actualización, manejo y conservación de recursos propios de la Institución. 3. Brindar asistencia técnica, administrativa u operativa, de acuerdo con instrucciones recibidas, y comprobar la eficacia de los métodos y procedimientos utilizados en el desarrollo de planes y programas.

Nivel operacional operativo - Asistencial 1. Recibir, revisar, clasificar, radicar, distribuir y controlar documentos, datos,

elementos y correspondencia, relacionados con los asuntos de competencia de la Institución. 2. Llevar y mantener actualizados los registros de carácter técnico, administrativo y financiero y responder por la exactitud de los mismos. 3. Orientar a los usuarios y suministrar la información que les sea solicitada, de conformidad con los procedimientos establecidos.

Tipo de vinculación laboral: Todos los trabajadores vinculados por contratos a términos indefinidos, definidos y por prestación de servicios.

Nivel de escolaridad: Los empleados que hacen parte de la población beneficiaria de esta acción de formación son los que tienen un nivel de escolaridad de bachilleres, técnicos y tecnólogos.

Acceso a las TIC: Los ambientes de aprendizaje incluyen currículo, tiempo, mediaciones y entornos físicos y/o virtuales. Entre estas tecnologías los beneficiarios cuentan con computadores de escritorio o portátiles, dispositivos móviles, acceso a servicios de internet, correos electrónicos, entre otros de carácter personal o que dispone la empresa.

El perfil del beneficiario descrito anteriormente fue definido teniendo en cuenta el desarrollo de la acción de formación, su alcance temático y las necesidades que presentan las empresas a las que representa la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, el cual impactará de forma directa en los objetivos de la acción generando conocimiento para el desarrollo de las competencias digitales en el nivel operativo de los funcionarios permitiendo incrementar su productividad y competitividad. Adicionalmente, contribuirá en la adaptación al cambio de los funcionarios del nivel operativo de las empresas que representa la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, estableciendo una cultura organizacional alineada a la transformación digital.

En efecto, la acción de formación contempla la inclusión de beneficiarios trabajadores de MiPymes (Microempresas, pequeñas y/o medianas empresas) que fomenten el crecimiento en competitividad y/o productividad del sector, a partir de apuestas innovadoras y metodologías en desarrollo implementadas por estas. Por tal motivo, se espera incluir 20 empresas pertenecientes a la categoría de MiPymes representando el 24% del total de empresas MiPymes vinculadas a la Cámara Colombia de Comercio Electrónico. Así mismo, la acción de formación Transformación Digital en el Sector Comercio Electrónico generará competencias en el sector comercio electrónico en al menos 50 beneficiarios de las empresas MiPymes, que conforman el 5% del total de beneficiarios de la acción de formación.

Descripción 6 de 25

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

La acción de formación está dirigida al sector comercio y aplica a los subsectores transversalmente, ya que las tecnologías avanzadas pertenecientes a la cuarta revolución pueden ser implementadas en los subsectores definidos por la convocatoria. No obstante, cabe resaltar que teniendo en cuenta la razón social del proponente la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico y las empresas a las que representa, tienen una inclinación por el sector comercio electrónico.

Descripción 7 de 25

5. EVENTO DE FORMACIÓN:

La acción de formación "Transformación Digital en el Sector Comercio Electrónico" se desarrollará a través del evento de formación denominado curso, el cual en su metodología contempla una estructura de modalidad de formación virtual, adaptada a una estrategia de formación teórico-práctica, diseñada en módulos sobre temas enfocados a la transformación digital en el Sector Comercio Electrónico y que define un número de horas por unidad temática, lo que permitirá que el beneficiario adquiera y fortalezca competencias ajustadas a las tareas o funciones que desarrolla en su nivel ocupacional operativo. El curso virtual será llevado a cabo en 20 horas de formación, a través de la plataforma de aprendizaje Moodle y tendrá un alcance de 700 beneficiarios distribuidos en 28 grupos de 25 personas cada uno. El evento busca satisfacer las necesidades de formación evidenciadas y justificadas en la acción de formación para los beneficiarios de las empresas vinculadas a la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico y su cadena productiva, impactando en la productividad y competitividad y permitiendo la reactivación económica. Se estructuró un curso virtual como evento de formación priorizado para la estrategia de aprendizaje en el marco de la convocatoria de formación continua especializada; así mismo, se optimizaron los recursos para la acción de formación con un costo valor hora beneficiario de \$20.452 pesos colombianos, por debajo del establecido por la entidad de \$57.047 pesos.

Descripción 8 de 25

6. MODALIDAD DE FORMACIÓN:

La acción de formación Transformación Digital en el Sector Comercio Electrónico se realizará mediante modalidad virtual que emplea tecnologías de la información y se realiza de manera asincrónica entre el capacitador y los trabajadores, lo cual significa que pueden interactuar en tiempos y espacios diferentes e implica la utilización de una plataforma tecnológica que estará disponible las 24 horas del día, para que el beneficiario pueda desarrollar las temáticas del curso.

Descripción 9 de 25**7. UNIDADES TEMÁTICAS:**

La acción de formación "Transformación Digital en el Sector Comercio Electrónico" está conformada por unidades temáticas, las cuales se construyeron bajo un conjunto homogéneo de conocimientos (contenidos detallados), expresados de manera estructurada, lógica y secuencial, con el fin de desarrollar una temática específica que da respuesta a la necesidad de formación planteada.

En cada unidad temática se definió la duración en horas y las competencias que se espera que adquieran los trabajadores; además de adquirir y actualizar sus conocimientos, desarrollarán habilidades transversales que les permitirán adaptarse a circunstancias cambiantes a lo largo de toda la vida. Para la construcción de la unidades temáticas de esta acción de formación se tuvo en cuenta la iniciativa del Banco Interamericano de Desarrollo - BID, la cual mediante sus publicaciones denominadas "Habilidades del Siglo 21: Desarrollo de Habilidades Transversales en América Latina y el Caribe 2019" y "#Habilidades21 en tiempos de COVID-19", define el perfil del individuo del siglo XXI. De acuerdo con lo anterior, la acción de formación "Transformación Digital en el Sector Comercio Electrónico" destinó 3 horas para el desarrollo de las habilidades transversales con la temática denominada "Transformación personal y aprendizaje continuo" cumpliendo de este modo con el mínimo el 5% de las horas totales de la formación al desarrollo las habilidades transversales.

Temática 1: Transformación digital en las organizaciones

Nº horas temática 1: 2 horas

Competencia que va a adquirir el beneficiario: Conocer las tendencias actuales en transformación digital en las organizaciones

Temática 2: Transformación digital en los modelos de negocio

Nº horas temática 2: 3 horas

Competencia que va a adquirir el beneficiario: Identificar los cambios que se requieren en los modelos de negocio de las organizaciones para seguir compitiendo en el mercado.

Temática 3: Transformación digital en los canales de venta y comunicación con el cliente

Nº horas temática 3: 2 horas

Competencia que va a adquirir el beneficiario: Aprender y analizar cómo la transformación digital requiere plantear diferentes estrategias para centrarse en el cliente y así mantenerse en el mercado.

Temática 4: Transformación de los procesos: automatización, cloud computing, big data, ciberseguridad

Nº horas temática 4: 8 horas

Competencias que va a adquirir el beneficiario: - Comprender los conceptos clave relacionados con la computación en nube. - Comprender conceptos claves relacionados con la aplicación del análisis de datos y la automatización en los negocios. - Comprender y tener una visión integral sobre los aspectos de ciberseguridad y la aplicación de estos en los procesos de negocio y actividades comerciales"

Temática 5: Gestión del cambio en los procesos de transformación digital

Nº horas temática 5: 2 horas

Competencia que va a adquirir el beneficiario: Comprender y aplicar una cultura digital y de intra-emprendimiento en la organización de tal forma que la transformación digital pueda desplegarse y agregar valor para el negocio.

Temática 6 (transversal): Transformación personal y aprendizaje continuo

Nº horas temática 6: 3 horas

Competencia que va a adquirir el beneficiario: Aprender a diseñar un plan personal de aprendizaje continuo, identificando las habilidades y competencias que se deben fortalecer de acuerdo al propósito profesional y a los retos de la 4RI

La acción de formación "Transformación Digital en el Sector Comercio Electrónico" tiene una total de 6 unidades temáticas y de cuarenta (20) horas de duración

Descripción 10 de 25**Continuación... UNIDADES TEMÁTICAS:**

N/A

Descripción 11 de 25**Continuación... UNIDADES TEMÁTICAS:**

N/A

Descripción 12 de 25**8. METODOLOGÍA:**

La metodología aplicada en la ejecución de la acción de formación "Transformación Digital en el Sector Comercio Electrónico" se encuentra alineada a la modalidad de formación virtual y será impartida a través de una metodología teórico-práctica.

La acción de formación se realizará 50% teórico y 50% práctico, con una dedicación de 40 horas en total, en donde por cada una de las unidades temáticas se realizará una serie de actividades soportadas por el material de formación y construidas a la medida de la formación para que el beneficiario logre apropiarse de los conceptos teóricos, para luego a través de casos reales poner en práctica los conceptos apropiados con anterioridad.

Las unidades temáticas para llevar a cabo el desarrollo de la acción de formación son las siguientes, donde se plantea la implementación de algunas estrategias didácticas y actividades pedagógicas sujetas a la metodología, el ambiente de aprendizaje, los resultados de aprendizaje esperados y el objetivo de la formación, así:

Temática 1: Transformación digital en las organizaciones.

Estrategia Didáctica - Estudio y diseño de casos reales. - Aprendizaje colaborativo.

Actividad pedagógica - Foro de discusión.

Temática 2: Transformación digital en los modelos de negocio.

Estrategia Didáctica - Estudio y diseño de casos reales. - Aprendizaje colaborativo.

Actividad pedagógica - Foro de discusión.

Temática 3: Transformación digital en los canales de venta y comunicación con el cliente.

Estrategia Didáctica - Estudio y diseño de casos reales. - Aprendizaje colaborativo.

Actividad pedagógica - Foro de discusión. - Video.

Temática 4: Transformación de los procesos: automatización, cloud computing, big data, ciberseguridad.

Estrategia Didáctica - Estudio y diseño de casos reales. - Aprendizaje colaborativo.

Actividad pedagógica - Foro de discusión. - Video.

Temática 5: Gestión del cambio en los procesos de transformación digital. Estrategia Didáctica - Estudio y diseño de casos reales. - Aprendizaje colaborativo.

Actividad pedagógica - Foro de discusión. - Video.

Temática 6 (Transversal): Transformación personal y aprendizaje continuo

Estrategia Didáctica - Estudio y diseño de casos reales. - Aprendizaje colaborativo.

Actividad pedagógica - Foro de discusión. - Cuestionario en línea. - Búsqueda de bibliografía más influyente sobre transformación personal y aprendizaje a lo largo de la vida.

Descripción 13 de 25**Continuación... METODOLOGÍA:**

N/A

Descripción 14 de 25**9. MATERIAL DE FORMACIÓN:**

Para la acción de formación "Transformación Digital en el Sector Comercio Electrónico" se desarrollará material que reúne medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan el desarrollo del aprendizaje en la acción, el cual tiene como objetivo facilitar la transferencia de conocimiento en los beneficiarios de la acción. De tal forma, los beneficiarios tendrán acceso a un ebook o publicación electrónica donde se resaltarán los conceptos, definiciones y recursos desarrollados durante la acción de formación, además de una guía instructiva del contenido de curso y como material introductorio para la contextualización en el proceso de aprendizaje. Todo el contenido será digital y se garantizará la entrega de este a través de medios electrónicos como los correos y herramientas de almacenamiento en la nube. Así mismo, cada unidad temática dentro de la acción de información dispondrá de una estrategia de aprendizaje estructurada a partir del material de formación y basada en las competencias que va a adquirir el beneficiario, el ambiente de aprendizaje y los resultados de aprendizaje esperados. No obstante, el material de formación en cuestión tiene una relación lógica y coherente con su contenido temático, ya que estará metodológicamente estructurado para adoptar conocimientos a partir del autoaprendizaje y el aprendizaje colaborativo; igualmente, se garantiza la facilidad de interpretación de la información para el perfil del beneficiario del nivel ocupacional operativo, el cual accederá a este, y así generar un nivel de comprensión óptimo de los temas y las competencias que permitan a los beneficiarios cumplir con el objetivo de la acción de formación que buscan "Generar conocimiento para el desarrollo de las competencias digitales en el nivel operativo de los funcionarios de las empresas que representa la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, que permita incrementar su

productividad y competitividad" y "Contribuir en la adaptación al cambio de los funcionarios del nivel operativo de las empresas que representa la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, estableciendo una cultura organizacional alineada a la transformación digital"E

Descripción 15 de 25

10. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS:

Los resultados de aprendizaje definidos para la acción de formación "Transformación Digital en el Sector Comercio Electrónico" se diseñaron teniendo en cuenta la medición de las competencias que se espera adquirir por parte de los beneficiarios de la acción de formación, que en este caso van dirigidos al nivel operacional y dan cumplimiento a los objetivos de "Generar conocimiento para el desarrollo de las competencias digitales en el nivel operativo de los funcionarios de las empresas que representa la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, que permita incrementar su productividad y competitividad" y "Contribuir en la adaptación al cambio de los funcionarios del nivel operativo de las empresas que representa la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, estableciendo una cultura organizacional alineada a la transformación digital". Por otra parte, los resultados definidos permiten validar la alineación de las temáticas a desarrollar en la acción de formación con el impacto que tendrán las mismas en el desempeño de los beneficiarios generando competencias en ellos que impulsen la productividad y competitividad de las empresas representadas por la Cámara Colombia de Comercio Electrónico y su cadena de valor.

A continuación, se definen los resultados de aprendizaje esperados: Comprensión y entendimiento de la transformación digital en las organizaciones y el enfoque correcto de la misma. Capacidad de identificar los actores principales en el proceso de transformación digital. Capacidad de reconocer las principales tecnologías (automatización, cloud computing, big data, ciberseguridad) y la necesidad de establecer una estrategia digital en la organización. Reconocimiento de la necesidad, como individuos y empleados, de mantener una actitud de aprendizaje continuo y flexibilidad frente al cambio.

En conclusión, los resultados de aprendizaje de la acción de formación permitirán validar la coherencia entre las unidades temáticas a abordar en la acción y los conocimientos que se espera que el beneficiario adquiera una vez culminado el curso.

Descripción 16 de 25

11. EVALUACIÓN DE APRENDIZAJE:

Una vez finalizada la transferencia de conocimiento de la formación especializada a los beneficiarios del sector, se dará paso a una evaluación de conocimiento que permitirá verificar el cumplimiento del objetivo propuesto y de los resultados de aprendizaje esperados.

Los mecanismos para evaluar son los siguientes:

' En cada acción de formación el participante realizará un test ex - ante para conocimiento previo y la aplicación actual de estos conceptos en las organizaciones que representan.

' Cada módulo contará con una selección de casos prácticos para que los participantes aprendan de manera práctica los fundamentos teóricos estudiados.

' Se estructurarán ejercicios prácticos en cada unidad de formación para que el participante tenga la posibilidad de poner a prueba su conocimiento. Cabe resaltar que los resultados de estos ejercicios prácticos ayudarán al estudiante y al tutor a identificar puntos de mejorar durante el proceso formativo.

' Cada participante tomará una prueba de evaluación ex - post al finalizar la acción de formación en donde se evaluará el conocimiento adquirido, que será calificado por el tutor, aportando los comentarios y propuestas de mejora. Todos los ejercicios propuestos en el examen serán casos reales.

Para la acción de formación se considera estructurar el siguiente indicador: Tasa de incremento del conocimiento.

Medios de verificación: Evaluaciones ex - ante y ex - post entregado por el capacitador.

Metodología de recolección y verificación de la información: La metodología se desarrollará a través de evaluaciones. 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 esta, con el fin de realizar una comparación que refleje los resultados en el incremento de conocimientos del trabajador beneficiario de la formación. Para dicho indicador se calificará el indicador como: $TIC = [(Nota\ evaluación\ ex - post - Nota\ evaluación\ ex - ante) / Nota\ evaluación\ ex - ante] \times 100$

Descripción 17 de 25

12. AMBIENTE DE APRENDIZAJE:

La formación virtual emplea tecnologías de la información y se realiza de manera asincrónica entre el capacitador y los beneficiarios, lo cual significa que pueden interactuar en tiempos y espacios diferentes e implica la utilización de herramientas tecnológicas que permiten facilitar el aprendizaje para, de este modo, lograr el cumplimiento del objetivo de la acción de formación. Esta acción se estructuró teniendo en cuenta las tarifas de la resolución del SENA para el año 2021 y el rubro definido fue formación virtual. Basado en lo anterior, se validó su coherencia al desarrollar el curso virtual de 40 horas bajo la modalidad virtual, con una metodología teórico-práctica y ajustada al nivel ocupacional operativo.

De manera consecuente, el ambiente de aprendizaje diseñado para la acción de formación virtual será la plataforma de aprendizaje web Moodle, la cual es una herramienta web LMS de código abierto que se utilizará en el proyecto que puede consultarse en los diferentes sistemas operativos.

Moodle es una plataforma de aprendizaje diseñada para proporcionarle a educadores, administradores y estudiantes un sistema integrado único, robusto y seguro para crear ambientes de aprendizaje personalizados. La plataforma proporciona el conjunto de herramientas más flexible para soportar tanto el aprendizaje mixto (blended learning) como los cursos 100% en línea. Debido a que es Código Abierto, Moodle puede ser personalizado en cualquier forma deseada para adecuarlo a necesidades individuales. Así mismo, esta plataforma tiene un alcance significativo que permite abarcar desde unos cuantos estudiantes hasta millones de usuarios, por lo cual puede escalarse para soportar las necesidades, tanto de clases pequeñas como de grandes organizaciones, debido a su flexibilidad y escalabilidad. Las funcionalidades técnicas de Moodle en cuanto a la gestión por parte de los tutores y responsables de seguimiento de las acciones virtuales de formación permiten gestionar, administrar, organizar, diseñar, impartir y evaluar las acciones formativas, así como integrar diferentes tipos de contenido: jpg, mp3, videos, pdf, etc. Las estadísticas de la plataforma alrededor del mundo respaldan su coherencia y funcionalidad como aula virtual de aprendizaje en la actualidad con aproximadamente, 175.000 sitios, 34.000.000 de cursos, 255.000.000 de usuarios, 280.000.000 de recursos electrónicos como material de formación y una expansión de 242 países, lo que garantiza su estabilidad y coherencia con el evento, la modalidad, la metodología y la población beneficiaria propuesta en la acción de formación.

De la misma forma, se implementará Google Meet Business (workplace) para las sesiones sincrónicas. Google Meet es la aplicación de videoconferencias de Google, para navegadores web y dispositivos móviles, enfocada al entorno laboral.

Características principales:

- Videollamadas de hasta 250 participantes.
- Acceso desde aplicaciones móviles, escritorio o portátil.
- Acceso directo desde web y aplicaciones móviles de Gmail.
- Integrado con Google Calendar.
- Grabación en Drive.
- Soporte para subsalas para grupos de trabajo.
- Posibilidad de compartir la pantalla, ventana.

Descripción 18 de 25

13. CARACTERÍSTICAS DE LA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA O PLATAFORMA VIRTUAL:

La plataforma tecnológica del proveedor de formación será Moodle, la cual estará hospedada en un servidor AWS que garantiza la disponibilidad 7/24. La infraestructura AWS es robusta y cumple con las condiciones de rendimiento exigidas en el anexo 14. Moodle, la plataforma LMS que se utilizará en el proyecto, es un LMS Open Source y web, el cual puede consultarse en los diferentes sistemas operativos, como se evidencia en la ficha técnica disponible en moodle.org. Las funcionalidades técnicas de Moodle en cuanto a la gestión por parte de los tutores y responsables de seguimiento de las acciones virtuales de formación permiten gestionar, administrar, organizar, diseñar, impartir y evaluar las acciones formativas, así como integrar diferentes tipos de contenido: jpg, mp3, videos, pdf, etc. https://docs.moodle.org/all/es/Caracter%C3%ADsticas_de_Moodle_3.2 La plataforma LMS y el proveedor de formación cuentan con un canal de soporte en plataforma y vía sistema de ticket a través de la herramienta Zoho support. Las características de usabilidad de Moodle facilitan al usuario la navegación de forma intuitiva por la plataforma y sus funcionalidades.

Las funciones de gestión de la acción de formación, gestión de grupos, gestión de usuarios, se cumplen en el LMS Moodle: Datos:

- ' Código de la Acción de Formación.
- ' Nombre de la Acción de Formación.
- ' Descripción.
- ' Clasificación por Categoría.
- ' Estado de la Acción de Formación (disponible/no disponible).
- ' Fecha de inicio.
- ' Fecha de terminación.
- ' Idioma en el que se dictará la Acción de Formación.
- ' Identificador de rol administrador. Funcionalidades asociadas:
- ' Habilitar un glosario en donde el administrador y los capacitadores sean los encargados de su actualización y

divulgación.

Gestión de grupos:

Datos:

- ' Nombre.
- ' Descripción.
- ' Marcar como disponible o no disponible el grupo.
- ' Identificador de la Acción de Formación a la que pertenece.
- ' Matriz de evaluación de actividades, exámenes, foros y encuestas.
- ' Libro de calificaciones.

Funcionalidades asociadas:

- ' Habilitar medios de comunicación (chat, correo electrónico, foros, intercambio de archivos) entre los miembros del grupo.

Gestión de usuarios: Datos:

- ' Tipo de documento de identificación
- ' Número de documento de identificación.
- ' Nombre(s). ' Apellido(s).
- ' Correo electrónico.
- ' Rol.
- ' Contraseña.

El LMS Moodle permite asignar usuarios a cursos de formación tanto individual como masivo, identificando con la llave Cédula, el registro duplicado de un usuario. Así mismo tiene características y permisos para cada uno de los roles de tutor, administrador y estudiante, identificados por los siguientes datos:

- ' Nombre del Rol.
- ' Descripción del Rol.
- ' Identificación del Rol o Código.
- ' Permisos del Rol.

Los roles y permisos activados en la plataforma Moodle se encuentran registrados en la página oficial: https://docs.moodle.org/all/es/Roles_y_permisos

El operador de la formación utiliza para las sesiones sincrónicas WebinarJam, esta plataforma permite grabar y almacenar cada sesión sincrónica para que quede disponible a los participantes. Así como el registro de la asistencia, la participación activa vía chat, la generación de encuestas de satisfacción y los reportes de participación de los asistentes.

El LMS Moodle es una plataforma robusta en cuanto a los reportes y los formatos de presentación (Excel). El reporte de beneficiarios por grupo, por acción de formación, los filtros de reportes por estudiante, por grupo, los progresos en cada curso, en cada actividad, etc. pueden ser descargados de Moodle. https://docs.moodle.org/all/es/Reportes_de_curs

Descripción 19 de 25

14. LUGAR DE EJECUCIÓN:

La Cámara Colombiana de Comercio Electrónico - CCCE es una entidad privada sin ánimo de lucro, de orden gremial, que tiene como propósito promover y fortalecer la industria eCommerce en Colombia a través del entendimiento y centralización de las cifras que determinan el comportamiento del comercio electrónico en el país, la incidencia en políticas públicas y la promoción del conocimiento y confianza en el sector. Su objetivo es promover un entorno favorable para el desarrollo del comercio electrónico en el país y tiene como misión ser la entidad vocera de los agremiados y contribuir en la toma de las decisiones público-privadas en beneficio de la consolidación del comercio electrónico en Colombia. Por ende, es una entidad que tiene impacto a nivel nacional en todo el territorio colombiano.

Para la acción de formación se contempla una distribución aproximada de los grupos de beneficiarios en diferentes ciudades/municipios del territorio nacional, así:

- Bogotá D.C / Bogotá: se le asignaron 12 grupos de la acción de formación.
- Medellín / Antioquia: se le asignaron 8 grupos de la acción de formación.
- Cali / Valle del Cauca: se le asignaron 6 grupos de la acción de formación.
- Barranquilla / Atlántico: se le asignaron 3 grupos de la acción de formación.
- Santa Marta / Magdalena: se le asignaron 3 grupos de la acción de formación.
- Yopal / Casanare: se le asignaron 2 grupos de la acción de formación.
- Bucaramanga / Santander: se le asignaron 4 grupos de la acción de formación.
- Cundinamarca: se le asignaron 2 grupos de la acción de formación.

Santa Marta hace parte de los municipios priorizados por departamentos con menor puntaje de medición, según Índice Departamental de Competitividad 2019: Vaupés, Vichada, Guainía, Chocó, Amazonas, Guaviare, La Guajira, Arauca,

Caquetá, Putumayo, Sucre, Córdoba, Cauca, Nariño, Cesar, Magdalena, San Andrés, Huila, Meta.

La ciudad de Santa Marta, al ser la capital del departamento del Magdalena, tendrá un impacto por el fortalecimiento de habilidades y competencias que generará el desarrollo del sector, sus beneficiarios y los actores relacionados en la cadena productiva. En los municipios mencionados anteriormente, se encuentran designados grupos de beneficiarios que generan un impacto significativo en la competitividad y/o productividad de la cadena productiva del sector. Así mismo, las empresas vinculadas al gremio y su cadena productiva cuentan con operaciones en cada uno de los municipios definidos para la ejecución de la acción de formación, donde se identificó a través de una encuesta que 33 empresas demostraban unas necesidades de formación para aproximadamente 1.639 empleados ubicados en los municipios en los que se definió la ejecución de esta acción de formación.

Descripción 20 de 25

Continuación... LUGAR DE EJECUCIÓN:

N/A

Descripción 21 de 25

Continuación... LUGAR DE EJECUCIÓN:

N/A

Descripción 22 de 25

15. CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

El perfil del capacitador definido para la acción de formación "Transformación Digital en el Sector Comercio Electrónico" debe contar con los siguientes requerimientos para cumplir con el desarrollo de las unidades temáticas a impartir en la acción.

Formación Académica: Profesional titulado en administración de empresa, ingenierías, economía, psicología, negocios internacionales, relaciones, entre otros que se adapten al perfil.

Experiencia relacionada: Con experiencia relacionada comprobable en alguna de las siguientes temáticas: Ciencia, tecnología e innovación, transformación digital, sofisticación o mejora de procesos, design thinking, gestión del cambio, entre otras temáticas relacionadas. Adicionalmente debe contar con experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica, lo que le permita contar con las habilidades y actitudes para la impartición del curso. Otro requisito es contar con la tarjeta profesional.

Años de experiencia relacionada: Cuatro (4) años de experiencia relacionada.

Experiencia específica: Con experiencia específica en transformación digital y/o gestión del cambio. Adicionalmente, debe contar con experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales. Años de experiencia específica: Un (1) año de experiencia específica.

Competencias técnicas del capacitador esperadas:

- Demostrar conocimiento y comprensión de hechos esenciales, conceptos, principios y teorías relativas a las temáticas y a sus disciplinas de referencia.
- Identificar tecnologías actuales y emergentes, evaluar si son aplicables y en qué medida, para satisfacer las necesidades de los beneficiarios.
- Demostrar conocimiento y comprensión del contexto económico y organizativo en el que desarrolla su trabajo, según el nivel ocupacional requerido del beneficiario para la acción de formación.
- Concebir, valorar, planificar y dirigir proyectos TIC utilizando los principios y metodologías propios de la ingeniería, de gestión de recursos humanos y de economía.

Competencias tecnológicas del capacitador esperadas:

- Conocimiento y adecuado uso de las herramientas tecnológicas del ambiente de aprendizaje diseñadas para la acción de formación.
- Conocimiento en el uso de plataformas LMS.
- Conocimiento en el uso de herramientas para transmisión sincrónica como Meet, Zoom, entre otras.
- Conocimientos básicos en el uso de herramientas computacionales y ofimáticas como office, correos, entre otras.
- Conocimientos básicos en el uso de dispositivos electrónicos como computadores de escritorio, portátiles y dispositivos móviles.

Competencias pedagógicas del capacitador esperadas:

- Conocimiento, planeación y desarrollo de la práctica educativa.
- Capacidad para el razonamiento crítico, lógico y matemático.
- Capacidad para resolver problemas dentro de su área de estudio.
- Capacidad de abstracción: capacidad de crear y utilizar modelos que reflejen situaciones reales.
- Capacidad de diseñar y realizar experimentos sencillos y analizar e interpretar sus resultados.
- Capacidad de análisis, síntesis y evaluación.

Competencias actitudinales del capacitador esperadas:

- Tener iniciativa y ser resolutivo. - Actuar en el desarrollo profesional con responsabilidad y ética profesional y de acuerdo con la legislación vigente. - Capacidad de comunicación efectiva. - Capacidad de adaptación a los cambios organizativos o tecnológicos. Clasificación: Capacitador Nacional.

Descripción 23 de 25

Continuación... CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

N/A

Descripción 24 de 25

Continuación... CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

N/A

Descripción 25 de 25

16. CAPACITADOR PERSONA JURÍDICA:

La Fundación FacelT, organización sin ánimo de lucro de carácter privado, representa en Colombia a la ICDL Foundation, organismo mundial a cargo de promover el concepto de estándares mundiales de certificación de competencias digitales ICDL, con sede en Irlanda y con presencia en 103 países. Los estándares de certificación ICDL están incluidos en el plan de estudios de informática de la UNESCO / IFIP y cuentan con apoyo global de las Comisiones Europeas de Educación y Tecnología y el respaldo de organizaciones como la UNESCO, el Banco Mundial, American Council on Education (ACE), entre otros. Su propósito es promover la cultura informática, particularmente masificando el acceso y uso de tecnologías de información. Su misión, superar las barreras digitales ofreciendo acceso a todos los colombianos a la Sociedad de la Información, ayudando a las personas, organizaciones y sociedad en general a desarrollar las competencias necesarias para el uso productivo de las TIC, a través del desarrollo, promoción e implementación de programas de certificación. Cuentan con amplia capacidad de identificar las necesidades de "competencias digitales" del sector gobierno, productivo, social y educativo y cubrir dichas necesidades con programas de calidad. Su objetivo es mantener el liderazgo mundial en programas de certificación de conocimientos informáticos como usuario. A continuación, se especifican la experiencia a través de contratos y resultados: Contrato 1. SENA. 14/8/15 - El objeto del convenio tuvo el siguiente alcance: 1) Desarrollar en 1.000 instructores del SENA competencias pedagógicas y digitales para el uso productivo de las TIC en sus procesos de formación. 2) Dar acceso a 1.000 pruebas de certificación internacional bajo el estándar ICDL a instructores SENA. 3) Desarrollar en 20 instructores líderes del SENA las competencias como formador de formadores en competencias TIC. 4) Realizar la revisión y diseño curricular del programa de fortalecimiento de competencias TIC para los instructores del SENA en la Escuela Nacional de Instructores Rodolfo Martínez Toro. 5) Generar capacidad instalada en cuanto a instructores competentes y a la acreditación de cinco (5) centros de formación como Centros de Certificación ICDL. Contrato 2. Mintrabajo 27/7/16 - Realizar un proceso de formación para el desarrollo de competencias para el teletrabajo y la expedición de la Certificación Internacional en competencias, dirigido a los teletrabajadores del Ministerio del Trabajo. Contrato 3. MINTIC - 28/7/17 - Ejecutar la iniciativa "Ciudadanía Digital" que consiste en la formación y certificación de habilidades y competencias en el uso de TIC en modalidades presencial y virtual, priorizando a grupos estratégicos de la población en razón a sus condiciones de vida y vulnerabilidad económica y social. Contrato 4. Alcaldía de Santiago de Cali. 30/5/18 - Contratar los servicios de capacitación presencial y virtual para preparar a los servidores públicos del Municipio de Santiago de Cali en la presentación de pruebas para concursos de méritos y en materia de negociación colectiva para el sector público, según ficha EBI:CP-22047901, de acuerdo a las especificaciones técnicas consagradas en los Estudios Previos y en el Pliego de Condiciones.

PERFILES 1 (Total: 1)

[Acción de Formación](#)

Formación Académica	Experiencia Relacionada	Años Experiencia Relacionada	Experiencia Específica	Años Experiencia Específica	Clasificación
Profesional titulado en administración de empresa, ingenierías, economía, psicología, negocios internacionales, relaciones, entre	Con experiencia relacionada comprobable en alguna de las siguientes temáticas: Ciencia, tecnología e innovación, transformación	4	Con experiencia específica en transformación digital y/o gestión del cambio. Adicionalmente, debe contar con experiencia de un (1) año en el uso de	1	CAPACITADOR NACIONAL

otros que se adapten al perfil.	digital, sofisticación o mejora de procesos, design thinking, gestión del cambio, entre otras temáticas relacionadas. Adicionalmente debe contar con experiencia de un (1) año en capacitación, docencia y/o formación para el trabajo o formación pedagógica, lo que le permita contar con las habilidades y actitudes para la impartición del curso. Otro requisito es contar con la tarjeta profesional.		plataformas virtuales		
---------------------------------	---	--	-----------------------	--	--

Presupuesto de la Acción de Formación Transformación Digital en el sector del Comercio Electrónico (Total: 2)

[Acción de Formación](#)

Rubro	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
				Especie - %		Dinero - %		
R08 Gastos de Operación del Proyecto	Gastos administrativos	17,731,308	75	0	0	5,910,437	25	23,641,745
R09.1 Formación Virtual Curso 20 Horas	Gastos del capacitador, plataforma, contenido temática, otros para curso virtual 20 horas Transformación Digital Empresarial del sector comercio electrónico	197,002,185	75	0	0	65,683,875	25	262,686,060
		214,733,493	75.0	0	0.0	71,594,312	25.0	286,327,805

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

[Acción de Formación](#)

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R08 Gastos de Operación del Proyecto	17731308	75%	0	0%	5,910,437	25%	23,641,745
R09.1 Formación Virtual Curso 20 Horas	197002185	75%	0	0%	65,683,875	25%	262,686,060
Totales	214,733,493	75.00	0	0.00	71,594,312	25.00	286,327,805

Cobertura geográfica de la Acción de Formación Transformación Digital en el sector del Comercio Electrónico (Total: 8)

[Acción de Formación](#)

Ciudad - Región	Porcentaje
BOGOTA - DISTRITO CAPITAL	31

MEDELLIN - ANTIOQUIA	20
CALI - VALLE DEL CAUCA	15
BARRANQUILLA - ATLANTICO	8
SANTA MARTA - MAGDALENA	8
YOPAL - CASANARE	3
BUCARAMANGA - SANTANDER	10
CUNDINAMARCA	5

ENTIDADES (Total: 1)

Entidad 1 de 1

[Información general](#)

[Menú del proyecto](#)

[Menú entidad](#)

Información general			
Entidad	CAMARA COLOMBIANA DE COMERCIO ELECTRONICO		
Nit	900223319	Dígito de verificación	6
País	COLOMBIA	Ciudad	BOGOTA - DISTRITO CAPITAL
Dirección	Carrera 10 No 97A 13 Oficina 304 Torre A Edificio Bogota Trade Center		
Teléfono	3004537	Fax	NA
Página web	https://www.ccce.org.co/		
Dirección electrónica	andres.morales@cce.org.co		
Representante legal			
Nombre	Maria Fernanda Quiñones		
Tipo de identificación	CEDULA DE CIUDADANIA	Número de identificación	52536434
Datos de contacto			
Primer contacto	Nombre	Alvaro Andrés Morales	
	Cargo	Gerente de Análisis Económico y Proyectos	
	Teléfono	3132592181	
	Dirección electrónica	andres.morales@cce.org.co	
Segundo contacto	Nombre	Adriana Vanegas	
	Cargo	Coordinadora de Producto	
	Teléfono	322 7029599	
	Dirección electrónica	adriana.vanegas@cce.org.co	
Clasificación			
Sector	TRANSVERSAL		

Dirección	Carrera 10 No 97A 13 Oficina 304 Torre A Edificio Bogota Trade Center	
Teléfono	3004537	
Tamaño	PEQUEÑA	
Información adicional		
Exporta	NO	
Actividad económica	9411 - Actividades de asociaciones empresariales y de empleadores	
Capital		
Nacional	Público	0
	Privado	0
Extranjero	Público	0
	Privado	0
Ventas del último año	0	