Sistema Empresarial de Proyectos - SEP | FCE

Reporte General del Proyecto

Generalidades del Proyecto

Datos del Proyecto

Datos del Proponente

Código Proyecto	503
Nombre del Proyecto	AHK-2022
Convocatoria	DG-001-2022
Modalidad	Gremio
Plazo de Ejecución (meses)	6
Fecha de Registro	16/04/22 12:05
Estado del Proyecto	**Radicado**
Fecha de Radicación	22/04/22 09:44

Entidad	CAMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO COLOMBO-ALEMANA	**Sigla**	AHK COLOMBIA
Número de Identificación	860006598	**Dígito de Verificación**	1
Datos del Ubicación de la Empresa/Gremio			
Departamento de Domicilio	BOGOTÁ D.C	**Ciudad/Municipio de Domicilio**	BOGOTÁ(BOGOTÁ D.C)
Cobertura	Nacional	**Dirección de Domicilio**	CARRERA 13 # 93- 40
Teléfono/Celular	3158245160	**Página Web**	https://www.ahk-colombia.com/es/
Datos Generales de la Empresa/Gremio			
Código CIIU	9411	**Actividad Económica**	ACTIVIDADES DE ASOCIACIONES EMPRESARIALES Y DE EMPLEADORES
Tipo de Empresa	Privada	**Tamaño de Empresa**	MEDIANA
Sector al que Pertenece	Transversal	**Subsector al que Pertenece**	Transversal
Datos Representante Legal de la Empresa/Gremio			
Tipo de Identificación	Cédula de Extranjería	**Número de Identificación**	942458

Nombre Completo	JAN THORSTEN KÔTSCHAU	**Cargo en la Empresa**	REPRSENTANTE LEGAL
Email	thorsten.koetschau@ahk-colombia.com	**Celular/Teléfono**	3188514405

Análisis Empresarial y Sectorial

Objeto Social de la Empresa / Gremio

Como consta en su registro mercantil y estatutos, LA CAMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO COLOMBO-ALEMANA AHK Colombia tiene como objeto social y finalidades comunes:
2.1. El fomento y desarrollo de las relaciones comerciales, industriales, económicas y culturales entre la República de Colombia y la República Federal de Alemania, para lo cual brinda apoyo a sus Afiliados, presta servicios a Afiliados y no Afiliados y, en general, su propósito y finalidad común consiste en fomentar las relaciones económicas exteriores en interés público alemán.
2.2. En particular, para el desarrollo y cabal realización de este objeto principal, la AHK Colombia, a cualquier título, puede prestar servicios directamente o en asocio con otras empresas, asociaciones, gremios o personas jurídicas privadas o públicas, colombianas o alemanas, que impliquen la realización de las siguientes actividades, con sujeción a las disposiciones legales pertinentes: A) Actuar de portavoz de la totalidad de las empresas afiliadas. B) Apoyar a sus Afiliados y a toda empresa participe en las relaciones bilaterales en la obtención de sus intereses económicos ante las instituciones estatales y privadas colombianas, alemanas y de la Unión Europea. C) Fomentar, iniciar y promover los contactos comerciales entre círculos económicos afines de los dos países, para el fomento de las relaciones comerciales e industriales entre las empresas. D) Ofrecer informaciones económicas y asesoría en general, así como elaborar informes, estudios de mercado, conceptos de mercadeo, de financiación empresarial y demás estudios y conceptos de interés empresarial. E) Apoyar a empresas para su ingreso en un mercado, mediante la búsqueda y obtención de socios comerciales, la creación de sus estructuras de distribución, etc. F) Desarrollar y ofrecer instrumentos de apoyo para empresas de los dos países en las diferentes actividades empresariales y de acuerdo con las necesidades, tales como bolsas de empleo, cobranza, mediación en conflictos que se generen entre los participantes del intercambio económico bilateral, servir de centro arbitral de acuerdo con lo previsto en el Artículo 34 de estos Estatutos, coadyuvar en la consecución de certificados de origen, etc. G) Impulsar la venta y publicidad para sociedades feriales y gremiales, así como también organizar ferias, exposiciones, congresos, conferencias y encuentros empresariales, relacionados con la actividad ferial. H) PROMOVER, Y LLEVAR A CABO POR MEDIO DE ENTIDADES AUTORIZADAS LA FORMACIÓN PROFESIONAL Y CONTINUADA, PARA LO CUAL PODRÁ APOYAR POR MEDIO DE ESAS MISMAS ENTIDADES AUTORIZADAS, ACTIVIDADES DE FORMACIÓN PROFESIONAL A NIVEL TÉCNICO, TECNOLÓGICO O UNIVERSITARIO. SE ACLARA QUE LA PRESENTE ENTIDAD NO DESARROLLA ACTIVIDADES SEÑALADAS EN LA LEY 115 DEL 1994.
I) Desarrollar y realizar proyectos de cooperación técnica y financiera. J) Desarrollar, producir y difundir temas económicos, comerciales, científicos, educativos y culturales, a través de todo tipo de medios como impresos, electrónicos, radio y televisión. y, K) Organizar y realizar actos públicos para Afiliados y terceros, tales como congresos, simposios, exposiciones y eventos culturales y sociales. L) La asunción de cualquier otra actividad permitida por la ley que sirva al propósito descrito en el artículo 2.1 de los estatutos.
2.3. Para la realización del fin social, la AHK Colombia puede realizar toda clase de negocios y actos que directa o indirectamente sean convenientes o necesarios. Así, en general, podrá celebrar toda clase de actos, operaciones y contratos que tengan relación directa con el objeto principal o cuya finalidad sea ejercer los derechos o cumplir las obligaciones legal o contractualmente derivadas de la existencia y el funcionamiento de la Cámara. También la Cámara podrá formar parte como socia o partícipe de toda clase de Sociedades, Consorcios y Joint Ventures, fundar nuevas personas jurídicas, aceptar y ejercer representaciones o hacer todo aquello que sirva al desarrollo del fin social.
2.4. La AHK Colombia realiza sus funciones en estrecha colaboración con el Deutscher Industrie und Handelskammertag (DIHK), la Embajada de la República Federal de Alemania en Colombia, así como las demás entidades relacionadas con su trabajo en los dos países.
2.5. La AHK Colombia se abstendrá de intervenir en cualquier actividad política, partidista o ideológica.

Productos y/o Servicios ofrecidos y mercado al que van dirigidos

SERVICIOS: 1. Asesoramiento: para el ingreso exitoso de productos y servicios a nuevos mercados, contabilidad ajustada a la legislación colombiana, creación y registro de empresas en Colombia, acompañamiento empresarial en procesos de internacionalización de servicios/productos, creación de vínculos y oportunidades bilaterales con compromiso, innovación y transparencia para el fortalecimiento empresarial. 2. Servicios de información: informes económicos y asesoría en general, estudios de mercado y estudios de interés empresarial. 3. Consultoría especializada en temas relevantes y de gran impacto como energías renovables, formación dual, sostenibilidad, entre otros que surgen de las necesidades sectoriales. 4. Pro-Recognition homologación de títulos profesionales y vocacionales para trabajar en Alemania. 5. Start-up Challenge Colombia programa de inmersión tecnológica para startups con foco en transformación digital que busca identificar a startups locales y presentarles uno de los ecosistemas de innovación y emprendimiento tecnológico más avanzados del mundo. 5. Formación empresarial eventos, Webinars, foros, congresos y conferencias virtuales, capacitaciones virtuales. 6. alquiler de espacios, ya sean oficinas privadas o puestos de
trabajos fijos y flexibles.

MERCADO AL QUE VAN DIRIGIDOS: El carácter multisectorial y binacional de las empresas que la conforman, hace que La AHK Colombia tenga un papel protagónico en todos los sectores de la economía colombiana. La AHK Colombia está conformada, actualmente y según Informe Anual 2021, por 266 empresas, de las cuales, 38 son de Alemania, 5 Startup, 37 honoríficos y 186 colombianas, las cuales están agrupadas en los siguientes sectores: 26% servicios, 17% sector solidario, 32% sector industrial, 6% sector transporte, 2 % sector constructor, 3% sector tecnología, 13 % otros sectores.

Situación actual de la empresa/gremio

La Cámara de Industria y Comercio Colombo-Alemana (por sus siglas en alemán AHK Colombia), es una entidad sin ánimo de lucro y de carácter corporativo y gremial multisectorial que está conformada y representa empresas de los siguientes sectores: Sector Industrial, subsectores, automotriz, construcción de máquinas e instalaciones, química, alimentos/empaques, materias primas, industria creativa. Sector educación, subsector formación profesional. Sector energético, subsector, eficiencia energética, petróleo y gas, energías renovables. Sector constructor, subsector infraestructuras. Sector servicios, subsector logística y transporte, RSC y cumplimiento, seguridad y protección, turismo. Sector tecnología, subsector TIC, industria 4.0 y digitalización, tecnología médica. Sector agroindustrial, subsectores medioambiente y biotecnología.
La AHK Colombia , fue constituida en 1935 por iniciativa de empresarios alemanes con el fin de fomentar y fortalecer las relaciones comerciales de ambos países. Desde entonces ha apoyado a empresas tanto alemanas como colombianas, para su ingreso en un mercado. Históricamente, Alemania se ubica en los primeros cinco principales proveedores de productos a Colombia y el sexto comprador de productos colombianos, consolidando una balanza comercial entre ambos países de 2.864 millones de dólares. Cuenta con una oficina central en Bogotá y otra sede en Medellín y 186 empresas colombianas afiliadas

En la actualidad, La AHK Colombia representa y articula relaciones entre empresas afiliadas, alemanas y colombianas, promoviendo las relaciones bilaterales, favoreciendo intereses económicos ante las instituciones estatales y privadas colombianas, alemanas y de la Unión Europea.

La AHK Colombia pertenece a la Asociación de Cámaras de Industria y Comercio de la Unión Europea (Eurocámaras), la cual está dedicada desde 1998, al fortalecimiento y la promoción conjunta del comercio entre Colombia y los países de la UE. Se han adelantado esfuerzos para apoyar entidades territoriales en el proceso de internalización de empresas de diferentes sectores de la economía.

Cuenta con importantes alianzas en todo el mundo, como la institución alemana Germany Trade and Invest (GTAI), que brinda apoyo y acompañamiento personalizado y efectivo a empresas internacionales para establecer negocios en Alemania.

Fomenta y genera contactos comerciales entre círculos económicos afines de los dos países; a su vez, la AHK Colombia es miembro de la Red de Cámaras Alemanas, la cual está conformada por 140 Cámaras distribuidas en 92 países, que ofrecen su experiencia, conexiones y servicios tanto a las empresas alemanas como a las extranjeras. Reúnen a las empresas que desarrollan relaciones económicas bilaterales activas.

Fomenta la creación y desarrollo de espacios formativos, cursos, simposios, congresos, webinars, foros que apoyen y promuevan el fortalecimiento empresarial de sus afiliados. Estos eventos están enfocados al mejoramiento de la competitividad de los diferentes sectores representados, la gestión del talento humano, la transformación tecnológica y digital, la actualización en normatividad y disposiciones gubernamentales y demás temáticas de interés de la red empresarial.

La AHK- Colombia se proyecta como una gran red multidisciplinaria que conecta a Colombia y Alemania, creando vínculos y oportunidades bilaterales con compromiso, innovación y transparencia para el fortalecimiento empresarial, el desarrollo sostenible y la transferencia de conocimiento. Acompañando a los empresarios desde distintos frentes en la optimización y mejora continua de sus procesos para el cumplimiento de objetivos empresariales, afianzando los vínculos de las relaciones binacionales, enmarcados en pilares estratégicos de sostenibilidad, innovación, emprendimiento y formación continua.
En la AHK Colombia se trabaja para que los actores de su ecosistema cumplan sus objetivos. Por eso se generan soluciones de calidad orientadas a las necesidades del mercado, con el fin de ser la mejor opción para un progreso sostenible.

Proyección de la empresa/gremio

La AHK- Colombia se proyecta como una gran red multidisciplinaria que conecta a Colombia y Alemania, creando vínculos y oportunidades bilaterales con compromiso, innovación y transparencia para el fortalecimiento empresarial, el desarrollo sostenible y la transferencia de conocimiento. Acompañando a los empresarios desde distintos frentes en la optimización y mejora continua de sus procesos para el cumplimiento de objetivos empresariales, afianzando los vínculos de las relaciones binacionales, enmarcados en pilares estratégicos de sostenibilidad, innovación, emprendimiento y formación continua.
En la AHK Colombia se trabaja para que los actores de su ecosistema cumplan sus objetivos. Por eso se generan soluciones de calidad orientadas a las necesidades del mercado, con el fin de ser la mejor opción para un progreso sostenible.

Papel de la Empresa / Gremio en el sector al que pertenece o representa

Tal y como consta en sus estatutos, la AHK-Colombia, desarrolla sus actividades de apoyo comercial y de transferencia del conocimiento en el ámbito nacional. Por su carácter gremial multisectorial, cuenta con afiliados y empresas de la cadena productiva de diferentes sectores de la economía nacional.
Tiene un papel fundamental en el fomento y desarrollo de las relaciones comerciales, industriales, económicas y culturales entre la República de Colombia y la República Federal de Alemania, como factor transversal a todos sus afiliados y los sectores a los que dichas empresas pertenecen.
Propicia espacios de intercambio de conocimientos y experiencia sobre los avances en los diferentes sectores que representa, sobre las posibilidades de impulsar el crecimiento de la economía del país a través de las relaciones comerciales y de cooperación con Alemania.
Desarrolla jornadas de consultoría sobre el potencial del mercado colombiano enfocadas a empresas alemanas interesadas en servicios y/o productos colombianos.
Enfoca sus esfuerzos y actividades a generar espacios de cooperación con entidades oficiales y no gubernamentales, tanto de Colombia como de Alemania para apoyar la reactivación económica de nuestro país y el cumplimiento de la agenda 2030 para el desarrollo sostenible.
Fomenta y genera contactos comerciales entre círculos económicos afines de los dos países.
Genera estrategias que permitan el cierre de brechas del capital humano en todos los niveles ocupacionales, mediante la formación y actualización de conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas.
Realiza misiones comerciales con empresarios colombianos para conocer el mercado y la industria alemana y establecer contactos y visitar ferias y congresos in situ.
Brinda asistencia integral a las empresas afiliadas para realizar la búsqueda de socios comerciales en los mercados de Alemania y Colombia, para lograr así entrar a nuevos mercados y encontrar el socio adecuado según las necesidades y sector que lo represente.
Se organizó y desarrolló el Diálogo Empresarial Colombo-Alemán con la Vicepresidenta y Canciller, Dra. Marta Lucía Ramírez, para propiciar un espacio de intercambio de ideas sobre los avances en sectores como el de energías renovables, agroindustria y smart mobility y sobre las posibilidades de impulsar el crecimiento de la economía del país a través de las relaciones comerciales y de cooperación con Alemania. (Tomado de : Informe anual 2021)

Papel de la empresa / gremio en la región que pertenece o representa

Como se mencionó en el apartado anterior, la AHK-Colombia, desarrolla sus actividades de apoyo comercial y de transferencia del conocimiento en el ámbito nacional, con afiliados y empresas de la cadena productiva de diferentes sectores de la economía. A continuación se especificarán aquellos logros obtenidos y que fortalecen su gestión a nivel de algunas de las regiones de nuestro País.

La AHK-Colombia, en alianza con el Diálogo sectorial de turismo de Alemania y GIZ- Agencia de Cooperación Internacional de Alemania, Llevan a cabo estrategias para fortalecer a los prestadores de servicios de micro, pequeñas y medianas empresas del sector turístico del departamento del Meta. Desarrollan acciones formativas en turismo sostenible y economía circular que están alineadas con la POLÍTICA PÚBLICA de turismo. Estas acciones se encuentran enmarcadas en el proyecto "Turismo para el desarrollo sostenible en Colombia: Meta Sostenible" , el cual impacta positivamente el sector turístico en el departamento del Meta que se encuentra en ascenso. (tomado de : https://www.semana.com/nacion/articulo/camara-colombo-alemana-lanza-el-turismo-sostenible-es-la-meta-para-fortalecer-este-renglon/202207/)

En el año 2021 se logró la firma del acuerdo para la creación del Centro Regional de Formación y Capacitación en Energías Renovables, para continuar consolidando la transición energética del país. Acuerdo realizado entre el Ministerio de Minas y Energía, la Agencia Alemana de Energía (DENA) y la AHK Colombia, en compañía de la embajada de Colombia en Alemania y con el apoyo de la embajada de Alemania en Colombia. (Tomado de: https://www.cancilleria.gov.co/colombia-alemania-acuerdan-trabajar-consolidacion-centro-regional-formacion-capacitacion-energias)

La AHK Colombia, en alianza con el SENA, FIBS RILLL, Renewables Academy y RENAC trabajan en el marco del proyecto "ReCo: Exploración de las necesidades de formación en el sector de las energías renovables en Colombia" que contribuirá al desarrollo de la oferta educativa en el sector de las energías renovables en Colombia. ReCo se alinea a la apuesta del gobierno de Colombia para promover la transición energética a través de la adopción e implementación de proyectos de fuentes no convencionales de energía renovable y sus políticas , como estrategia para acompañar el proceso de descarbonización de la economía y el tránsito hacía una matriz energética limpia y diversificada. (tomado de: https://www.ahk-colombia.com/es/infocenter/noticias/noticias-detalles/alemania-y-colombia-se-unen-para-trabajar-por-la-formacion-en-el-sector-de-las-energias-renovables-en-colombia)

La AHK Colombia, con apoyo de la Cooperación Internacional Alemana (GIZ), instauró en América Latina el Sistema de Universidades Empresariales Duale Hochschule Latinoamérica (DHL). Un programa de formación dual para instituciones de educación superior, en la cual se ofrece la posibilidad de adelantar programas académicos bajo el modelo dual en administración de empresas, administración turística e ingenierías en 4 universidades de Colombia. Esta iniciativa se alinea con el "Compromiso público - privado por la promoción y el fortalecimiento del modelo de formación dual en Colombia.", siendo de gran avance para el sector de la educación. (tomado de: https://www.dhla.org/dhla/) (https://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-printer-408240.html)

Retos Estratégicos de la Empresa / Gremio, vinculados a la Formación

Propiciar el cierre de brechas del capital humano en todos los niveles ocupacionales, mediante la formación y actualización de conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas para aumentar el rendimiento productivo en pro del beneficio estratégico y aumento de la competitividad de las empresas afiliadas y sus trabajadores.
Promover la reactivación económica acompañando a los empresarios desde distintos frentes, en la optimización y mejora continua de sus procesos.

Generar más espacios de formación, adecuados a las necesidades de nuestros afiliados, y orientados a apoyar sus procesos de transformación digital y tecnológica.

Promover escenarios de formación generadores de oportunidades para mujeres y Mipymes con el fin de fortalecer la competitividad y desarrollo empresarial.

Potencializar la empresas afiliadas con la creación de nuevos vínculos, oportunidades bilaterales, relaciones comerciales, industriales, económicas y culturales entre la República de Colombia y la República Federal de Alemania, con compromiso, innovación y transparencia para el fortalecimiento empresarial, el desarrollo sostenible y la transferencia de conocimiento.

Mejorar la experiencia de nuestros grupos de interés por medio del fortalecimiento de nuestra propuesta de valor formativa, transversal a las necesidades empresariales en los diferentes sectores económicos del país y el reconocimiento del mercado.

Tomado de: fuente: Informe Anual 2021.

Experiencia de la Empresa / Gremio en actividades formativas

La AHK Colombia cuenta con una amplia experiencia de formación profesional, la cual se relaciona con su objeto social y que se especificará a continuación:
Programa de Formación Continua especializada (2021), con el cual se logró certificar 1.488 personas en 12 departamentos, llevando a cabo más de 752 horas de formación en modalidad, virtual y Presencial Asistida por Tecnologías PAT.
Las temáticas de formación fueron las siguientes: Gestión de tu marca en la red- Branding; Viabilidad de proyectos y negocios en las empresas; Plan de Internacionalización de negocios en la era digital; Transformación digital empresarial en la revolución 4.0; Implementación de un modelo de gestión de la innovación en la empresa; Liderazgo estratégico para la gestión de equipos de alto desempeño; y Técnicas de venta B2B de alto impacto en entornos digitales
Con el propósito de aportar al cierre de brecha de género en del sector TIC, se desarrolló el evento de formación virtual Mujeres Digitales, un proyecto que nace de una alianza entre el SENA y la AHK Colombia y se realizó en el año 2021 en su segunda versión.
Fueron desarrolladas 365 horas de formación para el fortalecimiento de competencias en lenguajes de programación a través de la metodología conocida a nivel mundial como Bootcamp, formación en habilidades blandas y conexión con el mundo laboral con importantes empresas del país. Se logró la certificación de 48 mujeres.
Durante el 2021 se dio continuidad a la estrategia denominada #PartnerVirtualAHK, la cual permitió brindar espacios virtuales, webinars, conversatorios, capacitaciones, workshops con la participación de expertos que compartieron su conocimiento sobre temas de interés con el fin de actualizar, capacitar y compartir buenas prácticas con nuestros afiliados.
Se desarrollaron 30 Webinars con 1947 participantes, en temáticas de relevancia para los afiliados y sus cadenas productivas, las cuales se mencionan a continuación: Mejorar competencias en idiomas en los colaboradores de tu organización, habilidades blandas. El comercio internacional como motor de crecimiento y reactivación de la economía colombiana. Soluciones de digitalización de Weidmüller. El Transporte marítimo en tiempos de post-corona; Contratos y pagos para empleados en Colombia; equipos industriales seguros con aplicación de frenos industriales; Construcción de valor en las empresas a partir de la gestión de intangibles y propiedad intelectual; Cambios relevantes de la ley de inversión social; nómina electrónica, electro movilidad, entre otros.
A su vez, con la participación de La AHK Colombia y el apoyo de la Cooperación Internacional Alemana (GIZ) se instauró en América Latina el Sistema de Universidades Empresariales.
El Sistema se basa en el concepto innovador alemán, y se encuentra alineado con Compromiso público - privado por la promoción y el fortalecimiento del modelo de formación dual en Colombia. Gracias a esta Alianza, Colombia cuenta con 4 universidades aplicando el enfoque Dual.
Tomado de: : Página Web AHK Colombia. (https://www.ahk-colombia.com/es/formacion)
Tomado de: página Web ministerio de Educación. (https://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-printer-408240.html)

Herramientas Utilizadas Para el Diagnóstico de Necesidades

Periodo Inicial	*Periodo Final*	*Herramienta*	*Otro Tipo de Herramienta*	*Descripción Herramienta*	*Información Cualitativa*	*Información Cuantitativa*
01/12/21	04/04/22	Otra	PLAN INTEGRAL DETECCIÓN DE NECESIDADES	Se desarrolló un PLAN INTEGRAL DE DETECCIÓN DE NECESIDADES, proceso estratégico de detección de necesidades orientado a la realidad actual y enfocado en la identificación de necesidades propias de los afiliados de la AHK Colombia y sus cadenas productivas. Está compuesto por los siguientes componentes:	Liderazgo en post pandemia: importancia del desarrollo de habilidades directivas, liderazgo y cooperación en ambientes desafiantes. Gestión de equipos en diferentes modalidades Indicadores Claves de Actuación - KPIs: necesidad de implementar el Indicador Clave de Actuación como una métrica relevante para la estrategia organizacional y que podría determinar el éxito de la misma. Excel y Power BI: necesidad de implementar la estrategia de	¿LA HERRAMIENTA ES CREACIÓN F SI NO Solo seleccionar una opción DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENT desarrolló un PLAN INTEGRAL DE DETECCIÓN DE NECESIDADES, pro estratégico de detección de necesidad orientado a la realidad actual y enfoca identificación de necesidades propias afiliados de la AHK Colombia y sus ca productivas. Está compuesto por los si componentes: COMPONENTE CUALI 1. Reuniones con afiliados. La AHK Co realizó reuniones virtuales con 10 afilia gran representatividad en su sector, co productos/servicios de cobertura y

Periodo Inicial	Periodo Final	Herramienta	Otro Tipo de Herramienta	Descripción Herramienta	Información Cualitativa	Información Cuantitativa
				COMPONENTE CUALITATIVO 1. Reuniones con afiliados. La AHK Colombia realizó reuniones virtuales con 10 afiliados de gran representatividad en su sector, con productos/servicios de cobertura y reconocimiento nacional. El objetivo fue conocer sus necesidades y requerimientos de formación, posterior al desarrollo del proceso de diagnóstico de necesidades y análisis interno para la gestión del talento humano, propio de sus empresas. Las reuniones realizadas cuentan con un documento final de recopilación de información para análisis, que fue gestionada por una representante de la AHK Colombia, en donde se plasman las necesidades expresadas por los representantes de las empresas participantes. A continuación se relacionan los datos de las empresas participantes. KAESER Compresores de Colombia LTDA Boehringer Ingelheim Daimler Trucks SAP Siemens Bayer Siemens Energy Allianz Kuhne y Nagel Munich Re COMPONENTE CUALITATIVO 2. Participación en la mesa de trabajo de recursos humanos de la AHK Colombia. Se participó en una (1) sesión de la mesa de trabajo de RRHH de la AHK Colombia, con el objetivo de conocer sus necesidades y requerimientos de formación, que puedan orientar las acciones de formación del PFCE 2022. Instrumento: Tablero de construcción colaborativa Formato: electrónico-Jamboard Modalidad: virtual Canales: correo electrónico y reunión virtual COMPONENTE CUANTITATIVO 1: Encuesta afiliados y participantes del PFCE 2021 Población: 24 afiliados y 241 participantes PFCE 2021 Instrumento: encuesta preguntas cerradas y abiertas Formato: electrónico-google forms Canales: Correo	análisis de datos basados en Microsoft Power BI, para la toma de decisiones efectivas en la organización. COMPONENTE CUALITATIVO 1. Reuniones con afiliados. Gracias al desarrollo de las reuniones con los afiliados, previamente relacionados, fue posible desarrollar una matriz de necesidades de formación que surgió de la categorización de unidades/necesidades/temáticas que compartían lineamientos centrales. Estas categorías consolidan todos los requerimientos realizados por los afiliados para priorizarlos dentro de la estructuración del presente proyecto. Cultura de Innovación: necesidad de fomentar el desarrollo de habilidades y destrezas para generar nuevos productos, servicios o procesos, incentivando a los empleados de las distintas áreas a tener ideas que se alejen de lo tradicional para crear una nueva forma de trabajar. Orientando la estrategia hacia la mejora continua y el desarrollo de procesos enfocados al cumplimiento de los objetivos empresariales. Metodologías Ágiles: necesidad de las empresas de priorizar el uso de metodologías ágiles para ser más rápidas, eficientes y productivas. Enfocarse en técnicas y métodos que se amoldan a sus necesidades. Gestión del trabajo híbrido: necesidad de implementar estrategias que permitan crear un equilibrio entre las actividades que se pueden hacer de forma remota y aquellas que implican o ameritan un espacio físico. Enfocando los esfuerzos hacia el fortalecimiento de las habilidades que permitan liderar equipos de manera efectiva, en estos ambientes . Analítica de datos y power BI: necesidad de implementar la estrategia de análisis de datos basados en Microsoft Power BI, para la toma de decisiones efectivas en la organización. Habilidades blandas-trabajo en equipo y liderazgo- Growt mindset: necesidad de crear una cultura de mentalidad de crecimiento en las organizaciones, que aliente a los empleados a desarrollar las habilidades y destrezas que necesitan para hacer su trabajo. Enfocando el sistema a la generación de oportunidades de mejora y crecimiento continuo. COMPONENTE CUALITATIVO 2: participación mesa de trabajo de RRHH - AHK Colombia La AHK Colombia cuenta con cuatro (4) mesas de trabajo internas, en las cuales se	reconocimiento nacional. El objetivo fu conocer sus necesidades y requerimie formación, posterior al desarrollo del p de diagnóstico de necesidades y análi interno para la gestión del talento hum propio de sus empresas. Las reunione realizadas cuentan con un documento recopilación de información para análi fue gestionada por una representante AHK Colombia, en donde se plasman necesidades expresadas por los representantes de las empresas partic A continuación se relacionan los datos empresas participantes. KAESER Compresores de Colombia LTDA Boeh Ingelheim Daimler Trucks SAP Siemer Siemens Energy Allianz Kuhne y Nage Re COMPONENTE CUALITATIVO 2. Participación en la mesa de trabajo de humanos de la AHK Colombia. Se par una (1) sesión de la mesa de trabajo d de la AHK Colombia, con el objetivo de sus necesidades y requerimientos de formación, que puedan orientar las acc formación del PFCE 2022. Instrumento de construcción colaborativa Formato: electrónico-Jamboard Modalidad: virtu Canales: correo electrónico y reunión v COMPONENTE CUANTITATIVO 1: En afiliados y participantes del PFCE 202 Población: 24 afiliados y 241 participar PFCE 2021 Instrumento: encuesta pre cerradas y abiertas Formato: electróni google forms Canales: Correo electrón Objetivo: La herramienta utilizada busc establecer información cuantitativa en de posibles temáticas de formación e i para el PFCE 2022. La herramienta es compuesta por las siguientes pregunta Áreas prioritarias de formación. Por fa califique con 1 el área de mayor interé el área de menor interés Gestión de m y comunicaciones Operaciones y prod Estrategias de negocios Optimización procesos Gestión del talento Gestión c la innovación Gestión comercial Gestió proyectos - otra área de mayor interés (pregunta abierta) 2. Indique la modali formación que más se adapta a su age Modalidad virtual Modalidad asistida p tecnologías (ejemplo zoom) Modalidad presencial 3. Cuéntenos por favor si tie alguna sugerencia adicional para la pr de formación continua especializada a (pregunta abierta). COMPONENTE CUANTITATIVO 2. Encuesta de event virtuales. Población: 277 trabajadores empresas de la red empresarial de la , participantes en Webinars de la AHK-C Instrumento: encuesta pregunta abierta Formato: electrónico-google forms Car Correo electrónico, SMS Objetivo: La herramienta utilizada buscaba establec información en materia de posibles ten de formación e intereses para el PFCE Las pregunta realizada fue las siguient ¿Qué temas le gustaría que se aborda los próximos eventos? Los component desarrollados con anterioridad permitie detección de necesidades puntuales q analizadas a continuación. HERRAMIE Análisis de fuentes secundarias Cuest de necesidades secundarias Diagnósti estrategias Encuesta Entrevista Focus Otro (PLAN INTEGRAL DETECCIÓN I NECESIDADES) Plan de capacitación Selecciona una opción por herramienta

Periodo Inicial	Periodo Final	Herramienta	Otro Tipo de Herramienta	Descripción Herramienta	Información Cualitativa	Información Cuantitativa
				electrónico, SMS Objetivo: La herramienta utilizada buscaba establecer información cuantitativa en materia de posibles temáticas de formación e intereses para el PFCE 2022. La herramienta estaba compuesta por las siguientes preguntas: 1. Áreas prioritarias de formación. Por favor califique con 1 el área de mayor interés y con 5 el área de menor interés Gestión de marketing y comunicaciones Operaciones y producciones Estrategias de negocios Optimización de procesos Gestión del talento Gestión digital de la innovación Gestión comercial Gestión de proyectos - otra área de mayor interés: (pregunta abierta) 2. Indique la modalidad de formación que más se adapta a su agenda Modalidad virtual Modalidad asistida por tecnologías (ejemplo zoom Modalidad presencial 3. Cuéntenos por favor si tiene alguna sugerencia adicional para la propuesta de formación continua especializada año 2022 : (pregunta abierta). COMPONENTE CUANTITATIVO 2. Encuesta de eventos virtuales. Población: 277 trabajadores de empresas de la red empresarial de la , participantes en Webinars de la AHK-Colombia. Instrumento: encuesta pregunta abierta Formato: electrónico-google forms Canales: Correo electrónico, SMS Objetivo: La herramienta utilizada buscaba establecer información en materia de posibles temáticas de formación e intereses para el PFCE 2022. Las pregunta realizada fue las siguiente: 1. ¿Qué temas le gustaría que se abordarán en los próximos eventos? Los componentes desarrollados con anterioridad permitieron la detección de necesidades puntuales que serán analizadas a continuación.	debaten temas de relevancia para el sector que representan. La mesa de trabajo de RRHH tiene como propósito “compartir conocimiento y representar los intereses de la comunidad empresarial Colombo-Alemana en torno a esta temática”. Se participó activamente en una (1) sesión de trabajo virtual, utilizando una pizarra digital denominada Jamboard que permitió colaborar en tiempo real, y con la que fue posible hacer un reconocimiento de las necesidades evidenciadas en temas relevantes de recursos humanos, las cuales se relacionan a continuación: Digitalización de procesos organizacionales: necesidad de implementar una disciplina de gestión apoyada en herramientas informáticas que permita a las empresas implementar y gestionar los procesos de la organización a cualquier nivel de la misma, teniendo en cuenta las actividades que se realizan como los recursos que son necesarios para ejecutarlas: personas y sistemas.	ANÁLISIS DE INFORMACIÓN CUALI Liderazgo en post pandemia: importan desarrollo de habilidades directivas, lic cooperación en ambientes desafiantes de equipos en diferentes modalidades Indicadores Claves de Actuación - KPI necesidad de implementar el Indicador de Actuación como una métrica releva la estrategia organizacional y que podr determinar el éxito de la misma. Excel BI: necesidad de implementar la estrat análisis de datos basados en Microsof BI, para la toma de decisiones efectiva organización. COMPONENTE CUALIT Reuniones con afiliados. Gracias al de de las reuniones con los afiliados, prev relacionados, fue posible desarrollar u de necesidades de formación que surg categorización de unidades/necesidades/temáticas que compartían lineamientos centrales. Es categorías consolidan todos los requer realizados por los afiliados para prioriz dentro de la estructuración del present proyecto. Cultura de Innovación: neces fomentar el desarrollo de habilidades y destrezas para generar nuevos produc servicios o procesos, incentivando a lo empleados de las distintas áreas a ten que se alejen de lo tradicional para cre nueva forma de trabajar. Orientando la estrategia hacia la mejora continua y e desarrollo de procesos enfocados al cumplimiento de los objetivos empresa Metodologías Ágiles: necesidad de las empresas de priorizar el uso de metod ágiles para ser más rápidas, eficientes productivas. Enfocarse en técnicas y n que se amoldan a sus necesidades. G del trabajo híbrido: necesidad de imple estrategias que permitan crear un equi entre las actividades que se pueden ha forma remota y aquellas que implican ameritan un espacio físico. Enfocando esfuerzos hacia el fortalecimiento de la habilidades que permitan liderar equip manera efectiva, en estos ambientes . de datos y power BI: necesidad de imp la estrategia de análisis de datos basa Microsoft Power BI, para la toma de de efectivas en la organización. Habilidad blandas-trabajo en equipo y liderazgo-mindset: necesidad de crear una cultur mentalidad de crecimiento en las organizaciones, que aliente a los empl desarrollar las habilidades y destrezas necesitan para hacer su trabajo. Enfoc sistema a la generación de oportunida mejora y crecimiento continuo. COMP CUALITATIVO 2: participación mesa d de RRHH - AHK Colombia La AHK Co cuenta con cuatro (4) mesas de trabajo internas, en las cuales se debaten tem relevancia para el sector que represen mesa de trabajo de RRHH tiene como propósito “compartir conocimiento y representar los intereses de la comuni empresarial Colombo-Alemana en torn temática”. Se participó activamente en sesión de trabajo virtual, utilizando una digital denominada Jamboard que perm colaborar en tiempo real, y con la que posible hacer un reconocimiento de las necesidades evidenciadas en temas re de recursos humanos, las cuales se re a continuación: Digitalización de proce organizacionales: necesidad de imple

Periodo Inicial	*Periodo Final*	*Herramienta*	*Otro Tipo de Herramienta*	*Descripción Herramienta*	*Información Cualitativa*	*Información Cuantitativa*
						una disciplina de gestión apoyada en herramientas informáticas que permita empresas implementar y gestionar los procesos de la organización a cualquie de la misma, teniendo en cuenta las actividades que se realizan como los r que son necesarios para ejecutarlas: p y sistemas. ANÁLISIS DE INFORMAC CUANTITATIVA COMPONENTE CUANTITATIVO 1. Encuesta afiliados participantes del PFCE 2021 La encue desarrollada arrojó los siguientes resul Se solicitó a los participantes y aliados calificarán de 1 a 5 una lista de 9 área temáticas, donde 1 es “mayor interés” “menor interés”. Para el análisis se rea media aritmética , arrojando los siguier resultados: El área de mayor interés fu “Gestión de marketing y comunicacion un puntaje de 2,45, seguida de “ Opera producción” (2,54); “Estrategia de neg 2,58); “ Gestión de la innovación” (2,73 Optimización de procesos (2,69); “ Ges digital de información” (2,71); “Gestión talento” (2,71); “Gestion comercial” (2,8 último nivel de interés,“Gestión de proy (2,88). A su vez, se solicitó a los encue que indicarán la modalidad de formaci más se adapta a su agenda, encontrar de los afiliados prefieren la modalidad Presencial Asistida por Tecnologías, c 62.5 % , al igual los participantes del P 2021, con un 37.8 % Basados en los r expuestos podremos analizar lo siguie 100 % de los participantes en la encue puntuaron la totalidad de las áreas ent lo que nos indica que existe un interés alto por las áreas temáticas identificad siendo pertinentes para el desarrollo d acciones de formación. El área más pu como de “mayor interés” hace referenc gestión de marketing y comunicacione fue descrita, gracias a los componente cualitativos previos, como “Conocer bi marca y el mercado objetivo para la m resultados”. Temática que estaría direc relacionada con la necesidad de crear innovadores que faciliten la venta digit tomado de: https://www.eltiempo.com/economia/fir personales/tendencias-laborales-retos enfrentaran-las-empresas-en-el-2022-(Seguido, se presenta un área de gran relevancia para el fortalecimiento organizacional denominada en la encu como “ Estrategias de Negocios”, la cu encuentra relacionada con la necesida incluir nuevas e innovadoras estrategia permitan la fidelización de los clientes, incrementando la satisfacción y logran recomendación de los productos o ser otros posibles clientes potenciales. Los resultados expuestos tienen una gran con las tendencias actuales y retos identificados a nivel nacional en cuanto diferentes sectores de la economía, en se enfatiza la necesidad de transforma digital y gestión y fortalecimiento del re humano como estrategia para uso con resultados positivos a nivel organizacio tomado de: https://www.eltiempo.com/economia/fir personales/tendencias-laborales-retos enfrentaran-las-empresas-en-el-2022-(Las necesidades identificadas se pres como factor importante de innovación empresarial que promueva el posiciona

Periodo Inicial	Periodo Final	Herramienta	Otro Tipo de Herramienta	Descripción Herramienta	Información Cualitativa	Información Cuantitativa
						en el mercado y el crecimiento expone la organización. La virtualidad y el de herramientas tecnológicas en la educa ha convertido en estrategia de gran im que ha sido aceptada y validada, y que incursionó a grandes pasos a causa de pandemia del Covid-19. En la actualida parte fundamental del proceso formativ herramienta de aprendizaje. Lo anterio identificó gracias a la preferencia evide en la encuesta desarrollada, donde má 60% de los participantes prefieren dich modalidad. Un aspecto a favor, es la p de tener mayor cobertura y llegar a beneficiarios/trabajadores de diferente regiones del país. COMPONENTE CUANTITATIVO 2. Encuesta de event virtuales Bajo este componente, se identificaron necesidades que se cons gran importancia para el desarrollo e innovación empresarial, pero que se caracterizan por ser temáticas puntual concretas, para eventos masivos, que ajustan al tipo de eventos Webinar. La temáticas evidenciadas son las siguier encuestados responden a la pregunta temas le gustaría que se abordarán en próximos eventos? 25,31% Gestión Tr 15.3 % Energía y recursos naturales 1 comercio internacional 7,19% Recurso Humanos 3, 44 % facturacion electron % nómina electrónica 2.19 % nómina d información financiera (Nif) Se evidenc gran interés por parte de los encuestad temáticas relacionada con contabilidad finanzas y disposiciones nacionales ac en la misma área. Lo anterior, teniendo cuenta el proceso de reformas que se adelantado en el tema y que rigen el a una organización. Se comparte un inte necesidad de trabajar temáticas relacio con los recursos humanos, aspecto rel que interviene en el funcionamiento de organización. Las áreas de RRHH se encuentran afrontando nuevos retos y nueva realidad. El replanteo de proces tales como atracción y selección del ta gestión del desempeño y desarrollo de de talento requieren cambios significat impacten de manera positiva a la orga (tomado de : https://www.portafolio.co/negocios/emp importancia-de-construir-planes-de-tal para-impulsar-negocios-530836) RESU FINAL PLAN INTEGRAL DE DETECC NECESIDADES: Basados en la inform que arrojaron los componentes cualita cuantitativos del presente Plan Integra Detección de Necesidades se presenta consolidación de 11 necesidades de fo que podrían orientar las temáticas a de en el PFCE 2022: Gestión de marketin comunicaciones Optimización de proce Estrategia de negocios Gestión de la innovación y mejora continua Transfor digital Trabajo colaborativo y cooperati Liderazgo en post pandemia Diversida equidad e inclusión Gestión del talento Metodologías ágiles Analítica de datos BI

Descripciones Generales del Proyecto

Objetivo General del Proyecto

El objetivo general del proyecto es fortalecer las competencias de los trabajadores de la CÁMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO COLOMBO ALEMANA, de sus empresas afiliadas y de sus cadenas productivas para incidir positivamente en su desarrollo productivo y en la competitividad, de manera que se cumpla con el objetivo de fomentar las relaciones comerciales entre Colombia y Alemania. Lo que se quiere alcanzar al finalizar la ejecución del proyecto es dar respuesta a las necesidades de formación identificadas en materia de innovación como eje transversal para el crecimiento empresarial, y dar respuesta total a los retos estratégicos establecidos por la AHK en materia de formación. Esto se logrará desarrollando las acciones formativas propuestas: Modelos innovadores de ventas digitales , Customer Experience como estrategia de diferenciación, Transformación de modelos organizacionales para una gestión eficiente de procesos, Cultura innovadora en los equipos de trabajo, Estrategia de marketing digital para el crecimiento exponencial, Liderazgo ágil en entornos desafiantes, Design thinking - La puerta hacia la transformación digital , Growth mindset- Equipos con mentalidad de crecimiento, Go to market - Construyendo estrategias disruptivas de posicionamiento en el mercado, Metodologías ágiles para la innovación empresarial , Analítica del talento en las organizaciones, Gestión organizacional inclusiva , Inteligencia empresarial en la industria 4.0, Venta consultiva, potenciando equipos comerciales de alto impacto en el sector TI

Indicadores de Impacto del Proyecto

1. Mejoramiento en la empleabilidad: Mide cómo se mejoran las condiciones económicas de los trabajadores beneficiarios del Programa de Formación Continua Especializada.
=No. de trabajadores beneficiarios con incremento salarial después de recibir la formación / Número total de trabajadores beneficiarios del proyecto
LÍNEA DE BASE: Cero
META: A los cuatro meses después de finalizada la acción de formación la meta es: 25%. Cálculo: 710 beneficiarios con incremento salarial después de recibir la formación / 2840 trabajadores beneficiarios del proyecto = 25%.
MEDIO DE VERIFICACIÓN: Encuesta digital.
METODOLOGÍA DE RECOLECCIÓN Y VALIDACIÓN: Se aplicará una encuesta digital por correo electrónico dirigida a los beneficiarios certificados en el proyecto y se validarán por medio de llamadas telefónicas, SMS y/o correos electrónicos.
2. Retención de los trabajadores: Mide la retención de los trabajadores beneficiarios del Programa de Formación Continua Especializada =No. de trabajadores beneficiarios que continúan en sus empresas luego de recibir la formación / Número total de trabajadores beneficiarios del proyecto
LÍNEA DE BASE: Cero
META: A los cuatro meses después de finalizada la acción de formación la meta es: 86% Cálculo: 2442 trabajadores continúan en sus empresas luego de recibir la formación / 2840 trabajadores beneficiarios en el proyecto.
MEDIO DE VERIFICACIÓN: Encuesta digital.
METODOLOGÍA DE RECOLECCIÓN Y VALIDACIÓN: Se aplicará una encuesta digital por correo electrónico dirigida a los beneficiarios certificados en el proyecto y se validarán por medio de llamadas telefónicas, SMS y/o correos electrónicos.
3. Movilidad laboral: Mide la movilidad de los trabajadores beneficiarios del Programa de Formación Continua Especializada =No. de trabajadores beneficiarios que cambian sus condiciones laborales de manera horizontal o vertical, luego de recibir la formación / Número total de trabajadores beneficiarios del proyecto
LÍNEA DE BASE: Cero
META: A los cuatro meses después de finalizada la acción de formación la meta es: 15%. Cálculo: 426 beneficiarios que cambian sus condiciones laborales de manera horizontal o vertical después de recibir la formación / 2840 trabajadores beneficiarios del proyecto
MEDIO DE VERIFICACIÓN: Encuesta digital.
METODOLOGÍA DE RECOLECCIÓN Y VALIDACIÓN: Se aplicará una encuesta digital por correo electrónico dirigida a los beneficiarios certificados en el proyecto y se validarán por medio de llamadas telefónicas, SMS y/o correos electrónicos.
4. Empresas beneficiarias: Mide las empresas beneficiarias del Programa de Formación Continua Especializada. = No. de empresas beneficiarias del Programa de Formación / No de empresas del sector (es) que representa.
LÍNEA DE BASE: Cero.
META: A los cuatro meses después de finalizada la acción de formación la meta es: 674%. Cálculo: 1255 empresas fueron beneficiarias del Programa de formación Continua especializada/ 186 son empresas del sector que representa.
El porcentaje esperado representa la participación de afiliados y empresas de la cadena productiva
MEDIO DE VERIFICACIÓN: Formulario de empresas beneficiarias SEP
METODOLOGÍA DE RECOLECCIÓN Y VALIDACIÓN: los datos se recolectan a partir del formato de Empresas beneficiarias SEP generado y presentado al finalizar las acciones de formación, los cuales serán objeto de verificación y validación por parte de la interventoría. La recolección y validación de los datos se desarrolla por medio de llamadas telefónicas.
5. Trabajadores Beneficiarios: Mide el porcentaje de trabajadores beneficiarios del programa de Formación Continua. = No. Total, de trabajadores beneficiarios del proyecto/No.Total de trabajadores de la empresa(s) o sector (es) que representa.
LÍNEA DE BASE: Cero.
META: A los cuatro meses después de finalizada la acción de formación la meta es: 17 %. Cálculo: 2840 trabajadores beneficiados del programa de Formación Continua Especializada / 16.605 trabajadores de la empresa(s) o sector (es) que representa.
MEDIO DE VERIFICACIÓN: listados de beneficiarios certificados en SEP.
METODOLOGÍA DE RECOLECCIÓN Y VALIDACIÓN: Los datos se recolectan a partir del formato de certificados que se presenta al finalizar cada acción de formación. Se valida por medio del conteo de los datos del SEP que a su vez son objeto de verificación por parte de la interventoría.

Estrategia de Divulgación

Las acciones programadas para divulgar de manera efectiva el avance de la ejecución y resultados obtenidos, serán la siguientes:
Campaña Mailing: la agremiación hará llegar un correo electrónico a todas sus empresas afiliadas y sus cadenas productivas, así como sus grupos de interés, informando sobre el programa de formación continua y las acciones que se desarrollarán en el marco del mismo. Medios: Correo electrónico. Alcance: 5.000 destinatarios. Justificación: el correo electrónico es el canal utilizado por la cámara para la divulgación de sus proyectos, la base de datos cuenta con el aval y la autorización para la recepción de comunicaciones por parte del gremio.
Canales digitales: Divulgación de los eventos mediante post informativos con CTA para la generación de leads. AHK-Colombia cuenta con un importante público en sus redes sociales. Medios: Facebook, 3549 seguidores, LinkedIn con 5526 seguidores, Twitter 339 seguidores y 152 suscriptores en YouTube. Su página web (https://www.ahk-colombia.com/es/) cuenta con tráfico de más de 50.000 visitantes anuales y a través ella se llevará a cabo la presentación del programa. De igual forma se informará durante los eventos institucionales sobre el desarrollo del programa y se publicará un artículo en nuestro boletín anual
La estrategia de divulgación propuesta será continua a lo largo de la ejecución del proyecto el cual dará inicio con UN EVENTO de apertura de la ejecución académica.
Se hará entrega de un PODCAST, en el cual se darán a conocer los aspectos más importantes y representativos de la acción de formación con mayor impacto. El mismo tendrá una duración entre 20 y 45 minutos y cumplirá con las características exigidas en el anexo 12

Persona encargada: : Paola Marcela Garzón Parra
cargo: Jefe de Comunicaciones
Correo electrónico:paola.garzon@ahk-colombia.com
Teléfono: /+ 57- 318698591

Mesas Sectoriales

Mesa Sectorial
Telecomunicaciones

Contactos

Nombre	*Cargo*	*Teléfono*	*Correo*
Ana Milena Restrepo J.	D. Coop Nal e Int	3206765392	ana.restrepo@ahk-colombia.com (mailto:ana.restrepo@ahk-colombia.com)

Acciones de Formación

Acción de Formación N°	*Acción de Formación*	*Tipo de Evento*	*Modalidad de Formación*	*Modelo Aprendizaje Nombre*	*N° de Beneficiarios*
1	Modelos innovadores de ventas digitales	Curso	Virtual	No Aplica	400
2	Customer Experience como estrategia de diferenciación	Curso	Virtual	No Aplica	400
3	Transformación de modelos organizacionales para una gestión eficiente de procesos	Curso	Virtual	No Aplica	400
4	Cultura innovadora en los equipos de trabajo	Curso	Virtual	No Aplica	400
5	Estrategia de marketing digital para el crecimiento exponencial	Curso	Presencial asistida por tecnologías-PAT	No Aplica	100
6	Liderazgo ágil en entornos desafiantes	Curso	Presencial asistida por tecnologías-PAT	No Aplica	100
7	Design thinking - La puerta hacia la transformación digital	Curso	Presencial asistida por tecnologías-PAT	No Aplica	100
8	Growth mindset- Equipos con mentalidad de crecimiento	Curso	Presencial asistida por tecnologías-PAT	No Aplica	125
9	Go to market - Construyendo estrategias disruptivas de posicionamiento en el mercado	Curso	Presencial asistida por tecnologías-PAT	No Aplica	125
10	Metodologías ágiles para la innovación empresarial	Curso	Presencial asistida por tecnologías-PAT	No Aplica	90
11	Analítica del talento en las organizaciones	Curso	Combinada (PAT - Virtual)	No Aplica	180

Acción de Formación N°	Acción de Formación	Tipo de Evento	Modalidad de Formación	Modelo Aprendizaje Nombre	N° de Beneficiarios
12	Gestión organizacional inclusiva	Curso	Combinada (PAT - Virtual)	No Aplica	180
13	Inteligencia empresarial en la industria 4.0	Curso	Combinada (PAT - Virtual)	No Aplica	180
14	Venta consultiva, potenciado equipos comerciales de alto impacto en el sector TI	Taller	Presencial	Bootcamp	60

Plan Operativo del Proyecto

Acción de Formación N°	Acción de Formación	Duración Horas Grupo	Nº de Grupos	N° de Beneficiarios	Valor Hora Beneficiario	Cofinanciación SENA	Contrapar
1	Modelos innovadores de ventas digitales	40	4	400	$ 20.889	$ 250.600.000	
2	Customer Experience como estrategia de diferenciación	40	4	400	$ 20.889	$ 250.600.000	
3	Transformación de modelos organizacionales para una gestión eficiente de procesos	40	4	400	$ 20.889	$ 250.600.000	
4	Cultura innovadora en los equipos de trabajo	40	4	400	$ 20.889	$ 250.600.000	
5	Estrategia de marketing digital para el crecimiento exponencial	20	5	100	$ 50.179	$ 75.245.000	
6	Liderazgo ágil en entornos desafiantes	20	5	100	$ 50.179	$ 75.245.000	
7	Design thinking - La puerta hacia la transformación digital	20	5	100	$ 50.179	$ 75.245.000	
8	Growth mindset- Equipos con mentalidad de crecimiento	30	5	125	$ 39.252	$ 110.368.000	
9	Go to market - Construyendo estrategias disruptivas de posicionamiento en el mercado	30	5	125	$ 39.252	$ 110.368.000	
10	Metodologías ágiles para la innovación empresarial	30	3	90	$ 33.452	$ 67.723.000	
11	Analítica del talento en las organizaciones	30	6	180	$ 23.584	$ 95.490.000	
12	Gestión organizacional inclusiva	30	6	180	$ 23.584	$ 95.490.000	
13	Inteligencia empresarial en la industria 4.0	30	6	180	$ 23.584	$ 95.490.000	
14	Venta consultiva, potenciado equipos comerciales de alto impacto en el sector TI	24	4	60	$ 80.550	$ 85.487.440	

Valor Total AF Proyecto	Número de Beneficiarios	Cofinanciación SENA	Contrapartida Especie	Contrapartida Efectivo	Valor Total AF Proyecto

	2840	$ 1.888.551.440	$ 0	$ 632.246.780	$ 2.520.798.220

Código Rubro	*Rubro*	*Cofinanciación SENA*	*Contrapartida Especie*	*Contrapartida Efectivo*	*Total*
R07	R07 Gastos de Operación del Proyecto 10%	$ 209.400.000	$ 11.300.000	$ 0	$ 220.700.000
R07	R07 Gastos de Operación del Proyecto 16%	$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
R11	R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	$ 0	$ 0	$ 58.400.000	$ 58.400.000

VALOR TOTAL DEL PROYECTO	Cofinanciación SENA	Contrapartida Especie	Contrapartida Efectivo	Valor Total del Proyecto
	$ 2.097.951.440	$ 11.300.000	$ 690.646.780	$ 2.799.898.220

Transferencia de Conocimiento y Tecnología

Código Rubro	*Rubro*	*Número de Beneficiarios Transferencia*	*Cofinanciación SENA*	*Contrapartida Especie*	*Contrapartida Efectivo*
R11	R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	284	$ 0	$ 0	$ 58.400.000

Resumen por Rubros

Arrastre los filtros aquí			
Rubro arrow_drop_up		Cofinanciación SENA	Porcentaje Cofinanciación
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría		$ 630.728.000	%
R02.2 Alojamiento, Manutención y Transporte Local - Capacitador internacional - Lider mundial - Lider nacional		$ 5.929.440	%
R04 Tiquetes Aéreos, Terrestres Intermunicipales y/o Fluvial		$ 5.500.000	%
R05.1.2 Material de Formación - Digital - Libro electrónico - digital		$ 64.094.000	%
R06.1.1.3 Alquiler de Salones y/o Equipos - Salones Hoteles, laboratorios, aulas gastronomia o salones empresariales hasta 30 beneficiarios		$ 11.000.000	%
R07 Gastos de Operación del Proyecto 10%		$ 209.400.000	%
R08.1 Formación Virtual - Curso 20 horas		$ 168.900.000	%
R08.2 Formación Virtual - Curso 40 horas		$ 1.002.400.000	%
R10.3 Garantías		$ 0	%
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología		$ 0	%
TOTAL		**$ 2.097.951.440**	**%**

Detalles de Acciones de Formación

AF N° :

1

-

Modelos innovadores de ventas digitales

ID	1247
N° Acción Formación	1

ID Propuesta	845
Propuesta en la que se basó la AF	Modelos innovadores de ventas digitales
Causas Y Efectos De La Necesidad De Formación Detectada	CAUSAS PUNTUALES La necesidad de gestión de marketing y comunicaciones, y el consiguiente requerimiento de formación en ""Modelos innovadores de ventas digitales"", se origina específicamente en las siguientes causas. CAUSAS PUNTUALES: CAUSAS PUNTUALES: AHK identifica las siguientes causas por las cuales surge necesidad de responder al dinamismo y el crecimiento del comercio y las ventas digitales, de acuerdo a los resultados de la encuesta a afiliados y participantes del programa PFCE 2021 integrados al Plan Integral de Detección de Necesidades de AHK (01/12/21 - 04/04/2022) y sustentado en las cifras de los últimos años: 1) El comercio electrónico en Colombia experimenta un auge desde el 2020 producto de los cambios estructurales que generó la pandemia en los hábitos de los consumidores y de las empresas. Esto concretamente se expresa en el aumento de los usuarios en de los canales digitales así como de internet en Colombia. Las cifras arrojadas en el informe ""Digital 2022"" de Hootsuite, el 69% de la población se conecta a internet, sobre todo a través de conexiones móviles. En consecuencia, este hecho ha significado un aumento del comercio electrónico que significa un reto y una oportunidad que las empresas deben encarar. 2) Las medidas que buscaban la contención del COVID-19 trasladaron distintas actividades que se efectuaban típicamente de manera presencial al canal digital como las citas médicas, las clases y las compras/ ventas. AHK ha identificado la necesidad de las empresas afiliadas de responder al dinamismo y el crecimiento del comercio y las ventas digitales, dadas las cifras de los últimos años frente al desarrollo del comercio electrónico en Colombia. Este experimenta un auge desde el 2020 producto de los cambios estructurales que generó la pandemia de COVID-19 en los hábitos de los consumidores 3) De igual forma el crecimiento de los usuarios en de los canales digitales así como de internet en el país, hacen que para las empresas sea estratégico abordar con modelos innovadores nuevos mercados y asegurar su crecimiento y sostenibilidad. Según el informe de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico en su informe ""El comercio electrónico en 2021"", durante el pasado año se registraron $39,9 billones de pesos de ventas en línea, lo que representó un crecimiento de 40,2 % respecto al 2020. De este modo, las ventas de comercio electrónico, en el año en 2021, crecieron a una tasa mensual promedio de 3,7 %. EFECTOS PUNTUALES: Si no se desarrollan las competencias para innovar en modelo de venta digital, las consecuencias derivaran en: 1) Las empresas perderían la oportunidad de crecer afectando su capacidad de comercializar sus productos y servicios. 2) Reducción de la competividad en un entorno cada vez más digital y más globalizado. 2) Riesgo su sostenibilidad, enfrentando daños de marca y reputación. La Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, en su informe de 2021 sobre el comercio electrónico, proyecta un crecimiento del 19% total del comercio digital para el 2022. De igual forma, el proceso formativo que se plantea contribuirá al desarrollo de habilidades para el aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, cuyo potencial no ha sido explotado en su totalidad en Colombia. Según el Consejo Nacional de Política Económica y Social en su documento "Política Nacional para la promoción de las industrias culturales en Colombia", los colombianos se han constituido como receptores de información desaprovechando la oportunidad de pasar de receptores a convertirse en productores de contenidos. Esto queda demostrado en el hecho de que el 52% de los niños y jóvenes usa el computador para video jugar, mientras que el 82% de la navegación está orientada al entretenimiento, pues apenas un 15 % se dedica a actividades educativas y productivas. Esto ha dificultado, entre otros, procesos de comercio electrónico, marketing electrónico, posicionamiento en buscadores y diseño de nuevos productos. De no ejecutarse la acción de formación planteada, se mantendrá la tendencia señalada por el CONPES, manteniendo al país como receptor y no como productor de contenidos.
Nombre De La Acción De Formación	Modelos innovadores de ventas digitales
Objetivo(S) De La Acción De Formación	Desarrollar competencias laborales que les permita a los trabajadores crear modelos innovadores de ventas en canales digitales, orientados a la optimización de resultados y a atender los retos empresariales que nacen de una de una economía global y digital, a fin de favorecer y fortalecer la presencia digital de la empresa y su reconocimiento en el mercado, La acción contribuye de forma positiva a resolver totalmente la necesidad de crear modelos innovadores para desarrollar la venta digital.
Evento De Formación	Curso
Modalidad De Formación	Virtual

Metodología De Aprendizaje	Teórica-Práctica
Modelo De Aprendizaje	No Aplica
Tipo De Ambiente De Aprendizaje	Aula virtual
Justificación Ambiente De Aprendizaje	El ambiente de aprendizaje utilizado para la presente acción de formación es AULA VIRTUAL y se utilizará una plataforma Moodle V3.3 en HTML. la cual aloja distintos formatos incluyendo SCORM, archivos: documentos, animaciones, vídeos, audios, enlaces externos, y wikis. Incorpora: cuestionarios (preguntas de tipo test, respuesta corta, selección múltiple) y las tareas (actividades de desarrollo), para trabajo individual o grupal. Herramientas de comunicación: Mensajería, Foros, Chat y Correo electrónico interno. Se puede añadir conexión con diversos sistemas de videoconferencia y webinars. Dispone de un sistema automático de control de la finalización de actividades y de control de acceso a los distintos recursos en función del cumplimiento de requisitos preestablecidos. Soporta grandes volúmenes de usuarios y cursos, y su arquitectura permite extender la instalación en múltiples servidores y sobre diversas plataformas software. Es plenamente utilizable en dispositivos móviles, tanto con el navegador web como utilizando la app Moodle Mobile, disponible en plataformas iOS y Android. Esta app permite al alumnado, de manera adicional, descargarlos interactivos que se deseen estudiar y utilizarlos sin conexión a Internet; cuando se recupera la conexión se sincroniza el progreso y se registra en el LMS. La plataforma cuenta con los siguientes desarrollos incorporados: Módulo específico para la obtención de informes de seguimiento y evaluación. Estos informes son mucho más exhaustivos y completos que los que aporta el producto original, y cubren tanto la actividad de alumnos como de docentes para así permitir alcanzar el nivel de calidad deseado en el control y seguimiento de las acciones formativas. Se puede obtener un informe unificado por cada alumno o tutor que refleje al mismo tiempo el progreso, las calificaciones y la dedicación de cada usuario (alumno o tutor), así como las interacciones entre ellos producidas. Existe también un módulo de utilidades para la gestión de cursos y usuarios, destinado a facilitar la gestión de acciones formativas y grupos numerosos de manera ágil. Se ha diseñado una imagen visual y una configuración de la organización espacial de los distintos elementos en pantalla que cumpla con los siguientes criterios: Diseño adaptado a la imagen de la entidad y el uso al que se va a destinar. Diseño visual simple y minimalista, enfocado a la usabilidad y la comodidad, por lo que se recomienda dirigir a los alumnos a la plataforma desde una web externa (web corporativa de la entidad) que ofrezca información relevante de todo tipo a los usuarios. En el diseño se ha cuidado especialmente la accesibilidad web, por lo que puede ser un elemento útil para obtener la certificación UNE 66181: "Gestión de la calidad. Calidad de la formación virtual". También se ha tenido muy en cuenta su uso en dispositivos móviles, con soluciones específicas para ellos, dada la creciente importancia que este tipo de dispositivos está alcanzando en el ámbito de la formación. Además de los servicios webs que incorpora la plataforma, se han añadido nuevos servicios, facilitando aún más la interconexión e integración del LMS con software de gestión empresarial y de la formación. Cumple con lo solicitado en el ANEXO 14. lo anterior permite y facilita el desarrollo de acción de formación y el cumplimiento de sus objetivos, así como el control y seguimiento de la misma, favorece la gestión organizada y ágil de las sesiones de formación.
Número De Días De Ejecución De La Acción De Formación	20
Número de Grupos	4
Número de Beneficiarios de la AF	400
Número de Beneficiarios Asociados a Grupos	400
Número de días por grupo	20
Numero de horas por grupo de la AF	40
Número de Horas Total de la AF	160

Beneficiarios

Número De Beneficiarios	400	**Área Funcional A La Cual Pertenecen**	Dirección, Innovación, Marketing, Ventas, tecnología o afines.
Funciones O Tareas Que Desempeñan	Definir, supervisar y ejecutar la estrategia de ventas y marketing de la empresa definir, desarrollar y alcanzar objetivos e iniciativas para el desarrollo de la actividad comercial de la empresa. Actividades de prospección, contacto, cierre y seguimiento de ventas. Analizar y gestionar sitios web, marketplaces, crm y afines. Desarrollo de campañas de mercadeo y publicidad.	**Tipo De Vinculación Laboral**	Principalmente por contrato laboral de carácter indefinido.
Nivel De Escolaridad	Profesionales, tecnólogos o técnicos en áreas de administración, informática, gestión, marketing, ingeniería, ciencias sociales o afines.	**Acceso A Las Tic'S**	Son personas con competencias digitales que les permiten acceder al uso de computadores y demás dispositivos y utilizar aplicaciones a nivel de usuario para el desarrollo de sus funciones. Acceden a conectividad para el desarrollo de sus actividades.
Trabajadores En Condición De Discapacidad Que Se Beneficiarán De La Formación	0	**Número De Trabajadores Mujeres**	200
Número De Empresas Sociedades De Beneficio E Interés Colectivo Bic A Beneficiar	0	**Número De Empresas Beneficiadas**	200
Número De Empresas Mipymes A Beneficiar	180	**Justificación Inclusión Trabajadores Empresas Mipymes**	La inclusión de beneficiarios de empresas Mipymes se justifica en razón a la proporción estadística de participantes en el programa PFCE 2021 y la proporción de empresas afiliadas que corresponden a esta categoría, en este sentido se establece que el 90% de las empresas impactadas serán Mipymes.

Número De Empresas A Beneficiar Que Hacen Parte De Su Cadena Productiva	80	**Justificación Inclusión Trabajadores Empresas Que Hacen Parte De La Cadena Productiva Como Beneficiarios**	Dado que el objeto social de la CÁMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO COLOMBO ALEMANA es el fomento y desarrollo de las relaciones comerciales, industriales, económicas y culturales entre la República de Colombia y la República Federal de Alemania, se incluirán beneficiarios que hacen parte de la cadena productiva de las empresas que integran el ámbito de acción de la cámara, puesto que son los trabajadores de estas empresas quienes apoyan el desarrollo productivo y competitividad de todos los eslabones de valor del sector al que pertenece cada afiliado.
Enfoque De La Acción De Formación	Formación en el trabajo	**Justificación Enfoque De La Acción De Formación**	La presente acción de formación tiene un enfoque de FORMACIÓN PARA EL TRABAJO, ya que es una acción de formación dirigida a trabajadores de el/los nivel(es) ocupacionales indicados y que requieren actualizar y adquirir conocimientos, habilidades, aptitudes, técnicas y/o prácticas, necesarias para resolver con autonomía, temas relacionados con la planificación y ejecución del trabajo actual o del cargo en el que busca desempeñarse, de tal forma que se generen mejoras en la empleabilidad, la productividad laboral y competitividad empresarial propiciadas para la creación de modelos innovadores de ventas a través de canales digitales que fortalezcan el reconocimiento de sus empresas en el mercado.

Alineación De La Acción De Formación	AF que dé aplicación a la cuarta revolución industrial	**Justificación De La Alineación**	Según el estudio “Industria 4.0, fabricando el futuro” (BID y otros, 2018) la incorporación de nuevas tecnologías a la organización productiva supone, Integración vertical y horizontal de la empresa mediante tecnologías de la información. Esta acción de formación denominada “Modelos innovadores de ventas digitales”, se alinea directamente la incorporación de procesos de digitalización en el marco de la Industria 4.0, ya que integra, la innovación y la digitalización del proceso de ventas dentro de la organización, implementando una disciplina de gestión comercial apoyada en herramientas informáticas lo que permitirá a las empresas gestionar de manera efectiva y optimizar su proceso de ventas.

Categorización De La Acción De Formación	Desarrollo productivo y competitividad	**Justificación Categorización**	La acción de formación responde a la doble categorización de desarrollo productivo y competitividad. La competitividad es la capacidad de una empresa para mejorar sus resultados, manteniendo o incrementando su cuota de participación o nivel de rentabilidad. Esta formación incide en la capacidad que tendrán las empresas de incrementar y mantener su cuota de mercado y desarrollar procesos de innovación en su modelo de ventas, lo que facilitará la búsqueda de nuevas oportunidades. Por otra parte, incide en el desarrollo productivo la introducción de nuevos modelos de ventas digitales que harán que sea más eficiente el proceso y la dedicación de los equipos de trabajo y la incorporación de las herramientas tecnológicas al proceso de ventas.
Justificación Acción De Formación Especializada	POR QUE ES UNA ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA: Esta es una acción de formación especializada porque es una acción de corta duración que garantiza la profundización de conocimientos, habilidades y destrezas, permitiendo la aplicación de los mismos en el contexto laboral inmediato, asegurando la calidad, comprensión y uso del pensamiento crítico y analítico de la labor realizada o de la tarea a ejecutar, con el propósito de encaminar al trabajador a su actualización laboral, para responder a las necesidades específicas de las empresas, que surge de la implementación de mejoras tecnológicas, nuevas metodologías y herramientas, aumentando la productividad y empleabilidad de los trabajadores y la competitividad de las mismas.	**Material De Formación-Justificación Del Material**	Se garantizará la puesta a disposición de los beneficiarios del material de formación en la plataforma virtual destinada para la realización de este evento de formación. JUSTIFICACIÓN: El material, de producción reciente (MENOR A 2 AÑOS), reunirá los medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan las actividades de enseñanza-aprendizaje en la modalidad virtual.Guardará coherencia con los objetivos de la formación, perfil de los beneficiarios y estará metodológicamente estructurado de modo que facilite la transferencia de conocimiento. Los contenidos incluidos en la plataforma corresponden directamente con cada una de las

			cuatro unidades temáticas UNIDAD TEMÁTICA 1. Casos de éxito de modelos innovadores de ventas digitales UNIDAD TEMÁTICA 2.Integración de canales digitales en la estrategia comercial UNIDAD TEMÁTICA 3. Implementación de modelos innovadores de ventas digitales. UNIDAD TEMÁTICA 4.Creación de contenido digital Los participantes encontrarán debidamente identificadas las unidades y cada uno de sus contenidos pudiendo así adquirir la base teórica para el desarrollo de las actividades prácticas propuestas y que incluyen: autoevaluaciones, ejercicios de relación de conceptos, ejercicios multimedia, entre otros. Incluyen textos descriptivos, cuadros de ampliación, vídeos de apoyo,documentación complementaria e infografías.
Capacitador Persona Jurídica Af	La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto es Adalid Inmark Colombia SAS, cuya actividad principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559 (otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560(actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área, cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social. ADALID INMARK COLOMBIA SAS, cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz ADALID SC S.L. con una trayectoria de más de 15 años en España y Chile; de su entidad adscrita Instituto Europa y del grupo empresarial ASPASIA, del cual forma parte, quienes en su conjunto aportan sus expertos internacionales, material didáctico y formativo ADALID INMARK COLOMBIA acredita siete (7) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. Adicionalmente cuenta con siete (7) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados),a entidades públicas o privadas.	**Resultados De Aprendizaje Esperados**	Durante el desarrollo de la acción formativa los capacitadores verificarán el avance de lo que el trabajador aprendió y aplicará en su puesto de trabajo, a partir del momento de finalizar la acción de formación, mediante las respuestas a las evaluaciones de unidad temática realizadas. Se asocia un resultado de aprendizaje a cada unidad temática, evidenciando la alineación de cada resultado con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del beneficiario. Los resultados definidos como parámetro de referencia del proceso de formación son:

				R1. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de identificar mediante casos de éxito, el modelo de negocio que mejor se adapte a su organización, incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador y favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como, comprender los modelos de negocio digitales, definir su modelo negocio, Identificar las métricas de éxito de un modelo de negocio. R2. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de establecer el modelo de Integración de canales digitales en la estrategia comercial, incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador y favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como, identificar hábitos del consumidor, desarrollar una Estrategia de prospección y captación integrando los diferentes canales. R3. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de llevar a cabo la implementación de modelos innovadores de ventas digitales dentro de sus organizaciones,incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque podrá analizar del proceso comercial y realizar un plan de acción comercial, favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas de prospección digital. R4. El 85% de los beneficiarios están en

			capacidad de crear contenido digital para atraer, conectar y convertir en ventas incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador y favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como creación de contenido, conectar y convertir prospectos, clasificar y elegir contenidos según medios/ Redes sociales. R5. El 85% de los beneficiarios manifiestan estar satisfechos con la acción formativa en la que participan. Fuente de verificación 1: Informes de calificación del aula virtual. Calificación mínima de 50 puntos sobre 100. Momento 1 a la finalización de la acción formativa. Fuente de verificación 2: Informe de tabulación de encuestas de satisfacción. Calificación mínima de 3 o equivalente. Momento 2: a la finalización de la acción formativa.

Evaluación Del Aprendizaje	La evaluación de aprendizaje permitirá la verificación del cumplimiento de los objetivos propuestos y de los resultados esperados, los criterios de evaluación que son los parámetros de referencia del proceso evaluativo, evidenciando la comprensión de los contenidos, la interiorización de los conceptos y conocimientos adquiridos .La evaluación se realizará en la plataforma virtual mediante la asignación de calificaciones a las actividades asociadas a la acción formativa incluyendo cuestionarios de evaluación por cada unidad temática y al finalizar la acción de formación. Los criterios de evaluación serán: evidencia de apropiación de conocimientos, evidencia de fortalecimiento de la competencia asociada a cada unidad temática, grado de participación en las actividades propuestas en el curso. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN: Al finalizar la acción formativa cada participante diligenciarán la encuesta aprobada por el SENA que medirá su satisfacción sobre el desarrollo de la acción de formación y su impacto en la práctica laboral, entre otros. . De manera permanente los participantes contarán con un correo electrónico y datos de contacto personal para el reporte de incidencias o la notificación de comentarios, de manera que se tomen las medidas correctivas pertinentes. TASA DE INCREMENTO DEL CONOCIMIENTO: Mide el incremento del conocimiento de los trabajadores beneficiarios participantes por acción de formación: TIC= (NPFT-NPIT)/NPIT *100 TIC = Tasa de incremento del conocimiento NPFT = Nota promedio final de conocimiento del trabajador NPIT = Nota promedio inicial de conocimiento del trabajador 1. Cada evaluación estará compuesta por mínimo 5 y máximo 10 preguntas, las cuales serán formuladas por el capacitador. 2. Los criterios de evaluación estarán directamente relacionados con las unidades temáticas de la acción de formación a evaluar y debe ser resuelta por todos los beneficiarios de la misma. 3. La calificación resultante de cada una de las evaluaciones debe encontrarse dentro del rango de [0,10] (Intervalo cerrado) y se pueden dar valores decimales de hasta máximo una posición decimal. Ejemplo: 7,5. 4. La evaluación ex-ante se aplicará a los beneficiarios el día de inicio de la acción de formación, y la evaluación ex-post el último día de ejecución de la misma, con el fin de realizar una comparación que refleje los resultados en el incremento de conocimientos del trabajador beneficiario de la formación. El capacitador entregará un informe acerca de las evaluaciones ex-ante y ex-post aplicados y el análisis de los resultados obtenidos en la acción de formación ejecutada a través de los eventos taller (cuando su duración sea igual o superior a 20 horas), curso y diplomado y/o cuando aplique los modelos de aprendizaje puesto de trabajo real, aula invertida-Flipped Classroom, o Bootcamp. Este informe debe ser entregado al director del proyecto dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la terminación de la acción de formación, quien analizará a la luz de los indicadores internos de la empresa y/o gremio, los resultados de mejora de productividad del trabajador y competitividad de la empresa. Este será remitido a la interventoría dentro de los ocho (8) días hábiles siguientes para el análisis correspondiente. De igual forma, este informe se integrará al informe final de ejecución que el conveniente entregará a la interventoría, para posterior remisión al SENA	**Justificación Del Lugar De Ejecución**	La AHK Colombia tal y como consta en sus estatutos, desarrolla sus actividades de apoyo comercial y de transferencia del conocimiento en el ámbito nacional, y por su carácter gremial multisectorial, cuenta con afiliados y empresas pertenecientes a la cadena productiva de sus empresas afiliadas en estas zonas del país: Bogotá, Antioquia, Cundinamarca, Valle, Atlántico, Santander, Norte de Santander, Meta, Magdalena y Huila. Así mismo cuenta con aliados a nivel nacional que incluyen Cámaras de Comercio locales, entidades territoriales, asociaciones entre otros con los que trabaja aunando esfuerzos para lograr un propósito común generalmente enfocado en el fortalecimiento empresarial. Estos aliados se sitúan entre otros en estos departamentos: Caldas, Bolívar y Casanare. Por tanto los lugares previstos están dentro del ámbito de actuación de la AHK Colombia
Justificación Nivel Ocupacional	AHK establece la inclusión de los tres niveles ocupacionales (alta dirección o estratégico, medio o táctico, y operativo) debido a la necesidad de alinear el capital humano en la incorporación de nuevos modelos de venta digital y la industria 4.0. Esta acción de formación incide en todos los niveles ocupacionales de la empresa por tratarse de un proyecto clave y determinante que impacta los resultados. Se considera la articulación de todas las áreas, como un factor de éxito para la implementación de modelos innovadores y así generar un proceso de transformación integral.	**Justificación Sector/Subsector**	La formación propuesta está relacionada con el sector y subsector transversal al que pertenecen los beneficiarios, por cuanto la necesidad que atiende es propia de las actividades económicas, productivas y de carácter multisectorial de las empresas afiliadas a AHK Colombia.

Necesidades de Formación a Atender

Necesidad de Formación

Creación de modelos innovadores que faciliten la venta digital: Esta necesidad fué identificada mediante la aplicación de la encuesta a afiliados y participantes del programa PFCE 2021, integrada al Plan Integral de Detección de Necesidades de AHK (01/12/21 - 04/04/2022) donde una de las área puntuada como de “mayor interés” fue “Gestión de marketing y comunicaciones” con un puntaje de 2,45, la cual fue descrita, gracias a los componentes cualitativos previos, como “Conocer bien la marca y el mercado objetivo para la mejora resultados”. La necesidad se sustenta en los retos que debe asumir el sector empresarial impulsado por el aumento en el comercio digital en primer lugar, según datos del informe Reporte de la Industria, el e-commerce en Colombia 2021, producido por BlackSip, el número de usuarios conectados a Internet en todo el país creció 1,3 millones, registrando un total de 34,73 millones. En segundo lugar, según las cifras publicadas por la Cámara del comercio electrónico en 2021: el comercio electrónico y los niveles de ventas digitales en Colombia se mantuvieron por encima de los registrados en el escenario pre-pandemia, de manera que, durante el tercer trimestre de 2021, las ventas en línea tuvieron valores cercanos a los 10 billones de pesos, es decir, 79,6 % más que las ventas del mismo trimestre de 2019 y 31,7 % mayores que las ventas observadas durante el tercer trimestre del 2020. Esta dinámica de crecimiento en 2021 ha sido impulsada por la recuperación económica de algunas actividades como entretenimiento y turismo por la disminución de casos de COVID – 19. Se prioriza así la necesidad de formación detectada, orientada a que las empresas afiliadas a AHK y su cadena productiva deben fortalecer sus modelos de venta digital ya que el dinamismo y crecimiento del comercio se presenta como una oportunidad y un reto al cual deben responder para mejorar su resultados y mantener su cuota de mercado en un mundo cada vez más digital y más globalizado.

Niveles Ocupacionales de la Acción de Formación

Nivel Ocupacional
ALTA DIRECCIÓN
MEDIO
OPERATIVO

Sectores de la Acción de Formación

Sector
Transversal

Subsectores de la Acción de Formación

Subsector
Transversal

Lugar de Ejecución de la Acción de Formación

Grupo Numero Departamento	*Ciudad*	*N° Beneficiarios*
1 HUILA		50
1 BOGOTÁ D.C		50
2 META		50
2 CUNDINAMARCA		50
3 SANTANDER		50
3 CASANARE		50
4 VALLE DEL CAUCA		25
4 ANTIOQUIA		25
4 ATLÁNTICO		25
4 MAGDALENA		25

Unidades Temáticas

UT N° :

1

-

Casos de éxito de modelos innovadores de ventas digitales

ID	1506		
Unidad Temática N°	1	**Nombre Unidad Temática**	Casos de éxito de modelos innovadores de ventas digitales
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	3
N° total de Horas Prácticas PAT	0	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	5
N° total de Horas Teóricas PAT	0	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	Los modelos de negocio digitales Definición de mi modelo de negocio Modelos de negocios de ventas digitales más utilizados Métricas de éxito de un modelo de negocio El TOP 5 de las ventas digitales (estudio de casos de éxito)	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de identificar mediante casos de éxito, el modelo de negocio que mejor se adapte a su organización
Actividad Pedagógica	-Comprender los modelos de negocio digitales -Construir la definición de mi modelo de negocio -Conocer los modelos de negocios de ventas digitales más utilizados -Identificar las métricas de éxito de un modelo de negocio -Analizar El TOP 5 de las ventas digitales (estudio de casos de éxito)	**Estrategia Didáctica**	Representaciones gráficas Video Gamificación. Lectura general. Cuestionario Foro de unidad

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	Profesional con título de especialización en áreas de: administración, ingeniería, publicidad, marketing, informática, innovación, tecnologías de información o comunicación y/o afines	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años, en las siguientes temáticas: Negocios digitales, ecommerce, dirección de equipo de ventas, ventas online, Marketing Digital, SEO, SEM, Social Media, gerencia de proyectos, innovación y afines.	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.

UT N° :

2

-

Integración de canales digitales en la estrategia comercial

ID	1480

Unidad Temática N°	2	**Nombre Unidad Temática**	Integración de canales digitales en la estrategia comercial
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	5
N° total de Horas Prácticas PAT	0	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	7
N° total de Horas Teóricas PAT	0	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	El nuevo consumidor, nuevos hábitos y comportamientos. El modelo digital: datos, diversificación, escalabilidad y expansión. Estrategia de prospección y captación: Canales on/web Canales off/web Canales convencionales Redes Sociales como recurso comercial estructural y de networking	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de establecer el modelo de Integración de canales digitales en la estrategia comercial de prospección y captación basado en el análisis de las actuales tendencias de hábitos y comportamientos"
Actividad Pedagógica	Identificar el nuevo consumidor, nuevos hábitos y comportamientos. Comprender el modelo digital: datos, diversificación, escalabilidad y expansión. Desarrollar una Estrategia de prospección y captación integrando los diferentes canales. Utilizar las redes Sociales como recurso comercial estructural y de networking	**Estrategia Didáctica**	Representaciones gráficas Video Gamificación. Lectura general. Cuestionario Foro de unidad

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	Profesional con título de especialización en áreas de: administración, ingeniería, publicidad, marketing, informática, innovación, tecnologías de información o comunicación y/o afines	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años, en las siguientes temáticas: Negocios digitales, ecommerce, dirección de equipo de ventas, ventas online, Marketing Digital, SEO, SEM, Social Media, gerencia de proyectos, innovación y afines.	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.

UT N° :

-

Implementación de modelos innovadores de ventas digitales

ID	1507		
Unidad Temática N°	3	**Nombre Unidad Temática**	Implementación de modelos innovadores de ventas digitales
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	5
N° total de Horas Prácticas PAT	0	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	7
N° total de Horas Teóricas PAT	0	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	-Análisis del proceso comercial -Desarrollo de modelo CANVAS: *Tecnologías digitales para procesos de venta *Capacidades/habilidades los miembros de la empresa *Costo y retorno de la inversión *Áreas y/o personas a involucrar -Plan de acción -Métricas / indicadores	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de llevar a cabo la implementación de modelos innovadores de ventas digitales dentro de sus organizaciones, incidiendo positivamente en los procesos comerciales de la empresa y el crecimiento de sus ventas.
Actividad Pedagógica	Analizar del proceso comercial Desarrollar de modelo CANVAS simple Identificar tecnologías digitales para procesos de venta Determinar capacidades de la empresa y equipo de trabajo Establecer el costo y retorno de la inversión Definir las áreas y/o personas a involucrar Realizar un plan de acción Definir Métricas / indicadores	**Estrategia Didáctica**	Lectura Foro Cuestionario Video Juego

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	Profesional con título de especialización en áreas de: administración, ingeniería, publicidad, marketing, informática, innovación, tecnologías de información o comunicación y/o afines	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años, en las siguientes temáticas: Negocios digitales, ecommerce, dirección de equipo de ventas, ventas online, Marketing Digital, SEO, SEM, Social Media, gerencia de proyectos, innovación y afines.	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.

UT N° :

4

-

Creación de contenido digital

ID	1510		
Unidad Temática N°	4	**Nombre Unidad Temática**	Creación de contenido digital
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	3
N° total de Horas Prácticas PAT	0	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	5
N° total de Horas Teóricas PAT	0	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	-Tipo de contenido -Contenido atractivo, claves de éxito -Atracción, conexión y conversión -Contenidos según medios/ Redes sociales	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de crear contenido digital para atraer, conectar y convertir en ventas.
Actividad Pedagógica	Conocer los tipos de contenidos Crear contenido atractivo, claves de éxito Atraer, conectar y convertir prospectos Clasificar contenidos según medios/ Redes sociales	**Estrategia Didáctica**	Representaciones gráficas Video Gamificación. Lectura general. Cuestionario Foro de unidad

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	Profesional con título de especialización en áreas de: administración, ingeniería, publicidad, marketing, informática, innovación, tecnologías de información o comunicación y/o afines	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años, en las siguientes temáticas: Negocios digitales, ecommerce, dirección de equipo de ventas, ventas online, Marketing Digital, SEO, SEM, Social Media, gerencia de proyectos, innovación y afines.	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.

Resumen de Rubros de la Acción de Formación

Rubro	*Descripción*	*Cofinanciación SENA*	*Porcentaje Cofinanciación SENA*	*Contrapartida Especie*	*Porcentaje Contrapartida Especie*	*Contrapartida Efectivo*

Rubro	*Descripción*	*Cofinanciación SENA*	*Porcentaje Cofinanciación SENA*	*Contrapartida Especie*	*Porcentaje Contrapartida Especie*	*Contrapartida Efectivo*
R08.2 Formación Virtual - Curso 40 horas	Formación Virtual - Curso 40 horas	$ 250.600.000	% 75,13	0	% 0,00	$ 82.968.000
R10.3 Garantías	Garantías	$ 0	% 0,00	0	% 0,00	$ 669.800

AF N° :

2

-

Customer Experience como estrategia de diferenciación

ID	1253
N° Acción Formación	2
ID Propuesta	848
Propuesta en la que se basó la AF	Customer Experience como estrategia de diferenciación

Causas Y Efectos De La Necesidad De Formación Detectada	CAUSAS PUNTUALES: AHK identifica las siguientes causas por las cuales surge la necesidad de implementar estrategias diferenciales en la retención de clientes, de acuerdo a los resultados de la encuesta a afiliados y participantes del programa PFCE 2021 integrados al Plan Integral de Detección de Necesidades de AHK (01/12/21 - 04/04/2022): CAUSAS PUNTUALES: 1) Cambios en la extensión y construcción de la competitividad de las empresas 2) Estrategias ineficientes de retención de clientes 3) Estrategias inadecuadas que afectan el aumento de la competitividad empresarial de manera sostenida y sistemática. Para las empresas es fundamental la competitividad, entendida esta, según el documento del CONPES “Política nacional de competitividad y productividad”, como un complemento a las condiciones de entorno para el crecimiento. Y para lograr el crecimiento, y así garantizar su existencia, las empresas deben concentrarse en sus clientes, fortaleciendo su capacidad de respuesta ante un entorno dinámico e incierto, donde la Cuarta Revolución Industrial llegó para quedarse. Enfrentamos entonces un escenario empresas deben nutrir la evolución de sus vínculos y redes en los ámbitos local y global para construir nuevas formas interactivas de adquisición y ajustar sus estrategias y estructuras organizativas, dentro de lo cual retener y fidelizar clientes aumenta la capacidad de la empresa de crecer y mantenerse, justo como lo plantea ROdrigo Fernández en su libro ""Construyendo Xperiencias"". En segundo lugar, ante la situación que nos impuso la Pandemia de COVID-19, la confianza de los consumidores se ha visto minada, y esta parece ser un tendencia a mantenerse según los datos preliminares de Fedesarrollo, que muestran un caída de más 17% en el índice de confianza de los consumidores en enero de 2022. Así pues, mantener clientes será un reto cada vez mayor en el futuro inmediato. La AHK acompaña al sector empresarial en esta transformación y plantea una formación que desarrolle una estrategia de negocio centrada en el Customer Experience. lo que permitirá aumentar la satisfacción y la lealtad de los clientes de sus empresas y grupos de interés, contribuyendo al desafío de reducir la tasa de deserción voluntaria EFECTOS PUNTUALES: 1) Serias dificultades en la capacidad de retener y fidelizar clientes. 2) Afectación en los resultados financieros. 3) Perderán su capacidad de competir y evolucionar. Si no se lleva a cabo la formación Customer Experience como estrategia de diferenciación las empresas perderán la capacidad de retener a sus clientes y esto afectará sus resultados, perdiendo su capacidad de competir y evolucionar, poniendo en riesgo su existencia, pues conseguir clientes nuevos genera altos costos, como lo ha establecido Jill Avery en su artículo "Herramientas para ir al mercado", donde se insiste en que es entre 5 y 25 veces más caro adquirir un nuevo cliente que retener a un cliente existente. Por otro lado, si consideramos que la retención de clientes es un aspecto directamente relacionado con la competitividad, y más aún, con la competitividad digital, el no implementarse la acción de formación planteada significará un impacto negativo en el desarrollo de habilidades para la subsistencia y desarrollo de las empresas nacionales. Según el CONPES en su documento “Política nacional para la transformación digital e inteligencia artificial”, el ritmo de la transformación digital, proceso que se identificado como fundamental para la estrategia de desarrollo y crecimiento de la economía colombiana, ha sido lento, algo que se evidencia en la pérdida de posiciones en indicadores internacionales como el Índice de Competitividad Digital (del puesto 49 en 2014 al 58 en 2019).
Nombre De La Acción De Formación	Customer Experience como estrategia de diferenciación
Objetivo(S) De La Acción De Formación	Desarrollar competencias laborales que les permita a los trabajadores definir e implementar una estrategia de negocios centrada en la experiencia del cliente (Customer Experience), orientada a mejorar su satisfacción en la interacción y promover la fidelización, con el fin de potencializar la competitividad empresarial. La acción de formación contribuye de forma positiva a resolver parcialmente la necesidad "Generar estrategias de negocios" ya que la estrategia propuesta es una de muchas posibles en el ámbito de los negocios y está orientada a resolver la satisfacción del cliente y su fidelización.
Evento De Formación	Curso
Modalidad De Formación	Virtual
Metodología De Aprendizaje	Teórica-Práctica
Modelo De Aprendizaje	No Aplica
Tipo De Ambiente De Aprendizaje	Aula virtual

Justificación Ambiente De Aprendizaje	El ambiente de aprendizaje utilizado para la presente acción de formación es AULA VIRTUAL y se utilizará una plataforma Moodle V3.3 en HTML. la cual Aloja distintos formatos incluyendo SCORM, archivos: documentos, animaciones, vídeos, audios, enlaces externos, y wikis. Incorpora: cuestionarios (preguntas de tipo test, respuesta corta, selección múltiple) y las tareas (actividades de desarrollo), para trabajo individual o grupal. Herramientas de comunicación: Mensajería, Foros, Chat y Correo electrónico interno. Se puede añadir conexión con diversos sistemas de videoconferencia y webinars. Dispone de un sistema automático de control de la finalización de actividades y de control de acceso a los distintos recursos en función del cumplimiento de requisitos preestablecidos. Soporta grandes volúmenes de usuarios y cursos, y su arquitectura permite extender la instalación en múltiples servidores y sobre diversas plataformas software. Es plenamente utilizable en dispositivos móviles, tanto con el navegador web como utilizando la app Moodle Mobile, disponible en plataformas iOS y Android. Esta app permite al alumnado, de manera adicional, descargarlos interactivos que se deseen estudiar y utilizarlos sin conexión a Internet; cuando se recupera la conexión se sincroniza el progreso y se registra en el LMS. La plataforma cuenta con los siguientes desarrollos incorporados: Módulo específico para la obtención de informes de seguimiento y evaluación. Estos informes son mucho más exhaustivos y completos que los que aporta el producto original, y cubren tanto la actividad de alumnos como de docentes para así permitir alcanzar el nivel de calidad deseado en el control y seguimiento de las acciones formativas. Se puede obtener un informe unificado por cada alumno o tutor que refleje al mismo tiempo el progreso, las calificaciones y la dedicación de cada usuario (alumno o tutor), así como las interacciones entre ellos producidas. Existe también un módulo de utilidades para la gestión de cursos y usuarios, destinado a facilitar la gestión de acciones formativas y grupos numerosos de manera ágil. Se ha diseñado una imagen visual y una configuración de la organización espacial de los distintos elementos en pantalla que cumpla con los siguientes criterios: Diseño adaptado a la imagen de la entidad y el uso al que se va a destinar. Diseño visual simple y minimalista, enfocado a la usabilidad y la comodidad, por lo que se recomienda dirigir a los alumnos a la plataforma desde una web externa (web corporativa de la entidad) que ofrezca información relevante de todo tipo a los usuarios. En el diseño se ha cuidado especialmente la accesibilidad web, por lo que puede ser un elemento útil para obtener la certificación UNE 66181: "Gestión de la calidad. Calidad de la formación virtual". También se ha tenido muy en cuenta su uso en dispositivos móviles, con soluciones específicas para ellos, dada la creciente importancia que este tipo de dispositivos está alcanzando en el ámbito de la formación. Además de los servicios webs que incorpora la plataforma, se han añadido nuevos servicios, facilitando aún más la interconexión e integración del LMS con software de gestión empresarial y de la formación. Cumple con lo solicitado en el ANEXO 14. lo anterior permite y facilita el desarrollo de acción de formación y el cumplimiento de sus objetivos, así como el control y seguimiento de la misma, favorece la gestión organizada y ágil de las sesiones de formación.
Número De Días De Ejecución De La Acción De Formación	20
Número de Grupos	4
Número de Beneficiarios de la AF	400
Número de Beneficiarios Asociados a Grupos	400
Número de días por grupo	20
Numero de horas por grupo de la AF	40
Número de Horas Total de la AF	160

Beneficiarios

Número De Beneficiarios	400	**Área Funcional A La Cual Pertenecen**	Dirección, Innovación, Marketing, Ventas, tecnología o afines.
Funciones O Tareas Que Desempeñan	Dirección estratégica, gerencia de proyectos, coordinación de equipos, definición de planes de negocio, planeación estratégica, coordinación comercial, servicio al cliente, call center, atención al usuario, relaciones cliente, relaciones públicas, ventas y afines.	**Tipo De Vinculación Laboral**	Contrato de prestación de servicios o contrato laboral indefinido.

Nivel De Escolaridad	Profesionales, tecnólogos o técnicos en áreas de administración, informática, gestión, marketing, ingeniería, ciencias sociales o afines.	**Acceso A Las Tic'S**	Son personas con competencias digitales que les permiten acceder al uso de computadores y demás dispositivos y utilizar aplicaciones a nivel de usuario para el desarrollo de sus funciones. Acceden a conectividad para el desarrollo de sus actividades.
Trabajadores En Condición De Discapacidad Que Se Beneficiarán De La Formación	0	**Número De Trabajadores Mujeres**	200
Número De Empresas Sociedades De Beneficio E Interés Colectivo Bic A Beneficiar	0	**Número De Empresas Beneficiadas**	200
Número De Empresas Mipymes A Beneficiar	180	**Justificación Inclusión Trabajadores Empresas Mipymes**	La inclusión de beneficiarios de empresas Mipymes se justifica en razón a la proporción estadística de participantes en el programa PFCE 2021 y la proporción de empresas afiliadas que corresponden a esta categoría, en este sentido se establece que el 90% de las empresas impactadas serán Mipymes.

Número De Empresas A Beneficiar Que Hacen Parte De Su Cadena Productiva	80	**Justificación Inclusión Trabajadores Empresas Que Hacen Parte De La Cadena Productiva Como Beneficiarios**	Dado que el objeto social de la CÁMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO COLOMBO ALEMANA es el fomento y desarrollo de las relaciones comerciales, industriales, económicas y culturales entre la República de Colombia y la República Federal de Alemania, se incluirán beneficiarios que hacen parte de la cadena productiva de las empresas que integran el ámbito de acción de la cámara, puesto que son los trabajadores de estas empresas quienes apoyan el desarrollo productivo y competitividad de todos los eslabones de valor del sector al que pertenece cada afiliado.
Enfoque De La Acción De Formación	Formación en el trabajo	**Justificación Enfoque De La Acción De Formación**	La presente acción de formación tiene un enfoque de FORMACIÓN PARA EL TRABAJO, ya que es una acción de formación dirigida a trabajadores de el/los nivel(es) ocupacionales indicados y que requieren actualizar y adquirir conocimientos, habilidades, aptitudes, técnicas y/o prácticas, necesarias para resolver con autonomía, temas relacionados con la planificación y ejecución del trabajo actual o del cargo en el que busca desempeñarse, de tal forma que se generen mejoras en la empleabilidad, la productividad laboral y competitividad empresarial que permitan implementar estrategias de diferenciación centradas en una mejor experiencia para los clientes de la empresa, promoviendo su fidelización y contribuyendo a la competitividad de la organización.

Alineación De La Acción De Formación	AF que desarrolle temáticas que incentiven la innovación en la empresa.	**Justificación De La Alineación**	La acción de formación Customer Experience como estrategia de diferenciación contribuye a desarrollar la Cultura de Innovación empresarial que se define como necesidad de fomentar el desarrollo de habilidades y destrezas para generar nuevos productos, servicios o procesos, incentivando a los empleados de las distintas áreas a tener ideas que se alejen de lo tradicional para crear una nueva forma de trabajar. Orientando la estrategia hacia la mejora continua y el desarrollo de procesos enfocados al cumplimiento de los objetivos empresariales. La acción de formación se alinea mediante la introducción de estrategias y procesos organizacionales en el área de atención al cliente, significativamente mejorados para la empresa. Este concepto engloba los productos, los procesos y los métodos que han sido desarrollados por primera vez en las empresas, y aquellos que se han adoptado de otras organizaciones.

Categorización De La Acción De Formación	Desarrollo productivo y competitividad	**Justificación Categorización**	La acción de formación responde a la doble categorización de desarrollo productivo y competitividad. La competitividad es la capacidad de una empresa para mejorar sus resultados, manteniendo o incrementando su cuota de participación o nivel de rentabilidad. Esta formación incide en la capacidad que tendrán las empresas de incrementar y mantener su cuota de mercado desarrollando procesos innovadores en su modelo de atención al cliente, lo que facilitará la retención y búsqueda de nuevas oportunidades. Por otra parte, incide en el desarrollo productivo la introducción de nuevos modelos de gestión que harán que sea más eficiente el proceso de gestión de clientes y la dedicación de los equipos de trabajo y la incorporación de procesos que mejoran los resultados.
Justificación Acción De Formación Especializada	POR QUE ES UNA ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA: Esta es una acción de formación especializada porque es una acción de corta duración que garantiza la profundización de conocimientos, habilidades y destrezas, permitiendo la aplicación de los mismos en el contexto laboral inmediato, asegurando la calidad, comprensión y uso del pensamiento crítico y analítico de la labor realizada o de la tarea a ejecutar, con el propósito de encaminar al trabajador a su actualización laboral, para responder a las necesidades específicas de las empresas, que surge de la implementación de mejoras tecnológicas, nuevas metodologías y herramientas, aumentando la productividad y empleabilidad de los trabajadores y la competitividad de las mismas.	**Material De Formación-Justificación Del Material**	Se garantizará la puesta a disposición de los beneficiarios del material de formación en la plataforma virtual destinada para la realización de este evento de formación. JUSTIFICACIÓN: El material, de producción reciente (MENOR A 2 AÑOS), reunirá los medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan las actividades de enseñanza-aprendizaje en la modalidad virtual.Guardará coherencia con los objetivos de la formación, perfil de los beneficiarios y estará metodológicamente estructurado de modo que facilite la transferencia de conocimiento. Los contenidos incluidos en la plataforma

			corresponden directamente con cada una de las cuatro unidades temáticas UNIDAD TEMÁTICA 1. Diferenciación y sostenibilidad empresarial centrados en el cliente UNIDAD TEMÁTICA 2. Mapas de experiencia de cliente (customer journey) UNIDAD TEMÁTICA 3. Transformación de la estrategia organizacional basada en Customer Experience UNIDAD TEMÁTICA 4. Comunicación y colaboración en entornos digitales Los participantes encontrarán debidamente identificadas las unidades y cada uno de sus contenidos pudiendo así adquirir la base teórica para el desarrollo de las actividades prácticas propuestas y que incluyen: autoevaluaciones, ejercicios de relación de conceptos, ejercicios multimedia, entre otros. Incluyen textos descriptivos, cuadros de ampliación, vídeos de apoyo, documentación complementaria e infografías.
Capacitador Persona Jurídica Af	La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto es Adalid Inmark Colombia SAS, cuya actividad principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559 (otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560(actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área, cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social. ADALID INMARK COLOMBIA SAS, cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz ADALID SC S.L. con una trayectoria de más de 15 años en España y Chile; de su entidad adscrita Instituto Europa y del grupo empresarial ASPASIA, del cual forma parte, quienes en su conjunto aportan sus expertos internacionales, material didáctico y formativo ADALID INMARK COLOMBIA acredita siete (7) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. Adicionalmente cuenta con siete (7) años de experiencia en la	**Resultados De Aprendizaje Esperados**	Durante el desarrollo de la acción formativa los capacitadores verificarán el avance de lo que el trabajador aprendió y aplicará en su puesto de trabajo, a partir del momento de finalizar la acción de formación, mediante las respuestas a las evaluaciones de unidad temática realizadas. Se asocia un resultado de aprendizaje a cada unidad temática, evidenciando la alineación de cada resultado con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del

	prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados),a entidades públicas o privadas.		beneficiario. Los resultados definidos como parámetro de referencia del proceso de formación son: R1. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de desarrollar una estrategia sostenible de diferenciación, centrada en la experiencia del cliente. incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque comprenderá el concepto de experiencia de Cliente favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como identificar la Economía de la Experiencia: la incorporación de la experiencia en el proceso de creación de valor y analizar el funcionamiento de la Experiencia de R2. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de desarrollar mapas de experiencia de cliente incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque aplicará los conceptos clave para la elaboración del “Customer Journey” favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como Establecer y definir puntos de contacto, definir Customer persona. Desarrollar Fases para la elaboración del Customer Journey: alcance. R3. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de transformar e implementar la estrategia organizacional basada en Customer Experience incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque

			aplicará metodologías para la medición del customer journey. favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como identificar los kmots (key moments of truth – momentos de la verdad) y pain points (puntos de dolor) de la relación con el cliente. R4. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de de comunicar y colaborar en entornos digitales incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque conectar y colaborar con otros a través de herramientas digitales favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como compartir recursos a través de herramientas en línea, conectar y colaborar con otros R5. El 85% de los beneficiarios manifiestan estar satisfechos con la acción formativa en la que participan. Fuente de verificación 1: Informes de calificación del aula virtual. Calificación mínima de 50 puntos sobre 100. Momento 1 a la finalización de la acción formativa. Fuente de verificación 2: Informe de tabulación de encuestas de satisfacción. Calificación mínima de 3 o equivalente. Momento 2: a la finalización de la acción formativa.

Evaluación Del Aprendizaje	La evaluación de aprendizaje permitirá la verificación del cumplimiento de los objetivos propuestos y de los resultados esperados, los criterios de evaluación que son los parámetros de referencia del proceso evaluativo, evidenciando la comprensión de los contenidos, la interiorización de los conceptos y conocimientos adquiridos.La evaluación se realizará en la plataforma virtual mediante la asignación de calificaciones a las actividades asociadas a la acción formativa incluyendo cuestionarios de evaluación por cada unidad temática y al finalizar la acción de formación. Los criterios de evaluación serán: evidencia de apropiación de conocimientos, evidencia de fortalecimiento de la competencia asociada a cada unidad temática, grado de participación en las actividades propuestas en el curso. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN: Al finalizar la acción formativa cada participante diligenciará la encuesta aprobada por el SENA que medirá su satisfacción sobre el desarrollo de la acción de formación y su impacto en la práctica laboral, entre otros. . De manera permanente los participantes contarán con un correo electrónico y datos de contacto personal para el reporte de incidencias o la notificación de comentarios, de manera que se tomen las medidas correctivas pertinentes. TASA DE INCREMENTO DEL CONOCIMIENTO: Mide el incremento del conocimiento de los trabajadores beneficiarios participantes por acción de formación: TIC= (NPFT-NPIT)/NPIT *100 TIC = Tasa de incremento del conocimiento NPFT = Nota promedio final de conocimiento del trabajador NPIT = Nota promedio inicial de conocimiento del trabajador 1. Cada evaluación estará compuesta por mínimo 5 y máximo 10 preguntas, las cuales serán formuladas por el capacitador. 2. Los criterios de evaluación estarán directamente relacionados con las unidades temáticas de la acción de formación a evaluar y debe ser resuelta por todos los beneficiarios de la misma. 3. La calificación resultante de cada una de las evaluaciones debe encontrarse dentro del rango de [0,10] (Intervalo cerrado) y se pueden dar valores decimales de hasta máximo una posición decimal. Ejemplo: 7,5. 4. La evaluación ex-ante se aplicará a los beneficiarios el día de inicio de la acción de formación, y la evaluación ex-post el último día de ejecución de la misma, con el fin de realizar una comparación que refleje los resultados en el incremento de conocimientos del trabajador beneficiario de la formación. El capacitador entregará un informe acerca de las evaluaciones ex-ante y ex-post aplicados y el análisis de los resultados obtenidos en la acción de formación ejecutada a través de los eventos taller (cuando su duración sea igual o superior a 20 horas), curso y diplomado y/o cuando aplique los modelos de aprendizaje puesto de trabajo real, aula invertida-Flipped Classroom, o Bootcamp. Este informe debe ser entregado al director del proyecto dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la terminación de la acción de formación, quien analizará a la luz de los indicadores internos de la empresa y/o gremio, los resultados de mejora de productividad del trabajador y competitividad de la empresa. Este será remitido a la interventoría dentro de los ocho (8) días hábiles siguientes para el análisis correspondiente. De igual forma, este informe se integrará al informe final de ejecución que el conveniente entregará a la interventoría, para posterior remisión al SENA.	**Justificación Del Lugar De Ejecución**	La AHK Colombia tal y como consta en sus estatutos, desarrolla sus actividades de apoyo comercial y de transferencia del conocimiento en el ámbito nacional, y por su carácter gremial multisectorial, cuenta con afiliados y empresas pertenecientes a la cadena productiva de sus empresas afiliadas en estas zonas del país: Bogotá, Antioquia, Cundinamarca, Valle, Atlántico, Santander, Norte de Santander, Meta, Magdalena y Huila. Así mismo cuenta con aliados a nivel nacional que incluyen Cámaras de Comercio locales, entidades territoriales, asociaciones entre otros con los que trabaja aunando esfuerzos para lograr un propósito común generalmente enfocado en el fortalecimiento empresarial. Estos aliados se sitúan entre otros en estos departamentos: Caldas, Bolívar y Casanare. Por tanto los lugares previstos están dentro del ámbito de actuación de la AHK Colombia
Justificación Nivel Ocupacional	Para AHK y su mesa de RRHH han establecido que las empresas tienen la necesidad de explorar nuevas formas de trabajar, no solo para conseguir llegar a sus objetivos, sino hacerlo de forma eficaz y colaborativamente. Esto se consigue cuando las áreas que se complementan trabajan aliadas y con un mismo propósito. La formación "Customer Experience como estrategia de diferenciación " podrá desarrollarse en todos los niveles organizacionales de la empresa, ya que las estrategias de marketing y crecimiento exponencial se implementan e impactan a todos niveles dentro de la organización.	**Justificación Sector/Subsector**	La formación propuesta está relacionada con el sector y subsector transversal al que pertenecen los beneficiarios, por cuanto la necesidad que atiende es propia de las actividades económicas, productivas y de carácter multisectorial de las empresas afiliadas a AHK Colombia.

Necesidades de Formación a Atender

Necesidad de Formación
Generar estrategia de negocios: la encuesta a afiliados y participantes del PFCE 2021 de la AHK incorporada en el Plan Integral de Detección de Necesidades de AHK (01/12/21 - 04/04/2022), mostró que la “Estrategia de negocios” fue la segunda necesidad identificada por las empresas con una puntuación de 2,58 de interés y se sustenta en que la estrategia de negocios es un área de gran relevancia para el fortalecimiento organizacional, y se encuentra relacionada con la necesidad de incluir innovadoras estrategias que permitan la fidelización de los clientes, incrementando sus niveles de satisfacción y logrando la recomendación de los productos o servicios a otros posibles clientes potenciales. La globalización ha cambiado la extensión y construcción de la competitividad de las empresas. Para asegurar la supervivencia de las empresas debe garantizarse el desarrollo de capacidades para integrarse y nutrir la evolución de sus vínculos y redes en los ámbitos local y global para construir nuevas formas interactivas de adquisición y creación del conocimiento, así como ajustar sus estrategias y estructuras organizativas. Las empresas colombianas que se están globalizando participan también de este proceso, y uno de los problemas que encara es cómo mantener la clientela. Una vez creado un producto clave, y cuando se ha identificado el mercado objetivo, mantener la clientela existente y crear las condiciones para aumentarla, es una tarea fundamental para hacer crecer una empresa. Según Frederick Reichheld en un estudio de Bain & Company, el aumento de un 5% de la tasa de retención de clientes, causa un incremento en las ganancias entre un 25% y un 95%. Este problema se mantendrá ante la incertidumbre financiera internacional de 2022. Según el documento CONPES 3527 (Política nacional de competitividad y productividad), la competitividad se entiende como un complemento a las condiciones de entorno para el crecimiento. AHK Colombia comprometida y alineada con la política nacional de competitividad y productividad, apoya el sector empresarial, para fortalecer su capacidad de respuesta ante un entorno dinámico e incierto. Las empresas están innovando permanentemente y La Cuarta Revolución Industrial llegó para quedarse. En este contexto, la alternativa que hará que las empresas logren sostenerse y sobrevivir en el tiempo, son sus clientes. Marcas y proyectos de negocios en las distintas industrias, se lanzan a diario y la diferencia entre los negocios exitosos de los que no, es la capacidad de aumentar su competitividad empresarial de manera sostenida y sistemática. Las empresas deben nutrir la evolución de sus vínculos y redes en los ámbitos local y global para construir nuevas formas interactivas de adquisición y ajustar sus estrategias y estructuras organizativas. Es así, que la priorización de la necesidad de formación descrita, se orienta al desarrollo de competencias en los trabajadores de las empresas aliadas a la Cámara de Industria y Comercio Colombo Alemana y a los de su cadena productiva, para implementar una estrategia de negocios centrada en la experiencia del cliente, en contribución a potencializar la competitividad empresarial. Implementar Customer Experience (CX) en una organización, implica tomar la decisión estratégica de enfocar la propuesta de valor hacia el cliente y la forma de diferenciarse en el mercado a través de la gestión de la experiencia. Retener y fidelizar clientes aumenta la capacidad de la empresa de crecer y mantenerse.

Niveles Ocupacionales de la Acción de Formación

Nivel Ocupacional
ALTA DIRECCIÓN
MEDIO
OPERATIVO

Sectores de la Acción de Formación

Sector
Transversal

Subsectores de la Acción de Formación

Subsector
Transversal

Lugar de Ejecución de la Acción de Formación

Grupo Numero Departamento	*Ciudad*	*N° Beneficiarios*
1 BOGOTÁ D.C		50
1 HUILA		50
2 CUNDINAMARCA		50
2 META		50
3 CASANARE		50
3 SANTANDER		50
4 VALLE DEL CAUCA		25
4 ATLÁNTICO		25
4 ANTIOQUIA		25
4 MAGDALENA		25

Unidades Temáticas

Diferenciación y sostenibilidad empresarial centrados en el cliente

ID	1515		
Unidad Temática N°	1	**Nombre Unidad Temática**	Diferenciación y sostenibilidad empresarial centrados en el cliente
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	3
N° total de Horas Prácticas PAT	0	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	5
N° total de Horas Teóricas PAT	0	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	El concepto de Experiencia de Cliente. Diferencia entre satisfacción y experiencia. La Economía de la Experiencia: la incorporación de la experiencia en el proceso de creación de valor. Funcionamiento de la Experiencia de Cliente. Cultura de la Experiencia de Cliente. Empresas centradas en el cliente. Casos de éxito	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de desarrollar una estrategia sostenible de diferenciación, centrada en la experiencia del cliente.
Actividad Pedagógica	Comprender el concepto de Experiencia de Cliente. Diferencia entre satisfacción y experiencia. Identificar la Economía de la Experiencia: la incorporación de la experiencia en el proceso de creación de valor. Analizar el funcionamiento de la Experiencia de Cliente y la cultura de la Experiencia de Cliente. Identificar empresas centradas en el cliente. Casos de éxito.	**Estrategia Didáctica**	Lectura Juego Foro / Reflexión Video Cuestionario

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	Profesional con título de especialización en áreas de: Recursos humanos, servicio al cliente, administración, marketing, innovación, ingeniería, economía, ciencias sociales, periodismo, comunicación, tecnologías de la información y afines.	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años, en las siguientes temáticas: Fortalecimiento empresarial, comunicación, storytelling, servicio al cliente, liderazgo, marketing, endomarketing, recursos humanos, cultura organizacional, dirección de equipos, coaching, dirección de proyectos, ventas y afines.	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.

-

Mapas de experiencia de cliente (customer journey)

ID	1516		
Unidad Temática N°	2	**Nombre Unidad Temática**	Mapas de experiencia de cliente (customer journey)
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	5
N° total de Horas Prácticas PAT	0	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	7
N° total de Horas Teóricas PAT	0	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	-Conceptos clave para la elaboración del Customer Journey -Puntos de contacto (touch points), momentos de la verdad, Customer persona. -Fases para la elaboración del Customer Journey: alcance, Customer persona, mapeo (identificación de puntos de contacto) -Definición del alcance y elaboración del Customer persona.	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad desarrollar mapas de experiencia de cliente
Actividad Pedagógica	-Comprender los conceptos clave para la elaboración del “Customer Journey” -Establecer y definir puntos de contacto, definir Customer persona. -Desarrollar Fases para la elaboración del Customer Journey: alcance, -Customer persona, mapeo (identificación de puntos de contacto)	**Estrategia Didáctica**	Foro/ reflexión Lectura Cuestionario Video Caso práctico Elaboración de un Customer Journey mediante un ejemplo práctico para aplicar la metodología vista con anterioridad.

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	Profesional con título de especialización en áreas de: Recursos humanos, servicio al cliente, administración, marketing, innovación, ingeniería, economía, ciencias sociales, periodismo, comunicación, tecnologías de la información y afines.	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años, en las siguientes temáticas: Desarrollo de estrategias y procesos en CX, (experiencia cliente), Fortalecimiento empresarial, comunicación, storytelling, servicio al cliente, liderazgo, marketing, endomarketing, recursos humanos, cultura organizacional, dirección de equipos, coaching, dirección de proyectos, ventas y afines.	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.

UT N° :

-

Transformación de la estrategia organizacional basada en Customer Experience

ID	1517

Unidad Temática N°	3	**Nombre Unidad Temática**	Transformación de la estrategia organizacional basada en Customer Experience
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	5
N° total de Horas Prácticas PAT	0	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	7
N° total de Horas Teóricas PAT	0	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	-Identificación de kmots (key moments of truth – momentos de la verdad) y pain points (puntos de dolor) de la relación. -Diseño de experiencias. Ejemplos de prácticas puestas en marcha por las compañías líderes en customer experience. -Medición del customer journey. -La economía de la experiencia. Resultados en el desarrollo e implantación de una estrategia customer journey.	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de transformar e implementar la estrategia organizacional basada en Customer Experience
Actividad Pedagógica	-Identificar lo kmots (key moments of truth – momentos de la verdad) y pain points (puntos de dolor) de la relación con el cliente. -Desarrollar el diseño de experiencias. Ejemplos de prácticas puestas en marcha por las compañías líderes en customer experience. -Comprender la medición del customer journey. -Analizar la economía de la experiencia. Resultados en el desarrollo e implantación de una estrategia customer journey.	**Estrategia Didáctica**	Foro/ reflexión Lectura Cuestionario Video Caso práctico, desarrollar un caso práctico para la creación de un customer journey completo que sirva como ejemplo y referencia a los participantes para la elaboración de futuros proyectos.

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	Profesional con título de especialización en áreas de: Recursos humanos, servicio al cliente, administración, marketing, innovación, ingeniería, economía, ciencias sociales, periodismo, comunicación, tecnologías de la información y afines.	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años, en las siguientes temáticas: Desarrollo de estrategias y procesos en CX, (experiencia cliente), Fortalecimiento empresarial, comunicación, storytelling, servicio al cliente, liderazgo, marketing, endomarketing, recursos humanos, cultura organizacional, dirección de equipos, coaching, dirección de proyectos, ventas y afines.	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.

UT N° :

-

Comunicación y colaboración en entornos digitales

ID	1518		
Unidad Temática N°	4	**Nombre Unidad Temática**	Comunicación y colaboración en entornos digitales
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	3
N° total de Horas Prácticas PAT	0	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	5
N° total de Horas Teóricas PAT	0	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	-Interacción mediante las tecnologías digitales -Compartir información y contenidos digitales -Colaboración mediante canales digitales -Netiqueta -Gestión de la identidad digital	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de comunicar y colaborar en entornos digitales, compartir recursos a través de herramientas en línea, conectar y colaborar con otros a través de herramientas digitales, interactuar y participar en comunidades y redes, desarrollar una conciencia intercultural.
Actividad Pedagógica	Entender la Interacción mediante las tecnologías digitales Compartir información y contenidos digitales Colaborar mediante canales digitales Comprender y aplicar la Netiqueta Gestionar la identidad digital	**Estrategia Didáctica**	Foro/ debate Lectura Video Cuestionario Ejercicio práctico de aplicación

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	Profesional con título de especialización en áreas de: Recursos humanos, servicio al cliente, administración, marketing, innovación, ingeniería, economía, ciencias sociales, periodismo, comunicación, tecnologías de la información y afines.	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años, en las siguientes temáticas: Desarrollo de estrategias y procesos en CX, (experiencia cliente), Fortalecimiento empresarial, comunicación, storytelling, servicio al cliente, liderazgo, marketing, endomarketing, recursos humanos, cultura organizacional, dirección de equipos, coaching, dirección de proyectos, ventas y afines.	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.

Resumen de Rubros de la Acción de Formación

Rubro	*Descripción*	*Cofinanciación SENA*	*Porcentaje Cofinanciación SENA*	*Contrapartida Especie*	*Porcentaje Contrapartida Especie*	*Contrapartida Efectivo*
R08.2 Formación Virtual - Curso 40 horas	Formación Virtual - Curso 40 horas	$ 250.600.000	% 75,13	0	% 0,00	$ 82.968.000
R10.3 Garantías	Garantías	$ 0	% 0,00	0	% 0,00	$ 669.800

AF N° :

3

-

Transformación de modelos organizacionales para una gestión eficiente de procesos

ID	1274
N° Acción Formación	3
ID Propuesta	852
Propuesta en la que se basó la AF	Transformación de modelos organizacionales para una gestión eficiente de procesos

Causas Y Efectos De La Necesidad De Formación Detectada	CAUSAS PUNTUALES: Dado el contexto tecnológico que se ha desarrollado en el mundo en la última década, las empresas deben avanzar rápidamente hacía modelos optimizados y digitalizados. AHK identifica las siguientes causas por las cuales surge la necesidad de transformar los modelos organizacionales para una gestión eficiente de procesos, de acuerdo a los resultados de las mesas de trabajo de recursos humanos incorporados en el Plan Integral de Detección de Necesidades de AHK (01/12/21 - 04/04/2022): 1) Si bien hay interés, un número considerable de empresas no realizan los procesos de cambio ni las inversiones requeridas para tal fin. 2) No se cuenta con trabajadores competentes para impulsar procesos de optimización y transformación digital dentro de las empresas. 3) Falta de incorporación y renovación de tecnologías digitales en el sector empresarial. La optimización de procesos para que las empresas sean más eficientes, logrando minimizar los costos de producción y maximizando el rendimiento, no es algo nuevo, como se puede ver en el texto de Figueras Vinué, “Optimización de productos y procesos industriales”. Pero conforme el cambio tecnológico se ha venido concretando, en este proceso juega un rol central el cambio digital. Así pues, en la última década se ha desarrollado en el mundo la necesidad de que las empresas deban avanzar rápidamente hacía modelos optimizados y digitalizados para hacer más competitivas, como lo demuestra la Asociación Colombiana de Ingenieros de Sistemas en su artículo “Tecnologías disruptivas para optimizar procesos de las organizaciones en el 2021”. De tal forma que el mundo actual exige, para lograr competitividad la competitividad esperada y convertir a las empresas en un referente en el mercado, la optimización de procesos. Por otro lado, específicamente en Colombia hay una urgencia para hacer realidad la optimización de procesos a partir del uso de tecnologías de la información y la comunicación. El CONPES señala en su documento de 2019 “Política nacional para la transformación digital e inteligencia artificial”, que en Colombia tanto el sector privado como le público presentan una serie de barreras para la adopción de tecnologías digitales, lo que a su vez incide en el desarrollo de la optimización de procesos. Estas barreras abarcan desde el desconocimiento y falta de cultura, hasta la carencia de presupuesto, capital humano y de un modelo de negocio claro. EFECTOS PUNTUALES: Si las empresas no fortalecen sus competencias para emprender procesos de optimización y de transformación digital integral en la Revolución 4.0, los efectos derivarán en: 1) Rezago y afectación en el posicionamiento en el mercado 2) Pérdida de oportunidades de negocio. 3) Disminución de la cartera de clientes. 4) Afectación negativa en la sostenibilidad y perspectivas de crecimiento. En primer lugar, de no aplicarse una acción formativa dedicada a los problemas relacionados con la estandarización de procesos, las barreras relativas al desconocimiento y falta de cultura para la implementación de tecnologías digitales a las actividades productivas que ha identificado el Programa de Transformación Productiva, seguirán intactas. Y, en términos generales, si las empresas no fortalecen sus competencias para emprender procesos optimización y de transformación digital integral en la Revolución 4.0 se quedarán rezagadas perdiendo oportunidades de negocio, viendo afectada su posición en el mercado, disminuyendo la cartera de clientes y afectando su sostenibilidad y perspectivas de crecimiento, tal como lo ha dejado en claro el CONPES en su documentos “Política nacional para la transformación digital e inteligencia artificial.
Nombre De La Acción De Formación	Transformación de modelos organizacionales para una gestión eficiente de procesos
Objetivo(S) De La Acción De Formación	Fortalecer las competencias laborales, que les permita a los trabajadores, desarrollar estrategias innovadoras que los guíe en el proceso de transformación de modelos organizacionales hacia una gestión eficiente y optimización de procesos. contribuyendo así a la mejora continua, el desarrollo empresarial y el cumplimiento de objetivos de la organización. La acción de formación impacta positivamente y resuelve parcialmente la necesidad identificada, ya que ofrecerá a los participantes el marco de actuación para implementación de la gestión eficiente de procesos, mediante la transformación de modelos organizacionales.
Evento De Formación	Curso
Modalidad De Formación	Virtual
Metodología De Aprendizaje	Teórica-Práctica
Modelo De Aprendizaje	No Aplica
Tipo De Ambiente De Aprendizaje	Aula virtual

Justificación Ambiente De Aprendizaje	El ambiente de aprendizaje utilizado para la presente acción de formación es AULA VIRTUAL y se utilizará una plataforma Moodle V3.3 en HTML. la cual Aloja distintos formatos incluyendo SCORM, archivos: documentos, animaciones, vídeos, audios, enlaces externos, y wikis. Incorpora: cuestionarios (preguntas de tipo test, respuesta corta, selección múltiple) y las tareas (actividades de desarrollo), para trabajo individual o grupal. Herramientas de comunicación: Mensajería, Foros, Chat y Correo electrónico interno. Se puede añadir conexión con diversos sistemas de videoconferencia y webinars. Dispone de un sistema automático de control de la finalización de actividades y de control de acceso a los distintos recursos en función del cumplimiento de requisitos preestablecidos. Soporta grandes volúmenes de usuarios y cursos, y su arquitectura permite extender la instalación en múltiples servidores y sobre diversas plataformas software. Es plenamente utilizable en dispositivos móviles, tanto con el navegador web como utilizando la app Moodle Mobile, disponible en plataformas iOS y Android. Esta app permite al alumnado, de manera adicional, descargarlos interactivos que se deseen estudiar y utilizarlos sin conexión a Internet; cuando se recupera la conexión se sincroniza el progreso y se registra en el LMS. La plataforma cuenta con los siguientes desarrollos incorporados: Módulo específico para la obtención de informes de seguimiento y evaluación. Estos informes son mucho más exhaustivos y completos que los que aporta el producto original, y cubren tanto la actividad de alumnos como de docentes para así permitir alcanzar el nivel de calidad deseado en el control y seguimiento de las acciones formativas. Se puede obtener un informe unificado por cada alumno o tutor que refleje al mismo tiempo el progreso, las calificaciones y la dedicación de cada usuario (alumno o tutor), así como las interacciones entre ellos producidas. Existe también un módulo de utilidades para la gestión de cursos y usuarios, destinado a facilitar la gestión de acciones formativas y grupos numerosos de manera ágil. Se ha diseñado una imagen visual y una configuración de la organización espacial de los distintos elementos en pantalla que cumpla con los siguientes criterios: Diseño adaptado a la imagen de la entidad y el uso al que se va a destinar. Diseño visual simple y minimalista, enfocado a la usabilidad y la comodidad, por lo que se recomienda dirigir a los alumnos a la plataforma desde una web externa (web corporativa de la entidad) que ofrezca información relevante de todo tipo a los usuarios. En el diseño se ha cuidado especialmente la accesibilidad web, por lo que puede ser un elemento útil para obtener la certificación UNE 66181: "Gestión de la calidad. Calidad de la formación virtual". También se ha tenido muy en cuenta su uso en dispositivos móviles, con soluciones específicas para ellos, dada la creciente importancia que este tipo de dispositivos está alcanzando en el ámbito de la formación. Además de los servicios webs que incorpora la plataforma, se han añadido nuevos servicios, facilitando aún más la interconexión e integración del LMS con software de gestión empresarial y de la formación. Cumple con lo solicitado en el ANEXO 14. lo anterior permite y facilita el desarrollo de acción de formación y el cumplimiento de sus objetivos, así como el control y seguimiento de la misma, favorece la gestión organizada y ágil de las sesiones de formación.
Número De Días De Ejecución De La Acción De Formación	20
Número de Grupos	4
Número de Beneficiarios de la AF	400
Número de Beneficiarios Asociados a Grupos	400
Número de días por grupo	20
Numero de horas por grupo de la AF	40
Número de Horas Total de la AF	160

Beneficiarios

Número De Beneficiarios	400	**Área Funcional A La Cual Pertenecen**	Dirección, administración, producción, proyectos, planeación, Innovación, Marketing, Ventas o afines.

Funciones O Tareas Que Desempeñan	Planificación, coordinación, gerencia de proyectos, planeación estratégica, ventas, marketing, administración.	**Tipo De Vinculación Laboral**	Contrato a término indefinido
Nivel De Escolaridad	Profesionales, tecnólogos o técnicos en áreas de administración, ingeniería, manufactura, tecnología, marketing, comunicaciones, ventas, gerencia de proyectos, procesos y afines.	**Acceso A Las Tic'S**	Son personas con competencias digitales que les permiten acceder al uso de computadores y demás dispositivos y utilizar aplicaciones a nivel de usuario para el desarrollo de sus funciones. Acceden a conectividad para el desarrollo de sus actividades.
Trabajadores En Condición De Discapacidad Que Se Beneficiarán De La Formación	0	**Número De Trabajadores Mujeres**	200
Número De Empresas Sociedades De Beneficio E Interés Colectivo Bic A Beneficiar	0	**Número De Empresas Beneficiadas**	200
Número De Empresas Mipymes A Beneficiar	180	**Justificación Inclusión Trabajadores Empresas Mipymes**	La inclusión de beneficiarios de empresas Mipymes se justifica en razón a la proporción estadística de participantes en el programa PFCE 2021 y la proporción de empresas afiliadas que corresponden a esta categoría, en este sentido se establece que el 90% de las empresas impactadas serán Mipymes.

Número De Empresas A Beneficiar Que Hacen Parte De Su Cadena Productiva	80	**Justificación Inclusión Trabajadores Empresas Que Hacen Parte De La Cadena Productiva Como Beneficiarios**	Dado que el objeto social de la CÁMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO COLOMBO ALEMANA es el fomento y desarrollo de las relaciones comerciales, industriales, económicas y culturales entre la República de Colombia y la República Federal de Alemania, se incluirán beneficiarios que hacen parte de la cadena productiva de las empresas que integran el ámbito de acción de la cámara, puesto que son los trabajadores de estas empresas quienes apoyan el desarrollo productivo y competitividad de todos los eslabones de valor del sector al que pertenece cada afiliado.
Enfoque De La Acción De Formación	Formación en el trabajo	**Justificación Enfoque De La Acción De Formación**	La presente acción de formación tiene un enfoque de FORMACIÓN PARA EL TRABAJO, ya que es una acción de formación dirigida a trabajadores de el/los nivel(es) ocupacionales indicados y que requieren actualizar y adquirir conocimientos, habilidades, aptitudes, técnicas y/o prácticas, necesarias para resolver con autonomía, temas relacionados con la planificación y ejecución del trabajo actual o del cargo en el que busca desempeñarse, de tal forma que se generen mejoras en la empleabilidad, la productividad laboral y competitividad empresarial que propicien la optimización de procesos, en pro de la digitalización de la organización y su posicionamiento en el mercado.

Alineación De La Acción De Formación	AF que desarrolle temáticas que incentiven la innovación en la empresa.	**Justificación De La Alineación**	Según los manuales de Frascati y Oslo, la innovación en sentido amplio es un proceso que consta de tres partes: (i) la generación, desarrollo, o adaptación, de una invención; (ii) su realización o materialización, y (iii) la implementación de dicha invención. Como resultado de este proceso se obtienen productos o procesos nuevos o mejorados que difieren de sus versiones previas y que han sido puestos a disposición de los usuarios potenciales o han sido implementados por la unidad (OCDE, 2018). Esta acción de formación denominada “Transformación de modelos organizacionales para una gestión eficiente de procesos, se alinea directamente con el objetivo de la implementación y desarrollo de un proceso que obtendrá como resultado procesos nuevos y mejorados en las empresas.

Categorización De La Acción De Formación	Desarrollo productivo	**Justificación Categorización**	La acción de formación responde a la categorización de desarrollo productivo. Esta formación incide en la capacidad que tendrán las empresas de incrementar y mantener su cuota de mercado y desarrollar procesos de innovación transversal, lo que facilitará la optimización y transformación generando nuevas oportunidades. Por otra parte, incide en el desarrollo productivo la introducción de nuevos procesos que harán que sea más eficiente en la empresa y la dedicación de los equipos de trabajo y la incorporación de las herramientas tecnológicas a los procesos de la empresa.
Justificación Acción De Formación Especializada	POR QUE ES UNA ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA: Esta es una acción de formación especializada porque es una acción de corta duración que garantiza la profundización de conocimientos, habilidades y destrezas, permitiendo la aplicación de los mismos en el contexto laboral inmediato, asegurando la calidad, comprensión y uso del pensamiento crítico y analítico de la labor realizada o de la tarea a ejecutar, con el propósito de encaminar al trabajador a su actualización laboral, para responder a las necesidades específicas de las empresas, que surge de la implementación de mejoras tecnológicas, nuevas metodologías y herramientas, aumentando la productividad y empleabilidad de los trabajadores y la competitividad de las mismas.	**Material De Formación-Justificación Del Material**	Se garantizará la puesta a disposición de los beneficiarios del material de formación en la plataforma virtual destinada para la realización de este evento de formación. JUSTIFICACIÓN: El material, de producción reciente (MENOR A 2 AÑOS), reunirá los medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan las actividades de enseñanza-aprendizaje en la modalidad virtual.Guardará coherencia con los objetivos de la formación, perfil de los beneficiarios y estará metodológicamente estructurado de modo que facilite la transferencia de conocimiento. Los contenidos incluidos en la plataforma corresponden directamente con cada una de las cuatro unidades temáticas UNIDAD TEMÁTICA 1. Gestión eficiente de procesos en la

			industria 4.0 UNIDAD TEMÁTICA 2. Evolución de los modelos organizacionales basados en procesos UNIDAD TEMÁTICA 3. Factores claves de éxito para la automatización de procesos UNIDAD TEMÁTICA 4. Resolución de problemas en entornos digitales Los participantes encontrarán debidamente identificadas las unidades y cada uno de sus contenidos pudiendo así adquirir la base teórica para el desarrollo de las actividades prácticas propuestas y que incluyen: autoevaluaciones, ejercicios de relación de conceptos, ejercicios multimedia, entre otros. Incluyen textos descriptivos, cuadros de ampliación, vídeos de apoyo, documentación complementaria e infografías.
Capacitador Persona Jurídica Af	La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto es Adalid Inmark Colombia SAS, cuya actividad principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559 (otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560(actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área, cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social. ADALID INMARK COLOMBIA SAS, cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz ADALID SC S.L. con una trayectoria de más de 15 años en España y Chile; de su entidad adscrita Instituto Europa y del grupo empresarial ASPASIA, del cual forma parte, quienes en su conjunto aportan sus expertos internacionales, material didáctico y formativo ADALID INMARK COLOMBIA acredita siete (7) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. Adicionalmente cuenta con siete (7) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados),a entidades públicas o privadas.	**Resultados De Aprendizaje Esperados**	Durante el desarrollo de la acción formativa los capacitadores verificarán el avance de lo que el trabajador aprendió y aplicará en su puesto de trabajo, a partir del momento de finalizar la acción de formación, mediante las respuestas a las evaluaciones de unidad temática realizadas. Se asocia un resultado de aprendizaje a cada unidad temática, evidenciando la alineación de cada resultado con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del beneficiario. Los resultados definidos como parámetro de referencia del proceso de formación son: R1. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de de

				gestionar de manera efectiva los procesos de negocio y los recursos tecnológicos incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque soportará de manera efectiva las necesidades y demandas de las áreas internas, favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como Analizar tecnologías para optimización y sistematización de procesos, aplicar técnicas y herramientas para identificar iniciativas de Transformación digital. R2. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de de comprender la evolución de los modelos organizacionales basados en proceso incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque aplicará los conceptos de la Organización en 360 ° favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como planificación y análisis de procesos. R3. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de comprender los factores claves de la automatización de procesos incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque podrán implementar un modelo viable en el desarrollo de su actividad empresarial. favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como identificar áreas de desarrollo de capacidades internas y analizar los

			componentes clave de los procesos internos. R4. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de de identificar y resolver de problemas en entornos digitales incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque comprenderá la tipología de problemas/conflictos y causantes favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como aplicar metodologías que le permiten estructurar estrategias para solucionar dificultades que se presentan en la vida laboral R5. El 85% de los beneficiarios manifiestan estar satisfechos con la acción formativa en la que participan. Fuente de verificación 1: Informes de calificación del aula virtual. Calificación mínima de 50 puntos sobre 100. Momento 1 a la finalización de la acción formativa. Fuente de verificación 2: Informe de Tabulación de encuestas de satisfacción. Calificación mínima de 3 o equivalente. Momento 2: a la finalización de la acción formativa.

Evaluación Del Aprendizaje	La evaluación de aprendizaje permitirá la verificación del cumplimiento de los objetivos propuestos y de los resultados esperados, los criterios de evaluación que son los parámetros de referencia del proceso evaluativo, evidenciando la comprensión de los contenidos, la interiorización de los conceptos y conocimientos adquiridos. La evaluación se realizará en la plataforma virtual mediante la asignación de calificaciones a las actividades asociadas a la acción formativa incluyendo cuestionarios de evaluación por cada unidad temática y al finalizar la acción de formación. Los criterios de evaluación serán: evidencia de apropiación de conocimientos, evidencia de fortalecimiento de la competencia asociada a cada unidad temática, grado de participación en las actividades propuestas en el curso. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN: Al finalizar la acción formativa cada participante diligenciará la encuesta aprobada por el SENA que medirá su satisfacción sobre el desarrollo de la acción de formación y su impacto en la práctica laboral, entre otros. . De manera permanente los participantes contarán con un correo electrónico y datos de contacto personal para el reporte de incidencias o la notificación de comentarios, de manera que se tomen las medidas correctivas pertinentes. TASA DE INCREMENTO DEL CONOCIMIENTO: Mide el incremento del conocimiento de los trabajadores beneficiarios participantes por acción de formación: TIC= (NPFT-NPIT)/NPIT *100 TIC = Tasa de incremento del conocimiento NPFT = Nota promedio final de conocimiento del trabajador NPIT = Nota promedio inicial de conocimiento del trabajador 1. Cada evaluación estará compuesta por mínimo 5 y máximo 10 preguntas, las cuales serán formuladas por el capacitador. 2. Los criterios de evaluación estarán directamente relacionados con las unidades temáticas de la acción de formación a evaluar y debe ser resuelta por todos los beneficiarios de la misma. 3. La calificación resultante de cada una de las evaluaciones debe encontrarse dentro del rango de [0,10] (Intervalo cerrado) y se pueden dar valores decimales de hasta máximo una posición decimal. Ejemplo: 7,5. 4. La evaluación ex-ante se aplicará a los beneficiarios el día de inicio de la acción de formación, y la evaluación ex-post el último día de ejecución de la misma, con el fin de realizar una comparación que refleje los resultados en el incremento de conocimientos del trabajador beneficiario de la formación. El capacitador entregará un informe acerca de las evaluaciones ex-ante y ex-post aplicados y el análisis de los resultados obtenidos en la acción de formación ejecutada a través de los eventos taller (cuando su duración sea igual o superior a 20 horas), curso y diplomado y/o cuando aplique los modelos de aprendizaje puesto de trabajo real, aula invertida-Flipped Classroom, o Bootcamp. Este informe debe ser entregado al director del proyecto dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la terminación de la acción de formación, quien analizará a la luz de los indicadores internos de la empresa y/o gremio, los resultados de mejora de productividad del trabajador y competitividad de la empresa. Este será remitido a la interventoría dentro de los ocho (8) días hábiles siguientes para el análisis correspondiente. De igual forma, este informe se integrará al informe final de ejecución que el conveniente entregará a la interventoría, para posterior remisión al SENA.	**Justificación Del Lugar De Ejecución**	La AHK Colombia tal y como consta en sus estatutos, desarrolla sus actividades de apoyo comercial y de transferencia del conocimiento en el ámbito nacional, y por su carácter gremial multisectorial, cuenta con afiliados y empresas pertenecientes a la cadena productiva de sus empresas afiliadas en estas zonas del país: Bogotá, Antioquia, Cundinamarca, Valle, Atlántico, Santander, Norte de Santander, Meta, Magdalena y Huila. Así mismo cuenta con aliados a nivel nacional que incluyen Cámaras de Comercio locales, entidades territoriales, asociaciones entre otros con los que trabaja aunando esfuerzos para lograr un propósito común generalmente enfocado en el fortalecimiento empresarial. Estos aliados se sitúan entre otros en estos departamentos: Caldas, Bolívar y Casanare. Por tanto los lugares previstos están dentro del ámbito de actuación de la AHK Colombia
Justificación Nivel Ocupacional	AHK contempla la inclusión de dos niveles ocupacionales (alta dirección o estratégico, medio o táctico) debido a la necesidad de fortalecer líderes al interior de las las empresas, y de alinear su capital humano para liderar procesos de cambio en sus áreas correspondientes y que se pueda darse respuesta al impulso tecnológicos de la industria 4.0. Al tratarse de una cuestión estratégica y un proceso de transformación para la organización se considera necesario que personas de los niveles tácticos puedan beneficiarse de la acción de formación de manera puedan coordinar estos proceso de transformación integral en sus áreas y en las empresas.	**Justificación Sector/Subsector**	La formación propuesta está relacionada con el sector y subsector transversal al que pertenecen los beneficiarios, por cuanto la necesidad que atiende es propia de las actividades económicas, productivas y de carácter multisectorial de las empresas afiliadas a AHK Colombia.

Necesidades de Formación a Atender

Necesidad de Formación

La optimización de procesos: La AHK Colombia, identificó la necesidad de optimizar los procesos para mejorar la competitividad empresarial, a través del desarrollo de las mesas de trabajo internas cuyas conclusiones se integraron en el Plan Integral de Detección de Necesidades de AHK (01/12/21 - 04/04/2022), en las cuales se debaten temas de relevancia para el sector que representan. La mesa de trabajo de RRHH tiene como propósito “compartir conocimiento y representar los intereses de la comunidad empresarial Colombo-Alemana en torno a esta temática”. Se participó activamente en una (1) sesión de trabajo virtual, utilizando una pizarra digital denominada Jamboard que permitió colaborar en tiempo real, y con la que fue posible hacer un reconocimiento de las necesidades evidenciadas en temas relevantes de recursos humanos, donde se evidencio la necesidad de implementar una disciplina de gestión apoyada en herramientas informáticas lo cual se sustenta en el propósito de permitir a las empresas vinculadas a la Cámara aumentar su eficiencia mediante la implementación, perfeccionamiento y gestión los procesos a cualquier nivel, haciendo un mejor uso de sus recursos, teniendo en cuenta las actividades que se realizan y que son necesarias para ejecutarlas: personas y sistemas. La cuarta revolución industrial, ha impulsado la optimización de procesos mediante la implementación e incorporación de las tecnologías digitales en el sector empresarial. Esta práctica de optimización de procesos de negocio forma parte de BPM, Business Process Management y, en español, Gestión de Procesos de Negocio, De esta forma, la optimización de procesos de negocios puede, por ejemplo, crear estrategias para perfeccionar los flujos de trabajo, optimizar la comunicación, prever cambios y eliminar redundancias. Es así que la necesidad de formación detectada se prioriza, a fin de fortalecer competencias en los trabajadores de las empresas aliadas y de la cadena productiva de la influencia de la Cámara de Industria y Comercio Colombo Alemana, a fin de diseñar estrategias de optimización de procesos, que se direccionen al incremento de la eficiencia, la competitividad y posicionamiento en el mercado. La necesidad de optimizar procesos para poder competir y articular procesos de cambio cultural con el tecnológico, es de vital importancia para mantenerse en el mercado. La optimización de procesos y la transformación digital se debe desarrollar de manera integral y estratégica ya que es fundamental para alcanzar la competitividad esperada y convertir a las empresas en un referente en el mercado.

Niveles Ocupacionales de la Acción de Formación

Nivel Ocupacional
ALTA DIRECCIÓN
MEDIO

Sectores de la Acción de Formación

Sector
Transversal

Subsectores de la Acción de Formación

Subsector
Transversal

Lugar de Ejecución de la Acción de Formación

Grupo Numero Departamento	*Ciudad*	*N° Beneficiarios*
1 BOGOTÁ D.C		50
1 HUILA		50
2 META		50
2 CUNDINAMARCA		50
3 SANTANDER		50
3 CASANARE		50
4 VALLE DEL CAUCA		25
4 ANTIOQUIA		25
4 MAGDALENA		25
4 ATLÁNTICO		25

Unidades Temáticas

UT N° :

1

-

Gestión eficiente de procesos en la industria 4.0

ID	1530		
Unidad Temática N°	1	**Nombre Unidad Temática**	Gestión eficiente de procesos en la industria 4.0
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	3
N° total de Horas Prácticas PAT	0	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	5
N° total de Horas Teóricas PAT	0	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	-El concepto de Arquitectura de Negocio -Gestión por Procesos -Tecnologías para optimización y sistematización de procesos -Técnicas y herramientas para identificar iniciativas de Transformación digital.	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de gestionar de manera efectiva los procesos de negocio y los recursos tecnológicos de los que dispone una organización, a fin de soportar de manera efectiva las necesidades y demandas de las áreas internas y los retos que supone la era digital para los negocios.
Actividad Pedagógica	-Entender el concepto de Arquitectura de Negocio -Comprender Gestión por Procesos -Analizar tecnologías para optimización y sistematización de procesos -Aplicar técnicas y herramientas para identificar iniciativas de Transformación digital.	**Estrategia Didáctica**	Foro/ Reflexión Lectura Cuestionario Video Estudio de caso de éxito de iniciativas de transformación digital.

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	Profesional con título de especialización en áreas de: Ingeniería de procesos, ingeniería, administración, calidad, administración, ciencias sociales, tecnología, gerencia de proyectos y afines.	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años, en las siguientes temáticas: Calidad, gerencia de proyectos, lean manufacturing, metodologías ágiles, ingeniería de procesos y coordinación y dirección de equipos afines.	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.

UT N° :

-

Evolución de los modelos organizacionales basados en procesos

ID	1531		
Unidad Temática N°	2	**Nombre Unidad Temática**	Evolución de los modelos organizacionales basados en procesos
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	5
N° total de Horas Prácticas PAT	0	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	7
N° total de Horas Teóricas PAT	0	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	-Concepto de una organización en 360 ° -Cloud Computing y las tecnologías disruptivas para la nueva era de procesos -Principales Framework de Arquitectura Empresarial -Modelamiento de procesos con enfoque de Business Process Modeling -Casos típicos de modelado y optimización de procesos	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de comprender la evolución de los modelos organizacionales basados en proceso
Actividad Pedagógica	-Comprender los conceptos de la Organización en 360 ° -Conocer la evolución del Cloud Computing y las tecnologías disruptivas para la nueva era de procesos -Analizar las principales Framework de Arquitectura Empresarial -Contrastar casos típicos de modelado y optimización de procesos	**Estrategia Didáctica**	Foro/ Reflexión Lectura Cuestionario Video Estudio de caso de éxito sobre modelado y optimización de procesos

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	Profesional con título de especialización en áreas de: Ingeniería de procesos, ingeniería, administración, calidad, administración, ciencias sociales, tecnología, gerencia de proyectos y afines.	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años, en las siguientes temáticas: Calidad, gerencia de proyectos, lean manufacturing, metodologías ágiles, ingeniería de procesos y coordinación y dirección de equipos afines.	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.

UT N° :

-

Factores claves de éxito para la automatización de procesos

ID	1519

Unidad Temática N°	3	**Nombre Unidad Temática**	Factores claves de éxito para la automatización de procesos
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	5
N° total de Horas Prácticas PAT	0	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	7
N° total de Horas Teóricas PAT	0	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	-Desarrollo de capacidades internas -Componentes clave de los procesos -Enfoque en tareas esenciales	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de comprender los factores claves de la automatización de procesos para implementar un modelo viable en el desarrollo de su actividad empresarial.
Actividad Pedagógica	-Identificar áreas de desarrollo de capacidades internas -Analizar los componentes clave de los procesos -Desarrollar un enfoque en tareas esenciales	**Estrategia Didáctica**	Lectura Cuestionario Video Foro asincrónico/ Reflexión Estudio de caso de éxito sobre modelado y optimización de procesos

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	Profesional con título de especialización en áreas de: Ingeniería de procesos, ingeniería, administración, calidad, administración, ciencias sociales, tecnología, gerencia de proyectos y afines.	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años, en las siguientes temáticas: Calidad, gerencia de proyectos, lean manufacturing, metodologías ágiles, ingeniería de procesos y coordinación y dirección de equipos afines.	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.

UT N° :

4

-

Resolución de problemas en entornos digitales

ID	1541

Unidad Temática N°	4	**Nombre Unidad Temática**	Resolución de problemas en entornos digitales
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	3

N° total de Horas Prácticas PAT	0	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	5
N° total de Horas Teóricas PAT	0	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	-Tipología de problemas/conflictos y causantes -Estilos de resolución de problemas y conflictos -Relación entre pensamiento crítico y resolución de problemas -Herramientas para resolución de problemas: Open Space SPRINT -Divergencia y convergencia -El equipo y el pensamiento crítico: fomentando la inteligencia colectiva	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de identificar y resolver de problemas en entornos digitales de manera aplicando metodologías que le permiten estructurar estrategias para solucionar dificultades que se presentan en la vida laboral, desde el ámbito personal, técnico-profesional y de relaciones intrapersonales
Actividad Pedagógica	-Comprender la tipología de problemas/conflictos y causantes -Analizar estilos de resolución de problemas y conflictos -Identificar la relación entre pensamiento crítico y resolución de problemas -Aplicar herramientas para resolución de problemas: Open Space SPRINT Divergencia y convergencia -El equipo y el pensamiento crítico: fomentando la inteligencia colectiva	**Estrategia Didáctica**	Foro asincrónico/ Reflexión Lectura Cuestionario Video Trabajo en grupos, estudio de caso de éxito sobre resolución de conflictos

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido Formación	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	Profesional con título de especialización en áreas de: Ingeniería de procesos, ingeniería, administración, calidad, administración, ciencias sociales, tecnología, gerencia de proyectos y afines.	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años, en las siguientes temáticas: Calidad, gerencia de proyectos, lean manufacturing, metodologías ágiles, ingeniería de procesos y coordinación y dirección de equipos afines.	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.

Resumen de Rubros de la Acción de Formación

Rubro	*Descripción*	*Cofinanciación SENA*	*Porcentaje Cofinanciación SENA*	*Contrapartida Especie*	*Porcentaje Contrapartida Especie*	*Contrapartida Efectivo*
R08.2 Formación Virtual - Curso 40 horas	Formación Virtual - Curso 40 horas	$ 250.600.000	% 75,13	0	% 0,00	$ 82.968.000
R10.3 Garantías	Garantías	$ 0	% 0,00	0	% 0,00	$ 669.800

AF N° :

4

-

Cultura innovadora en los equipos de trabajo

ID	1276
N° Acción Formación	4
ID Propuesta	854
Propuesta en la que se basó la AF	Cultura innovadora en los equipos de trabajo

Causas Y Efectos De La Necesidad De Formación Detectada	CAUSAS PUNTUALES: En Colombia se presentan varias problemáticas que han llevado a un bajo nivel de innovación entre las empresas. AHK identifica las siguientes causas por las cuales surge la necesidad de impulsar una “Cultura innovadora en los equipos de trabajo”, de acuerdo a los componentes cualitativos y cuantitativos incorporados en el Plan Integral de Detección de Necesidades de AHK (01/12/21 - 04/04/2022) y el CONPES 4069: 1) El CONPES 4069 “Política nacional de ciencia, tecnología e innovación 2022-2031” refiere una baja capacidad para desarrollar conocimiento científico en el país. 2) Insuficiente desarrollo de la infraestructura científica y tecnológica, que se entrelaza con una baja inversión en la investigación: se calculaba que en 2020 el país invertía en promedio 17 dólares menos por investigador que el resto de países de América Latina. 3) Debilidad de las instituciones universitarias y una limitada dinámica de cooperación entre universidades y empresas, lo cual obstaculiza el flujo de conocimiento. 4) Pobre desarrollo del conocimiento en Colombia según el diagnóstico del CONPES 4069, pero más aún, que estas ni siquiera contemplen la innovación en sus estrategias de desarrollo. En Colombia hay un insuficiente desarrollo de la infraestructura científica y tecnológica, que se entrelaza con una baja inversión en la investigación: se calculaba que en 2020 el país invertía en promedio 17 dólares menos por investigador que el resto de países de América Latina. Según el diagnóstico del CONPES, el pobre desarrollo del conocimiento en Colombia incide en que las empresas tengan una baja capacidad de innovación en todos los sectores productivos, pero más aún, que estas ni siquiera contemplen la innovación en sus estrategias de desarrollo. Aunque los siguiente datos corresponden al año 2016, las cifras del DANE y Colciencias más actualizadas muestran que es una tendencia que se mantiene: de acuerdo al diagnóstico del Departamento Nacional de Planeación, 77 de cada 100 empresas no tiene inversiones en innovación y las 23 restantes apenas si esbozan intenciones de mejorar su productividad. EFECTOS PUNTUALES: Si no se implementa la acción formativa pensada para la necesidad de innovación y mejoramiento continuo, se derivarán los siguientes efectos: 1) Una baja capacidad de innovación en todos los sectores productivos. 2) Limitaciones a las posibilidades de crear una cultura de la innovación en las empresas de manera conjunta con el mundo académico, motor del desarrollo del conocimiento. 3) Sse estaría contribuyendo a mantener la innovación como un campo descuidado en el mundo empresarial. El CONPES nos apunta el elemento nodal para entender la baja capacidad de innovación, una limitada dinámica de cooperación entre universidades y empresas, lo cual obstaculiza el flujo de conocimiento. Una academia con bajo desarrollo se conjuga con un mundo empresarial que no interactúa con la universidad para impulsar la innovación. Entre 2014 y 2020 el subíndice de Colaboración de investigación universidad/Industria decreció en promedio 1,5 % cada año. De implementarse la acción formativa propuesta, se estarán limitando las posibilidades de crear una cultura de la innovación en las empresas que abra las puertas a la colaboración con el mundo académico, motor del desarrollo del conocimiento. Por otro lado, el DANE ha demostrado con sus datos que en el país el problema de la innovación no solo depende de la academia y las políticas educativas, sino que es una cuestión en las que las empresas juegan un rol central. Según la “Encuesta de Desarrollo e Innovación Tecnológica” de 2018 en Colombia alrededor del 75,4 % y del 67,7 % de las empresas manufactureras y de servicios, respectivamente, no son innovadoras, en parte por desconocimiento y los costos que se piensa puede implicar la innovación. Al no implementarse la acción de formación, se estaría contribuyendo a mantener la innovación como un campo descuidado en el mundo empresarial.
Nombre De La Acción De Formación	Cultura innovadora en los equipos de trabajo
Objetivo(S) De La Acción De Formación	Desarrollar competencias laborales, que le permita a los trabajadores integrar de manera efectiva, componentes y estrategias innovadoras, para la mejora continua de procesos, servicios o productos y que promuevan un optimo desempeño de los equipos de trabajo de la empresa, orientándola hacia una cultura de innovación como eje transversal de acción. La acción de formación impacta positivamente y resuelve parcialmente la necesidad detectada por cuanto su desarrollo permitirá a los participantes desarrollar la cultura innovadora en sus equipos de trabajo y organización.
Evento De Formación	Curso
Modalidad De Formación	Virtual
Metodología De Aprendizaje	Teórica-Práctica
Modelo De Aprendizaje	No Aplica

Tipo De Ambiente De Aprendizaje	Aula virtual
Justificación Ambiente De Aprendizaje	El ambiente de aprendizaje utilizado para la presente acción de formación es AULA VIRTUAL y se utilizará una plataforma Moodle V3.3 en HTML. la cual Aloja distintos formatos incluyendo SCORM, archivos: documentos, animaciones, vídeos, audios, enlaces externos, y wikis. Incorpora: cuestionarios (preguntas de tipo test, respuesta corta, selección múltiple) y las tareas (actividades de desarrollo), para trabajo individual o grupal. Herramientas de comunicación: Mensajería, Foros, Chat y Correo electrónico interno. Se puede añadir conexión con diversos sistemas de videoconferencia y webinars. Dispone de un sistema automático de control de la finalización de actividades y de control de acceso a los distintos recursos en función del cumplimiento de requisitos preestablecidos. Soporta grandes volúmenes de usuarios y cursos, y su arquitectura permite extender la instalación en múltiples servidores y sobre diversas plataformas software. Es plenamente utilizable en dispositivos móviles, tanto con el navegador web como utilizando la app Moodle Mobile, disponible en plataformas iOS y Android. Esta app permite al alumnado, de manera adicional, descargarlos interactivos que se deseen estudiar y utilizarlos sin conexión a Internet; cuando se recupera la conexión se sincroniza el progreso y se registra en el LMS. La plataforma cuenta con los siguientes desarrollos incorporados: Módulo específico para la obtención de informes de seguimiento y evaluación. Estos informes son mucho más exhaustivos y completos que los que aporta el producto original, y cubren tanto la actividad de alumnos como de docentes para así permitir alcanzar el nivel de calidad deseado en el control y seguimiento de las acciones formativas. Se puede obtener un informe unificado por cada alumno o tutor que refleje al mismo tiempo el progreso, las calificaciones y la dedicación de cada usuario (alumno o tutor), así como las interacciones entre ellos producidas. Existe también un módulo de utilidades para la gestión de cursos y usuarios, destinado a facilitar la gestión de acciones formativas y grupos numerosos de manera ágil. Se ha diseñado una imagen visual y una configuración de la organización espacial de los distintos elementos en pantalla que cumpla con los siguientes criterios: Diseño adaptado a la imagen de la entidad y el uso al que se va a destinar. Diseño visual simple y minimalista, enfocado a la usabilidad y la comodidad, por lo que se recomienda dirigir a los alumnos a la plataforma desde una web externa (web corporativa de la entidad) que ofrezca información relevante de todo tipo a los usuarios. En el diseño se ha cuidado especialmente la accesibilidad web, por lo que puede ser un elemento útil para obtener la certificación UNE 66181: "Gestión de la calidad. Calidad de la formación virtual". También se ha tenido muy en cuenta su uso en dispositivos móviles, con soluciones específicas para ellos, dada la creciente importancia que este tipo de dispositivos está alcanzando en el ámbito de la formación. Además de los servicios webs que incorpora la plataforma, se han añadido nuevos servicios, facilitando aún más la interconexión e integración del LMS con software de gestión empresarial y de la formación. Cumple con lo solicitado en el ANEXO 14. lo anterior permite y facilita el desarrollo de acción de formación y el cumplimiento de sus objetivos, así como el control y seguimiento de la misma, favorece la gestión organizada y ágil de las sesiones de formación.
Número De Días De Ejecución De La Acción De Formación	20
Número de Grupos	4
Número de Beneficiarios de la AF	400
Número de Beneficiarios Asociados a Grupos	400
Número de días por grupo	20
Numero de horas por grupo de la AF	40
Número de Horas Total de la AF	160

Beneficiarios

Número De Beneficiarios	400	**Área Funcional A La Cual Pertenecen**	Dirección, gerencia, administración, planeación, compras, proyectos, planeación, Innovación, Marketing, Ventas o afines.

Funciones O Tareas Que Desempeñan	Planear, definir, supervisar equipos de trabajo, definir, planear, coordinar la estrategia de la empresa, liderar equipos de ventas y desarrollar actividades de venta y marketing de la empresa definir, desarrollar y alcanzar objetivos e iniciativas la gestión de recursos en la empresa. Actividades de prospección, contacto, cierre y seguimiento de ventas. Analizar y gestionar sitios web, marketplaces, crm y afines. Desarrollo de campañas de mercadeo y publicidad.	**Tipo De Vinculación Laboral**	Contrato laboral a término indefinido o contrato de prestación de servicios
Nivel De Escolaridad	Profesionales, tecnólogos o técnicos en áreas de administración, ingeniería, manufactura, tecnología, marketing, comunicaciones, ventas, gerencia de proyectos procesos y afines.	**Acceso A Las Tic'S**	Son personas con competencias digitales que les permiten acceder al uso de computadores y demás dispositivos y utilizar aplicaciones a nivel de usuario para el desarrollo de sus funciones. Acceden a conectividad para el desarrollo de sus actividades.
Trabajadores En Condición De Discapacidad Que Se Beneficiarán De La Formación	0	**Número De Trabajadores Mujeres**	200
Número De Empresas Sociedades De Beneficio E Interés Colectivo Bic A Beneficiar	0	**Número De Empresas Beneficiadas**	200
Número De Empresas Mipymes A Beneficiar	180	**Justificación Inclusión Trabajadores Empresas Mipymes**	La inclusión de beneficiarios de empresas Mipymes se justifica en razón a la proporción estadística de participantes en el programa PFCE 2021 y la proporción de empresas afiliadas que corresponden a esta categoría, en este sentido se establece que el 90% de las empresas impactadas serán Mipymes.

Número De Empresas A Beneficiar Que Hacen Parte De Su Cadena Productiva	80	**Justificación Inclusión Trabajadores Empresas Que Hacen Parte De La Cadena Productiva Como Beneficiarios**	Dado que el objeto social de la CÁMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO COLOMBO ALEMANA es el fomento y desarrollo de las relaciones comerciales, industriales, económicas y culturales entre la República de Colombia y la República Federal de Alemania, se incluirán beneficiarios que hacen parte de la cadena productiva de las empresas que integran el ámbito de acción de la cámara, puesto que son los trabajadores de estas empresas quienes apoyan el desarrollo productivo y competitividad de todos los eslabones de valor del sector al que pertenece cada afiliado.
Enfoque De La Acción De Formación	Formación en el trabajo	**Justificación Enfoque De La Acción De Formación**	La presente acción de formación tiene un enfoque de FORMACIÓN PARA EL TRABAJO, ya que es una acción de formación dirigida a trabajadores de el/los nivel(es) ocupacionales indicados y que requieren actualizar y adquirir conocimientos, habilidades, aptitudes, técnicas y/o prácticas, necesarias para resolver con autonomía, temas relacionados con la planificación y ejecución del trabajo actual o del cargo en el que busca desempeñarse, de tal forma que se generen mejoras en la empleabilidad, la productividad laboral y competitividad empresarial en torno a la creación de equipos de trabajo de alto desempeño y un entorno de innovación permanente.

Alineación De La Acción De Formación	AF que desarrolle temáticas que incentiven la innovación en la empresa.	**Justificación De La Alineación**	La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) define la innovación empresarial como la introducción de un nuevo —o mejorado— producto, bien, servicio, proceso o modelo organizativo en las prácticas internas de la empresa o en sus relaciones exteriores. Por ello, una cultura de innovación en cualquier empresa empieza en los puestos directivos y debe estar basada en una estrategia con reglas claras y métodos simples; de esta forma, el compromiso directivo con las ideas y sus resultados es fundamental. La acción de formación Cultura innovadora en los equipos de trabajo, incentiva la innovación en las empresas ya que fomenta la creatividad de los equipos para que den ideas nuevas a través de metodologías y procesos que luego pueden convertirse en nuevas líneas de negocio, productos o servicios.

Categorización De La Acción De Formación	Desarrollo productivo y competitividad	**Justificación Categorización**	La acción de formación fomenta la competitividad empresarial ya que tiene objetivo motivar la innovación interna de las organizaciones, lo que ayuda a aumentar el compromiso de los empleados y su ambición de desarrollo profesional este desarrollo profesional ,hace que las organizaciones sean más productivas y puedan competir en mejores condiciones. La acción de formación favorece espacios de creatividad e impulsa el apoyo entre equipos. La innovación implica realizar cambios, lo que obliga a modificar procesos y decisiones; también de ahí la importancia de fomentar la creatividad de los empleados y una cultura que asimile el error como método de aprendizaje.
Justificación Acción De Formación Especializada	POR QUE ES UNA ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA: Esta es una acción de formación especializada porque es una acción de corta duración que garantiza la profundización de conocimientos, habilidades y destrezas, permitiendo la aplicación de los mismos en el contexto laboral inmediato, asegurando la calidad, comprensión y uso del pensamiento crítico y analítico de la labor realizada o de la tarea a ejecutar, con el propósito de encaminar al trabajador a su actualización laboral, para responder a las necesidades específicas de las empresas, que surge de la implementación de mejoras tecnológicas, nuevas metodologías y herramientas, aumentando la productividad y empleabilidad de los trabajadores y la competitividad de las mismas.	**Material De Formación-Justificación Del Material**	Se garantizará la puesta a disposición de los beneficiarios del material de formación en la plataforma virtual destinada para la realización de este evento de formación. JUSTIFICACIÓN: El material, de producción reciente (MENOR A 2 AÑOS), reunirá los medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan las actividades de enseñanza-aprendizaje en la modalidad virtual.Guardará coherencia con los objetivos de la formación, perfil de los beneficiarios y estará metodológicamente estructurado de modo que facilite la transferencia de conocimiento. Los contenidos incluidos en la plataforma corresponden directamente con cada una de las cuatro unidades temáticas

			UNIDAD TEMÁTICA 1. Dimensiones de la innovación en las organizaciones UNIDAD TEMÁTICA 2. Desarrollo de equipos innovadores de alto rendimiento UNIDAD TEMÁTICA 3. Ruta de implementación de estrategias de innovación UNIDAD TEMÁTICA 4. Autoconfianza y cultura innovadora. Los participantes encontrarán debidamente identificadas las unidades y cada uno de sus contenidos pudiendo así adquirir la base teórica para el desarrollo de las actividades prácticas propuestas y que incluyen: autoevaluaciones, ejercicios de relación de conceptos, ejercicios multimedia, entre otros. Incluyen textos descriptivos, cuadros de ampliación, vídeos de apoyo, documentación complementaria e infografías.
Capacitador Persona Jurídica Af	La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto es Adalid Inmark Colombia SAS, cuya actividad principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559 (otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560(actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área, cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social. ADALID INMARK COLOMBIA SAS, cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz ADALID SC S.L. con una trayectoria de más de 15 años en España y Chile; de su entidad adscrita Instituto Europa y del grupo empresarial ASPASIA, del cual forma parte, quienes en su conjunto aportan sus expertos internacionales, material didáctico y formativo ADALID INMARK COLOMBIA acredita siete (7) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. Adicionalmente cuenta con siete (7) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados),a entidades públicas o privadas.	**Resultados De Aprendizaje Esperados**	Durante el desarrollo de la acción formativa los capacitadores verificarán el avance de lo que el trabajador aprendió y aplicará en su puesto de trabajo, a partir del momento de finalizar la acción de formación, mediante las respuestas a las evaluaciones de unidad temática realizadas. Se asocia un resultado de aprendizaje a cada unidad temática, evidenciando la alineación de cada resultado con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del beneficiario. Los resultados definidos como parámetro de referencia del proceso de formación son: R1. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de definir y

				analizar las dimensiones de la innovación en las organizaciones incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque comprenderá cuales son las dimensiones a impactar en su organización, favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como Identificar áreas , procesos, sistemas aptos para aplicar rutas de innovación. R2. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de conformar equipos innovadores de alto rendimiento incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque podrá evaluar y analizar sus equipos de trabajo , favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como definir procesos y flujos de innovación dentro su organización. R3. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de Los participantes estarán en capacidad de definir la ruta de implementación de estrategias de innovación en sus organizaciones, incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque identificará las ideas y focos estratégicos favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como Formulación, ideación, ejecución de proyecto de innovación. R4. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de de

			fomentar la autoconfianza y cultura innovadora el desempeño del trabajador porque comprenderá herramientas de liderazgo , favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como informar, dar feedback, motivar equipos de trabajo. R5. El 85% de los beneficiarios manifiestan estar satisfechos con la acción formativa en la que participan. Fuente de verificación 1: Informes de calificación del aula virtual. Calificación mínima de 50 puntos sobre 100. Momento 1 a la finalización de la acción formativa. Fuente de verificación 2: Informe de tabulación de encuestas de satisfacción. Calificación mínima de 3 o equivalente. Momento 2: a la finalización de la acción formativa.

Evaluación Del Aprendizaje	La evaluación de aprendizaje permitirá la verificación del cumplimiento de los objetivos propuestos y de los resultados esperados, los criterios de evaluación que son los parámetros de referencia del proceso evaluativo, evidenciando la comprensión de los contenidos, la interiorización de los conceptos y conocimientos adquiridos.La evaluación se realizará en la plataforma virtual mediante la asignación de calificaciones a las actividades asociadas a la acción formativa incluyendo cuestionarios de evaluación por cada unidad temática y al finalizar la acción de formación. Los criterios de evaluación serán: evidencia de apropiación de conocimientos, evidencia de fortalecimiento de la competencia asociada a cada unidad temática, grado de participación en las actividades propuestas en el curso. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN: Al finalizar la acción formativa cada participante diligenciará la encuesta aprobada por el SENA que medirá su satisfacción sobre el desarrollo de la acción de formación y su impacto en la práctica laboral, entre otros. . De manera permanente los participantes contarán con un correo electrónico y datos de contacto personal para el reporte de incidencias o la notificación de comentarios, de manera que se tomen las medidas correctivas pertinentes. TASA DE INCREMENTO DEL CONOCIMIENTO: Mide el incremento del conocimiento de los trabajadores beneficiarios participantes por acción de formación: TIC= (NPFT-NPIT)/NPIT *100 TIC = Tasa de incremento del conocimiento NPFT = Nota promedio final de conocimiento del trabajador NPIT = Nota promedio inicial de conocimiento del trabajador 1. Cada evaluación estará compuesta por mínimo 5 y máximo 10 preguntas, las cuales serán formuladas por el capacitador. 2. Los criterios de evaluación estarán directamente relacionados con las unidades temáticas de la acción de formación a evaluar y debe ser resuelta por todos los beneficiarios de la misma. 3. La calificación resultante de cada una de las evaluaciones debe encontrarse dentro del rango de [0,10] (Intervalo cerrado) y se pueden dar valores decimales de hasta máximo una posición decimal. Ejemplo: 7,5. 4. La evaluación ex-ante se aplicará a los beneficiarios el día de inicio de la acción de formación, y la evaluación ex-post el último día de ejecución de la misma, con el fin de realizar una comparación que refleje los resultados en el incremento de conocimientos del trabajador beneficiario de la formación. El capacitador entregará un informe acerca de las evaluaciones ex-ante y ex-post aplicados y el análisis de los resultados obtenidos en la acción de formación ejecutada a través de los eventos taller (cuando su duración sea igual o superior a 20 horas), curso y diplomado y/o cuando aplique los modelos de aprendizaje puesto de trabajo real, aula invertida-Flipped Classroom, o Bootcamp. Este informe debe ser entregado al director del proyecto dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la terminación de la acción de formación, quien analizará a la luz de los indicadores internos de la empresa y/o gremio, los resultados de mejora de productividad del trabajador y competitividad de la empresa. Este será remitido a la interventoría dentro de los ocho (8) días hábiles siguientes para el análisis correspondiente. De igual forma, este informe se integrará al informe final de ejecución que el conveniente entregará a la interventoría, para posterior remisión al SENA.	**Justificación Del Lugar De Ejecución**	La AHK Colombia tal y como consta en sus estatutos, desarrolla sus actividades de apoyo comercial y de transferencia del conocimiento en el ámbito nacional, y por su carácter gremial multisectorial, cuenta con afiliados y empresas pertenecientes a la cadena productiva de sus empresas afiliadas en estas zonas del país: Bogotá, Antioquia, Cundinamarca, Valle, Atlántico, Santander, Norte de Santander, Meta, Magdalena y Huila. Así mismo cuenta con aliados a nivel nacional que incluyen Cámaras de Comercio locales, entidades territoriales, asociaciones entre otros con los que trabaja aunando esfuerzos para lograr un propósito común generalmente enfocado en el fortalecimiento empresarial. Estos aliados se sitúan entre otros en estos departamentos: Caldas, Bolívar y Casanare. Por tanto los lugares previstos están dentro del ámbito de actuación de la AHK Colombia
Justificación Nivel Ocupacional	Para AHK el desarrollo de programas que incentiven la innovación es estratégico, impactando desde el nivel estratégico y táctico a las empresas participantes. Alemania es el país más innovador del mundo, tal y como lo establece el Informe de Competitividad Global 2018 del Foro Económico Mundial, Alemania lidera el campo de la innovación. Desde la gerencia de las empresas es importante alinear las estrategias para adaptar las organizaciones a un entorno cambiante donde todos los días surgen nuevas tecnologías, conocimientos, competidores, productos sustitutos, sistemas de distribución alternativos, cambios regulatorios, influencia de productores externos. Por otra parte, es necesario vincular al nivel táctico ya que estas áreas son los encargados de crear oportunidades en los productos, en los procesos o en la estructura de organización, que son el origen de toda innovación.	**Justificación Sector/Subsector**	La formación propuesta está relacionada con el sector y subsector transversal al que pertenecen los beneficiarios, por cuanto la necesidad que atiende es propia de las actividades económicas, productivas y de carácter multisectorial de las empresas afiliadas a AHK Colombia.

Necesidades de Formación a Atender

Necesidad de Formación

Innovación - mejora continua integral: la información arrojada por los componentes cualitativos y cuantitativos del Plan Integral de Detección de Necesidades de AHK (01/12/21 - 04/04/2022), arrojó la Innovación como cuarta necesidad de formación para el cumplimiento de objetivos empresariales. Siguiendo los planteamientos de Robayo en su artículo “La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano” (Suma de Negocios, vol. 7, núm. 16, pp. 125-140, 2016 Fundación Universitaria Konrad Lorenz) la innovación es la capacidad de las empresas para lanzar al mercado nuevos productos y sistemas de comercialización, concretando nuevas ideas que parten de la investigación sin aplicaciones; mientras que la mejora continua consiste en la capacidad para adaptar sus productos, procesos e ideas a las necesidades cambiantes de los clientes actuales y potenciales. Según la “Encuesta de Desarrollo e Innovación Tecnológica” de 2018 en Colombia alrededor del 75,4 % y del 67,7 % de las empresas manufactureras y de servicios, respectivamente, no son innovadoras, en parte por desconocimiento y los costos que se piensa puede implicar la innovación. La necesidad identificada se sustenta en el hecho de que en Colombia se presentan una serie de problemas que impactan negativamente en la innovación. Siguiendo el diagnóstico del CONPES en el documento “Política nacional de ciencia, tecnología e innovación 2022-2031”, el país presenta un entorno débil para la generación de conocimiento, por lo que resulta muy difícil a la ciencia y la tecnología contribuir al desarrollo económico, social y ambiental. Una academia con bajo desarrollo se conjuga con un mundo empresarial que no interactúa con la universidad para impulsar la innovación. Entre 2014 y 2020 el subíndice de Colaboración de investigación universidad/Industria decreció en promedio 1,5 % cada año. Por otro lado, el DANE ha demostrado con sus datos que en el país el problema de la innovación no solo depende de la academia y las políticas educativas, sino que es una cuestión en las que las empresas juegan un rol central. Esto es un reflejo del bajo aporte nacional a la producción científica mundial: este fue solo del 0,33 % en 2019. Dicha situación, según el CONPES, se expresa en la baja capacidad de Colombia para innovar en todos los sectores económicos. Según datos del DANE en su “Encuesta bianual de los sectores manufacturero y de servicios”, en 2017 de 16.598 empresas encuestadas, solo 31 eran innovadoras en “sentido estricto” y 3.345, innovadoras en “sentido amplio”. Mientras que Colciencias estimaba en 2019, que de 1.478 empresas colombianas catalogadas como “empresas innovadoras”, solo 30 se consideran altamente innovadoras. La necesidad de innovación se ha hecho más imperiosa tras la pandemia de COVID-19. El gobierno colombiano ha concentrado parte de sus esfuerzos en el apoyo a la reactivación económica impulsando el “desarrollo tecnológico e innovación al sector productivo, encaminados al fortalecimiento de sus procesos, el desarrollo y/o mejora de bienes y la sofisticación de su oferta”, tal como se plantea en el programa “SENA INNOVA Por la reactivación del país”. En resumen, la necesidad de formación detectada se priorizó atendiendo el compromiso de desarrollar competencias en los trabajadores de las empresas afiliadas a AHK Colombia y los miembros de su cadena productiva, a fin de integrar componentes y estrategias innovadoras para la mejora continua de procesos, servicios y productos y desempeño de equipos de trabajo orientados hacia una cultura de innovación como eje transversal de acción.

Niveles Ocupacionales de la Acción de Formación

Nivel Ocupacional
ALTA DIRECCIÓN
MEDIO

Sectores de la Acción de Formación

Sector
Transversal

Subsectores de la Acción de Formación

Subsector
Transversal

Lugar de Ejecución de la Acción de Formación

Grupo Numero Departamento	*Ciudad*	*N° Beneficiarios*
1 BOGOTÁ D.C		50
1 HUILA		50
2 CUNDINAMARCA		50
2 META		50
3 CASANARE		50
3 SANTANDER		50
4 ATLÁNTICO		25
4 MAGDALENA		25
4 VALLE DEL CAUCA		25
4 ANTIOQUIA		25

Unidades Temáticas

UT N° :

-

Dimensiones de la innovación en las organizaciones

ID	1540		
Unidad Temática N°	1	**Nombre Unidad Temática**	Dimensiones de la innovación en las organizaciones
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	3
N° total de Horas Prácticas PAT	0	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	5
N° total de Horas Teóricas PAT	0	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	Área técnica: En los insumos /procesos / productos o servicios Área estratégica: nuevos sistemas de gestión , mejora continua, etc. (tqm, seis sigma, reingeniería, erp, teoría de restricciones, bsc, etc.). Área de las relaciones sociales: mecanismos de negociación con los trabajadores, nuevas formas de estimulación y pago; etc. Área estructural: configuraciones organizacionales	**Competencia(s) a adquirir**	Dimensiones de la innovación en las organizaciones Los participantes estarán en capacidad de: Definir y analizar las dimensiones de la innovación en las organizaciones
Actividad Pedagógica	Analizar Dimensiones de la innovación en las organizaciones Revisar Área técnica: En los insumos /procesos / productos o servicios Comprender Área estratégica: nuevos sistemas de gestión , mejora continua, etc. (tqm, seis sigma, reingeniería, erp, teoría de restricciones, bsc, etc.). Definir Área de las relaciones sociales: mecanismos de negociación con los trabajadores, nuevas formas de estimulación y pago; etc. Mapear Área estructural: configuraciones organizacionales	**Estrategia Didáctica**	Lectura/ presentación de los contenidos Cuestionario interactivo Foro asincrónico Trabajo de aplicación/ trabajo en equipo

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	Profesional con título de especialización en áreas de: Ingeniería de procesos, ingeniería, administración, calidad, administración, ciencias sociales, tecnología, gerencia de proyectos y afines.	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años, en las siguientes temáticas: Calidad, gerencia de proyectos, lean manufacturing, metodologías ágiles, ingeniería de procesos y coordinación y dirección de equipos afines.	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.

UT N° :

-

Desarrollo de equipos innovadores de alto rendimiento

ID	1561		
Unidad Temática N°	2	**Nombre Unidad Temática**	Desarrollo de equipos innovadores de alto rendimiento
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	5
N° total de Horas Prácticas PAT	0	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	7
N° total de Horas Teóricas PAT	0	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	Evalúa tu equipo/ herramientas Flujo de Innovación /creación de redes internas: Flujo de innovación / redes informales en la compañía Análisis de las redes Conectores, los cuellos de botella, los influencers y quienes pueden estar fuera y desconectados.	**Competencia(s) a adquirir**	Desarrollo de equipos innovadores de alto rendimiento Los participantes estarán en capacidad de conformar equipos innovadores de alto rendimiento
Actividad Pedagógica	Descubrir herramientas-Evalúa tu equipo/ herramientas Definir Flujo de Innovación /creación de redes internas: Desarrollar Flujo de innovación / redes informales en la compañía Comprender Análisis de las redes Definir Conectores, los cuellos de botella, los influencers y quienes pueden estar fuera y desconectados.	**Estrategia Didáctica**	Lectura/ presentación de los contenidos Cuestionario interactivo Foro asincrónico Trabajo de aplicación/ Reflexión

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	Profesional con título de especialización en áreas de: Ingeniería de procesos, ingeniería, administración, calidad, administración, ciencias sociales, tecnología, gerencia de proyectos y afines.	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años, en las siguientes temáticas: Calidad, gerencia de proyectos, lean manufacturing, metodologías ágiles, ingeniería de procesos y coordinación y dirección de equipos afines.	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.

UT N° :

3

-

Ruta de implementación de estrategias de innovación

ID	1563		
Unidad Temática N°	3	**Nombre Unidad Temática**	Ruta de implementación de estrategias de innovación
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	5

N° total de Horas Prácticas PAT	0	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	7
N° total de Horas Teóricas PAT	0	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	Estrategia Focos estratégicos de innovación / Recursos designados / Incentivos para innovar Detección Exploración del entorno Identificación y estructuración de problemas principales /Identificación y estructuración de desafíos principales Hallazgos Identificación y estructuración de hallazgos principales /Identificación y estructuración de desafíos basados en los hallazgos encontrados Ideación Lluvia de ideas principales ideas seleccionadas Experimentación/ validación Experimentos y validaciones a las ideas seleccionadas para fortalecerlas o complementarlas Formulación de proyectos Formulación del proyecto de innovación de la idea seleccionada Ejecución de proyectos Ejecución de los proyectos formulados y seleccionados para ser implementados	**Competencia(s) a adquirir**	Ruta de implementación de estrategias de innovación Los participantes estarán en capacidad de definir la ruta de implementación de estrategias de innovación en sus organizaciones
Actividad Pedagógica	Definir ruta de implementación de estrategias de innovación Definir Estrategia Focos estratégicos de innovación / Recursos designados / Incentivos para innovar Detección Exploración del entorno Identificación y estructuración de problemas principales /Identificación y estructuración de desafíos principales Identificar Hallazgos Identificación y estructuración de hallazgos principales /Identificación y estructuración de desafíos basados en los hallazgos encontrados Aplicar la Ideación Lluvia de ideas principales ideas seleccionadas Desarrollar la Experimentación/ validación Experimentos y validaciones a las ideas seleccionadas para fortalecerlas o complementarlas Aplicar Formulación de proyectos Formulación del proyecto de innovación de la idea seleccionada Planear la Ejecución de proyectos Ejecución de los proyectos formulados y seleccionados para ser implementados	**Estrategia Didáctica**	Lectura/ presentación de los contenidos Cuestionario interactivo Foro asincrónico Trabajo de aplicación

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	Profesional con título de especialización en áreas de: Ingeniería de procesos, ingeniería, administración, calidad, administración, ciencias sociales, tecnología, gerencia de proyectos y afines.	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años, en las siguientes temáticas: Calidad, gerencia de proyectos, lean manufacturing, metodologías ágiles, ingeniería de procesos y coordinación y dirección de equipos afines.	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.

UT N° :

-

Autoconfianza y cultura innovadora

ID	1565

Unidad Temática N°	4	**Nombre Unidad Temática**	Autoconfianza y cultura innovadora
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	3
N° total de Horas Prácticas PAT	0	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	5
N° total de Horas Teóricas PAT	0	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	Líderes que inspiran Equipos informados Feedback 360	**Competencia(s) a adquirir**	Autoconfianza y cultura innovadora Los participantes estarán en capacidad de fomentar la autoconfianza y cultura innovadora
Actividad Pedagógica	Autoconfianza y cultura innovadora Reconocer Líderes que inspiran Conocer herramientas para tener Equipos informados Conocer las técnicas de Feedback 360	**Estrategia Didáctica**	Lectura/ presentación de los contenidos Cuestionario interactivo Foro Sincrónico Trabajo de aplicación

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	Profesional con título de especialización en áreas de: Ingeniería de procesos, ingeniería, administración, calidad, administración, ciencias sociales, tecnología, gerencia de proyectos y afines.	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de tres (3) años, en las siguientes temáticas: Calidad, gerencia de proyectos, lean manufacturing, metodologías ágiles, ingeniería de procesos y coordinación y dirección de equipos afines.	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.

Resumen de Rubros de la Acción de Formación

Rubro	*Descripción*	*Cofinanciación SENA*	*Porcentaje Cofinanciación SENA*	*Contrapartida Especie*	*Porcentaje Contrapartida Especie*	*Contrapartida Efectivo*
R08.2 Formación Virtual - Curso 40 horas	Formación Virtual - Curso 40 horas	$ 250.600.000	% 75,13	0	% 0,00	$ 82.968.000
R10.3 Garantías	Garantías	$ 0	% 0,00	0	% 0,00	$ 669.800

AF N° :

5

-

Estrategia de marketing digital para el crecimiento exponencial

ID	1304

N° Acción Formación	5
ID Propuesta	904
Propuesta en la que se basó la AF	Estrategia de marketing digital para el crecimiento exponencial
Causas Y Efectos De La Necesidad De Formación Detectada	CAUSAS PUNTUALES: La transformación digital es un hecho, que se ha acentuado tras la pandemia. La necesidad de formación en Estrategia de marketing digital para el crecimiento exponencial, se origina específicamente en las siguientes causas identificadas en los resultados de la encuesta a afiliados y participantes del programa PFCE 2021 de la AHK incorporados en el Plan Integral de Detección de Necesidades de AHK (01/12/21 - 04/04/2022): 1) Los cambios tecnológicos asociados a la Cuarta revolución industrial y la transformación digital que se experimenta a nivel global deben ser encarados por las empresas del sector privado. 2) Mejora en la experiencia del consumidor y la generación de nuevos modelos de negocio que aumentan la competitividad empresarial, situación que representa una oportunidad, como lo señala la CEPAL en su informe “Tecnología digitales para un nuevo futuro”, la implementación de nuevas tecnologías aumenta la escala de producción y amplía la cobertura de los servicios, y a su vez es facilita el diseño de productos y servicios específicos para ciertos segmentos de mercado. 3) Cambios en los comportamientos de los consumidores por cuenta de las medidas de aislamiento social que trajo consigo la pandemia de COVID-19, que han acentuando la necesidad de las empresas a adaptarse al cambio digital. Esto concretamente se expresa en el aumento de los usuarios en los canales digitales así como de internet en Colombia. Las cifras arrojadas en el informe "Digital 2022" de Hootsuite, el 69% de la población se conecta a internet, sobre todo a través de conexiones móviles. 4) Consecuente aumento del comercio electrónico que significa un reto y una oportunidad que las empresas deben encarar. Las ventas de comercio electrónico, en el año en 2021, crecieron a una tasa mensual promedio de 3,7 %. (El comercio electrónico en 2021, Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, 2022). EFECTOS PUNTUALES: Si no se desarrollan las competencias para implementar el marketing digital para el crecimiento exponencial, se derivarán los siguientes efectos: 1) Las empresas perderían la oportunidad de aprovechar el cambio tecnológico que se presenta a nivel mundial. 2) Las empresas enfrentarían una situación negativa en su capacidad de comercializar sus productos y servicios y competir en un entorno cada vez más digital y más globalizado poniendo en riesgo su sostenibilidad. (La Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, en su informe de 2021 sobre el comercio electrónico, proyecta un crecimiento del 19% total del comercio digital para el 2022). 3) Se mantendrá la tendencia señalada por el CONPES 4069, manteniendo al país como receptor y no como productor de contenidos, afectando la capacidad de sus empresas para encarar exitosamente la transformación digital que estamos experimentando. La acción de formación que se plantea contribuirá fortalecer las competencias de los equipos de trabajo en el desarrollo de estrategias y tácticas de marketing de alto impacto y crecimiento exponencial, lo que tiene que ver directamente con el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación. El gobierno colombiano desde hace diez años, como lo demuestran los diversos documentos del CONPES sobre innovación, ciencia, tecnología y productividad, considera que este ha sido un campo poco explotado en el país; y específicamente en su documento "Política Nacional para la promoción de las industrias culturales en Colombia", el CONPES nos dice que los colombianos se han constituido como receptores de información desaprovechando la oportunidad de pasar de receptores a convertirse en productores de contenidos. De no ejecutarse la acción de formación planteada, se mantendrá la tendencia señalada por el CONPES, manteniendo al país como receptor y no como productor de contenidos, afectando la capacidad de sus empresas para encarar exitosamente la transformación digital que estamos experimentando.
Nombre De La Acción De Formación	Estrategia de marketing digital para el crecimiento exponencial
Objetivo(S) De La Acción De Formación	Fortalecer las competencias laborales que les permita a los trabajadores el desarrollo y puesta en marcha de estrategias de marketing digital de alto impacto, que propicien el crecimiento exponencial de la empresa, y el posicionamiento estratégico de la misma, en el mercado, basados en las necesidades de la empresa, las tendencias del mercado, y las necesidades del cliente. La acción contribuye de forma positiva a resolver totalmente la necesidad del desarrollo de iniciativas de marketing que permitan una mejor gestión y el conocimiento de marca y clientes.
Evento De Formación	Curso
Modalidad De Formación	Presencial asistida por tecnologías-PAT
Metodología De Aprendizaje	Teórica-Práctica

Modelo De Aprendizaje	No Aplica
Tipo De Ambiente De Aprendizaje	Plataforma o herramienta tecnológica
Justificación Ambiente De Aprendizaje	Se pondrá a disposición, para el desarrollo del presente proyecto, la plataforma virtual MOODLE del proyecto PFCE en la cual se accede a una plataforma o herramienta tecnológica, para cada grupo en la que se incluyen enlaces a sesiones ZOOM para la realización de las sesiones en modalidad PAT. Adicionalmente estas aulas alojarán las grabaciones de las sesiones PAT y las presentaciones de los expertos, así como información general de la acción formativa y enlaces a encuestas, según corresponda. Cada participante autónomamente deberá disponer de los dispositivos y conectividad requerida para acceso a la plataforma virtual. Se cumple lo establecido en el ANEXO 14. JUSTIFICACIÓN: El ambiente de aprendizaje propuesto favorece la gestión organizada y ágil de las sesiones sincrónicas de formación, facilitando la conexión de los participantes y del experto o de la experta según corresponda. Este ambiente facilita la interacción basada en herramientas tecnológicas que apoya el trabajo teórico-práctico
Número De Días De Ejecución De La Acción De Formación	10
Número de Grupos	5
Número de Beneficiarios de la AF	100
Número de Beneficiarios Asociados a Grupos	100
Número de días por grupo	10
Numero de horas por grupo de la AF	20
Número de Horas Total de la AF	100

Beneficiarios

Número De Beneficiarios	100	**Área Funcional A La Cual Pertenecen**	Dirección, gerencia, administración, planeación, Marketing, Ventas o afines.
Funciones O Tareas Que Desempeñan	Definir, supervisar y ejecutar la estrategia empresarial y marketing de la empresa , coordinación de equipos, desarrollar y definir objetivos e iniciativas para el desarrollo de la actividad de la empresa. Actividades de prospección, contacto, cierre y seguimiento de ventas. Analizar y gestión, administración, gestión comercial, ventas, community manager, manejo de proveedores, planeación, ejecución y supervisión de presupuestos, Gerencia de proyectos, actividades de marketing digital y servicio al cliente y afines	**Tipo De Vinculación Laboral**	Contrato laboral a término indefinido o contrato de prestación de servicios

Nivel De Escolaridad	Profesionales, tecnólogos o técnicos en áreas de administración, ingeniería, manufactura, tecnología, marketing, comunicaciones, ventas, publicidad, contenido digital, community manager, gerencia de proyectos, procesos y afines.	**Acceso A Las Tic'S**	Son personas con competencias digitales que les permiten acceder al uso de computadores y demás dispositivos y utilizar aplicaciones a nivel de usuario para el desarrollo de sus funciones. Acceden a conectividad para el desarrollo de sus actividades.
Trabajadores En Condición De Discapacidad Que Se Beneficiarán De La Formación	0	**Número De Trabajadores Mujeres**	50
Número De Empresas Sociedades De Beneficio E Interés Colectivo Bic A Beneficiar	0	**Número De Empresas Beneficiadas**	50
Número De Empresas Mipymes A Beneficiar	45	**Justificación Inclusión Trabajadores Empresas Mipymes**	La inclusión de beneficiarios de empresas Mipymes se justifica en razón a la proporción estadística de participantes en el programa PFCE 2021 y la proporción de empresas afiliadas que corresponden a esta categoría, en este sentido se establece que el 90% de las empresas impactadas serán Mipymes.

Número De Empresas A Beneficiar Que Hacen Parte De Su Cadena Productiva	20	**Justificación Inclusión Trabajadores Empresas Que Hacen Parte De La Cadena Productiva Como Beneficiarios**	Dado que el objeto social de la CÁMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO COLOMBO ALEMANA es el fomento y desarrollo de las relaciones comerciales, industriales, económicas y culturales entre la República de Colombia y la República Federal de Alemania, se incluirán beneficiarios que hacen parte de la cadena productiva de las empresas que integran el ámbito de acción de la cámara, puesto que son los trabajadores de estas empresas quienes apoyan el desarrollo productivo y competitividad de todos los eslabones de valor del sector al que pertenece cada afiliado.
Enfoque De La Acción De Formación	Formación en el trabajo	**Justificación Enfoque De La Acción De Formación**	La presente acción de formación tiene un enfoque de FORMACIÓN PARA EL TRABAJO, ya que es una acción de formación dirigida a trabajadores de el/los nivel(es) ocupacionales indicados y que requieren actualizar y adquirir conocimientos, habilidades, aptitudes, técnicas y/o prácticas, necesarias para resolver con autonomía, temas relacionados con la planificación y ejecución del trabajo actual o del cargo en el que busca desempeñarse, de tal forma que se generen mejoras en la empleabilidad, la productividad laboral y competitividad empresarial que contribuyan al desarrollo de estrategias de márketing digital orientadas al crecimiento exponencial de la empresa.

Alineación De La Acción De Formación	AF que dé aplicación a la cuarta revolución industrial	**Justificación De La Alineación**	La CEPAL apunta en su reporte de 2022 “Tecnologías digitales para un nuevo futuro”, que el futuro de las empresas en América Latina dependerá de su capacidad de respuesta a los retos de la digitalización y el marketing, la aplicación de tecnologías digitales se alinea con la aplicación de la cuarta revolución industrial ya que la convergencia de tecnologías digitales, físicas y biológicas, son los fundamentos que impulsan el desarrollo de la 4ta revolución y será la aplicación de herramientas digitales, algoritmos, parametrización los ejes centrales de la estrategia de marketing exponencial, conceptos que se desarrollarán en la acción de formación propuesta por AHK a sus empresas afiliadas y grupos de interés.

Categorización De La Acción De Formación	Desarrollo productivo y competitividad	**Justificación Categorización**	La acción de formación responde a la doble categorización de desarrollo productivo y competitividad. La competitividad es la capacidad de una empresa para mejorar sus resultados, manteniendo o incrementando su cuota de participación o nivel de rentabilidad. Esta formación incide en la capacidad que tendrán las empresas de incrementar y mantener su cuota de mercado y desarrollar procesos de innovación en su modelo de ventas, lo que facilitará la búsqueda de nuevas oportunidades. Por otra parte, incide en el desarrollo productivo la introducción de nuevos modelos de ventas digitales que harán que sea más eficiente el proceso y la dedicación de los equipos de trabajo y la incorporación de las herramientas tecnológicas al proceso de ventas.
Justificación Acción De Formación Especializada	POR QUE ES UNA ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA: Esta es una acción de formación especializada porque es una acción de corta duración que garantiza la profundización de conocimientos, habilidades y destrezas, permitiendo la aplicación de los mismos en el contexto laboral inmediato, asegurando la calidad, comprensión y uso del pensamiento crítico y analítico de la labor realizada o de la tarea a ejecutar, con el propósito de encaminar al trabajador a su actualización laboral, para responder a las necesidades específicas de las empresas, que surge de la implementación de mejoras tecnológicas, nuevas metodologías y herramientas, aumentando la productividad y empleabilidad de los trabajadores y la competitividad de las mismas.	**Material De Formación-Justificación Del Material**	PAT LIBRO DIGITAL : Se contará con libro electrónico/digital (con código ISBN). Se garantizará la puesta a disposición de los beneficiarios del material de formación en la plataforma virtual destinada para la realización de este evento de formación. JUSTIFICACIÓN: El material, de producción reciente, (MENOS DE 2 AÑOS) , reunirá los medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan las actividades de enseñanza-aprendizaje en la modalidad PAT, y guardará coherencia con los objetivos de la formación, perfil de los beneficiarios y estará metodológicamente estructurado de modo que facilite la transferencia de conocimiento. Los contenidos incluidos corresponden directamente con

			cada una de las cuatro unidades temáticas UNIDAD TEMÁTICA 1. Crecimiento exponencial en el mercado objetivo UNIDAD TEMÁTICA 2. Marketing digital para impulsar el crecimiento exponencial UNIDAD TEMÁTICA 3. Seguimiento y medición de métricas de la estrategia de marketing digital UNIDAD TEMÁTICA 4. Creación de contenido digital Los participantes encontrarán debidamente identificadas las unidades y cada uno de sus contenidos pudiendo así adquirir la base teórica para el desarrollo de las actividades prácticas propuestas y que incluyen: autoevaluaciones, ejercicios de relación de conceptos, ejercicios multimedia, entre otros. Incluyen textos descriptivos, cuadros de ampliación, vídeos de apoyo, documentación complementaria e infografías.
Capacitador Persona Jurídica Af	La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto es Adalid Inmark Colombia SAS, cuya actividad principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559 (otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560(actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área, cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social. ADALID INMARK COLOMBIA SAS, cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz ADALID SC S.L. con una trayectoria de más de 15 años en España y Chile; de su entidad adscrita Instituto Europa y del grupo empresarial ASPASIA, del cual forma parte, quienes en su conjunto aportan sus expertos internacionales, material didáctico y formativo ADALID INMARK COLOMBIA acredita siete (7) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. Adicionalmente cuenta con siete (7) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados),a entidades públicas o privadas.	**Resultados De Aprendizaje Esperados**	"Durante el desarrollo de la acción formativa los capacitadores verificarán el avance de lo que el trabajador aprendió y aplicará en su puesto de trabajo, a partir del momento de finalizar la acción de formación, mediante observaciones y calificaciones que consignarán en la matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Se asocia un resultado de aprendizaje a cada unidad temática, evidenciando la alineación de cada resultado con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del beneficiario. Los resultados

definidos como parámetro de referencia del proceso de formación son:

R1. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de de aplicar los conceptos de crecimiento exponencial en el mercado objetivo incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque exploran el proceso de Growth Hacking, favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como identificar sus redes y evaluar su estrategia

R2. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de desarrollar un plan de marketing digital incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque impulsara el crecimiento exponencial favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como desarrollo del embudo de ventas Growth Hacking.

R3. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de de desarrollar el seguimiento y medición de métricas de la estrategia de marketing digital incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque aplicará técnicas en redes sociales para crecer aún más favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como Verificación engagement, crear Encuestas Online

R4. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de de

			desarrollar y crear de contenido digital incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque aplicará herramientas para la creación de contenido, favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como planificación SEO, identificar palabras clave en Google, generación de títulos. R5.// R6 El 85% de los beneficiarios manifiestan estar satisfechos con la acción formativa en la que participan. Fuente de verificación 1: Informe de matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Calificación mínima 2 puntos correspondiente al Nivel Medio. Momento 1: a la finalización de la acción formativa. Fuente de verificación 2: Informe de tabulación de encuestas de satisfacción. Calificación mínima de 3 o equivalente. Momento 2: a la finalización de la acción formativa.

Evaluación Del Aprendizaje	La evaluación de aprendizaje permitirá la verificación del cumplimiento de los objetivos propuestos y de los resultados esperados, los criterios de evaluación que son los parámetros de referencia del proceso evaluativo, evidenciando la comprensión de los contenidos, la interiorización de los conceptos y conocimientos adquiridos. El sistema de seguimiento y evaluación propuesto pone de manifiesto la evaluación continua, integral, cualitativa y cuantitativa. MATRIZ DE EVALUACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA: Cada participante recibirá una calificación numérica asociada a los criterios de evaluación del desempeño en las actividades prácticas desarrolladas, a la comprensión de los contenidos abordados y a los logros en la aplicación de los conocimientos en las actividades prácticas. Así mismo el capacitador emitirá una valoración cualitativa del participante referente a su motivación y participación en las actividades prácticas propuestas y en las actividades teóricas realizadas. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN: Al finalizar la acción formativa cada participante diligenciará la encuesta aprobada por el SENA que medirá su satisfacción sobre el desarrollo de la acción de formación y su impacto en la práctica laboral, entre otros. . De manera permanente los participantes contarán con un correo electrónico y datos de contacto personal para el reporte de incidencias o la notificación de comentarios, de manera que se tomen las medidas correctivas pertinentes. TASA DE INCREMENTO DEL CONOCIMIENTO: Mide el incremento del conocimiento de los trabajadores beneficiarios participantes por acción de formación: TIC= (NPFT-NPIT)/NPIT *100 TIC = Tasa de incremento del conocimiento NPFT = Nota promedio final de conocimiento del trabajador NPIT = Nota promedio inicial de conocimiento del trabajador 1. Cada evaluación estará compuesta por mínimo 5 y máximo 10 preguntas, las cuales serán formuladas por el capacitador. 2. Los criterios de evaluación estarán directamente relacionados con las unidades temáticas de la acción de formación a evaluar y debe ser resuelta por todos los beneficiarios de la misma. 3. La calificación resultante de cada una de las evaluaciones debe encontrarse dentro del rango de [0,10] (Intervalo cerrado) y se pueden dar valores decimales de hasta máximo una posición decimal. Ejemplo: 7,5. 4. La evaluación ex-ante se aplicará a los beneficiarios el día de inicio de la acción de formación, y la evaluación ex-post el último día de ejecución de la misma, con el fin de realizar una comparación que refleje los resultados en el incremento de conocimientos del trabajador beneficiario de la formación. El capacitador entregará un informe acerca de las evaluaciones ex-ante y ex-post aplicados y el análisis de los resultados obtenidos en la acción de formación ejecutada a través de los eventos taller (cuando su duración sea igual o superior a 20 horas), curso y diplomado y/o cuando aplique los modelos de aprendizaje puesto de trabajo real, aula invertida-Flipped Classroom, o Bootcamp. Este informe debe ser entregado al director del proyecto dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la terminación de la acción de formación, quien analizará a la luz de los indicadores internos de la empresa y/o gremio, los resultados de mejora de productividad del trabajador y competitividad de la empresa. Este será remitido a la interventoría dentro de los ocho (8) días hábiles siguientes para el análisis correspondiente. De igual forma, este informe se integrará al informe final de ejecución que el conveniente entregará a la interventoría, para posterior remisión al SENA.	**Justificación Del Lugar De Ejecución**	La AHK Colombia tal y como consta en sus estatutos, desarrolla sus actividades de apoyo comercial y de transferencia del conocimiento en el ámbito nacional, y por su carácter gremial multisectorial, cuenta con afiliados y empresas pertenecientes a la cadena productiva de sus empresas afiliadas en estas zonas del país: Bogotá, Antioquia, Cundinamarca, Valle, Atlántico, Santander, Norte de Santander, Meta, Magdalena y Huila. Así mismo cuenta con aliados a nivel nacional que incluyen Cámaras de Comercio locales, entidades territoriales, asociaciones entre otros con los que trabaja aunando esfuerzos para lograr un propósito común generalmente enfocado en el fortalecimiento empresarial. Estos aliados se sitúan entre otros en estos departamentos: Caldas, Bolívar y Casanare. Por tanto los lugares previstos están dentro del ámbito de actuación de la AHK Colombia

Justificación Nivel Ocupacional	AHK contempla impactar todos los niveles de las organizaciones ya que el entorno laboral, donde hemos visto cómo el teletrabajo se ha expandido y cómo la adquisición y actualización de habilidades se ha convertido en un factor determinante para mantener la competitividad laboral y es que, en un entorno lleno de cambios y novedades, en el que gran parte del día a día se ha trasladado al ecosistema digital, las habilidades profesionales demandadas por las compañías también han variado. El marketing es uno de los campos en los que estas variaciones se han hecho más palpables, la implementación del del Marketing exponencial debe generarse en todos los niveles de la empresa de manera que las áreas estén alineadas con el crecimiento y los cambio que supone la implementación de la estrategia, las organizaciones deben enfocar a sus equipos a trabajar en colaboración, por proyectos y mejorando la comunicación entre ellos de manera transversal. Esta nueva forma de trabajo está más centrada en las personas y en los conocimientos. Son planteamientos para conseguir la flexibilidad, el dinamismo y las respuestas requeridas por el nuevo entorno competitivo.	**Justificación Sector/Subsector**	La formación propuesta está relacionada con el sector y subsector transversal al que pertenecen los beneficiarios, por cuanto la necesidad que atiende es propia de las actividades económicas, productivas y de carácter multisectorial de las empresas afiliadas a AHK Colombia.

Necesidades de Formación a Atender

Necesidad de Formación

Gestión de marketing y comunicaciones: Esta necesidad fue identificada mediante la herramienta Encuesta a afiliados y participantes del programa PFCE 2021 de la AHK cuyos resultados se incorporaron en el Plan Integral de Detección de Necesidades de AHK (01/12/21 - 04/04/2022), donde el área de “Gestión de marketing y comunicaciones” fue identificada como la de mayor interés con un puntaje de 2,45. Esta área refiere directamente al problema de ""conocer bien la marca y el mercado objetivo para la mejora resultados”. La necesidad responde a los retos que la pandemia de COVID-19, con su subsecuente transformación digital, le ha impuesto a las empresas. El estudio realizado por Mercer ""Tendencias globales de talento 2021"" arrojó que las empresas precisan de conocimientos mínimos para la digitalización efectiva de un negocio. Lo anterior se explica de cara al crecimiento del comercio digital. Según datos del informe ""Reporte de la Industria, el ecommerce en Colombia 2021"" de BlackSip, el número de usuarios conectados a Internet en todo el país creció 1,3 millones, registrando un total de 34,73 millones. Esto se ha reflejado en un aumento de las ventas digitales, como lo exponen las cifras de Cámara del comercio electrónico: en 2021 el comercio electrónico y las ventas digitales en Colombia aumentaron, pues el último trimestre del año tuvieron valores cercanos a los 10 billones de pesos, es decir, 79,6 % más que las ventas del periodo de 2019, y 31,7 % mayores que las ventas observadas durante el tercer trimestre del 2020. Según el informe de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico en su informe ""El comercio electrónico en 2021"", durante el pasado año se registraron $39,9 billones de pesos de ventas en línea, lo que representó un crecimiento de 40,2 % respecto al 2020. El CONPES 3975 “Política nacional para la transformación digital e inteligencia artificial”, refiere que 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. Es con base en lo expuesto, que la priorización de la necesidad de formación identificada se sustenta en que las empresas afiliadas a AHK Colombia y su cadena productiva deben fortalecer sus modelos de venta digital ya que el dinamismo y crecimiento del comercio se presenta como una oportunidad y un reto al cual deben responder para mejorar su resultados y mantener su cuota de mercado en un mundo cada vez más digital y más globalizado. El proceso formativo que se plantea contribuirá a fortalecer las competencias de los equipos de trabajo en el desarrollo de estrategias y tácticas de marketing de alto impacto y crecimiento exponencial, lo que tiene que ver directamente con el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación. El gobierno colombiano desde hace diez años, como lo demuestran los diversos documentos del CONPES sobre innovación, ciencia, tecnología y productividad, considera que este ha sido un campo poco explotado en el país; y específicamente en su documento ""Política Nacional para la promoción de las industrias culturales en Colombia"", se señala que los colombianos se han constituido como receptores de información desaprovechando la oportunidad de pasar de receptores a convertirse en productores de contenidos.

Niveles Ocupacionales de la Acción de Formación

Nivel Ocupacional

ALTA DIRECCIÓN

OPERATIVO

MEDIO

Sectores de la Acción de Formación

Sector

Transversal

Subsectores de la Acción de Formación

Subsector

Transversal

Lugar de Ejecución de la Acción de Formación

Grupo Numero Departamento	*Ciudad*	*N° Beneficiarios*
1 HUILA		10
1 BOGOTÁ D.C		10

Grupo Numero	Departamento	Ciudad	N° Beneficiarios
2	CUNDINAMARCA		10
2	META		10
3	CASANARE		10
3	SANTANDER		10
4	ATLÁNTICO		10
4	ANTIOQUIA		10
5	MAGDALENA		10
5	VALLE DEL CAUCA		10

Unidades Temáticas

UT N° :

1

-

Crecimiento exponencial en el mercado objetivo

ID	1617		
Unidad Temática N°	1	**Nombre Unidad Temática**	Crecimiento exponencial en el mercado objetivo
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	1	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	3	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	Qué es Growth Hacking con Marketing Digital? El proceso de Growth Hacking Estudio de Caso: Ejemplos de empresas que utilizaron el Growth Hacking	**Competencia(s) a adquirir**	Crecimiento exponencial en el mercado objetivo Los participantes estarán en capacidad de aplicar los conceptos de crecimiento exponencial en el mercado objetivo
Actividad Pedagógica	Crecimiento exponencial en el mercado objetivo Comprender qué es Growth Hacking con Marketing Digital? Definir el proceso de Growth Hacking Estudio de Caso: Ejemplos de empresas que utilizaron el Growth Hacking	**Estrategia Didáctica**	Conferencia/ Presentación: se realiza la exposición de los contenidos. Reflexión /Aplicación: los participantes experimentan. Ejercicios y dinámicas que permitan a los participantes aplicar lo explicado en la presentación. Discusión grupal/Feedback: está es la parte en la que se reflexiona en grupo sobre el tema tratado y se obtienen conclusiones. Estudio de caso Preguntas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido Formación	Experiencia Relacionada	Experiencia en Capacitación Experiencia en Plataformas

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría Administración, economía, ingeniería, diseño gráfico, Marketing, Marketing digital, growth Hacking, diseñador web, productor de contenido audiovisual, comunicación, publicidad o similares	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en temas relacionados con las unidades temáticas a desarrollar, los cuales se especifican a continuación: Internacional Maestría Administración, economía, ingeniería, diseño gráfico, Marketing, Marketing digital, growth Hacking,diseñador web, productor de contenido audiovisual, comunicación, publicidad o similares	Con experiencia laboral en por lo menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento, con la temática afín con el objeto de la formación que va a impartir.	No Aplica

UT N° :

2

-

Marketing digital para impulsar el crecimiento exponencial

ID	1620		
Unidad Temática N°	2	**Nombre Unidad Temática**	Marketing digital para impulsar el crecimiento exponencial
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	3	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	3	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	El embudo de ventas Growth Hacking Las 5 fases para el Growth Hacking de tu empresa Tarea - El embudo de Growth Hacking para tu Empresa	**Competencia(s) a adquirir**	Marketing digital para impulsar el crecimiento exponencial Los participantes estarán en capacidad de desarrollar un plan de marketing digital para impulsar el crecimiento exponencial
Actividad Pedagógica	Definir el embudo de ventas Growth Hacking Compreden las 5 fases para el Growth Hacking de tu empresa Tarea - El embudo de Growth Hacking para tu Empresa	**Estrategia Didáctica**	Conferencia/ Presentación: se realiza la exposición de los contenidos. Proyecto/Aplicación: los participantes experimentan. Cuestionario dinámico/Feedback: está es la parte en la que se reflexiona en grupo sobre el tema tratado y se obtienen conclusiones. Preguntas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría Administración, economía, ingeniería, diseño gráfico, Marketing, Marketing digital, growth Hacking, diseñador web, productor de contenido audiovisual, comunicación, publicidad o similares	Experiencia relacionada comprobada,mínimo de cinco (5) años en temas relacionados con las unidades temáticas a desarrollar, los cuales se especifican a continuación: Internacional Maestría Administración, economía, ingeniería, diseño gráfico, Marketing, Marketing digital, growth Hacking, diseñador web, productor de contenido audiovisual, comunicación, publicidad o similares	Con experiencia laboral en por lo menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento, con la temática afín con el objeto de la formación que va a impartir.	No Aplica

UT N° :

3

-

Seguimiento y medición de métricas de la estrategia de marketing digital

ID	1625		
Unidad Temática N°	3	**Nombre Unidad Temática**	Seguimiento y medición de métricas de la estrategia de marketing digital
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	3	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	3	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	Redes sociales para crecer aún más Origen de tus clientes Verificación engagement- si las personas realmente desean tus productos y servicios Herramientas para crear Encuestas Online	**Competencia(s) a adquirir**	Seguimiento y medición de métricas de la estrategia de marketing digital Los participantes estarán en capacidad de desarrollar el seguimiento y medición de métricas de la estrategia de marketing digital
Actividad Pedagógica	Analizar redes sociales para crecer aún más Definir el origen de tus clientes Aplicar la verificación engagement- si las personas realmente desean tus productos y servicios Practicar Herramientas para crear Encuestas Online	**Estrategia Didáctica**	Conferencia/ Presentación: se realiza la exposición de los contenidos. Ejercicio práctico./Aplicación: los participantes experimentan. Cuestionario dinámico/Feedback: está es la parte en la que se reflexiona en grupo sobre el tema tratado y se obtienen conclusiones. Tarea/ ejercicio a desarrollar Preguntas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría Administración, economía, ingeniería, diseño gráfico, Marketing, Marketing digital, growth Hacking, diseñador web, productor de contenido audiovisual, comunicación, publicidad o similares	Experiencia relacionada comprobada,mínimo de cinco (5) años en temas relacionados con las unidades temáticas a desarrollar, los cuales se especifican a continuación: Internacional Maestría Administración, economía, ingeniería, diseño gráfico, Marketing, Marketing digital, growth Hacking, diseñador web, productor de contenido audiovisual, comunicación, publicidad o similares	Con experiencia laboral en por lo menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento, con la temática afín con el objeto de la formación que va a impartir.	No Aplica

UT N° :

4

-

Creación de contenido digital

ID	1627

Unidad Temática N°	4	**Nombre Unidad Temática**	Creación de contenido digital
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	1	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	3	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	Programas SEO para crear contenido digital Planificador de palabras clave de Google -Aplicaciones para generar los títulos de tus contenidos digitales -Aplicaciones para añadir fotos a tus contenidos digitales Canva Freepik -Otras aplicaciones para gestionar y crear contenidos digitales Hootsuite Feedly TagsFinder Active Campaign Post relacionados	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de desarrollar y crear de contenido digital
Actividad Pedagógica	-Explorar programas SEO para crear contenido digital -Identificar planificador de palabras clave de Google -Explorar aplicaciones para generar los títulos de tus contenidos digitales -Identificar Aplicaciones para añadir fotos a tus contenidos digitales Canva Freepik -Explorar otras aplicaciones para gestionar y crear contenidos digitales Hootsuite Feedly TagsFinder Active Campaign Post relacionados	**Estrategia Didáctica**	Proyecto/Aplicación: los participantes experimentan. Cuestionario dinámico/Feedback: está es la parte en la que se reflexiona en grupo sobre el tema tratado y se obtienen conclusiones. Preguntas"

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría Administración, economía, ingeniería, diseño gráfico, Marketing, Marketing digital, growth Hacking, diseñador web, productor de contenido audiovisual, comunicación, publicidad o similares	Experiencia relacionada comprobada,mínimo de cinco (5) años en temas relacionados con las unidades temáticas a desarrollar, los cuales se especifican a continuación: Internacional Maestría Administración, economía, ingeniería, diseño gráfico, Marketing, Marketing digital, growth Hacking, diseñador web, productor de contenido audiovisual, comunicación, publicidad o similares	Con experiencia laboral en por lo menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento, con la temática afín con el objeto de la formación que va a impartir.	No aplica

Resumen de Rubros de la Acción de Formación

Rubro	*Descripción*	*Cofinanciación SENA*	*Porcentaje Cofinanciación SENA*	*Contrapartida Especie*	*Porcentaje Contrapartida Especie*	*Contrapartida Efectiv*

Rubro	*Descripción*	*Cofinanciación SENA*	*Porcentaje Cofinanciación SENA*	*Contrapartida Especie*	*Porcentaje Contrapartida Especie*	*Contrapartida Efectiv*
R10.3 Garantías	Garantías	$ 0	% 0,00	0	% 0,00	$ 201.10
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría Descripción	$ 65.245.000	% 75,15	0	% 0,00	$ 21.580.00
R05.1.2 Material de Formación - Digital - Libro electrónico - digital	Libro electrónico o digital	$ 10.000.000	% 75,01	0	% 0,00	$ 3.332.00

AF N° :

6

-

Liderazgo ágil en entornos desafiantes

ID	1290
N° Acción Formación	6
ID Propuesta	890
Propuesta en la que se basó la AF	Liderazgo ágil en entornos desafiantes

Causas Y Efectos De La Necesidad De Formación Detectada	CAUSAS PUNTUALES: La necesidad de formación en "Liderazo ágil en entornos desafiantes", se origina específicamente en las siguientes causas identificadas en las conclusiones de la mesa de trabajo de recursos humanos de AHK incorporados en el Plan Integral de Detección de Necesidades de AHK (01/12/21 - 04/04/2022): 1) Dadas las medidas de emergencia adoptadas para enfrentar la pandemia de COVID-19, el trabajo fue uno de los principales afectados. No solamente por la pérdida de empleos que significó los cierres y el aislamiento, sino también porque los fenómenos de teletrabajo y trabajo en casa se acentuaron. (El Centro de Estudios Sociales y Laborales de la ANDI reportó que, de los 11.962.317 ocupados urbanos en el país hay 1.161.980 (9,7%) trabajan desde casa, incluyendo los teletrabajadores. Como la misma ANDI lo reconoce, la organización laboral encara esta situación como un reto, en el que liderazgo con capacidad de adaptación será central para poder lograr los objetivos de trabajo). 2) Con o sin pandemia, la transformación digital es un hecho, y esta está trastocando seriamente los procesos productivos. Harrison Caldas de Natura&Co afirma que los nuevos modelos de trabajo híbridos, así como la salud mental, y la gestión de equipos diversos son elementos claves a considerar para el liderazgo, el cual debe ser transformador, generando culturas inclusivas y retadoras. Un liderazgo además centrado en el propósito individual y de compañía, la diversidad, equidad e inclusión, el desarrollo personal y profesional a través de desafíos transformadores. De tal forma que el mundo acto impone nuevas formas de liderazgo. EFECTOS PUNTUALES: Si no se desarrollan las competencias en liderazgo ágil en entornos desafiantes, se derivarán los siguientes efectos: 1) Seguirá existiendo un vacío entre la dirigencia empresarial frente a cómo encarar los nuevos retos del mundo del trabajo en un mundo que se transforma digitalmente y en el que las prácticas laborales cambiaron. 2) No se logrará dotar de habilidades suficientes en términos de liderazgo a una dirigencia empresarial que definitivamente deberá hacer frente a unas dinámicas laborales completamente distintas a las que se conocieron antes de la pandemia de COVID-19. (Mientras la ANDI vaticina, en su informe “Balance 2021 y perspectivas 2022”, que el 25 % de las empresas mantendría el trabajo en casa al menos un día a la semana, apunta también al hecho de que el teletrabajo seguirá creciendo). El liderazgo debe adaptarse a las nuevas condiciones laborales y productivas que ha impuesto la pandemia de COVID-19. Por eso, la acción formativa que se plantea busca fortalecer las habilidades que permitan guiar y organizar los equipos de trabajo, implicándolos en el desarrollo de las metas y objetivos, para que terminen jugando un papel activo en el desarrollo de la empresa, jalonando la implementación de procesos, así como de métodos de trabajo que consigan asegurar entornos que estimulen la iniciativa, el aprendizaje y el desarrollo del talento mediante el trabajo en equipo para el logro de los objetivos organizacionales. De no adelantarse, seguirá existiendo un vacío entre la dirigencia empresarial frente a cómo encarar los nuevos retos del mundo del trabajo en un mundo que se transforma digitalmente y en el que las prácticas laborales cambiaron. En segundo lugar, de no implementarse la acción formativa no se logrará dotar de habilidades suficientes en términos de liderazgo a una dirigencia empresarial que definitivamente deberá hacer frente a unas dinámicas laborales completamente distintas a las que se conocieron antes de la pandemia de COVID-19. Mientras la ANDI vaticina, en su informe “Balance 2021 y perspectivas 2022”, que el 25 % de las empresas mantendría el trabajo en casa al menos un día a la semana, apunta también al hecho de que el teletrabajo seguirá creciendo.
Nombre De La Acción De Formación	Liderazgo ágil en entornos desafiantes
Objetivo(S) De La Acción De Formación	Promover el desarrollo de competencias y habilidades que permitan gestionar, de manera efectiva, los equipos de trabajo de alto rendimiento que surgen en entornos desafiantes, para que se aseguren ambientes que estimulen la iniciativa, la autonomía, el aprendizaje y el desarrollo del talento, todo enmarcado en una mejora continua, en la capacidades de dar resultados y resolver conflictos y enfocados al trabajo en equipo para el logro de los objetivos organizacionales." La acción contribuye de forma positiva a resolver totalmente la necesidad de fortalecer el liderazgo postpandemia en las organizaciones.
Evento De Formación	Curso
Modalidad De Formación	Presencial asistida por tecnologías-PAT
Metodología De Aprendizaje	Teórica-Práctica
Modelo De Aprendizaje	No Aplica
Tipo De Ambiente De Aprendizaje	Plataforma o herramienta tecnológica

Justificación Ambiente De Aprendizaje	Se pondrá a disposición, para el desarrollo del presente proyecto, la plataforma virtual MOODLE del proyecto PFCE en la cual se accede a una plataforma o herramienta tecnológica, para cada grupo en la que se incluyen enlaces a sesiones ZOOM para la realización de las sesiones en modalidad PAT. Adicionalmente estas aulas alojarán las grabaciones de las sesiones PAT y las presentaciones de los expertos, así como información general de la acción formativa y enlaces a encuestas, según corresponda. Cada participante autónomamente deberá disponer de los dispositivos y conectividad requerida para acceso a la plataforma virtual. Se cumple lo establecido en el ANEXO 14. JUSTIFICACIÓN: El ambiente de aprendizaje propuesto favorece la gestión organizada y ágil de las sesiones sincrónicas de formación, facilitando la conexión de los participantes y del experto o de la experta según corresponda. Este ambiente facilita la interacción basada en herramientas tecnológicas que apoya el trabajo teórico-práctico
Número De Días De Ejecución De La Acción De Formación	10
Número de Grupos	5
Número de Beneficiarios de la AF	100
Número de Beneficiarios Asociados a Grupos	100
Número de días por grupo	10
Numero de horas por grupo de la AF	20
Número de Horas Total de la AF	100

Beneficiarios

Número De Beneficiarios	100	**Área Funcional A La Cual Pertenecen**	Dirección, gerencia, administración, planeación, Marketing, innovación, Ventas, finanzas, proyectos o afines
Funciones O Tareas Que Desempeñan	Definir, supervisar y ejecutar la estrategia empresarial y marketing de la empresa , coordinación de equipos, desarrollar y definir objetivos e iniciativas para el desarrollo de la actividad de la empresa. Actividades de prospección, contacto, cierre y seguimiento de ventas. Analizar y gestión, administración, gestión comercial, ventas, community manager, manejo de proveedores, planeación, ejecución y supervisión de presupuestos, Gerencia de proyectos, actividades de marketing digital y servicio al cliente, equipos que trabajan en entornos híbridos y afines	**Tipo De Vinculación Laboral**	Contrato laboral a término indefinido o contrato de prestación de servicios
Nivel De Escolaridad	Profesionales, tecnólogos o técnicos en áreas de economía, administración, ingeniería, tecnología, marketing, recursos humanos, comunicación, ciencias aplicadas, gerencia de proyectos, procesos y afines.	**Acceso A Las Tic'S**	Son personas con competencias digitales que les permiten acceder al uso de computadores y demás dispositivos y utilizar aplicaciones a nivel de usuario para el desarrollo de sus funciones. Acceden a conectividad para el desarrollo de sus actividades.

Trabajadores En Condición De Discapacidad Que Se Beneficiarán De La Formación	0	**Número De Trabajadores Mujeres**	50
Número De Empresas Sociedades De Beneficio E Interés Colectivo Bic A Beneficiar	0	**Número De Empresas Beneficiadas**	50
Número De Empresas Mipymes A Beneficiar	45	**Justificación Inclusión Trabajadores Empresas Mipymes**	La inclusión de beneficiarios de empresas Mipymes se justifica en razón a la proporción estadística de participantes en el programa PFCE 2021 y la proporción de empresas afiliadas que corresponden a esta categoría, en este sentido se establece que el 90% de las empresas impactadas serán Mipymes.
Número De Empresas A Beneficiar Que Hacen Parte De Su Cadena Productiva	20	**Justificación Inclusión Trabajadores Empresas Que Hacen Parte De La Cadena Productiva Como Beneficiarios**	Dado que el objeto social de la CÁMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO COLOMBO ALEMANA es el fomento y desarrollo de las relaciones comerciales, industriales, económicas y culturales entre la República de Colombia y la República Federal de Alemania, se incluirán beneficiarios que hacen parte de la cadena productiva de las empresas que integran el ámbito de acción de la cámara, puesto que son los trabajadores de estas empresas quienes apoyan el desarrollo productivo y competitividad de todos los eslabones de valor del sector al que pertenece cada afiliado.

Enfoque De La Acción De Formación	Formación Gerencial	**Justificación Enfoque De La Acción De Formación**	La presente acción de formación tiene un enfoque de FORMACIÓN GERENCIAL, ya que es una acción de formación que está dirigida a actualizar y adquirir conocimientos y habilidades organizacionales que permitan al personal de la alta gerencia y de la dirección estratégica entre ellos, gerentes, directores, supervisores, líderes de procesos y/o coordinadores, el adecuado manejo de los recursos de la empresa, así como aplicar proceso de análisis e interpretación de la información para optimizar la toma de decisiones estratégicas y promover la innovación, procesos de transformación organizacional, que generen aumento de productividad y competitividad empresarial con el apoyo de equipos de trabajo que lideren la resolución de conflictos en entornos desafiantes.

Alineación De La Acción De Formación	AF que desarrolle temáticas que incentiven la innovación en la empresa.	**Justificación De La Alineación**	Debido a la pandemia, las organizaciones se han venido preparando estratégicamente para afrontar los desafíos que se les presentan para sobrevivir en el medio. según Palermo Gómez (2018), por esta razón se requiere una nueva mentalidad de gestión en el liderazgo organizacional, con un nuevo enfoque que brinde una orientación hacia las nuevas tendencias y metodologías innovadoras en el manejo de los equipos de trabajo. Estas nuevas metodologías incentivaran la mejora continua, la confianza y la entrega rápida y permanente de resultados Palermo Gómez (2018). Es así como, la inclusión y aplicación de estas nuevas metodologías y procesos dentro de la practica empresarial incentivan la innovación en las empresas.

Categorización De La Acción De Formación	Desarrollo productivo y competitividad	**Justificación Categorización**	La acción de formación responde a la doble categorización de desarrollo productivo y competitividad. La competitividad es la capacidad de una empresa para mejorar sus resultados, manteniendo o incrementando su cuota de participación o nivel de rentabilidad. Esta formación incide en la capacidad que tendrán las empresas de incrementar y mantener su cuota de mercado y desarrollar procesos de innovación en su modelo de ventas, lo que facilitará la búsqueda de nuevas oportunidades. Por otra parte, incide en el desarrollo productivo la introducción de nuevos modelos de ventas digitales que harán que sea más eficiente el proceso y la dedicación de los equipos de trabajo y la incorporación de las herramientas tecnológicas al proceso de ventas.
Justificación Acción De Formación Especializada	POR QUE ES UNA ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA: Esta es una acción de formación especializada porque es una acción de corta duración que garantiza la profundización de conocimientos, habilidades y destrezas, permitiendo la aplicación de los mismos en el contexto laboral inmediato, asegurando la calidad, comprensión y uso del pensamiento crítico y analítico de la labor realizada o de la tarea a ejecutar, con el propósito de encaminar al trabajador a su actualización laboral, para responder a las necesidades específicas de las empresas, que surge de la implementación de mejoras tecnológicas, nuevas metodologías y herramientas, aumentando la productividad y empleabilidad de los trabajadores y la competitividad de las mismas.	**Material De Formación-Justificación Del Material**	PAT LIBRO DIGITAL : Se contará con libro electrónico/digital (con código ISBN). Se garantizará la puesta a disposición de los beneficiarios del material de formación en la plataforma virtual destinada para la realización de este evento de formación. JUSTIFICACIÓN: El material, de producción reciente, (MENOS DE 2 AÑOS) , reunirá los medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan las actividades de enseñanza-aprendizaje en la modalidad PAT, y guardará coherencia con los objetivos de la formación, perfil de los beneficiarios y estará metodológicamente estructurado de modo que facilite la transferencia de conocimiento. Los contenidos incluidos corresponden directamente con

			cada una de las cuatro unidades temáticas UNIDAD TEMÁTICA 1. Herramientas para el liderazgo ágil UNIDAD TEMÁTICA 2. Liderazgo en entornos VUCA UNIDAD TEMÁTICA 3. Gestión de equipos en tiempos de caos BANI UNIDAD TEMÁTICA 4. Autogestión individual y grupal para el logro de objetivos Los participantes encontrarán debidamente identificadas las unidades y cada uno de sus contenidos pudiendo así adquirir la base teórica para el desarrollo de las actividades prácticas propuestas y que incluyen: autoevaluaciones, ejercicios de relación de conceptos, ejercicios multimedia, entre otros. Incluyen textos descriptivos, cuadros de ampliación, vídeos de apoyo, documentación complementaria e infografías
Capacitador Persona Jurídica Af	La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto es Adalid Inmark Colombia SAS, cuya actividad principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559 (otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560(actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área, cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social. ADALID INMARK COLOMBIA SAS, cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz ADALID SC S.L. con una trayectoria de más de 15 años en España y Chile; de su entidad adscrita Instituto Europa y del grupo empresarial ASPASIA, del cual forma parte, quienes en su conjunto aportan sus expertos internacionales, material didáctico y formativo ADALID INMARK COLOMBIA acredita siete (7) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. Adicionalmente cuenta con siete (7) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados),a entidades públicas o privadas.	**Resultados De Aprendizaje Esperados**	Durante el desarrollo de la acción formativa los capacitadores verificarán el avance de lo que el trabajador aprendió y aplicará en su puesto de trabajo, a partir del momento de finalizar la acción de formación, mediante observaciones y calificaciones que consignarán en la matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Se asocia un resultado de aprendizaje a cada unidad temática, evidenciando la alineación de cada resultado con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del beneficiario. Los resultados definidos como parámetro de

				referencia del proceso de formación son: R1. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de Aplicar Herramientas para el liderazgo ágil incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque dimensiona la evolución personal, de equipos y organizacional favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como establecer Límites, fomentar la Autonomía y la mejora en los equipos. R2. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de aplicar técnicas para liderar en entornos VUCA incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque incidirá en su evolución personal favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como Entender la incertidumbre y Cambiar la complejidad R3. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de de gestionar equipos en tiempos de caos incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque aplicará herramientas de liderazgo y coaching favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como Feedback personal efectivo (co-evaluación). R4. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de aplicar técnicas de autogestión individual y grupal incidiendo positivamente en el desempeño del

			trabajador porque impulsará el logro de equipos favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como Gestión de acuerdos y compromisos R5.// R6 El 85% de los beneficiarios manifiestan estar satisfechos con la acción formativa en la que participan. Fuente de verificación 1: Informe de matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Calificación mínima 2 puntos correspondiente al Nivel Medio. Momento 1: a la finalización de la acción formativa. Fuente de verificación 2: Informe de tabulación de encuestas de satisfacción. Calificación mínima de 3 o equivalente. Momento 2: a la finalización de la acción formativa.

Evaluación Del Aprendizaje	La evaluación de aprendizaje permitirá la verificación del cumplimiento de los objetivos propuestos y de los resultados esperados, los criterios de evaluación que son los parámetros de referencia del proceso evaluativo, evidenciando la comprensión de los contenidos, la interiorización de los conceptos y conocimientos adquiridos. El sistema de seguimiento y evaluación propuesto pone de manifiesto la evaluación continua, integral, cualitativa y cuantitativa. MATRIZ DE EVALUACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA: Cada participante recibirá una calificación numérica asociada a los criterios de evaluación del desempeño en las actividades prácticas desarrolladas, a la comprensión de los contenidos abordados y a los logros en la aplicación de los conocimientos en las actividades prácticas. Así mismo el capacitador emitirá una valoración cualitativa del participante referente a su motivación y participación en las actividades prácticas propuestas y en las actividades teóricas realizadas. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN: Al finalizar la acción formativa cada participante diligenciará la encuesta aprobada por el SENA que medirá su satisfacción sobre el desarrollo de la acción de formación y su impacto en la práctica laboral, entre otros. . De manera permanente los participantes contarán con un correo electrónico y datos de contacto personal para el reporte de incidencias o la notificación de comentarios, de manera que se tomen las medidas correctivas pertinentes. TASA DE INCREMENTO DEL CONOCIMIENTO: Mide el incremento del conocimiento de los trabajadores beneficiarios participantes por acción de formación: TIC= (NPFT-NPIT)/NPIT *100 TIC = Tasa de incremento del conocimiento NPFT = Nota promedio final de conocimiento del trabajador NPIT = Nota promedio inicial de conocimiento del trabajador 1. Cada evaluación estará compuesta por mínimo 5 y máximo 10 preguntas, las cuales serán formuladas por el capacitador. 2. Los criterios de evaluación estarán directamente relacionados con las unidades temáticas de la acción de formación a evaluar y debe ser resuelta por todos los beneficiarios de la misma. 3. La calificación resultante de cada una de las evaluaciones debe encontrarse dentro del rango de [0,10] (Intervalo cerrado) y se pueden dar valores decimales de hasta máximo una posición decimal. Ejemplo: 7,5. 4. La evaluación ex-ante se aplicará a los beneficiarios el día de inicio de la acción de formación, y la evaluación ex-post el último día de ejecución de la misma, con el fin de realizar una comparación que refleje los resultados en el incremento de conocimientos del trabajador beneficiario de la formación. El capacitador entregará un informe acerca de las evaluaciones ex-ante y ex-post aplicados y el análisis de los resultados obtenidos en la acción de formación ejecutada a través de los eventos taller (cuando su duración sea igual o superior a 20 horas), curso y diplomado y/o cuando aplique los modelos de aprendizaje puesto de trabajo real, aula invertida-Flipped Classroom, o Bootcamp. Este informe debe ser entregado al director del proyecto dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la terminación de la acción de formación, quien analizará a la luz de los indicadores internos de la empresa y/o gremio, los resultados de mejora de productividad del trabajador y competitividad de la empresa. Este será remitido a la interventoría dentro de los ocho (8) días hábiles siguientes para el análisis correspondiente. De igual forma, este informe se integrará al informe final de ejecución que el conveniente entregará a la interventoría, para posterior remisión al SENA.	**Justificación Del Lugar De Ejecución**	La AHK Colombia tal y como consta en sus estatutos, desarrolla sus actividades de apoyo comercial y de transferencia del conocimiento en el ámbito nacional, y por su carácter gremial multisectorial, cuenta con afiliados y empresas pertenecientes a la cadena productiva de sus empresas afiliadas en estas zonas del país: Bogotá, Antioquia, Cundinamarca, Valle, Atlántico, Santander, Norte de Santander, Meta, Magdalena y Huila. Así mismo cuenta con aliados a nivel nacional que incluyen Cámaras de Comercio locales, entidades territoriales, asociaciones entre otros con los que trabaja aunando esfuerzos para lograr un propósito común generalmente enfocado en el fortalecimiento empresarial. Estos aliados se sitúan entre otros en estos departamentos: Caldas, Bolívar y Casanare. Por tanto los lugares previstos están dentro del ámbito de actuación de la AHK Colombia
Justificación Nivel Ocupacional	AHK contempla que la acción de formación se desarrolle a nivel estratégico ya que tiene como objetivo proporcionar a los líderes de equipos de trabajo herramientas para inspirar, orientar eliminar los obstáculos, liderar y optimizar el rendimiento	**Justificación Sector/Subsector**	La formación propuesta está relacionada con el sector y subsector transversal al que pertenecen los beneficiarios, por cuanto la necesidad que atiende es propia de las actividades económicas, productivas y de carácter multisectorial de las empresas afiliadas a AHK Colombia.

Necesidades de Formación a Atender

Necesidad de Formación
Liderazgo en post-pandemia: Esta necesidad fue identificada por la AHK en la mesa de trabajo de recursos humanos, en la que la comunidad empresarial colombo alemana la clasificó como de alto interés. Los resultados arrojados por la señalada mesa de trabajo son una muestra de la situación general que viven las empresas en el país y se incorporaron en el Plan Integral de Detección de Necesidades de AHK (01/12/21 - 04/04/2022). De acuerdo al informe de Manpower Group del 2020 “Escasez de oportunidades laborales para jóvenes”, los directivos de empresas nacionales identifican como atributos fundamentales para el mundo que surge tras la pandemia las habilidades de liderazgo y la capacidad de adaptación, con un 44% de puntaje sobre otros atributos. Consideran que ante un mundo que cambia rápidamente las organizaciones y sus líderes deben transformarse de manera urgente para encarar los desafíos de la transformación tecnológica que la pandemia aceleró. Por eso, concluyen en el informe, las empresas vienen hablando más de liderazgo humano. La necesidad detectada se sustenta en el escenario que la pandemia de COVID-19 nos deja ante una situación nunca vista en la historia contemporánea, en donde el rol del liderazgo ha sido redefinido, resaltando la necesidad de adaptación para afrontar situaciones desconocidas en un escenario donde las prácticas laborales cambian por cuenta del trabajo en casa y el teletrabajo. (Artículo “Pandemia Covid 19 y Liderazgo Adaptativo”, Santiago Torner, 2020). Además, aunque en este contexto se mantiene el entorno de competencia, surge también la necesidad de crear un hábitat más humano, en que también se involucra a la familia y la visión solidaria de persistencia de país. En resumen, la pandemia de COVID-19 ha hecho que las empresas se vuelquen al liderazgo como pilar fundamental para responder a los cambios de un mundo que se ha visto sacudido y que acelera las transformaciones que se presentaban previas al 2020. Por tanto, se prioriza la necesidad de formación detectada para promover el desarrollo de competencias en los trabajadores tanto de las empresas adscritas a la circunscripción de AHK Colombia como a los trabajadores de su cadena productiva, a fin de gestionar equipos de trabajo de alto rendimiento en ambientes que estimulen la iniciativa, el desarrollo del talento, y la resolución de conflictos enfocados al logro de los objetivos organizacionales. El liderazgo debe adaptarse a las nuevas condiciones laborales y productivas que ha impuesto la pandemia de COVID-19. Por eso, la acción formativa que se plantea busca fortalecer las habilidades que permitan guiar y organizar los equipos de trabajo, implicándolos en el desarrollo de las metas y objetivos, para que terminen jugando un papel activo en el desarrollo de la empresa, jalonando la implementación de procesos, así como de métodos de trabajo que consigan asegurar entornos que estimulen la iniciativa, el aprendizaje y el desarrollo del talento mediante el trabajo en equipo para el logro de los objetivos organizacionales.

Niveles Ocupacionales de la Acción de Formación

Nivel Ocupacional
ALTA DIRECCIÓN

Sectores de la Acción de Formación

Sector
Transversal

Subsectores de la Acción de Formación

Subsector
Transversal

Lugar de Ejecución de la Acción de Formación

Grupo Numero Departamento	*Ciudad*	*N° Beneficiarios*
1 BOGOTÁ D.C		10
1 HUILA		10
2 CUNDINAMARCA		10
2 META		10
3 SANTANDER		10
3 CASANARE		10
4 ATLÁNTICO		10
4 ANTIOQUIA		10
5 VALLE DEL CAUCA		10
5 MAGDALENA		10

Unidades Temáticas

UT N° :

ID	1650		
Unidad Temática N°	1	**Nombre Unidad Temática**	Herramientas para el liderazgo ágil
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	1	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	3	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	Evolución personal, de equipos y organizacional Liderazgo y cultura organizacional Modelo P.L.A.i para equipos de alto rendimiento: Propósito, Límites, Autonomía, improvement	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de aplicar herramientas de liderazgo ágil
Actividad Pedagógica	Impulsar la Evolución personal, de equipos y organizacionalAplicar Liderazgo y cultura organizacional Desarrollar el Modelo P.L.A.i para equipos de alto rendimiento: Propósito, Límites, Autonomía, improvement	**Estrategia Didáctica**	Conferencia/ Presentación: se realiza la exposición de los contenidos. Reflexión /Aplicación: los participantes experimentan. Ejercicios y dinámicas que permitan a los participantes aplicar lo explicado en la presentación. Discusión grupal/Feedback: está es la parte en la que se reflexiona en grupo sobre el tema tratado y se obtienen conclusiones. Estudio de caso Preguntas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría Recursos humanos, administración, economía, gerencia de proyectos, comunicación, innovación, emprendimiento, humanidades, economía, relaciones internacionales Ciencias de la Comunicación y afines	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en,liderazgo, gestión de equipos, gerencia de proyectos, psicología, emprendimiento, desarrollo empresarial,	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	No aplica

UT N° :

2

-

Liderazgo en entornos VUCA

ID	1651		
Unidad Temática N°	2	**Nombre Unidad Temática**	Liderazgo en entornos VUCA
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0

N° total de Horas Prácticas PAT	3	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	3	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	-Volatilidad del mercado -Entender la incertidumbre -Cambiar la complejidad -Combatir la ambigüedad con agilidad	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad aplicar técnicas para liderar en entornos VUCA
Actividad Pedagógica	Analizar Volatilidad del mercado Entender la incertidumbre Cambiar la complejidad Combatir la ambigüedad con agilidad	**Estrategia Didáctica**	Conferencia/ Presentación: se realiza la exposición de los contenidos. Proyecto/Aplicación: los participantes experimentan. Cuestionario dinámico/Feedback: está es la parte en la que se reflexiona en grupo sobre el tema tratado y se obtienen conclusiones. Preguntas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría Recursos humanos, administración, economía, gerencia de proyectos, comunicación, innovación, emprendimiento, humanidades, economía, relaciones internacionales Ciencias de la Comunicación y afines	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en,liderazgo, gestión de equipos, gerencia de proyectos, psicología, emprendimiento, desarrollo empresarial.	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	No Aplica

UT N° :

3

-

Gestión de equipos en tiempos de caos BANI

ID	1652		
Unidad Temática N°	3	**Nombre Unidad Temática**	Gestión de equipos en tiempos de caos BANI
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	3	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	3	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0

Contenido	Mejora Continua del Equipo Feedback personal efectivo (co-evaluación) Fundamentos de Coaching Personal Herramientas de Coaching de Equipos	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de gestionar equipos en tiempos de caos
Actividad Pedagógica	Aplicar la Mejora Continua del Equipo Comprender el Feedback personal efectivo (co-evaluación) Aplicar Fundamentos de Coaching Personal Aplicar Herramientas de Coaching de Equipo	**Estrategia Didáctica**	Contenidos. Dinámica en equipos Reflexión Preguntas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría Recursos humanos, administración, economía, gerencia de proyectos, comunicación, innovación, emprendimiento, humanidades, economía, relaciones internacionales Ciencias de la Comunicación y afines	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en,liderazgo, gestión de equipos, gerencia de proyectos, psicología, emprendimiento, desarrollo empresarial.	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	No Aplica

UT N° :

4

-

Autogestión individual y grupal para el logro de objetivos

ID	1635		
Unidad Temática N°	4	**Nombre Unidad Temática**	Autogestión individual y grupal para el logro de objetivos
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	1	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	3	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	Autogestión individual y grupal para el logro de objetivos Límites y Autonomía dentro del Equipo Niveles y dimensiones de la autonomía Reglas y Acuerdos de Trabajo Gestión de acuerdos y compromisos Balance entre autonomía y límites	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de aplicar técnicas de autogestión individual y grupal para el logro de objetivos

Actividad Pedagógica	Aplicar ejercicio de Autogestión individual y grupal para el logro de objetivos Comprender Límites y Autonomía dentro del Equipo Organizar Niveles y dimensiones de la autonomía Aplicar Reglas y Acuerdos de Trabajo Gestión de acuerdos y compromisos Comprender el Balance entre autonomía y límites	**Estrategia Didáctica**	Conferencia/ Presentación: se realiza la exposición de los contenidos. Proyecto/Aplicación: los participantes experimentan. Video Preguntas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría Recursos humanos, administración, economía, gerencia de proyectos, comunicación, innovación, emprendimiento, humanidades, economía, relaciones internacionales Ciencias de la Comunicación y afines	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en,liderazgo, gestión de equipos, gerencia de proyectos, psicología, emprendimiento, desarrollo empresarial.	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	No Aplica

Resumen de Rubros de la Acción de Formación

Rubro	*Descripción*	*Cofinanciación SENA*	*Porcentaje Cofinanciación SENA*	*Contrapartida Especie*	*Porcentaje Contrapartida Especie*	*Contrapartida Efectiv*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	$ 65.245.000	% 75,15	0	% 0,00	$ 21.580.00
R05.1.2 Material de Formación - Digital - Libro electrónico - digital	Libro electrónico 0 digital	$ 10.000.000	% 75,01	0	% 0,00	$ 3.332.00
R10.3 Garantías	Garantías	$ 0	% 0,00	0	% 0,00	$ 201.10

AF N° :

7

-

Design thinking - La puerta hacia la transformación digital

ID	1312
N° Acción Formación	7
ID Propuesta	907
Propuesta en la que se basó la AF	Design thinking - La puerta hacia la transformación digital

Causas Y Efectos De La Necesidad De Formación Detectada	CAUSAS PUNTUALES: AHK ha identificado la necesidad de las empresas afiliadas de responder al dinamismo y el crecimiento del comercio y las ventas digitales, dadas las cifras de los últimos años frente al desarrollo del comercio electrónico en Colombia. El gobierno colombiano lleva más de una década prestando atención al problema de la innovación. Los sucesivos documentos del CONPES desde 2008, han planteado la necesidad de impulsar la innovación y el desarrollo tecnológico entre las empresas (especialmente entre las empresas del sector artístico y cultural). La necesidad de formación en "Design thinking - La puerta hacia la transformación digital", se origina específicamente en las siguientes causas identificadas en la información que arrojaron los componentes cualitativos y cuantitativos incorporados en el Plan Integral de Detección de Necesidades de AHK (01/12/21 - 04/04/2022): 1) La pandemia de COVID-19 generó cambios en los comportamientos de los consumidores por cuenta de las medidas de aislamiento social. Esto concretamente se expresa en el aumento de los usuarios en de los canales digitales así como de internet en Colombia. Las cifras arrojadas en el informe "Digital 2022" de Hootsuite, el 69% de la población se conecta a internet, sobre todo a través de conexiones móviles. En consecuencia, este hecho ha significado un aumento del comercio electrónico que significa un reto y una oportunidad que las empresas deben encarar. 2) En Colombia se ha presentado un aumento único del comercio digital. Este experimenta un auge desde el 2020 producto de los cambios estructurales que generó la pandemia de COVID-19 en los hábitos de los consumidores. Las medidas que buscaban la contención del COVID-19 trasladaron distintas actividades que se efectuaban típicamente de manera presencial al canal digital como las citas médicas, las clases y las compras. Según el informe de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico en su informe "El comercio electrónico en 2021", durante el pasado año se registraron $39,9 billones de pesos de ventas en línea, lo que representó un crecimiento de 40,2 % respecto al 2020. De este modo, las ventas de comercio electrónico, en el año en 2021, crecieron a una tasa mensual promedio de 3,7 %. Es por ello que para las empresas sea estratégico abordar con modelos innovadores nuevos mercados y asegurar su crecimiento y sostenibilidad. EFECTOS PUNTUALES: Si no se desarrollan las competencias en Design thinking - La puerta hacia la transformación digital, se derivarán los siguientes efectos: 1) No se logrará estimular la innovación empresarial, un problema aún más delicado si consideramos que la actual administración se ha trazado como tarea central el impulso de las industrias culturales y creativas. Así queda expresado en el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2018-2022 “Pacto por Colombia, pacto por la equidad”, donde contemplan un conjunto de estrategias para el desarrollo y consolidación de las industrias culturales y creativas, denominadas como economía naranja. 2) Limitación a las posibilidades para estimular la transformación tecnológica. Según cifras del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en 2016 las micro, pequeñas y medianas empresas, representan el 99,9% de los establecimientos productivos, contribuyen con el 80% del empleo en el país y aportan el 40% del Producto Interno Bruto Nacional. Sin embargo, el Índice de Madurez Digital 2021 demuestra que solamente el 36% de este tipo de empresas no se han visto presionadas a generar cambios hacia la transformación digital.
Nombre De La Acción De Formación	Design thinking - La puerta hacia la transformación digital
Objetivo(S) De La Acción De Formación	Desarrollar competencias laborales, que le permitan a los trabajadores , adoptar e implementar Design Thinking como una metodología innovadora aplicada a los equipos de trabajo y centrada en el cliente, con el objetivo de propiciar la transformación digital en la empresa. La acción contribuye de forma positiva a resolver totalmente la necesidad de fortalecer los equipos de trabajo en la aplicación de la metodología Design Thinking para la transformación digital en las empresas.
Evento De Formación	Curso
Modalidad De Formación	Presencial asistida por tecnologías-PAT
Metodología De Aprendizaje	Teórica-Práctica
Modelo De Aprendizaje	No Aplica
Tipo De Ambiente De Aprendizaje	Plataforma o herramienta tecnológica

Justificación Ambiente De Aprendizaje	Se pondrá a disposición, para el desarrollo del presente proyecto, la plataforma virtual MOODLE del proyecto PFCE en la cual se accede a una plataforma o herramienta tecnológica, para cada grupo en la que se incluyen enlaces a sesiones ZOOM para la realización de las sesiones en modalidad PAT. Adicionalmente estas aulas alojarán las grabaciones de las sesiones PAT y las presentaciones de los expertos, así como información general de la acción formativa y enlaces a encuestas, según corresponda. Cada participante autónomamente deberá disponer de los dispositivos y conectividad requerida para acceso a la plataforma virtual. Se cumple lo establecido en el ANEXO 14. JUSTIFICACIÓN: El ambiente de aprendizaje propuesto favorece la gestión organizada y ágil de las sesiones sincrónicas de formación, facilitando la conexión de los participantes y del experto o de la experta según corresponda. Este ambiente facilita la interacción basada en herramientas tecnológicas que apoya el trabajo teórico-práctico
Número De Días De Ejecución De La Acción De Formación	10
Número de Grupos	5
Número de Beneficiarios de la AF	100
Número de Beneficiarios Asociados a Grupos	100
Número de días por grupo	10
Numero de horas por grupo de la AF	20
Número de Horas Total de la AF	100

Beneficiarios

Número De Beneficiarios	100	**Área Funcional A La Cual Pertenecen**	Dirección, gerencia, administración, planeación, Marketing, innovación, finanzas, Ventas, proyectos o afines
Funciones O Tareas Que Desempeñan	Definir, supervisar y ejecutar la estrategia empresarial y marketing de la empresa , gestión de equipos, desarrollar y definir objetivos e iniciativas para el desarrollo de la actividad de la empresa. Actividades de prospección, contacto, cierre y seguimiento de ventas. Analizar y gestionar, administración, gestión comercial, ventas, community manager, manejo de proveedores, planeación, ejecución y supervisión de presupuestos, Gerencia de proyectos, actividades de marketing digital y servicio al cliente y afines.	**Tipo De Vinculación Laboral**	Contrato laboral a término indefinido o contrato de prestación de servicios
Nivel De Escolaridad	Profesionales, tecnólogos o técnicos en áreas de economía, administración, ingeniería, tecnología, marketing, recursos humanos, comunicación, ciencias aplicadas, gerencia de proyectos, procesos y afines.	**Acceso A Las Tic'S**	Son personas con competencias digitales que les permiten acceder al uso de computadores y demás dispositivos y utilizar aplicaciones a nivel de usuario para el desarrollo de sus funciones. Acceden a conectividad para el desarrollo de sus actividades.

Trabajadores En Condición De Discapacidad Que Se Beneficiarán De La Formación	0	**Número De Trabajadores Mujeres**	50
Número De Empresas Sociedades De Beneficio E Interés Colectivo Bic A Beneficiar	0	**Número De Empresas Beneficiadas**	50
Número De Empresas Mipymes A Beneficiar	45	**Justificación Inclusión Trabajadores Empresas Mipymes**	La inclusión de beneficiarios de empresas Mipymes se justifica en razón a la proporción estadística de participantes en el programa PFCE 2021 y la proporción de empresas afiliadas que corresponden a esta categoría, en este sentido se establece que el 90% de las empresas impactadas serán Mipymes.
Número De Empresas A Beneficiar Que Hacen Parte De Su Cadena Productiva	20	**Justificación Inclusión Trabajadores Empresas Que Hacen Parte De La Cadena Productiva Como Beneficiarios**	Dado que el objeto social de la CÁMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO COLOMBO ALEMANA es el fomento y desarrollo de las relaciones comerciales, industriales, económicas y culturales entre la República de Colombia y la República Federal de Alemania, se incluirán beneficiarios que hacen parte de la cadena productiva de las empresas que integran el ámbito de acción de la cámara, puesto que son los trabajadores de estas empresas quienes apoyan el desarrollo productivo y competitividad de todos los eslabones de valor del sector al que pertenece cada afiliado.

Enfoque De La Acción De Formación	Formación en el trabajo	**Justificación Enfoque De La Acción De Formación**	La presente acción de formación tiene un enfoque de FORMACIÓN PARA EL TRABAJO, ya que es una acción de formación dirigida a trabajadores de el/los nivel(es) ocupacionales indicados y que requieren actualizar y adquirir conocimientos, habilidades, aptitudes, técnicas y/o prácticas, necesarias para resolver con autonomía, temas relacionados con la planificación y ejecución del trabajo actual o del cargo en el que busca desempeñarse, de tal forma que se generen mejoras en la empleabilidad, la productividad laboral y competitividad empresarial propiciadas por la transformación digital en la empresa.

Alineación De La Acción De Formación	AF que dé aplicación a la cuarta revolución industrial	**Justificación De La Alineación**	Tim Brown presidente de IDEO, consultora precursora del pensamiento de diseño, define el Design Thinking como una metodología que impregna todo el espectro de actividades de innovación con una filosofía de diseño centrada en las personas, y que abre las puertas al escenario de transformación digital que las empresa requieren, mediante la ruta de la innovación con resultados exitosos. Existen multitud de casos de éxito de empresas que se enfocaron en las personas, en sus clientes a través del Design Thinking permitiéndoles conectaran con sus consumidores a través de experiencias duraderas. es así como el design thinking permite obtener los insights que nos ayuden a definir un servicio y adaptarlo a esas necesidades y permite rediseñar un producto o servicio basado en transformación digital, usando las tecnologías más avanzadas que entrega la cuarta revolución industrial, pero orientado las expectativas y procesos hacia la reinvención de la experiencia del cliente.

Categorización De La Acción De Formación	Desarrollo productivo y competitividad	**Justificación Categorización**	La acción de formación responde a la doble categorización de desarrollo productivo y competitividad. La competitividad es la capacidad de una empresa para mejorar sus resultados, manteniendo o incrementando su cuota de participación o nivel de rentabilidad. Esta formación incide en la capacidad que tendrán las empresas de incrementar y mantener su cuota de mercado y desarrollar procesos de innovación en su modelo de ventas, lo que facilitará la búsqueda de nuevas oportunidades. Por otra parte, incide en el desarrollo productivo la introducción de nuevos modelos de ventas digitales que harán que sea más eficiente el proceso y la dedicación de los equipos de trabajo y la incorporación de las herramientas tecnológicas al proceso de ventas.

Justificación Acción De Formación Especializada	POR QUE ES UNA ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA: Esta es una acción de formación especializada porque es una acción de corta duración que garantiza la profundización de conocimientos, habilidades y destrezas, permitiendo la aplicación de los mismos en el contexto laboral inmediato, asegurando la calidad, comprensión y uso del pensamiento crítico y analítico de la labor realizada o de la tarea a ejecutar, con el propósito de encaminar al trabajador a su actualización laboral, para responder a las necesidades específicas de las empresas, que surge de la implementación de mejoras tecnológicas, nuevas metodologías y herramientas, aumentando la productividad y empleabilidad de los trabajadores y la competitividad de las mismas.	**Material De Formación- Justificación Del Material**	PAT LIBRO DIGITAL : Se contará con libro electrónico/digital (con código ISBN). Se garantizará la puesta a disposición de los beneficiarios del material de formación en la plataforma virtual destinada para la realización de este evento de formación. JUSTIFICACIÓN: El material, de producción reciente,(MENOS DE 2 AÑOS) , reunirá los medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan las actividades de enseñanza-aprendizaje en la modalidad PAT, y guardará coherencia con los objetivos de la formación, perfil de los beneficiarios y estará metodológicamente estructurado de modo que facilite la transferencia de conocimiento. Los contenidos incluidos corresponden directamente con cada una de las cuatro unidades temáticas UNIDAD TEMÁTICA 1. Caminos para la transformación digital UNIDAD TEMÁTICA 2. El cliente como eje central de la transformación digital UNIDAD TEMÁTICA 3. Ciclo de Design thinking como facilitador de la transformación digital UNIDAD TEMÁTICA 4. Comunicación colaboración en entornos digitales Los participantes encontrarán debidamente identificadas las unidades y cada uno de sus contenidos pudiendo así adquirir la base teórica para el desarrollo de las actividades prácticas propuestas y que incluyen: autoevaluaciones, ejercicios de relación de conceptos, ejercicios multimedia, entre otros. Incluyen textos descriptivos, cuadros de ampliación, vídeos de apoyo, documentación complementaria e infografías.
	La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto es Adalid Inmark Colombia SAS, cuya actividad		Durante el desarrollo de la acción formativa los

Capacitador Persona Jurídica Af	principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559 (otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560(actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área, cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social. ADALID INMARK COLOMBIA SAS, cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz ADALID SC S.L. con una trayectoria de más de 15 años en España y Chile; de su entidad adscrita Instituto Europa y del grupo empresarial ASPASIA, del cual forma parte, quienes en su conjunto aportan sus expertos internacionales, material didáctico y formativo ADALID INMARK COLOMBIA acredita siete (7) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. Adicionalmente cuenta con siete (7) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados),a entidades públicas o privadas.	**Resultados De Aprendizaje Esperados**	capacitadores verificarán el avance de lo que el trabajador aprendió y aplicará en su puesto de trabajo, a partir del momento de finalizar la acción de formación, mediante observaciones y calificaciones que consignarán en la matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Se asocia un resultado de aprendizaje a cada unidad temática, evidenciando la alineación de cada resultado con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del beneficiario. Los resultados definidos como parámetro de referencia del proceso de formación son: R1. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de identificar rutas para la transformación digital incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque Liderando la transformación digital favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como desarrollar procesos de innovación centrados en el cliente R2. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de priorizar al cliente como eje central de la transformación digital incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque obtendrá ventajas competitivas favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como Utilizar los datos toma de decisiones en entornos complejos R3. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de aplicar técnicas de Design thinking como facilitador de la transformación digital incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque

			identificará problemas y oportunidades, favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como Crear cliente tipo/persona, generación de ideas, creando un prototipo de producto o servicio. R4. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de comunicar y colaborar en entornos digitales incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque aplicará técnicas de Interacción mediante las tecnologías digitales. favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como Colaboración mediante canales digitales, Netiqueta-Comportamiento en red R5.// R6 El 85% de los beneficiarios manifiestan estar satisfechos con la acción formativa en la que participan. Fuente de verificación 1: Informe de matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Calificación mínima 2 puntos correspondiente al Nivel Medio. Momento 1: a la finalización de la acción formativa. Fuente de verificación 2: Informe de tabulación de encuestas de satisfacción. Calificación mínima de 3 o equivalente. Momento 2: a la finalización de la acción formativa.

Evaluación Del Aprendizaje	La evaluación de aprendizaje permitirá la verificación del cumplimiento de los objetivos propuestos y de los resultados esperados, los criterios de evaluación que son los parámetros de referencia del proceso evaluativo, evidenciando la comprensión de los contenidos, la interiorización de los conceptos y conocimientos adquiridos. El sistema de seguimiento y evaluación propuesto pone de manifiesto la evaluación continua, integral, cualitativa y cuantitativa. MATRIZ DE EVALUACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA: Cada participante recibirá una calificación numérica asociada a los criterios de evaluación del desempeño en las actividades prácticas desarrolladas, a la comprensión de los contenidos abordados y a los logros en la aplicación de los conocimientos en las actividades prácticas. Así mismo el capacitador emitirá una valoración cualitativa del participante referente a su motivación y participación en las actividades prácticas propuestas y en las actividades teóricas realizadas. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN: Al finalizar la acción formativa cada participante diligenciará la encuesta aprobada por el SENA que medirá su satisfacción sobre el desarrollo de la acción de formación y su impacto en la práctica laboral, entre otros. . De manera permanente los participantes contarán con un correo electrónico y datos de contacto personal para el reporte de incidencias o la notificación de comentarios, de manera que se tomen las medidas correctivas pertinentes. TASA DE INCREMENTO DEL CONOCIMIENTO: Mide el incremento del conocimiento de los trabajadores beneficiarios participantes por acción de formación: TIC= (NPFT-NPIT)/NPIT *100 TIC = Tasa de incremento del conocimiento NPFT = Nota promedio final de conocimiento del trabajador NPIT = Nota promedio inicial de conocimiento del trabajador 1. Cada evaluación estará compuesta por mínimo 5 y máximo 10 preguntas, las cuales serán formuladas por el capacitador. 2. Los criterios de evaluación estarán directamente relacionados con las unidades temáticas de la acción de formación a evaluar y debe ser resuelta por todos los beneficiarios de la misma. 3. La calificación resultante de cada una de las evaluaciones debe encontrarse dentro del rango de [0,10] (Intervalo cerrado) y se pueden dar valores decimales de hasta máximo una posición decimal. Ejemplo: 7,5. 4. La evaluación ex-ante se aplicará a los beneficiarios el día de inicio de la acción de formación, y la evaluación ex-post el último día de ejecución de la misma, con el fin de realizar una comparación que refleje los resultados en el incremento de conocimientos del trabajador beneficiario de la formación. El capacitador entregará un informe acerca de las evaluaciones ex-ante y ex-post aplicados y el análisis de los resultados obtenidos en la acción de formación ejecutada a través de los eventos taller (cuando su duración sea igual o superior a 20 horas), curso y diplomado y/o cuando aplique los modelos de aprendizaje puesto de trabajo real, aula invertida-Flipped Classroom, o Bootcamp. Este informe debe ser entregado al director del proyecto dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la terminación de la acción de formación, quien analizará a la luz de los indicadores internos de la empresa y/o gremio, los resultados de mejora de productividad del trabajador y competitividad de la empresa. Este será remitido a la interventoría dentro de los ocho (8) días hábiles siguientes para el análisis correspondiente. De igual forma, este informe se integrará al informe final de ejecución que el conveniente entregará a la interventoría, para posterior remisión al SENA.	**Justificación Del Lugar De Ejecución**	La AHK Colombia tal y como consta en sus estatutos, desarrolla sus actividades de apoyo comercial y de transferencia del conocimiento en el ámbito nacional, y por su carácter gremial multisectorial, cuenta con afiliados y empresas pertenecientes a la cadena productiva de sus empresas afiliadas en estas zonas del país: Bogotá, Antioquia, Cundinamarca, Valle, Atlántico, Santander, Norte de Santander, Meta, Magdalena y Huila. Así mismo cuenta con aliados a nivel nacional que incluyen Cámaras de Comercio locales, entidades territoriales, asociaciones entre otros con los que trabaja aunando esfuerzos para lograr un propósito común generalmente enfocado en el fortalecimiento empresarial. Estos aliados se sitúan entre otros en estos departamentos: Caldas, Bolívar y Casanare. Por tanto los lugares previstos están dentro del ámbito de actuación de la AHK Colombia
Justificación Nivel Ocupacional	La acción de formación tiene un componente práctico que impactará a niveles medio dentro de la organización ofreciendo herramientas de trabajo para áreas funcionales dentro de la empresa.	**Justificación Sector/Subsector**	La formación propuesta está relacionada con el sector y subsector transversal al que pertenecen los beneficiarios, por cuanto la necesidad que atiende es propia de las actividades económicas, productivas y de carácter multisectorial de las empresas afiliadas a AHK Colombia.

Necesidades de Formación a Atender

Necesidad de Formación
Design thinking para la transformación digital: basados en la información que arrojaron los componentes cualitativos y cuantitativos del Plan Integral de Detección de Necesidades de AHK (01/12/21 - 04/04/2022), se identificó como una de las necesidades de formación la transformación digital y el trabajo colaborativo y cooperativo. El design thinking es una metodología de diseño que permite resolver una problemática de forma creativa poniendo a las personas en el centro de todo y logrando abordar de manera direccionada sus necesidades. Este ayuda a entender las necesidades del otro a través de las interacciones. De esta forma ayuda a incentivar la innovación en las empresas y lograr resultados tangibles. Es por eso que el desing thinking se constituye en un estímulo para la innovación en las empresas. La necesidad detectada se sustenta en las nuevas y crecientes exigencias que en materia de rediseño de modelos de negocio, optimización de procesos de venta y diseño y desarrollo de productos y servicios, afrontan las empresas integrantes de los sectores transversales afiliadas a la Cámara de Comercio Colombo Alemana, como acciones a tomar para enfrentar los retos planteados en la era pospandemia, en un escenario en donde en el país la innovación empresarial es una deuda, que a su vez se relaciona con el pobre desarrollo y difusión del conocimiento, dado el poco apoyo a universidades e investigadores, como lo ha señalado el CONPES, en su documento “Política nacional de ciencia, tecnología e innovación 2022-2031”. Además, las mismas empresas son pocos proclives a innovar. En la “Encuesta bianual de los sectores manufacturero y de servicios” del DANE, se calculaba que de 16.598 empresas encuestadas, solo 31 eran innovadoras en “sentido estricto” y 3.345, innovadoras en “sentido amplio”. Y este es un problema mucho mayor si consideramos que la necesidad de innovación se ha hecho más imperiosa tras la pandemia de COVID-19, que ha acentuado la transformación digital."" Por estas razones se prioriza la necesidad detectada, pues se requiere a través de la formación en Design thinking desarrollar competencias en los trabajadores de las empresas y los pertenecientes a la cadena productiva de AHK Colombia, para la implementación la transformación digital en las organizaciones para las cuales laboran. La acción de formación propuesta se propone impulsar el desing thinking como metodología de los grupos de trabajo, considerando que esta metodología apunta directamente a estimular innovación entre las empresas.

Niveles Ocupacionales de la Acción de Formación

Nivel Ocupacional
MEDIO

Sectores de la Acción de Formación

Sector
Transversal

Subsectores de la Acción de Formación

Subsector
Transversal

Lugar de Ejecución de la Acción de Formación

Grupo Numero Departamento	*Ciudad*	*N° Beneficiarios*
1 BOGOTÁ D.C		10
1 HUILA		10
2 CUNDINAMARCA		10
2 META		10
3 CASANARE		10
3 SANTANDER		10
4 ATLÁNTICO		10
4 ANTIOQUIA		10
5 MAGDALENA		10
5 VALLE DEL CAUCA		10

Unidades Temáticas

UT N° :

1

-

Caminos para la transformación digital

ID	1810		
Unidad Temática N°	1	**Nombre Unidad Temática**	Caminos para la transformación digital
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	1	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	3	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	-Innovación para la era digital -Procesos de innovación centrados en el cliente -Liderando la transformación digital	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de identificar rutas para la transformación digital
Actividad Pedagógica	-Comprender la Innovación en la era digital -Impulsar procesos de innovación centrados en el cliente -Aplicar el liderazgo la transformación digital	**Estrategia Didáctica**	Conferencia/ Story telling Reflexión /Aplicación dínamica de grupo Discusión grupal/Feedback: está es la parte en la que se reflexiona en grupo sobre el tema tratado y se obtienen conclusiones. Estudio de caso Preguntas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría, administración, psicología, marketing, ingeniería, diseño, Recursos humanos, innovación, economía, Rel. internacionales, relaciones públicas y afines	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en emprendimiento, design thinking, startups, desarrollo empresarial, gerencia de proyectos, dirección de equipos, liderazgo, innovación y afines.	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir.	No Aplica

UT N° :

2

-

El cliente como eje central de la transformación digital

ID	1789		
Unidad Temática N°	2	**Nombre Unidad Temática**	El cliente como eje central de la transformación digital
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	3	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	3	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0

Contenido	Estrategias de creación de valor para el cliente, utilizando tecnología digital. La aplicación de tecnología para resolver problemas y obtener ventajas competitivas Utilizar los datos para la toma de decisiones en entornos complejos, dinámicos y cada vez más interdependientes	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de priorizar al cliente como eje central de la transformación digital
Actividad Pedagógica	Identificar Estrategias de creación de valor para el cliente, utilizando tecnología digital. Analizar la aplicación de tecnología para resolver problemas y obtener ventajas competitivas Utilizar los datos para la toma de decisiones en entornos complejos, dinámicos y cada vez más interdependientes	**Estrategia Didáctica**	Conferencia/ Presentación: se realiza la exposición de los contenidos. Proyecto/Aplicación: los participantes experimentan. Estudios de caso de éxito Preguntas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría, administración, psicología, marketing, ingeniería, diseño, Recursos humanos, innovación, economía, Rel. internacionales, relaciones públicas y afines	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en emprendimiento, design thinking, startups, desarrollo empresarial, gerencia de proyectos, dirección de equipos, liderazgo, innovación y afines.	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir.	No Aplica

UT N° :

3

-

Ciclo de Design thinking como facilitador de la transformación digital

ID	1790		
Unidad Temática N°	3	**Nombre Unidad Temática**	Ciclo de Design thinking como facilitador de la transformación digital
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	3	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	3	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	-Herramientas Mapa de actores, Guión de entrevista 5PQ, Customer Journey Map -Encuentra el problema -Crear tu cliente / persona -Generación de ideas -Creando un prototipo -Evaluar resultados	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de aplicar técnicas de Design thinking como facilitador de la transformación digital

Actividad Pedagógica	Analizar Herramientas Mapa de actores, Guión de entrevista 5PQ, Desarrollar Customer Journey Map Aplicar Encuentra el problema Actividad-Crear tu cliente / persona Actividad-Generación de ideas Desarrollar-Creando un prototipo -Evaluar resultados	**Estrategia Didáctica**	Conferencia/ Presentación: se realiza la exposición de los contenidos. Dinámica en equipos Reflexión Exposición Preguntas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría, administración, psicología, marketing, ingeniería, diseño, Recursos humanos, innovación, economía, Rel. internacionales, relaciones públicas y afines	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en emprendimiento, design thinking, startups, desarrollo empresarial, gerencia de proyectos, dirección de equipos, liderazgo, innovación y afines.	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir.	No Aplica

UT N° :

4

-

Comunicación colaboración en entornos digitales

ID	1811		
Unidad Temática N°	4	**Nombre Unidad Temática**	Comunicación colaboración en entornos digitales
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	1	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	3	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	-Interacción mediante las tecnologías digitales. -Compartir información y contenidos digitales. -Colaboración mediante canales digitales. -Netiqueta-Comportamiento en red -Gestión de la identidad digital	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de comunicar y colaborar en entornos digitales
Actividad Pedagógica	-Compartir información y contenidos digitales. -Colaboración mediante canales digitales. -Aplicar Netiqueta-Comportamiento en red -Definir Gestión de la identidad digital	**Estrategia Didáctica**	Conferencia/ Presentación: se realiza la exposición de los contenidos. Proyecto/Aplicación: los participantes experimentan. Vídeo Presentación PITCH Preguntas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría, administración, psicología, marketing, ingeniería, diseño, Recursos humanos, innovación, economía, Rel. internacionales, relaciones públicas y afines	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en emprendimiento, design thinking, startups, desarrollo empresarial, gerencia de proyectos, dirección de equipos, liderazgo, innovación y afines.	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir.	No Aplica

Resumen de Rubros de la Acción de Formación

Rubro	*Descripción*	*Cofinanciación SENA*	*Porcentaje Cofinanciación SENA*	*Contrapartida Especie*	*Porcentaje Contrapartida Especie*	*Contrapartida Efectiv*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	$ 65.245.000	% 75,15	0	% 0,00	$ 21.580.00
R05.1.2 Material de Formación - Digital - Libro electrónico - digital	Libro electrónico o digital	$ 10.000.000	% 75,01	0	% 0,00	$ 3.332.00
R10.3 Garantías	Garantías	$ 0	% 0,00	0	% 0,00	$ 201.10

AF N° :

8

-

Growth mindset- Equipos con mentalidad de crecimiento

ID	1423
N° Acción Formación	8
ID Propuesta	891
Propuesta en la que se basó la AF	Growth mindset- Equipos con mentalidad de crecimiento

Causas Y Efectos De La Necesidad De Formación Detectada	CAUSAS PUNTUALES: Hacer innovación no es solamente desarrollar nuevos productos, sino resolver problemas. Por eso para la innovación es fundamental el trabajo colaborativo. La necesidad de formación en ""Growth mindset- Equipos con mentalidad de crecimiento"", se origina específicamente las siguientes causas identificadas en la información que arrojaron los componentes cualitativos y cuantitativos incorporados en el Plan Integral de Detección de Necesidades de AHK (01/12/21 - 04/04/2022): 1) La transformación digital, la cual requiere que se adopten tecnologías digitales al interior de las organizaciones empresariales en Colombia, no se está dando de forma adecuada. (Documento CONPES 3975 “Política nacional para la transformación digital e inteligencia artificial”). La ANDI en su “Encuesta de Transformación Digital” de 2017, identificó varias barreras que se interponen en dicha transformación, a saber: falta de cultura (74,1 %), seguida de un marcado nivel de desconocimiento (61,6 %), la falta de presupuesto (56,3 %) y la falta de mentalidad (50,9 %). Es por ello que para adaptarse a las nuevas condiciones, el CONPES considera que las empresas debe promover una mentalidad y cultura afines a la innovación. 2) la necesidad de innovación que tiene el país hoy. El Departamento Nacional de Planeación en su descripción sobre las líneas generales del Plan Nacional de Desarrollo, insiste en que la innovación y la creatividad son factores de cohesión y movilización de los ciudadanos para transformar las dificultades y capitalizar las oportunidades que tiene el país, sobre todo desde la perspectiva de la economía naranja. La innovación en las empresas permite la generación de nuevos o mejores productos o procesos, por eso la OCDE en su documento “Going Digital in Colombia”, ha establecido que la innovación es un factor determinante del progreso nacional, ya que tiene un impacto significativo en los niveles de productividad del país. 3) En Colombia no se está promoviendo y gestionando la innovación basada en el uso de tecnologías digitales lo suficiente para que esta logre desarrollar nuevas soluciones a las problemáticas productivas actuales, y a su vez contribuya a la competitividad y el progreso nacional. (Documento CONPES 3975 “Política nacional para la transformación digital e inteligencia artificial”). EFECTOS PUNTUALES: Si no se desarrolla la acción de formación "Growth mindset- Equipos con mentalidad de crecimiento", se derivarán los siguientes efectos: 1) Se perdería la oportunidad de construir posibilidades para el desarrollo del trabajo colaborativo diseñado hacia el crecimiento, 2) Impactos negativos en la capacidad de innovar. Siguiendo a David Villaseca en su libro “Innovación y marketing de servicios en la era digital", la preocupación de las empresas por la innovación debería llevar a buscar ser más relevantes para sus clientes; resolver los problemas que limitan su crecimiento; o crear más valor para el mundo. La innovación, transformación o disrupción son solo herramientas que permiten hacer esto. 3) Se perderá la oportunidad de crear condiciones para que los grupos de trabajo logren impactar en sus empresas con miras a la transformación. 4) Dejarán de crearse esfuerzos para romper las barreras que se interponen entre las empresas en la transformación digital y se dejará de aportar a la construcción de tal mentalidad. Como lo señala el CONPES acudiendo a las cifras de la ANDI, se considera que la mentalidad, puntuada con el 50,9 %, es la cuarta barrera que impide entre las empresas la transformación digital. El Departamento Nacional de Planeación, a través del Equipo de Innovación Pública, viene buscando desde 2018 fortalecer el ecosistema de innovación, a través de la generación de valor con datos que promuevan una mentalidad y cultura afines a la innovación.
Nombre De La Acción De Formación	Growth mindset- Equipos con mentalidad de crecimiento
Objetivo(S) De La Acción De Formación	Desarrollar competencias laborales, que les permita a los trabajadores adoptar una metodología innovadora que promueva la mentalidad de crecimiento (Growth mindset), a fin de mejorar las dinámicas de trabajo en la organización, propiciando la mejora continua de los procesos en cada uno de los equipos, ambientes de trabajo colaborativos, fomentando el compromiso del los miembros del equipo con la empresa y generando una cultura de innovación y aprendizaje continuo. La acción contribuye de forma positiva a resolver parcialmente la necesidad de desarrollar ambiente de trabajo colaborativo y cooperativo ofreciendo herramientas de movilizan los equipos para que desarrollen una mentalidad de crecimiento e incida positivamente en su manera de trabajar.
Evento De Formación	Curso
Modalidad De Formación	Presencial asistida por tecnologías-PAT
Metodología De Aprendizaje	Teórica-Práctica
Modelo De Aprendizaje	No Aplica
Tipo De Ambiente De Aprendizaje	Plataforma o herramienta tecnológica

Justificación Ambiente De Aprendizaje	Se pondrá a disposición, para el desarrollo del presente proyecto, la plataforma virtual MOODLE del proyecto PFCE en la cual se accede a una plataforma o herramienta tecnológica, para cada grupo en la que se incluyen enlaces a sesiones ZOOM para la realización de las sesiones en modalidad PAT. Adicionalmente estas aulas alojarán las grabaciones de las sesiones PAT y las presentaciones de los expertos, así como información general de la acción formativa y enlaces a encuestas, según corresponda. Cada participante autónomamente deberá disponer de los dispositivos y conectividad requerida para acceso a la plataforma virtual. Se cumple lo establecido en el ANEXO 14. JUSTIFICACIÓN: El ambiente de aprendizaje propuesto favorece la gestión organizada y ágil de las sesiones sincrónicas de formación, facilitando la conexión de los participantes y del experto o de la experta según corresponda. Este ambiente facilita la interacción basada en herramientas tecnológicas que apoya el trabajo teórico-práctico
Número De Días De Ejecución De La Acción De Formación	15
Número de Grupos	5
Número de Beneficiarios de la AF	125
Número de Beneficiarios Asociados a Grupos	125
Número de días por grupo	15
Numero de horas por grupo de la AF	30
Número de Horas Total de la AF	150

Beneficiarios

Número De Beneficiarios	125	**Área Funcional A La Cual Pertenecen**	Dirección, gerencia, administración, planeación, Marketing, innovación, Ventas, finanzas, proyectos o afines
Funciones O Tareas Que Desempeñan	Definir, supervisar y ejecutar la estrategia empresarial y marketing de la empresa , gestión de equipos, desarrollar y definir objetivos e iniciativas para el desarrollo de la actividad de la empresa. Actividades de prospección, contacto, cierre y seguimiento de ventas. Analizar y gestionar, administración, gestión comercial, ventas, community manager, manejo de proveedores, planeación, ejecución y supervisión de presupuestos, Gerencia de proyectos, actividades de marketing digital y servicio al cliente y afines.	**Tipo De Vinculación Laboral**	Contrato laboral a término indefinido o contrato de prestación de servicios
Nivel De Escolaridad	Profesionales, tecnólogos o técnicos en áreas de economía, administración, ingeniería, tecnología, marketing, recursos humanos, comunicación, ciencias aplicadas, gerencia de proyectos, procesos y afines.	**Acceso A Las Tic’S**	Son personas con competencias digitales que les permiten acceder al uso de computadores y demás dispositivos y utilizar aplicaciones a nivel de usuario para el desarrollo de sus funciones. Acceden a conectividad para el desarrollo de sus actividades.

Trabajadores En Condición De Discapacidad Que Se Beneficiarán De La Formación	0	**Número De Trabajadores Mujeres**	62
Número De Empresas Sociedades De Beneficio E Interés Colectivo Bic A Beneficiar	0	**Número De Empresas Beneficiadas**	62
Número De Empresas Mipymes A Beneficiar	62	**Justificación Inclusión Trabajadores Empresas Mipymes**	La inclusión de beneficiarios de empresas Mipymes se justifica en razón a la proporción estadística de participantes en el programa PFCE 2021 y la proporción de empresas afiliadas que corresponden a esta categoría, en este sentido se establece que el 90% de las empresas impactadas serán Mipymes.
Número De Empresas A Beneficiar Que Hacen Parte De Su Cadena Productiva	25	**Justificación Inclusión Trabajadores Empresas Que Hacen Parte De La Cadena Productiva Como Beneficiarios**	Dado que el objeto social de la CÁMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO COLOMBO ALEMANA es el fomento y desarrollo de las relaciones comerciales, industriales, económicas y culturales entre la República de Colombia y la República Federal de Alemania, se incluirán beneficiarios que hacen parte de la cadena productiva de las empresas que integran el ámbito de acción de la cámara, puesto que son los trabajadores de estas empresas quienes apoyan el desarrollo productivo y competitividad de todos los eslabones de valor del sector al que pertenece cada afiliado.

Enfoque De La Acción De Formación	Formación en el trabajo	**Justificación Enfoque De La Acción De Formación**	La presente acción de formación tiene un enfoque de FORMACIÓN PARA EL TRABAJO, ya que es una acción de formación dirigida a trabajadores de el/los nivel(es) ocupacionales indicados y que requieren actualizar y adquirir conocimientos, habilidades, aptitudes, técnicas y/o prácticas, necesarias para resolver con autonomía, temas relacionados con la planificación y ejecución del trabajo actual o del cargo en el que busca desempeñarse, de tal forma que se generen mejoras en la empleabilidad, la productividad laboral y competitividad empresarial con el apoyo de metodologías que promuevan la mentalidad de crecimiento fomentando una cultura de innovación y aprendizaje continuo.

Alineación De La Acción De Formación	AF que desarrolle temáticas que incentiven la innovación en la empresa.	**Justificación De La Alineación**	la acción de formación incentiva la innovación, ya que brinda herramientas y fomenta competencias para la implementación de un nuevo método organizacional que promueve la mejora continua de los procesos en cada uno de los equipos, propiciando ambientes de trabajo colaborativos, fomenta el compromiso de los miembros del equipo con la empresa y genera una cultura de innovación y aprendizaje continuo. La psicóloga Carol De, creadora del concepto de growth mindset refiere que las personas con una mentalidad de crecimiento siempre buscan aprender cosas nuevas y hacer cada vez mejor las que ya conocen. Esta pasión por el conocimiento y la mejora continua, las convierte en personas altamente creativas e innovadoras.

Categorización De La Acción De Formación	Desarrollo productivo y competitividad	**Justificación Categorización**	La acción de formación responde a la doble categorización de desarrollo productivo y competitividad. La competitividad es la capacidad de una empresa para mejorar sus resultados, manteniendo o incrementando su cuota de participación o nivel de rentabilidad. Esta formación incide en la capacidad que tendrán las empresas de incrementar y mantener su cuota de mercado y desarrollar procesos de innovación en su modelo de ventas, lo que facilitará la búsqueda de nuevas oportunidades. Por otra parte, incide en el desarrollo productivo la introducción de nuevos modelos de ventas digitales que harán que sea más eficiente el proceso y la dedicación de los equipos de trabajo y la incorporación de las herramientas tecnológicas al proceso de ventas.
Justificación Acción De Formación Especializada	POR QUE ES UNA ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA: Esta es una acción de formación especializada porque es una acción de corta duración que garantiza la profundización de conocimientos, habilidades y destrezas, permitiendo la aplicación de los mismos en el contexto laboral inmediato, asegurando la calidad, comprensión y uso del pensamiento crítico y analítico de la labor realizada o de la tarea a ejecutar, con el propósito de encaminar al trabajador a su actualización laboral, para responder a las necesidades específicas de las empresas, que surge de la implementación de mejoras tecnológicas, nuevas metodologías y herramientas, aumentando la productividad y empleabilidad de los trabajadores y la competitividad de las mismas.	**Material De Formación-Justificación Del Material**	PAT LIBRO DIGITAL : Se contará con libro electrónico/digital (con código ISBN). Se garantizará la puesta a disposición de los beneficiarios del material de formación en la plataforma virtual destinada para la realización de este evento de formación. JUSTIFICACIÓN: El material, de producción reciente, (MENOS DE 2 AÑOS) , reunirá los medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan las actividades de enseñanza-aprendizaje en la modalidad PAT, y guardará coherencia con los objetivos de la formación, perfil de los beneficiarios y estará metodológicamente estructurado de modo que facilite la transferencia de conocimiento. Los contenidos incluidos corresponden directamente con

			cada una de las cuatro unidades temáticas UNIDAD TEMÁTICA 1. Mentalidad de crecimiento en los equipos de trabajo UNIDAD TEMÁTICA 2. Resiliencia organizacional en momentos de incertidumbre UNIDAD TEMÁTICA 3. Organizaciones líquidas clave para la adaptación y el crecimiento UNIDAD TEMÁTICA 4. Trabajo en equipo para crecer integralmente en las organizaciones Los participantes encontrarán debidamente identificadas las unidades y cada uno de sus contenidos pudiendo así adquirir la base teórica para el desarrollo de las actividades prácticas propuestas y que incluyen: autoevaluaciones, ejercicios de relación de conceptos, ejercicios multimedia, entre otros. Incluyen textos descriptivos, cuadros de ampliación, vídeos de apoyo, documentación complementaria e infografías.
Capacitador Persona Jurídica Af	La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto es Adalid Inmark Colombia SAS, cuya actividad principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559 (otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560(actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área, cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social. ADALID INMARK COLOMBIA SAS, cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz ADALID SC S.L. con una trayectoria de más de 15 años en España y Chile; de su entidad adscrita Instituto Europa y del grupo empresarial ASPASIA, del cual forma parte, quienes en su conjunto aportan sus expertos internacionales, material didáctico y formativo ADALID INMARK COLOMBIA acredita siete (7) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. Adicionalmente cuenta con siete (7) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados),a entidades públicas o privadas.	**Resultados De Aprendizaje Esperados**	Durante el desarrollo de la acción formativa los capacitadores verificarán el avance de lo que el trabajador aprendió y aplicará en su puesto de trabajo, a partir del momento de finalizar la acción de formación, mediante observaciones y calificaciones que consignarán en la matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Se asocia un resultado de aprendizaje a cada unidad temática, evidenciando la alineación de cada resultado con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del

				beneficiario. Los resultados definidos como parámetro de referencia del proceso de formación son: R1. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de adoptar metodologías de crecimiento, incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque le permite impactar positivamente sus equipos de trabajo favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como identificar las habilidades, implementar metodologías de crecimiento. R2. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de aplicar la resiliencia organizacional en momentos de incertidumbre incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque aplica técnica de pensamiento exponencial favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como identificar los sesgos cognitivos, actuar con mayor perspectiva. R3. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de desarrollar competencias de adaptación y el crecimiento en organizaciones líquidas incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque identificará cuales las palancas para la transformación favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas

			como Identificar Retos en la construcción de equipos y estructuras R4. El 85% de los beneficiarios están trabajar en equipo para crecer integralmente en las organizaciones incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque aplicará técnicas de implementará modelos operativos ágiles, favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como definir de objetivos, definir de roles, definir de Procesos. R5.// R6 El 85% de los beneficiarios manifiestan estar satisfechos con la acción formativa en la que participan. Fuente de verificación 1: Informe de matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Calificación mínima 2 puntos correspondiente al Nivel Medio. Momento 1: a la finalización de la acción formativa. Fuente de verificación 2: Informe de tabulación de encuestas de satisfacción. Calificación mínima de 3 o equivalente. Momento 2: a la finalización de la acción formativa.

Evaluación Del Aprendizaje	La evaluación de aprendizaje permitirá la verificación del cumplimiento de los objetivos propuestos y de los resultados esperados, los criterios de evaluación que son los parámetros de referencia del proceso evaluativo, evidenciando la comprensión de los contenidos, la interiorización de los conceptos y conocimientos adquiridos. El sistema de seguimiento y evaluación propuesto pone de manifiesto la evaluación continua, integral, cualitativa y cuantitativa. MATRIZ DE EVALUACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA: Cada participante recibirá una calificación numérica asociada a los criterios de evaluación del desempeño en las actividades prácticas desarrolladas, a la comprensión de los contenidos abordados y a los logros en la aplicación de los conocimientos en las actividades prácticas. Así mismo el capacitador emitirá una valoración cualitativa del participante referente a su motivación y participación en las actividades prácticas propuestas y en las actividades teóricas realizadas. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN: Al finalizar la acción formativa cada participante diligenciará la encuesta aprobada por el SENA que medirá su satisfacción sobre el desarrollo de la acción de formación y su impacto en la práctica laboral, entre otros. . De manera permanente los participantes contarán con un correo electrónico y datos de contacto personal para el reporte de incidencias o la notificación de comentarios, de manera que se tomen las medidas correctivas pertinentes. TASA DE INCREMENTO DEL CONOCIMIENTO: Mide el incremento del conocimiento de los trabajadores beneficiarios participantes por acción de formación: TIC= (NPFT-NPIT)/NPIT *100 TIC = Tasa de incremento del conocimiento NPFT = Nota promedio final de conocimiento del trabajador NPIT = Nota promedio inicial de conocimiento del trabajador 1. Cada evaluación estará compuesta por mínimo 5 y máximo 10 preguntas, las cuales serán formuladas por el capacitador. 2. Los criterios de evaluación estarán directamente relacionados con las unidades temáticas de la acción de formación a evaluar y debe ser resuelta por todos los beneficiarios de la misma. 3. La calificación resultante de cada una de las evaluaciones debe encontrarse dentro del rango de [0,10] (Intervalo cerrado) y se pueden dar valores decimales de hasta máximo una posición decimal. Ejemplo: 7,5. 4. La evaluación ex-ante se aplicará a los beneficiarios el día de inicio de la acción de formación, y la evaluación ex-post el último día de ejecución de la misma, con el fin de realizar una comparación que refleje los resultados en el incremento de conocimientos del trabajador beneficiario de la formación. El capacitador entregará un informe acerca de las evaluaciones ex-ante y ex-post aplicados y el análisis de los resultados obtenidos en la acción de formación ejecutada a través de los eventos taller (cuando su duración sea igual o superior a 20 horas), curso y diplomado y/o cuando aplique los modelos de aprendizaje puesto de trabajo real, aula invertida-Flipped Classroom, o Bootcamp. Este informe debe ser entregado al director del proyecto dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la terminación de la acción de formación, quien analizará a la luz de los indicadores internos de la empresa y/o gremio, los resultados de mejora de productividad del trabajador y competitividad de la empresa. Este será remitido a la interventoría dentro de los ocho (8) días hábiles siguientes para el análisis correspondiente. De igual forma, este informe se integrará al informe final de ejecución que el conveniente entregará a la interventoría, para posterior remisión al SENA.	**Justificación Del Lugar De Ejecución**	La AHK Colombia tal y como consta en sus estatutos, desarrolla sus actividades de apoyo comercial y de transferencia del conocimiento en el ámbito nacional, y por su carácter gremial multisectorial, cuenta con afiliados y empresas pertenecientes a la cadena productiva de sus empresas afiliadas en estas zonas del país: Bogotá, Antioquia, Cundinamarca, Valle, Atlántico, Santander, Norte de Santander, Meta, Magdalena y Huila. Así mismo cuenta con aliados a nivel nacional que incluyen Cámaras de Comercio locales, entidades territoriales, asociaciones entre otros con los que trabaja aunando esfuerzos para lograr un propósito común generalmente enfocado en el fortalecimiento empresarial. Estos aliados se sitúan entre otros en estos departamentos: Caldas, Bolívar y Casanare. Por tanto los lugares previstos están dentro del ámbito de actuación de la AHK Colombia
Justificación Nivel Ocupacional	Esta acción de formación se dirige a los niveles de alta dirección o estratégico y medio o táctico ya que se busca, maximizar la eficiencia de estos dos niveles para alinear equipos con del compromiso y apoyo de la alta dirección, así como de la comprensión y trabajo de socialización e implementación de parte del nivel medio.	**Justificación Sector/Subsector**	La formación propuesta está relacionada con el sector y subsector transversal al que pertenecen los beneficiarios, por cuanto la necesidad que atiende es propia de las actividades económicas, productivas y de carácter multisectorial de las empresas afiliadas a AHK Colombia.

Necesidades de Formación a Atender

Necesidad de Formación
Growth mindset (trabajo colaborativo y cooperativo): basados en la información que arrojaron los componentes cualitativos y cuantitativos del Plan Integral de Detección de Necesidades de AHK (01/12/21 - 04/04/2022), se identificó como una de las necesidades de formación el trabajo colaborativo y cooperativo. El growth mindset, concepto planteado por Carol Dweck en su libro “Mindset: la nueva psicología del éxito” refiere a una percepción, que algunas veces se encuentra en el plano de lo inconsciente, que las personas tienen sobre sí mismas y sus capacidades, la cual conduce al deseo de aprender y a aceptar retos; ser persistentes a las dificultades; crear hábitos dirigidos al éxito; comprender que el esfuerzo es el camino a la destreza; y tomar positivamente las críticas. Esta mentalidad tiene una aplicación directa en el trabajo colaborativo, pues dota a los colaboradores la libertad de compartir sus puntos de vista, dudas, aceptar críticas y recibir retroalimentación, aprendiendo a mejorar día a día en la empresa. Por eso, de acuerdo con Stefanini group, el growth mindset impulsa en las empresas a la formación de una cultura de la innovación a impulsar el trabajo colaborativo. Como se ha venido planteando ya, el trabajo colaborativo y la innovación son una preocupación constante entre la comunidad empresarial colombiana, pues es un campo débil. Por ello, la necesidad identificada se sustenta en el compromiso de crear una cultura de mentalidad de crecimiento en las organizaciones aliadas y de la cadena productiva de la Cámara de Comercio Colombo Alemana, que aliente a sus trabajdores a desarrollar las habilidades y destrezas que necesitan para hacer su trabajo. Como lo han señalado el CONPES, en su documento “Política nacional de ciencia, tecnología e innovación 2022-2031”, en el país la innovación empresarial es una deuda, que a su vez se relaciona con el pobre desarrollo y difusión del conocimiento, dado el poco apoyo a universidades e investigadores. Pero además, las empresas mismas empresas son pocos proclives a innovar. En la “Encuesta bianual de los sectores manufacturero y de servicios” del DANE, se calculaba que de 16.598 empresas encuestadas, solo 31 eran innovadoras en “sentido estricto” y 3.345, innovadoras en “sentido amplio”. Y este es un problema mucho mayor si consideramos que la necesidad de innovación se ha hecho más imperiosa tras la pandemia de COVID-19, que ha acentuado la transformación digital. Es así, que la priorización de la necesidad de formación descrita, se orienta enfocando el sistema a la generación de oportunidades de mejora y crecimiento continuo, para mejorar las dinámicas de trabajo de los colaboradores de las empresas afiliadas a AHK Colombia y los trabajadores de su cadena productiva en pro de desarrollar de manera continua una cultura de innovación y aprendizaje en beneficio de la productividad del sector de influencia de la Cámara.

Niveles Ocupacionales de la Acción de Formación

Nivel Ocupacional
MEDIO
ALTA DIRECCIÓN

Sectores de la Acción de Formación

Sector
Transversal

Subsectores de la Acción de Formación

Subsector
Transversal

Lugar de Ejecución de la Acción de Formación

Grupo Numero Departamento	*Ciudad*	*N° Beneficiarios*
1 BOGOTÁ D.C		15
1 HUILA		10
2 META		15
2 CUNDINAMARCA		10
3 CASANARE		15
3 SANTANDER		10
4 ANTIOQUIA		10
4 ATLÁNTICO		15
5 VALLE DEL CAUCA		10
5 MAGDALENA		15

Unidades Temáticas

UT N° :

Mentalidad de crecimiento en los equipos de trabajo

ID	1823		
Unidad Temática N°	1	**Nombre Unidad Temática**	Mentalidad de crecimiento en los equipos de trabajo
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	3	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	5	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	-¿Qué es el mindset exponencial? -Pilares Mentalidad de crecimiento (Growth mindset) -Exponencialidad y Habilidades 10x -Las 6ds de la exponencialidad -Habilidades 10x: las técnicas	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de promover la mentalidad de crecimiento en los equipos de trabajo
Actividad Pedagógica	-Identificar ¿Qué es el mindset exponencial? -Comprender los pilares Mentalidad de crecimiento (Growth mindset) -Descubrir la exponencialidad y habilidades 10x -Aplicar Las 6ds de la exponencialidad -Identificar habilidades 10x: las técnicas	**Estrategia Didáctica**	Presentación: se realiza la exposición de los contenidos. Story telling /reflexión Ejercicios y dinámicas que permitan a los participantes aplicar lo explicado en la presentación. Discusión grupal/Feedback: está es la parte en la que se reflexiona en grupo sobre el tema tratado y se obtienen conclusiones. Estudio de caso Preguntas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría, administración, marketing, ingeniería, diseño, Recursos humanos, innovación, economía, Rel. internacionales, relaciones públicas y afines	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en, gerencia, dirección de equipos, recursos humanos, liderazgo, psicología, emprendimiento, desarrollo empresarial, marketing, innovación, metodologías ágiles	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	No Aplica

UT N° :

2

-

Resiliencia organizacional en momentos de incertidumbre

ID	1800		
Unidad Temática N°	2	**Nombre Unidad Temática**	Resiliencia organizacional en momentos de incertidumbre

N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	3	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	5	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	-Sesgos cognitivos ¿Qué son los sesgos cognitivos? -¿Qué es F.O.G.? ¿Cómo navegamos entre la niebla? -Diseñando el futuro -La nueva normalidad -Próximos 30 años -Pensamiento Exponencial	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de aplicar la resiliencia organizacional en momentos de incertidumbre
Actividad Pedagógica	-Identificar Sesgos cognitivos ¿Qué son los sesgos cognitivos? -Descubrir ¿Qué es F.O.G.? ¿Cómo navegamos entre la niebla? -Colaborar Diseñando el futuro -Analizar La nueva normalidad -Proyectar los Próximos 30 años -Pensamiento Exponencial	**Estrategia Didáctica**	Conferencia/ Presentación: se realiza la exposición de los contenidos. Proyecto/Aplicación: los participantes experimentan. Cuestionario dinámico/Feedback: está es la parte en la que se reflexiona en grupo sobre el tema tratado y se obtienen conclusiones. Preguntas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría, administración, marketing, ingeniería, diseño, Recursos humanos, innovación, economía, Rel. internacionales, relaciones públicas y afines	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en, gerencia, dirección de equipos, recursos humanos, liderazgo, psicología, emprendimiento, desarrollo empresarial, marketing, innovación, metodologías ágiles	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	No Aplica

UT N° :

3

-

Organizaciones líquidas clave para la adaptación y el crecimiento

ID	1842		
Unidad Temática N°	3	**Nombre Unidad Temática**	Organizaciones líquidas clave para la adaptación y el crecimiento
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	3	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0

N° total de Horas Teóricas PAT	5	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	-Palancas para la transformación -Modelo Base /Características y metodologías -Retos en la construcción de equipos y estructuras	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de desarrollar competencias de adaptación y el crecimiento en organizaciones líquidas
Actividad Pedagógica	-Identificar Palancas para la transformación -Desarrollar Modelo Base /Características y metodologías -Analizar los Retos en la construcción de equipos y estructuras	**Estrategia Didáctica**	Conferencia/ Presentación: se realiza la exposición de los contenidos. Dinámica en equipos Reflexión Preguntas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría, administración, marketing, ingeniería, diseño, Recursos humanos, innovación, economía, Rel. internacionales, relaciones públicas y afines	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en, gerencia, dirección de equipos, recursos humanos, liderazgo, psicología, emprendimiento, desarrollo empresarial, marketing, innovación, metodologías ágiles	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	No Aplica

UT N° :

4

-

Trabajo en equipo para crecer integralmente en las organizaciones

ID	1845		
Unidad Temática N°	4	**Nombre Unidad Temática**	Trabajo en equipo para crecer integralmente en las organizaciones
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	3	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	3	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	-Equipos y estructuras en modelos operativos ágiles -Definición de objetivos -Definición de roles -Definición de Procesos -Comunicación -Participación	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de trabajar en equipo para crecer integralmente en las organizaciones

Actividad Pedagógica	-Desarrollar Equipos y estructuras en modelos operativos ágiles -Crear la Definición de objetivos -Comprender la Definición de roles -Construir la Definición de Procesos -Orientar la Comunicación -Participación	**Estrategia Didáctica**	Conferencia/ Presentación: se realiza la exposición de los contenidos. Proyecto/Aplicación: los participantes experimentan. Video Preguntas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría, administración, marketing, ingeniería, diseño, Recursos humanos, innovación, economía, Rel. internacionales, relaciones públicas y afines	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en, gerencia, dirección de equipos, recursos humanos, liderazgo, psicología, emprendimiento, desarrollo empresarial, marketing, innovación, metodologías ágiles	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	No Aplica

Resumen de Rubros de la Acción de Formación

Rubro	*Descripción*	*Cofinanciación SENA*	*Porcentaje Cofinanciación SENA*	*Contrapartida Especie*	*Porcentaje Contrapartida Especie*	*Contrapartida Efectiv*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	$ 97.828.000	% 75,12	0	% 0,00	$ 32.409.50
R05.1.2 Material de Formación - Digital - Libro electrónico - digital	Libro electrónico o digital	$ 12.540.000	% 75,25	0	% 0,00	$ 4.125.00
R10.3 Garantías	Garantías	$ 0	% 0,00	0	% 0,00	$ 295.00

AF N° :

9

-

Go to market - Construyendo estrategias disruptivas de posicionamiento en el mercado

ID	1441
N° Acción Formación	9
ID Propuesta	925
Propuesta en la que se basó la AF	Go to market - Construyendo estrategias disruptivas de posicionamiento en el mercado

Causas Y Efectos De La Necesidad De Formación Detectada	CAUSAS PUNTUALES: Según Keszey y Biemans en su artículo “Sales-marketing encroachment effects on innovation”, el marketing con una perspectiva disruptiva permite desarrollar un proceso de innovación centrado en el cliente. Entonces, el que la necesidad de gestión de marketing haya sido identificada por los asociados de la AHK tiene que ver directamente con la necesidad de innovación centrada en las ventas. La necesidad de gestión de marketing y comunicaciones, y el consiguiente requerimiento de formación que se ha denominado ""Go to market - Construyendo estrategias disruptivas de posicionamiento en el mercado"", se origina específicamente en las siguientes causas identificadas en la información que arrojaron los resultados de la encuesta a afiliados y participantes del PFCE 2021 de la AHK incorporados en el Plan Integral de Detección de Necesidades de AHK (01/12/21 - 04/04/2022): 1) Colombia aún está en un desbalance significativo en términos de innovación frente al resto del mundo según el Índice Mundial de Innovación del Banco Interamericano de Desarrollo. El país ocupó el lugar 68 entre 131 economías evaluadas, siendo superado por cuatro pares regionales: Chile, México, Costa Rica y Brasil. 2) La necesidad de aumentar la competitividad en un entorno donde las ventas digitales crecen y las empresas buscan reinventarse para encarar esta nueva realidad. La pandemia de COVID-19 generó cambios en los comportamientos de los consumidores por cuenta de las medidas de aislamiento social. Esto concretamente se expresa en el aumento de los usuarios de los canales digitales así como de internet en Colombia. Las cifras arrojadas en el informe ""Digital 2022"" de Hootsuite, indica que el 69% de la población se conecta a internet, sobre todo a través de conexiones móviles. 3) Aumento del comercio electrónico. Del grueso de las empresas en el país, como lo mostró una encuesta mundial de Facebook en 2020, las pequeñas y medianas empresas usan sobre todo WhatsApp. Así mismo, 81% de los pequeños empresarios afirmó que Facebook e Instagram funcionan para satisfacer las necesidades de sus negocios y 59% considera que les ayudan a crear oportunidades en sus comunidades locales. EFECTOS PUNTUALES: Si no se desarrolla la acción de formación "Go to market - Construyendo estrategias disruptivas de posicionamiento en el mercado", se derivarán los siguientes efectos: 1) Las empresas perderían la oportunidad de crecer y afectaría su capacidad de comercializar sus productos y servicios y competir en un entorno cada vez más digital y más globalizado poniendo en riesgo su sostenibilidad. La Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, en su informe de 2021 sobre el comercio electrónico, proyecta un crecimiento del 19% total del comercio digital para el 2022. 2) El desarrollo potencial de habilidades para el aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación no ha sido explotado en su totalidad. Según el Consejo Nacional de Política Económica y Social en su documento CONPES 3659 "Política Nacional para la promoción de las industrias culturales en Colombia", los colombianos se han constituido como receptores de información desaprovechando la oportunidad de pasar de receptores a convertirse en productores de contenidos. Esto queda demostrado en el hecho de que el 52% de los niños y jóvenes usa el computador para jugar video juegos, mientras que el 82% de la navegación está orientada al entretenimiento, pues apenas un 15 % se dedica a actividades educativas y productivas. Esto ha dificultado, entre otros, procesos de comercio electrónico, marketing electrónico, posicionamiento en buscadores y diseño de nuevos productos.
Nombre De La Acción De Formación	Go to market - Construyendo estrategias disruptivas de posicionamiento en el mercado
Objetivo(S) De La Acción De Formación	Desarrollar competencias laborales, que les permita a los trabajadores analizar, proponer e implementar un estrategia comercial Go to market, la cual esta centrada en los mercados potenciales , que permita el reconocimiento de los canales de distribución, condiciones comerciales y acciones con los clientes con el fin de facilitar y mantener el posicionamiento efectivo la marca en el mercado." La acción de formación contribuye de forma positiva a resolver parcialmente la necesidad de generar estrategia de negocios que incidan en el mejoramiento de los resultados.
Evento De Formación	Curso
Modalidad De Formación	Presencial asistida por tecnologías-PAT
Metodología De Aprendizaje	Teórica-Práctica
Modelo De Aprendizaje	No Aplica
Tipo De Ambiente De Aprendizaje	Plataforma o herramienta tecnológica

Justificación Ambiente De Aprendizaje	Se pondrá a disposición, para el desarrollo del presente proyecto, la plataforma virtual MOODLE del proyecto PFCE en la cual se accede a una plataforma o herramienta tecnológica, para cada grupo en la que se incluyen enlaces a sesiones ZOOM para la realización de las sesiones en modalidad PAT. Adicionalmente estas aulas alojarán las grabaciones de las sesiones PAT y las presentaciones de los expertos, así como información general de la acción formativa y enlaces a encuestas, según corresponda. Cada participante autónomamente deberá disponer de los dispositivos y conectividad requerida para acceso a la plataforma virtual. Se cumple lo establecido en el ANEXO 14. JUSTIFICACIÓN: El ambiente de aprendizaje propuesto favorece la gestión organizada y ágil de las sesiones sincrónicas de formación, facilitando la conexión de los participantes y del experto o de la experta según corresponda. Este ambiente facilita la interacción basada en herramientas tecnológicas que apoya el trabajo teórico-práctico
Número De Días De Ejecución De La Acción De Formación	15
Número de Grupos	5
Número de Beneficiarios de la AF	125
Número de Beneficiarios Asociados a Grupos	125
Número de días por grupo	15
Numero de horas por grupo de la AF	30
Número de Horas Total de la AF	150

Beneficiarios

Número De Beneficiarios	125	**Área Funcional A La Cual Pertenecen**	Dirección, gerencia, administración, planeación, Marketing, innovación, Ventas, proyectos o afines
Funciones O Tareas Que Desempeñan	Planear, definir, supervisar equipos de trabajo, definir, planear, coordinar la estrategia de la empresa, liderar equipos de ventas y desarrollar actividades de venta y marketing de la empresa definir, desarrollar y alcanzar objetivos e iniciativas la gestión de recursos en la empresa. Actividades de prospección, contacto, cierre y seguimiento de ventas. Analizar y gestionar sitios web, marketplaces, crm y afines. Desarrollo de campañas de mercadeo y publicidad.	**Tipo De Vinculación Laboral**	Contrato laboral a término indefinido o contrato de prestación de servicios
Nivel De Escolaridad	Profesionales, tecnólogos o técnicos en áreas de economía, administración, ingeniería, tecnología, marketing, recursos humanos, comunicación, ciencias aplicadas, gerencia de proyectos, procesos y afines.	**Acceso A Las Tic’S**	Son personas con competencias digitales que les permiten acceder al uso de computadores y demás dispositivos y utilizar aplicaciones a nivel de usuario para el desarrollo de sus funciones. Acceden a conectividad para el desarrollo de sus actividades.

Trabajadores En Condición De Discapacidad Que Se Beneficiarán De La Formación	0	**Número De Trabajadores Mujeres**	62
Número De Empresas Sociedades De Beneficio E Interés Colectivo Bic A Beneficiar	0	**Número De Empresas Beneficiadas**	62
Número De Empresas Mipymes A Beneficiar	60	**Justificación Inclusión Trabajadores Empresas Mipymes**	La inclusión de beneficiarios de empresas Mipymes se justifica en razón a la proporción estadística de participantes en el programa PFCE 2021 y la proporción de empresas afiliadas que corresponden a esta categoría, en este sentido se establece que el 90% de las empresas impactadas serán Mipymes.
Número De Empresas A Beneficiar Que Hacen Parte De Su Cadena Productiva	25	**Justificación Inclusión Trabajadores Empresas Que Hacen Parte De La Cadena Productiva Como Beneficiarios**	Dado que el objeto social de la CÁMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO COLOMBO ALEMANA es el fomento y desarrollo de las relaciones comerciales, industriales, económicas y culturales entre la República de Colombia y la República Federal de Alemania, se incluirán beneficiarios que hacen parte de la cadena productiva de las empresas que integran el ámbito de acción de la cámara, puesto que son los trabajadores de estas empresas quienes apoyan el desarrollo productivo y competitividad de todos los eslabones de valor del sector al que pertenece cada afiliado.

Enfoque De La Acción De Formación	Formación en el trabajo	**Justificación Enfoque De La Acción De Formación**	La presente acción de formación tiene un enfoque de FORMACIÓN PARA EL TRABAJO, ya que es una acción de formación dirigida a trabajadores de el/los nivel(es) ocupacionales indicados y que requieren actualizar y adquirir conocimientos, habilidades, aptitudes, técnicas y/o prácticas, necesarias para resolver con autonomía, temas relacionados con la planificación y ejecución del trabajo actual o del cargo en el que busca desempeñarse, de tal forma que se generen mejoras en la empleabilidad, la productividad laboral y competitividad empresarial que propicien la implementación de estrategias disruptivas de posicionamiento y permanencia en el mercado.

Alineación De La Acción De Formación	AF que desarrolle temáticas que incentiven la innovación en la empresa.	**Justificación De La Alineación**	La acción de formación incentiva la innovación ya que promueve la incorporación de una metodología innovadora, que fomenta la mejora continua de los procesos comerciales dentro de la empresa, que hace que los procesos ya existentes sean más eficientes y que da respuesta a necesidades específicas de la empresa desde el área comercial. Según Paco Lorente, Docente internacional de Marketing, Go to market tiene como objetivo, definir la intención con la que la empresa se dirige a su mercado potencial y, de esta manera, mejorar los resultados de venta ofreciendo experiencias favorables. logrando mejores resultados, minimizando errores y gastos innecesarios y ayudando a concretar ventas rápidamente

Categorización De La Acción De Formación	Desarrollo productivo y competitividad	**Justificación Categorización**	La acción de formación responde a la doble categorización de desarrollo productivo y competitividad. La competitividad es la capacidad de una empresa para mejorar sus resultados, manteniendo o incrementando su cuota de participación o nivel de rentabilidad. Esta formación incide en la capacidad que tendrán las empresas de incrementar y mantener su cuota de mercado y desarrollar procesos de innovación en su modelo de ventas, lo que facilitará la búsqueda de nuevas oportunidades. Por otra parte, incide en el desarrollo productivo la introducción de nuevos modelos de ventas digitales que harán que sea más eficiente el proceso y la dedicación de los equipos de trabajo y la incorporación de las herramientas tecnológicas al proceso de ventas.
Justificación Acción De Formación Especializada	POR QUE ES UNA ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA: Esta es una acción de formación especializada porque es una acción de corta duración que garantiza la profundización de conocimientos, habilidades y destrezas, permitiendo la aplicación de los mismos en el contexto laboral inmediato, asegurando la calidad, comprensión y uso del pensamiento crítico y analítico de la labor realizada o de la tarea a ejecutar, con el propósito de encaminar al trabajador a su actualización laboral, para responder a las necesidades específicas de las empresas, que surge de la implementación de mejoras tecnológicas, nuevas metodologías y herramientas, aumentando la productividad y empleabilidad de los trabajadores y la competitividad de las mismas.	**Material De Formación-Justificación Del Material**	PAT LIBRO DIGITAL : Se contará con libro electrónico/digital (con código ISBN). Se garantizará la puesta a disposición de los beneficiarios del material de formación en la plataforma virtual destinada para la realización de este evento de formación. JUSTIFICACIÓN: El material, de producción reciente, (MENOS DE 2 AÑOS) , reunirá los medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan las actividades de enseñanza-aprendizaje en la modalidad PAT, y guardará coherencia con los objetivos de la formación, perfil de los beneficiarios y estará metodológicamente estructurado de modo que facilite la transferencia de conocimiento. Los contenidos incluidos corresponden directamente con

			cada una de las cuatro unidades temáticas. UNIDAD TEMÁTICA 1. Tendencias de posicionamiento en el mercado nacional e internacional UNIDAD TEMÁTICA 2. Diseño de estrategias disruptivas "Go to market" - centradas en el mercado UNIDAD TEMÁTICA 3. Mejora continua de estrategias "Go to market" UNIDAD TEMÁTICA 4. Trabajo colaborativo en equipos Los participantes encontrarán debidamente identificadas las unidades y cada uno de sus contenidos pudiendo así adquirir la base teórica para el desarrollo de las actividades prácticas propuestas y que incluyen: autoevaluaciones, ejercicios de relación de conceptos, ejercicios multimedia, entre otros. Incluyen textos descriptivos, cuadros de ampliación, vídeos de apoyo, documentación complementaria e infografías.
Capacitador Persona Jurídica Af	La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto es Adalid Inmark Colombia SAS, cuya actividad principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559 (otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560(actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área, cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social. ADALID INMARK COLOMBIA SAS, cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz ADALID SC S.L. con una trayectoria de más de 15 años en España y Chile; de su entidad adscrita Instituto Europa y del grupo empresarial ASPASIA, del cual forma parte, quienes en su conjunto aportan sus expertos internacionales, material didáctico y formativo ADALID INMARK COLOMBIA acredita siete (7) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. Adicionalmente cuenta con siete (7) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados),a entidades públicas o privadas.	**Resultados De Aprendizaje Esperados**	Durante el desarrollo de la acción formativa los capacitadores verificarán el avance de lo que el trabajador aprendió y aplicará en su puesto de trabajo, a partir del momento de finalizar la acción de formación, mediante observaciones y calificaciones que consignarán en la matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Se asocia un resultado de aprendizaje a cada unidad temática, evidenciando la alineación de cada resultado con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del

beneficiario.
Los resultados definidos como parámetro de referencia del proceso de formación son:

R1. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de identificar tendencias de posicionamiento en el mercado nacional e internacional incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque evaluarán casos de éxito GTM(Go-To.MArket) favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como definir puntos de compra, definir perfil comprador y redefinir la estrategia.

R2. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de planear estrategias disruptivas "Go to market" - centradas en el mercado incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque identificará su modelo de negocio favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como redefinir su propuesta de valor

R3. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de desarrollar un plan de Mejora continua de estrategias "Go to Market" incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque aplicará herramientas adecuadas favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como definir el plan de mejora de la organización.

R4. El 85% de los beneficiarios están en

			capacidad de operar mediante trabajo colaborativo en equipos incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque conformará equipos y estructuras en modelos operativos ágiles favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como definir de objetivos, definir de roles, definir procesos R5.// R6 El 85% de los beneficiarios manifiestan estar satisfechos con la acción formativa en la que participan. Fuente de verificación 1: Informe de matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Calificación mínima 2 puntos correspondiente al Nivel Medio. Momento 1: a la finalización de la acción formativa. Fuente de verificación 2: Informe de tabulación de encuestas de satisfacción. Calificación mínima de 3 o equivalente. Momento 2: a la finalización de la acción formativa.

Evaluación Del Aprendizaje	La evaluación de aprendizaje permitirá la verificación del cumplimiento de los objetivos propuestos y de los resultados esperados, los criterios de evaluación que son los parámetros de referencia del proceso evaluativo, evidenciando la comprensión de los contenidos, la interiorización de los conceptos y conocimientos adquiridos. El sistema de seguimiento y evaluación propuesto pone de manifiesto la evaluación continua, integral, cualitativa y cuantitativa. MATRIZ DE EVALUACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA: Cada participante recibirá una calificación numérica asociada a los criterios de evaluación del desempeño en las actividades prácticas desarrolladas, a la comprensión de los contenidos abordados y a los logros en la aplicación de los conocimientos en las actividades prácticas. Así mismo el capacitador emitirá una valoración cualitativa del participante referente a su motivación y participación en las actividades prácticas propuestas y en las actividades teóricas realizadas. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN: Al finalizar la acción formativa cada participante diligenciará la encuesta aprobada por el SENA que medirá su satisfacción sobre el desarrollo de la acción de formación y su impacto en la práctica laboral, entre otros. . De manera permanente los participantes contarán con un correo electrónico y datos de contacto personal para el reporte de incidencias o la notificación de comentarios, de manera que se tomen las medidas correctivas pertinentes. TASA DE INCREMENTO DEL CONOCIMIENTO: Mide el incremento del conocimiento de los trabajadores beneficiarios participantes por acción de formación: TIC= (NPFT-NPIT)/NPIT *100 TIC = Tasa de incremento del conocimiento NPFT = Nota promedio final de conocimiento del trabajador NPIT = Nota promedio inicial de conocimiento del trabajador 1. Cada evaluación estará compuesta por mínimo 5 y máximo 10 preguntas, las cuales serán formuladas por el capacitador. 2. Los criterios de evaluación estarán directamente relacionados con las unidades temáticas de la acción de formación a evaluar y debe ser resuelta por todos los beneficiarios de la misma. 3. La calificación resultante de cada una de las evaluaciones debe encontrarse dentro del rango de [0,10] (Intervalo cerrado) y se pueden dar valores decimales de hasta máximo una posición decimal. Ejemplo: 7,5. 4. La evaluación ex-ante se aplicará a los beneficiarios el día de inicio de la acción de formación, y la evaluación ex-post el último día de ejecución de la misma, con el fin de realizar una comparación que refleje los resultados en el incremento de conocimientos del trabajador beneficiario de la formación. El capacitador entregará un informe acerca de las evaluaciones ex-ante y ex-post aplicados y el análisis de los resultados obtenidos en la acción de formación ejecutada a través de los eventos taller (cuando su duración sea igual o superior a 20 horas), curso y diplomado y/o cuando aplique los modelos de aprendizaje puesto de trabajo real, aula invertida-Flipped Classroom, o Bootcamp. Este informe debe ser entregado al director del proyecto dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la terminación de la acción de formación, quien analizará a la luz de los indicadores internos de la empresa y/o gremio, los resultados de mejora de productividad del trabajador y competitividad de la empresa. Este será remitido a la interventoría dentro de los ocho (8) días hábiles siguientes para el análisis correspondiente. De igual forma, este informe se integrará al informe final de ejecución que el conveniente entregará a la interventoría, para posterior remisión al SENA.	**Justificación Del Lugar De Ejecución**	La AHK Colombia tal y como consta en sus estatutos, desarrolla sus actividades de apoyo comercial y de transferencia del conocimiento en el ámbito nacional, y por su carácter gremial multisectorial, cuenta con afiliados y empresas pertenecientes a la cadena productiva de sus empresas afiliadas en estas zonas del país: Bogotá, Antioquia, Cundinamarca, Valle, Atlántico, Santander, Norte de Santander, Meta, Magdalena y Huila. Así mismo cuenta con aliados a nivel nacional que incluyen Cámaras de Comercio locales, entidades territoriales, asociaciones entre otros con los que trabaja aunando esfuerzos para lograr un propósito común generalmente enfocado en el fortalecimiento empresarial. Estos aliados se sitúan entre otros en estos departamentos: Caldas, Bolívar y Casanare. Por tanto los lugares previstos están dentro del ámbito de actuación de la AHK Colombia
Justificación Nivel Ocupacional	La formación se dirige a los niveles de alta dirección o estratégico y medio o táctico ya que se busca implementar estratégias de go to market, con el apoyo de la alta dirección e implementación de parte del nivel medio.	**Justificación Sector/Subsector**	La formación propuesta está relacionada con el sector y subsector transversal al que pertenecen los beneficiarios, por cuanto la necesidad que atiende es propia de las actividades económicas, productivas y de carácter multisectorial de las empresas afiliadas a AHK Colombia.

Necesidades de Formación a Atender

Necesidad de Formación
Generar estrategia de negocios: la encuesta a afiliados y participantes del PFCE 2021 de la AHK, mostró que la “Estrategia de negocios” era la segunda necesidad identificada por las empresas con una puntuación de 2,58 de interés. Esta es un área de gran relevancia para el fortalecimiento organizacional, la cual se encuentra relacionada con la necesidad de incluir innovadoras estrategias que permitan la fidelización de los clientes, incrementando la satisfacción y logrando la recomendación de los productos o servicios a otros posibles clientes potenciales. La globalización ha cambiado la extensión y construcción de la competitividad de las empresas. Para asegurar la supervivencia de las empresas debe garantizarse el desarrollo de capacidades para integrarse y nutrir la evolución de sus vínculos y redes en los ámbitos local y global para construir nuevas formas interactivas de adquisición y creación del conocimiento, así como ajustar sus estrategias y estructuras organizativas. Las empresas colombianas que se están globalizando participan también de este proceso, y uno de los problemas que encara es cómo mantener la clientela. Una vez creado un producto clave, y cuando se ha identificado el merado objetivo, mantener la clientela existente y crear las condiciones para aumetarla, es una tarea fundamental para hacer crecer una empresa. Según Frederick Reichheld en un estadio de Bain & Company, el aumento de un 5% de la tasa de retención de clienes, causa un incremento en las ganancias entre un 25% y un 95%. Este problema se mantendrá ante la incertidumbre financiera internacional de 2022. Es así, que la priorización de la necesidad de formación descrita, está encaminada al desarrollo de competencias en los trabajadores de las empresa aliadas a la Cámara de Industria y Comercio Colombo Alemana y a los pertenecientes a su cadena productiva, para proponer e implementar estrategias Go to market, centradas en los mercados potenciales y mantener el posicionamiento efectivo la marca en el mercado.

Niveles Ocupacionales de la Acción de Formación

Nivel Ocupacional
ALTA DIRECCIÓN
MEDIO

Sectores de la Acción de Formación

Sector
Transversal

Subsectores de la Acción de Formación

Subsector
Transversal

Lugar de Ejecución de la Acción de Formación

Grupo Numero Departamento	*Ciudad*	*N° Beneficiarios*
1 HUILA		15
1 BOGOTÁ D.C		10
2 META		10
2 CUNDINAMARCA		15
3 SANTANDER		15
3 CASANARE		10
4 ATLÁNTICO		10
4 ANTIOQUIA		15
5 VALLE DEL CAUCA		15
5 MAGDALENA		10

Unidades Temáticas

UT N° :

1

-

Tendencias de posicionamiento en el mercado nacional e internacional

ID	1896		
Unidad Temática N°	1	**Nombre Unidad Temática**	Tendencias de posicionamiento en el mercado nacional e internacional
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	3	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	5	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	-Go-to-market (GTM) y Route-to-market (RTM) -Casos de éxito. FitBit Southwest Airlines Upscope -Buying center y los buyer personas -Matriz de valor- estrategia de mensaje para cada persona	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de identificar tendencias de posicionamiento en el mercado nacional e internacional
Actividad Pedagógica	-Diferenciar Go-to-market (GTM) y Route-to-market (RTM) -Analizar Casos de éxito. FitBit Southwest Airlines Upscope -Definir Buying center y los buyer personas -Desarrollar Matriz de valor- estrategia de mensaje para cada persona	**Estrategia Didáctica**	Conferencia/ Presentación: se realiza la exposición de los contenidos. Reflexión /Aplicación: los participantes experimentan. Ejercicios y dinámicas que permitan a los participantes aplicar lo explicado en la presentación. Discusión grupal/Feedback: está es la parte en la que se reflexiona en grupo sobre el tema tratado y se obtienen conclusiones. Estudio de caso Preguntas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Maestría, administración, marketing, ingeniería, diseño, innovación, economía, Rel. internacionales, relaciones públicas y afines	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en Investigación de mercados, dirección de equipos, gerencia de proyectos, gerencia de marcas gerencia comercial y de ventas, gerencia de productos, gerencia de publicidad gerencia de medios	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	No Aplica

UT N° :

2

-

Diseño de estrategias disruptivas "Go to market" - centradas en el mercado

ID	1902		
Unidad Temática N°	2	**Nombre Unidad Temática**	Diseño de estrategias disruptivas "Go to market" - centradas en el mercado
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0

N° total de Horas Prácticas PAT	3	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	5	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	-Conocimiento del comprador -¿Cuál es mi modelo de negocio? -Do's and don'ts de la propuesta de valor -RE-Define tu propuesta de valor -Tipos de canales de distribución Canales vivos o estáticos	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de planear estrategias disruptivas "Go to market" - centradas en el mercado
Actividad Pedagógica	-Diseño de estrategias disruptivas "Go to market" - centradas en el mercado -Evaluar el Conocimiento del comprador -Establecer ¿Cuál es mi modelo de negocio? -Identificar Do's and don'ts de la propuesta de valor -Aplicar RE-Define tu propuesta de valor -Analizar Tipos de canales de distribución Canales vivos o estáticos	**Estrategia Didáctica**	Conferencia/ Presentación: se realiza la exposición de los contenidos. Proyecto/Aplicación: los participantes experimentan. Cuestionario dinámico/Feedback: está es la parte en la que se reflexiona en grupo sobre el tema tratado y se obtienen conclusiones. Preguntas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Maestría, administración, marketing, ingeniería, diseño, innovación, economía, Rel. internacionales, relaciones públicas y afines	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en Investigación de mercados, dirección de equipos, gerencia de proyectos, gerencia de marcas gerencia comercial y de ventas, gerencia de productos, gerencia de publicidad gerencia de medios	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	No Aplica

UT N° :

3

-

Mejora continua de estrategias "Go to market"

ID	1906		
Unidad Temática N°	3	**Nombre Unidad Temática**	Mejora continua de estrategias "Go to market"
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	3	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	5	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0

Contenido	-El método Kaizen, -La herramienta Poke-Yoke -El ciclo de Deming, también conocido como PDCA	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad desarrollar un plan de Mejora continua de estrategias "Go to Market"
Actividad Pedagógica	Comprender El método Kaizen, Analizar La herramienta Poke-Yoke Crear El ciclo de Deming, también conocido como PDCA	**Estrategia Didáctica**	Conferencia/ Presentación: se realiza la exposición de los contenidos. Ejercicio práctico./Aplicación: los participantes experimentan. Cuestionario dinámico/Feedback Tarea/ ejercicio a desarrollar Preguntas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Maestría, administración, marketing, ingeniería, diseño, innovación, economía, Rel. internacionales, relaciones públicas y afines	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en Investigación de mercados, dirección de equipos, gerencia de proyectos, gerencia de marcas gerencia comercial y de ventas, gerencia de productos, gerencia de publicidad gerencia de medios	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	No Aplica

UT N° :

4

-

Trabajo colaborativo en equipos

ID	1898		
Unidad Temática N°	4	**Nombre Unidad Temática**	Trabajo colaborativo en equipos
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	3	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	3	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	-Equipos y estructuras en modelos operativos ágiles -Definición de objetivos -Definición de roles -Definición de Procesos -Comunicación -Participación	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en operar mediante trabajo colaborativo en equipos

Actividad Pedagógica	-Comprender Equipos y estructuras en modelos operativos ágiles -Evaluar Definición de objetivos -Establecer Definición de roles -Desarrollar Definición de Procesos -Orientar la Comunicación -Definir métodos de Participación	**Estrategia Didáctica**	Conferencia/ Presentación: se realiza la exposición de los contenidos. Proyecto/Aplicación: los participantes experimentan. Cuestionario dinámico/Feedback: está es la parte en la que se reflexiona en grupo sobre el tema tratado y se obtienen conclusiones. Preguntas.

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Maestría, administración, marketing, ingeniería, diseño, innovación, economía, Rel. internacionales, relaciones públicas y afines	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en Investigación de mercados, dirección de equipos, gerencia de proyectos, gerencia de marcas gerencia comercial y de ventas, gerencia de productos, gerencia de publicidad gerencia de medios	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	No Aplica

Resumen de Rubros de la Acción de Formación

Rubro	*Descripción*	*Cofinanciación SENA*	*Porcentaje Cofinanciación SENA*	*Contrapartida Especie*	*Porcentaje Contrapartida Especie*	*Contrapartida Efectiv*
R05.1.2 Material de Formación - Digital - Libro electrónico - digital	Libro electrónico o digital	$ 12.540.000	% 75,25	0	% 0,00	$ 4.125.00
R10.3 Garantías	Garantías	$ 0	% 0,00	0	% 0,00	$ 295.00
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	$ 97.828.000	% 75,12	0	% 0,00	$ 32.409.50

AF N° :

10

-

Metodologías ágiles para la innovación empresarial

ID	1379
N° Acción Formación	10
ID Propuesta	942
Propuesta en la que se basó la AF	Metodologías ágiles para la innovación empresarial

Causas Y Efectos De La Necesidad De Formación Detectada	CAUSAS PUNTUALES: Según Page Consulting, las empresas que aplican enfoques ágiles en la gestión de sus proyectos incrementan hasta un 30% sus beneficios totales y elevan sus ingresos un 37% más rápido que las que no lo hacen. La necesidad de formación en metodologías ágiles, y la acción de formación específica en “Metodologías ágiles para la innovación empresarial", se origina específicamente en las siguientes causas identificadas en las reuniones con los afiliados del gremio, cuyas conclusiones se incorporaron en el Plan Integral de Detección de Necesidades de AHK (01/12/21 - 04/04/2022): 1) La primera causa tiene que ver con la necesidad de adaptación y mejoramiento de los procesos productivos. Tal como lo ha planteado la OCDE en su estudio de 2022 “Panorama económico de Colombia”, la situación económica actual, marcada por la pandemia de COVID-19, la cual ha tenido un impacto negativo en la productividad, ha obligado a las empresas del mundo a actuar de una forma más rápida para obtener resultados en un menor tiempo, además ha comenzado a exigir de las organizaciones empresariales su capacidad para poder adaptarse a las nuevas demandas del mercado mundial, atravesada por la transformación digital. Por ello, las empresas nacionales han comenzado a ver que adaptarse a las nuevas dinámicas que permiten optimizar procesos y tiempos, aumentar la productividad y mejorar la calidad de su trabajo, es una labor fundamental. 2) La segunda causa, es que el país, que no presentaba una situación precisamente halagadora de cara a su productividad, se vio seriamente afectado por la pandemia en este tema específico. Durante el 54 Congreso de Seguridad, Salud y Ambiente, el Consejo Colombiano de Seguridad (CCS) estimó el impacto de la pandemia en la productividad en un valor cercano a los 2 billones de pesos ($1.928.473.668.934). Esta situación se explica en buena medida por el comportamiento de los trabajadores. El CCS señaló que el contagio de la COVID-19 requiere que los trabajadores se ausenten de sus labores por un periodo de, al menos, 14 días por el aislamiento, sin contar los casos moderados y graves que pueden llegar a periodos de ausencia mucho más largos. Esto incidió en la productividad de la fuerza de trabajo, que ya de por sí encaraba serios problemas: el indicador de productividad laboral elaborado por el Conference Board en 2016, indica que un trabajador en Estados Unidos es 4,3 veces más productivo que un colombiano, mientras que uno de Corea del Sur 2,7 veces más. Fedesarrollo achaca este problema a la informalidad y la baja cualificación de la fuerza de trabajo. EFECTOS PUNTUALES: Si no se desarrolla la acción de formación "Metodologías ágiles para la innovación empresarial", se derivarán los siguientes efectos: 1) No se dotarán las herramientas para potenciar el trabajo de los grupos en la empresas, y por tanto dejarán de aportar soluciones al problema de los ingresos. Este es un tema sensible frente a la crisis que ha dejado la pandemia. La Superintendencia de Sociedades calculó en 2021 que tras el estallido de la pandemia de COVID-19, las 1.000 empresas reportadas en la supersociedades totalizaron $697 billones durante 2020, lo que representa 7,6% menos de las cifras registradas en 2019. 2) Dejarán de crearse condiciones para la cualificación de la fuerza de trabajo, lo que continuará incidiendo negativamente en la productividad de los trabajadores, un problema acentuado en Colombia. Fedesarrollo señalaba en su “Informe sobre mercado laboral” de 2019, que el estancamiento de la productividad está relacionado con la poca idoneidad del sistema educativo del país, situación acentuada por la baja tendencia de las empresas a formar sus trabajadores. Para 2015 el Banco Interamericano de Desarrollo calculaba que sólo alrededor del 9% de los trabajadores había recibido algún tipo de capacitación en la empresa en los últimos dos años.
Nombre De La Acción De Formación	Metodologías ágiles para la innovación empresarial
Objetivo(S) De La Acción De Formación	Desarrollar competencias en los equipos de trabajo en la implementación de metodologías ágiles con el fin de incentivar y desarrollar procesos de innovación en las organizaciones, con orientación a la optimización de procesos y resultados. La acción de formación contribuye de forma positiva a resolver totalmente la necesidad de implementar metodologías ágiles que incidan en el mejoramiento de los resultados.
Evento De Formación	Curso
Modalidad De Formación	Presencial asistida por tecnologías-PAT
Metodología De Aprendizaje	Teórica-Práctica
Modelo De Aprendizaje	No Aplica
Tipo De Ambiente De Aprendizaje	Plataforma o herramienta tecnológica

Justificación Ambiente De Aprendizaje	Se pondrá a disposición, para el desarrollo del presente proyecto, la plataforma virtual MOODLE del proyecto PFCE en la cual se accede a una plataforma o herramienta tecnológica, para cada grupo en la que se incluyen enlaces a sesiones ZOOM para la realización de las sesiones en modalidad PAT. Adicionalmente estas aulas alojarán las grabaciones de las sesiones PAT y las presentaciones de los expertos, así como información general de la acción formativa y enlaces a encuestas, según corresponda. Cada participante autónomamente deberá disponer de los dispositivos y conectividad requerida para acceso a la plataforma virtual. Se cumple lo establecido en el ANEXO 14. JUSTIFICACIÓN: El ambiente de aprendizaje propuesto favorece la gestión organizada y ágil de las sesiones sincrónicas de formación, facilitando la conexión de los participantes y del experto o de la experta según corresponda. Este ambiente facilita la interacción basada en herramientas tecnológicas que apoya el trabajo teórico-práctico
Número De Días De Ejecución De La Acción De Formación	15
Número de Grupos	3
Número de Beneficiarios de la AF	90
Número de Beneficiarios Asociados a Grupos	90
Número de días por grupo	15
Numero de horas por grupo de la AF	30
Número de Horas Total de la AF	90

Beneficiarios

Número De Beneficiarios	90	**Área Funcional A La Cual Pertenecen**	Dirección, gerencia, administración, planeación, Marketing, innovación, Ventas, proyectos o afines
Funciones O Tareas Que Desempeñan	Definir, supervisar y ejecutar la estrategia empresarial y marketing de la empresa , gestión de equipos, desarrollar y definir objetivos e iniciativas para el desarrollo de la actividad de la empresa. Actividades de prospección, contacto, cierre y seguimiento de ventas. Analizar y gestión, administración, gestión comercial, ventas, community manager, manejo de proveedores, planeación, ejecución y supervisión de presupuestos, Gerencia de proyectos, actividades de marketing digital y servicio al cliente y afines.	**Tipo De Vinculación Laboral**	Contrato laboral a término indefinido o contrato de prestación de servicios

Nivel De Escolaridad	Profesionales, tecnólogos o técnicos en áreas de economía, administración, ingeniería, tecnología, marketing, recursos humanos, comunicación, ciencias aplicadas, gerencia de proyectos, procesos y afines.	**Acceso A Las Tic'S**	Son personas con competencias digitales que les permiten acceder al uso de computadores y demás dispositivos y utilizar aplicaciones a nivel de usuario para el desarrollo de sus funciones. Acceden a conectividad para el desarrollo de sus actividades.
Trabajadores En Condición De Discapacidad Que Se Beneficiarán De La Formación	0	**Número De Trabajadores Mujeres**	45
Número De Empresas Sociedades De Beneficio E Interés Colectivo Bic A Beneficiar	0	**Número De Empresas Beneficiadas**	45
Número De Empresas Mipymes A Beneficiar	41	**Justificación Inclusión Trabajadores Empresas Mipymes**	La inclusión de beneficiarios de empresas Mipymes se justifica en razón a la proporción estadística de participantes en el programa PFCE 2021 y la proporción de empresas afiliadas que corresponden a esta categoría, en este sentido se establece que el 90% de las empresas impactadas serán Mipymes.

Número De Empresas A Beneficiar Que Hacen Parte De Su Cadena Productiva	18	**Justificación Inclusión Trabajadores Empresas Que Hacen Parte De La Cadena Productiva Como Beneficiarios**	Dado que el objeto social de la CÁMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO COLOMBO ALEMANA es el fomento y desarrollo de las relaciones comerciales, industriales, económicas y culturales entre la República de Colombia y la República Federal de Alemania, se incluirán beneficiarios que hacen parte de la cadena productiva de las empresas que integran el ámbito de acción de la cámara, puesto que son los trabajadores de estas empresas quienes apoyan el desarrollo productivo y competitividad de todos los eslabones de valor del sector al que pertenece cada afiliado.
Enfoque De La Acción De Formación	Formación en el trabajo	**Justificación Enfoque De La Acción De Formación**	La presente acción de formación tiene un enfoque de FORMACIÓN PARA EL TRABAJO, ya que es una acción de formación dirigida a trabajadores de el/los nivel(es) ocupacionales indicados y que requieren actualizar y adquirir conocimientos, habilidades, aptitudes, técnicas y/o prácticas, necesarias para resolver con autonomía, temas relacionados con la planificación y ejecución del trabajo actual o del cargo en el que busca desempeñarse, de tal forma que se generen mejoras en la empleabilidad, la productividad laboral y competitividad empresarial a través de metodologías ágiles orientadas a la innovación de procesos empresariales y la optimización de resultados.

Alineación De La Acción De Formación	AF que desarrolle temáticas que incentiven la innovación en la empresa.	**Justificación De La Alineación**	La acción de formación incentiva la innovación ya que promueve la incorporación de una metodología innovadora, que fomenta la mejora continua de los procesos, en el que se planifica, se crea, se comprueba el resultado y se mejora, que busca evitar la dispersión y centrar toda la atención en una tarea encomendada. Más que una metodología, algunos expertos se refieren a ella como una filosofía que supone una forma distinta de trabajar y de organizarse. El objetivo es desarrollar productos y servicios de calidad que respondan a las necesidades de unos clientes cuyas prioridades cambian a una velocidad cada vez mayor
Categorización De La Acción De Formación	Desarrollo productivo y competitividad	**Justificación Categorización**	La acción de formación responde a la doble categorización de desarrollo productivo y competitividad. La competitividad es la capacidad de una empresa para mejorar sus resultados, manteniendo o incrementando su cuota de participación o nivel de rentabilidad. Esta formación incide en la capacidad que tendrán las empresas de incrementar y mantener su cuota de mercado y desarrollar procesos de innovación en su modelo de ventas, lo que facilitará la búsqueda de nuevas oportunidades. Por otra parte, incide en el desarrollo productivo la introducción de nuevos modelos de ventas digitales que harán que sea más eficiente el proceso y la dedicación de los equipos de trabajo y la incorporación de las herramientas tecnológicas al proceso de ventas.
	POR QUE ES UNA ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA: Esta		PAT LIBRO DIGITAL :

Justificación Acción De Formación Especializada	es una acción de formación especializada porque es una acción de corta duración que garantiza la profundización de conocimientos, habilidades y destrezas, permitiendo la aplicación de los mismos en el contexto laboral inmediato, asegurando la calidad, comprensión y uso del pensamiento crítico y analítico de la labor realizada o de la tarea a ejecutar, con el propósito de encaminar al trabajador a su actualización laboral, para responder a las necesidades específicas de las empresas, que surge de la implementación de mejoras tecnológicas, nuevas metodologías y herramientas, aumentando la productividad y empleabilidad de los trabajadores y la competitividad de las mismas.	**Material De Formación-Justificación Del Material**	Se contará con libro electrónico/digital (con código ISBN). Se garantizará la puesta a disposición de los beneficiarios del material de formación en la plataforma virtual destinada para la realización de este evento de formación. JUSTIFICACIÓN: El material, de producción reciente, (MENOS DE 2 AÑOS) , reunirá los medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan las actividades de enseñanza-aprendizaje en la modalidad PAT, y guardará coherencia con los objetivos de la formación, perfil de los beneficiarios y estará metodológicamente estructurado de modo que facilite la transferencia de conocimiento. Los contenidos incluidos corresponden directamente con cada una de las cuatro unidades temáticas. UNIDAD TEMÁTICA 1. Agile Mindset: herramientas para el cambio de mentalidad empresarial UNIDAD TEMÁTICA 2. Principales metodologías ágiles para innovar UNIDAD TEMÁTICA 3. Modelo Scrum para gestión de proyectos UNIDAD TEMÁTICA 4. Trabajo en equipo en entornos ágiles Los participantes encontrarán debidamente identificadas las unidades y cada uno de sus contenidos pudiendo así adquirir la base teórica para el desarrollo de las actividades prácticas propuestas y que incluyen: autoevaluaciones, ejercicios de relación de conceptos, ejercicios multimedia, entre otros. Incluyen textos descriptivos, cuadros de ampliación, vídeos de apoyo, documentación

			complementaria e infografías.
Capacitador Persona Jurídica Af	La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto es Adalid Inmark Colombia SAS, cuya actividad principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559 (otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560(actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área, cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social. ADALID INMARK COLOMBIA SAS, cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz ADALID SC S.L. con una trayectoria de más de 15 años en España y Chile; de su entidad adscrita Instituto Europa y del grupo empresarial ASPASIA, del cual forma parte, quienes en su conjunto aportan sus expertos internacionales, material didáctico y formativo ADALID INMARK COLOMBIA acredita siete (7) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. Adicionalmente cuenta con siete (7) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados),a entidades públicas o privadas.	**Resultados De Aprendizaje Esperados**	Durante el desarrollo de la acción formativa los capacitadores verificarán el avance de lo que el trabajador aprendió y aplicará en su puesto de trabajo, a partir del momento de finalizar la acción de formación, mediante observaciones y calificaciones que consignarán en la matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Se asocia un resultado de aprendizaje a cada unidad temática, evidenciando la alineación de cada resultado con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del beneficiario. Los resultados definidos como parámetro de referencia del proceso de formación son: R1. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de identificar herramientas para el cambio de mentalidad empresarial incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque viabilizará la metodología agile en su organización favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como evaluar el impacto agile en la estructura y en las metodologías de trabajo. R2. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de aplicar metodologías ágiles para innovar incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque identificará casos de éxito favoreciendo la aplicación de los conocimientos

				adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como planificar proyectos mediante agile. R3. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de comprender la metodología Scrum para gestión de proyectos incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque mejora la productividad favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como aplicar de la metodología para El desarrollo de proyectos R4. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de conformar equipos de trabajo en entornos ágiles incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque conformará equipos ágiles favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como gestión de equipos remotos, gestión de varios equipos. R5.// R6 El 85% de los beneficiarios manifiestan estar satisfechos con la acción formativa en la que participan. Fuente de verificación 1: Informe de matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Calificación mínima 2 puntos correspondiente al Nivel Medio. Momento 1: a la finalización de la acción formativa. Fuente de verificación 2: Informe de tabulación de encuestas de satisfacción. Calificación mínima de 3 o equivalente.

			Momento 2: a la finalización de la acción formativa.
Evaluación Del Aprendizaje	La evaluación de aprendizaje permitirá la verificación del cumplimiento de los objetivos propuestos y de los resultados esperados, los criterios de evaluación que son los parámetros de referencia del proceso evaluativo, evidenciando la comprensión de los contenidos, la interiorización de los conceptos y conocimientos adquiridos. El sistema de seguimiento y evaluación propuesto pone de manifiesto la evaluación continua, integral, cualitativa y cuantitativa. MATRIZ DE EVALUACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA: Cada participante recibirá una calificación numérica asociada a los criterios de evaluación del desempeño en las actividades prácticas desarrolladas, a la comprensión de los contenidos abordados y a los logros en la aplicación de los conocimientos en las actividades prácticas. Así mismo el capacitador emitirá una valoración cualitativa del participante referente a su motivación y participación en las actividades prácticas propuestas y en las actividades teóricas realizadas. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN: Al finalizar la acción formativa cada participante diligenciará la encuesta aprobada por el SENA que medirá su satisfacción sobre el desarrollo de la acción de formación y su impacto en la práctica laboral, entre otros. . De manera permanente los participantes contarán con un correo electrónico y datos de contacto personal para el reporte de incidencias o la notificación de comentarios, de manera que se tomen las medidas correctivas pertinentes. TASA DE INCREMENTO DEL CONOCIMIENTO: Mide el incremento del conocimiento de los trabajadores beneficiarios participantes por acción de formación: TIC= (NPFT-NPIT)/NPIT *100 TIC = Tasa de incremento del conocimiento NPFT = Nota promedio final de conocimiento del trabajador NPIT = Nota promedio inicial de conocimiento del trabajador 1. Cada evaluación estará compuesta por mínimo 5 y máximo 10 preguntas, las cuales serán formuladas por el capacitador. 2. Los criterios de evaluación estarán directamente relacionados con las unidades temáticas de la acción de formación a evaluar y debe ser resuelta por todos los beneficiarios de la misma. 3. La calificación resultante de cada una de las evaluaciones debe encontrarse dentro del rango de [0,10] (Intervalo cerrado) y se pueden dar valores decimales de hasta máximo una posición decimal. Ejemplo: 7,5. 4. La evaluación ex-ante se aplicará a los beneficiarios el día de inicio de la acción de formación, y la evaluación ex-post el último día de ejecución de la misma, con el fin de realizar una comparación que refleje los resultados en el incremento de conocimientos del trabajador beneficiario de la formación. El capacitador entregará un informe acerca de las evaluaciones ex-ante y ex-post aplicados y el análisis de los resultados obtenidos en la acción de formación ejecutada a través de los eventos taller (cuando su duración sea igual o superior a 20 horas), curso y diplomado y/o cuando aplique los modelos de aprendizaje puesto de trabajo real, aula invertida-Flipped Classroom, o Bootcamp. Este informe debe ser entregado al director del proyecto dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la terminación de la acción de formación, quien analizará a la luz de los indicadores internos de la empresa y/o gremio, los resultados de mejora de productividad del trabajador y competitividad de la empresa. Este será remitido a la interventoría dentro de los ocho (8) días hábiles siguientes para el análisis correspondiente. De igual forma, este informe se integrará al informe final de ejecución que el conveniente entregará a la interventoría, para posterior remisión al SENA.	**Justificación Del Lugar De Ejecución**	La AHK Colombia tal y como consta en sus estatutos, desarrolla sus actividades de apoyo comercial y de transferencia del conocimiento en el ámbito nacional, y por su carácter gremial multisectorial, cuenta con afiliados y empresas pertenecientes a la cadena productiva de sus empresas afiliadas en estas zonas del país: Bogotá, Antioquia, Cundinamarca, Valle, Atlántico, Santander, Norte de Santander, Meta, Magdalena y Huila. Así mismo cuenta con aliados a nivel nacional que incluyen Cámaras de Comercio locales, entidades territoriales, asociaciones entre otros con los que trabaja aunando esfuerzos para lograr un propósito común generalmente enfocado en el fortalecimiento empresarial. Estos aliados se sitúan entre otros en estos departamentos: Caldas, Bolívar y Casanare. Por tanto los lugares previstos están dentro del ámbito de actuación de la AHK Colombia

Justificación Nivel Ocupacional	La formación podrá desarrollarse en todos los niveles organizacionales de la empresa, ya que las metodologías ágiles pueden implementarse en todos niveles dentro de la organización.	**Justificación Sector/Subsector**	La formación propuesta está relacionada con el sector y subsector transversal al que pertenecen los beneficiarios, por cuanto la necesidad que atiende es propia de las actividades económicas, productivas y de carácter multisectorial de las empresas afiliadas a AHK Colombia.

Necesidades de Formación a Atender

Necesidad de Formación

Metodologías ágiles: Gracias al desarrollo de las reuniones con los afiliados, previamente relacionados, cuyas conclusiones fueron integradas en el Plan Integral de Detección de Necesidades de AHK (01/12/21 - 04/04/2022), fue posible elaborar una matriz de necesidades de formación, donde esta necesidad fue identificada en segundo lugar en la matriz. El Informe Nacional de Competitividad de 2020 del Consejo Privado de Competitividad (CPC), el bajo nivel de innovación, la falta de sofisticación de productos y la inflexibilidad laboral, ha propiciado una informalidad que alcanza al 60% de la población económicamente activa empleada. Además, el CPC considera también que las empresas tienen una alta dependencia de ayudas, y costos de producción muy altos. Según Santiago Levy, de La Misión de Empleo de Colombia, 60 por ciento de los trabajadores no utiliza sus habilidades plenamente, lo que limita la productividad del país. Y en 2021 el Departamento de Planeación Nacional informó que Colombia disminuyó la calificación en el índice de competitividad agregada (ICA) del IMD en 1,8 puntos porcentuales, mientras que ocupa el puesto 57 entre 141 economías según el índice de competitividad global. Aunque se presentó una cierta mejoría, el país sigue estando muy por detrás de otras economías latinoamericanas. La necesidad detectada se sustenta en la prioridad que tienen las empresas de los diferentes sectores, de implementar el uso de metodologías ágiles con enfoque en técnicas y métodos que se amolden a sus necesidades con orientación a la optimización de resultados. Se ha establecido que Colombia, en comparación con otros sectores de la región, está rezagada en cuanto a competitividad. Según análisis de la OCDE y el Banco Interamericano de Desarrollo, parte de este problema se debe a una situación estructural, en la que incide la corrupción, la excesiva burocracia y las cargas fiscales que afectan a las empresas existentes o incluso limitan la formación de nuevas empresas. Sin embargo, las empresas mismas también presentan una serie de problemáticas que inciden negativamente en su productividad y competitividad. Por lo anterior, la necesidad de formación identificada se priorizó en la condición de desarrollar competencias en los trabajadores de las empresas aliadas de AHK Colombia y los de su cadena productiva, en cuanto a la implementación de metodologías ágiles para incentivar y desarrollar procesos de innovación en las organizaciones en pro de su productividad.

Niveles Ocupacionales de la Acción de Formación

Nivel Ocupacional

ALTA DIRECCIÓN

MEDIO

OPERATIVO

Sectores de la Acción de Formación

Sector

Transversal

Subsectores de la Acción de Formación

Subsector

Transversal

Lugar de Ejecución de la Acción de Formación

Grupo Numero Departamento	*Ciudad*	*N° Beneficiarios*
1 BOGOTÁ D.C		30
2 META		10
2 BOGOTÁ D.C		20
3 ANTIOQUIA		15
3 VALLE DEL CAUCA		15

Unidades Temáticas

UT N° :

1

-

Agile Mindset: herramientas para el cambio de mentalidad empresarial

ID	1934		
Unidad Temática N°	1	**Nombre Unidad Temática**	Agile Mindset: herramientas para el cambio de mentalidad empresarial
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	3	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	5	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	-¿Qué es Agile?: Mindset, valores y principios -El impacto de Agile: Cambios en estructura organizacional -El impacto de Agile: Cambios en las formas de trabajo -Las metodologías Ágiles	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de identificar herramientas para el cambio de mentalidad empresarial
Actividad Pedagógica	Comprender¿Qué es Agile?: Mindset, valores y principios Evaluar el impacto de Agile: Cambios en estructura organizacional Perfilar el impacto de Agile: Cambios en las formas de trabajo Ordenar y clasificar las metodologías Ágiles	**Estrategia Didáctica**	Conferencia/ Presentación: se realiza la exposición de los contenidos. Reflexión /Aplicación: los participantes experimentan. Ejercicios y dinámicas que permitan a los participantes aplicar lo explicado en la presentación. Discusión grupal/Feedback: está es la parte en la que se reflexiona en grupo sobre el tema tratado y se obtienen conclusiones. Preguntas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría administración, tecnologías de la información, gestión ágil, gestión por procesos, ingeniería, economía, negocios y afines	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en, gerencia de proyectos, coordinación de equipos, transformación digital, desarrollo empresarial, metodologías ágiles, innovación, desarrollo de equipos, recursos humanos, gestión empresarial y/o afines	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	NO APLICA

UT N° :

2

-

Principales metodologías ágiles para innovar

ID	1937		
Unidad Temática N°	2	**Nombre Unidad Temática**	Principales metodologías ágiles para innovar
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	3	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	5	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	- Metodologías ágiles más utilizadas - Scrum, Design Thinking, Lean, Kanban e Smart - Desarrollo de proyecto bajo metodología scrum - Casos de éxito	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de aplicar metodologías ágiles para innovar
Actividad Pedagógica	Identificar metodologías ágiles más utilizadas Examinar Casos de éxito Relacionar Scrum, Design Thinking, Lean, Kanban e Smart Reconocer Desarrollo de proyecto bajo metodología scrum	**Estrategia Didáctica**	Conferencia/ Presentación: se realiza la exposición de los contenidos. Proyecto/Aplicación: los participantes experimentan. Cuestionario dinámico/Feedback: está es la parte en la que se reflexiona en grupo sobre el tema tratado y se obtienen conclusiones. Estudio de caso Preguntas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría administración, tecnologías de la información, gestión ágil, gestión por procesos, ingeniería, economía, negocios y afines	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en, gerencia de proyectos, coordinación de equipos, transformación digital, desarrollo empresarial, metodologías ágiles, innovación, desarrollo de equipos, recursos humanos, gestión empresarial y/o afines	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	NO APLICA

UT N° :

3

-

Modelo Scrum para gestión de proyectos

ID	1938		
Unidad Temática N°	3	**Nombre Unidad Temática**	Modelo Scrum para gestión de proyectos
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	3	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0

N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	5	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	Roles, ceremonias y artefactos de scrum Eventos de Scrum (Sprint, Reunión de Planificación de Sprint, Scrum Diario, Revisión de Sprint, Retrospectiva de Sprint) Reto centrado en el usuario Organización scrum. Visual story mapping	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de comprender la metodología Scrum para gestión de proyectos
Actividad Pedagógica	Comprender Roles, ceremonias y artefactos de scrum Desarrollar Eventos de Scrum (Sprint, Reunión de Planificación de Aplicar Sprint, Scrum Diario, Revisión de Sprint, Retrospectiva de Sprint) Planificar Reto centrado en el usuario Analizar la Organización scrum. Visual story mapping	**Estrategia Didáctica**	Conferencia/ Presentación: se realiza la exposición de los contenidos. Ejercicio práctico./Aplicación: los participantes experimentan. Cuestionario dinámico/Feedback: está es la parte en la que se reflexiona en grupo sobre el tema tratado y se obtienen conclusiones. Tarea/ ejercicio a desarrollar Preguntas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría administración, tecnologías de la información, gestión ágil, gestión por procesos, ingeniería, economía, negocios y afines	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en, gerencia de proyectos, coordinación de equipos, transformación digital, desarrollo empresarial, metodologías ágiles, innovación, desarrollo de equipos, recursos humanos, gestión empresarial y/o afines	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	NO APLICA

UT N° :

4

-

Trabajo en equipo en entornos ágiles

ID	1914		
Unidad Temática N°	4	**Nombre Unidad Temática**	Trabajo en equipo en entornos ágiles
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	3	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	3	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	-Scrum en equipos remotos y afuera de tecnología -Cómo trabajar con varios equipos - Contratación ágil	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de conformar equipos de trabajo en entornos ágiles

Actividad Pedagógica	Aplicar scrum en equipos remotos y afuera de tecnología Identificar cómo trabajar con varios equipos Aplicar la contratación ágil	**Estrategia Didáctica**	Conferencia/ Presentación: se realiza la exposición de los contenidos. Proyecto/Aplicación: los participantes experimentan. Cuestionario dinámico/Feedback: está es la parte en la que se reflexiona en grupo sobre el tema tratado y se obtienen conclusiones. Preguntas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría administración, tecnologías de la información, gestión ágil, gestión por procesos, ingeniería, economía, negocios y afines	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en, gerencia de proyectos, coordinación de equipos, transformación digital, desarrollo empresarial, metodologías ágiles, innovación, desarrollo de equipos, recursos humanos, gestión empresarial y/o afines	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	NO APLICA

Resumen de Rubros de la Acción de Formación

Rubro	*Descripción*	*Cofinanciación SENA*	*Porcentaje Cofinanciación SENA*	*Contrapartida Especie*	*Porcentaje Contrapartida Especie*	*Contrapartida Efectiv*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	$ 58.709.000	% 75,13	0	% 0,00	$ 19.433.50
R05.1.2 Material de Formación - Digital - Libro electrónico - digital	Libro electrónico o digital	$ 9.014.000	% 75,12	0	% 0,00	$ 2.984.80
R10.3 Garantías	Garantías	$ 0	% 0,00	0	% 0,00	$ 181.00

AF N° :

11

-

Analítica del talento en las organizaciones

ID	1502
N° Acción Formación	11
ID Propuesta	947
Propuesta en la que se basó la AF	Analítica del talento en las organizaciones

Causas Y Efectos De La Necesidad De Formación Detectada	CAUSAS PUNTUALES: CAUSAS PUNTUALES: La necesidad de realizar formación en gestión del talento y concretamente la acción propuesta de “Analítica del talento en las organizaciones”, se origina específicamente en las siguientes causas identificadas en la información que arrojaron los resultados de la encuesta a afiliados y participantes del PFCE 2021 de la AHK incorporados en el Plan Integral de Detección de Necesidades de AHK (01/12/21 - 04/04/2022): 1) La creciente necesidad que han encontrado las empresas de impulsar el talento humano. La firma Mercer en el “Estudio de Tendencias Globales de Talento 2021”, realizó una encuesta a los principales líderes de recursos humanos en el país. El 67% de estos señaló que la pandemia afectó negativamente los resultados del negocio, por eso las empresas se han visto obligadas a replantear el área de talento humano, orientándose en tres ejes. El primero es el definir las necesidades futuras de la fuerza laboral y reorganizarse para aprovecharlas. El segundo, incentivar la transformación y desarrollo de nuevas habilidades. Y el tercero, crear una cultura de cuidado y bienestar. 2) La pandemia de COVID-19 ha presionado a las empresas a avanzar en el campo del talento humano con el propósitos de reentrenamiento de recurso humano, como eje que les permita mantener su competitividad. Esta necesidad ya la había planteado la OCDE en 2014 en su informe “La gestión estratégica de recursos humanos en Colombia”, pues argumentaba la necesidad de reformas dirigidas al establecimiento de un sistema moderno y dinámico de gestión de recursos humanos que dote a las empresas de medios necesarios para fomentar el desarrollo económico y social marcado por la innovación. Por eso Mercer apunta que hoy más que nunca las empresas entendieron la necesidad de una gestión de talento que impulse el desarrollo de las principales habilidades que ayudarán a los empleados a prosperar en un entorno flexible y ágil: autogestión, destreza digital, capacidad de colaboración, y la capacidad de adaptación. EFECTOS PUNTUALES: Si no se desarrolla la acción de formación "Analítica del talento en las organizaciones", se derivarán los siguientes efectos: 1) Las instituciones no podrán desarrollar las competencias para la utilización de los datos que orienten los subsistemas de gestión del talento. Esto es tanto más importante si consideramos el hecho que tras el inicio de la pandemia de COVID-19 el 60% de las organizaciones han incrementado el uso de tecnologías digitales para continuar sus operaciones, asegurar la salud de sus colaboradores y cumplir con las medidas de contención del virus, como lo señala Portafolio a finales de 2020. En la gestión de talento, como lo señala Hugo Ocampo, Vicepresidente de Recursos Humanos de Open International, citado por Portafolio, la gestión de equipos debe desarrollarse ahora más que nunca. concentrándose en la salud física y mental, la comodidad, la productividad y la cualificación de los trabajadores. 2) Las organizaciones empresariales no lograrán fortalecer el desarrollo de talento humano como una estrategia a largo plazo, desde la contratación y a través de la trayectoria del trabajador en la empresa. Mercer señala que la gestión de talento es una actividad que ha venido profesionalizándose, y las organizaciones han entendido que esta actividad es vital para mantener una ventaja competitiva en el mercado. Cada vez se trabaja en programas más claros, empoderando a las áreas de trabajo para que también puedan hacer una administración del talento. Las oficinas de recursos humanos son unos facilitadores para desarrollar las necesidades y capacidades críticas que se necesitan para poder competir.
Nombre De La Acción De Formación	Analítica del talento en las organizaciones
Objetivo(S) De La Acción De Formación	Desarrollar competencias laborales que les permita a los trabajadores comprender y aplicar metodologías de analítica del talento en las organizaciones mediante la utilización de herramientas digitales y de información, donde se mide, reporta y entiende el desempeño de los colaboradores, con el objetivo de entender los componentes de la operación de negocio y tomar decisiones respecto a ella, orientando así los subsistemas de gestión del talento. La acción de formación contribuye de forma positiva a resolver parcialmente la necesidad de implementar la analítica en la gestión del talento para la toma de decisiones.
Evento De Formación	Curso
Modalidad De Formación	Combinada (PAT - Virtual)
Metodología De Aprendizaje	Teórica-Práctica
Modelo De Aprendizaje	No Aplica
Tipo De Ambiente De Aprendizaje	Plataforma o herramienta tecnológica

Justificación Ambiente De Aprendizaje	Esta modalidad incluye unidades que se desarrollan en modalidad PAT y unidades que se desarrollan en modalidad virtual. Por esta razón el ambiente de aprendizaje contempla las precisiones relacionadas con cada modalidad. En UNIDADES CON MODALIDAD PAT se dispondrá de una plataforma MOODLE del proyecto PFCE en la cual se accede a una plataforma o herramienta tecnológica, para cada grupo en la que se incluyen enlaces a sesiones ZOOM para la realización de las sesiones en modalidad PAT. Adicionalmente estas aulas alojarán las grabaciones de las sesiones PAT y las presentaciones de los expertos, así como información general de la acción formativa y enlaces a encuestas, según corresponda. Cada participante autónomamente deberá disponer de los dispositivos y conectividad requerida para acceso a la plataforma virtual. Se cumple lo establecido en el ANEXO 14. En las UNIDADES CON MODALIDAD VIRTUAL, el ambiente de aprendizaje utilizado es AULA VIRTUAL y se utilizará una plataforma Moodle V3.3 en HTML. la cual Aloja distintos formatos incluyendo SCORM, archivos: documentos, animaciones, vídeos, audios, enlaces externos, y wikis. Incorpora: cuestionarios (preguntas de tipo test, respuesta corta, selección múltiple) y las tareas (actividades de desarrollo), para trabajo individual o grupal. Herramientas de comunicación: Mensajería, Foros, Chat y Correo electrónico interno. Se puede añadir conexión con diversos sistemas de videoconferencia y webinars. Dispone de un sistema automático de control de la finalización de actividades y de control de acceso a los distintos recursos en función del cumplimiento de requisitos preestablecidos. Soporta grandes volúmenes de usuarios y cursos, y su arquitectura permite extender la instalación en múltiples servidores y sobre diversas plataformas software. Es plenamente utilizable en dispositivos móviles, tanto con el navegador web como utilizando la app Moodle Mobile, disponible en plataformas iOS y Android. Esta app permite al alumnado, de manera adicional, descargarlos interactivos que se deseen estudiar y utilizarlos sin conexión a Internet; cuando se recupera la conexión se sincroniza el progreso y se registra en el LMS. La plataforma cuenta con los siguientes desarrollos incorporados: Módulo específico para la obtención de informes de seguimiento y evaluación. Estos informes son mucho más exhaustivos y completos que los que aporta el producto original, y cubren tanto la actividad de alumnos como de docentes para así permitir alcanzar el nivel de calidad deseado en el control y seguimiento de las acciones formativas. Se puede obtener un informe unificado por cada alumno o tutor que refleje al mismo tiempo el progreso, las calificaciones y la dedicación de cada usuario (alumno o tutor), así como las interacciones entre ellos producidas. Existe también un módulo de utilidades para la gestión de cursos y usuarios, destinado a facilitar la gestión de acciones formativas y grupos numerosos de manera ágil. Se ha diseñado una imagen visual y una configuración de la organización espacial de los distintos elementos en pantalla que cumpla con los siguientes criterios: Diseño adaptado a la imagen de la entidad y el uso al que se va a destinar. Diseño visual simple y minimalista, enfocado a la usabilidad y la comodidad, por lo que se recomienda dirigir a los alumnos a la plataforma desde una web externa (web corporativa de la entidad) que ofrezca información relevante de todo tipo a los usuarios. En el diseño se ha cuidado especialmente la accesibilidad web, por lo que puede ser un elemento útil para obtener la certificación UNE 66181: "Gestión de la calidad. Calidad de la formación virtual". También se ha tenido muy en cuenta su uso en dispositivos móviles, con soluciones específicas para ellos, dada la creciente importancia que este tipo de dispositivos está alcanzando en el ámbito de la formación. Además de los servicios webs que incorpora la plataforma, se han añadido nuevos servicios, facilitando aún más la interconexión e integración del LMS con software de gestión empresarial y de la formación. Cumple con lo solicitado en el ANEXO 14. lo anterior permite y facilita el desarrollo de acción de formación y el cumplimiento de sus objetivos, así como el control y seguimiento de la misma, favorece la gestión organizada y ágil de las sesiones de formación. El ambiente de aprendizaje propuesto se justifica porque favorece la gestión organizada y ágil de las sesiones sincrónicas de la modalidad PAT acilitando la conexión de los participantes y del experto o de la experta según corresponda. Este ambiente facilita la interacción basada en herramientas tecnológicas que apoya el trabajo teórico-práctico. Así mismo el aula virtual de la plataforma moodle permite aprovechar las herramientas asincrónicas propias de la modalidad virtual y que incluyen: repositorio de documentos, evaluaciones, chat y foros, entre otros.
Número De Días De Ejecución De La Acción De Formación	15
Número de Grupos	6
Número de Beneficiarios de la AF	180
Número de Beneficiarios Asociados a Grupos	180
Número de días por grupo	15
Numero de horas por grupo de la AF	30
Número de Horas Total de la AF	180

Beneficiarios

Número De Beneficiarios	180	**Área Funcional A La Cual Pertenecen**	Dirección, gerencia, administración, planeación, Marketing, innovación, Ventas, proyectos o afines
Funciones O Tareas Que Desempeñan	Definir, supervisar y ejecutar la estrategia empresarial y de gestión del talento, gestión de equipos, desarrollar y definir objetivos e iniciativas para el desarrollo de la actividad de la empresa. Actividades de prospección, contacto, cierre y seguimiento de ventas. Analizar y gestión, administración, gestión comercial, ventas, community manager, manejo de proveedores, planeación, ejecución y supervisión de presupuestos, Gerencia de proyectos, actividades de marketing digital y servicio al cliente y afines.	**Tipo De Vinculación Laboral**	Contrato laboral a término indefinido o contrato de prestación de servicios
Nivel De Escolaridad	Profesionales, tecnólogos o técnicos en áreas de economía, administración, ingeniería, tecnología, marketing, recursos humanos, comunicación, ciencias aplicadas, gerencia de proyectos, procesos y afines.	**Acceso A Las Tic'S**	Son personas con competencias digitales que les permiten acceder al uso de computadores y demás dispositivos y utilizar aplicaciones a nivel de usuario para el desarrollo de sus funciones. Acceden a conectividad para el desarrollo de sus actividades.
Trabajadores En Condición De Discapacidad Que Se Beneficiarán De La Formación	0	**Número De Trabajadores Mujeres**	90
Número De Empresas Sociedades De Beneficio E Interés Colectivo Bic A Beneficiar	0	**Número De Empresas Beneficiadas**	90
Número De Empresas Mipymes A Beneficiar	81	**Justificación Inclusión Trabajadores Empresas Mipymes**	La inclusión de beneficiarios de empresas Mipymes se justifica en razón a la proporción estadística de participantes en el programa PFCE 2021 y la proporción de empresas afiliadas que corresponden a esta categoría, en este sentido se establece que el 90% de las empresas impactadas serán Mipymes.

Número De Empresas A Beneficiar Que Hacen Parte De Su Cadena Productiva	36	**Justificación Inclusión Trabajadores Empresas Que Hacen Parte De La Cadena Productiva Como Beneficiarios**	Dado que el objeto social de la CÁMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO COLOMBO ALEMANA es el fomento y desarrollo de las relaciones comerciales, industriales, económicas y culturales entre la República de Colombia y la República Federal de Alemania, se incluirán beneficiarios que hacen parte de la cadena productiva de las empresas que integran el ámbito de acción de la cámara, puesto que son los trabajadores de estas empresas quienes apoyan el desarrollo productivo y competitividad de todos los eslabones de valor del sector al que pertenece cada afiliado.
Enfoque De La Acción De Formación	Formación en el trabajo	**Justificación Enfoque De La Acción De Formación**	La presente acción de formación tiene un enfoque de FORMACIÓN PARA EL TRABAJO, ya que es una acción de formación dirigida a trabajadores de el/los nivel(es) ocupacionales indicados y que requieren actualizar y adquirir conocimientos, habilidades, aptitudes, técnicas y/o prácticas, necesarias para resolver con autonomía, temas relacionados con la planificación y ejecución del trabajo actual o del cargo en el que busca desempeñarse, de tal forma que se generen mejoras en la empleabilidad, la productividad laboral y competitividad empresarial mediante la adopción de metodologías de analítica del talento en las empresas.

Alineación De La Acción De Formación	AF que desarrolle temáticas que incentiven la innovación en la empresa.	**Justificación De La Alineación**	La acción de formación incentiva la innovación ya que promueve la incorporación de metodologías de analítica del talento en las organizaciones y la utilización de herramientas digitales y de información, donde se mide, reporta y entiende el desempeño de los colaboradores, con el objetivo de entender los componentes de la operación de negocio y tomar decisiones respecto a ella. Generando una cultura de innovación de manera transversal en la empresa.
Categorización De La Acción De Formación	Desarrollo productivo y competitividad	**Justificación Categorización**	La acción de formación fomenta la productividad y la competitividad ya que incentiva el desarrollo empresarial, por medio de la gestión de procesos internos, que propician las mejoras administrativas y técnicas , y que permite procesos más eficientes y sofisticados. Lo anterior, permite que la empresa sea mas rentable y mas competitiva en el sector.
Justificación Acción De Formación Especializada	POR QUE ES UNA ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA: Esta es una acción de formación especializada porque es una acción de corta duración que garantiza la profundización de conocimientos, habilidades y destrezas, permitiendo la aplicación de los mismos en el contexto laboral inmediato, asegurando la calidad, comprensión y uso del pensamiento crítico y analítico de la labor realizada o de la tarea a ejecutar, con el propósito de encaminar al trabajador a su actualización laboral, para responder a las necesidades específicas de las empresas, que surge de la implementación de mejoras tecnológicas, nuevas metodologías y herramientas, aumentando la productividad y empleabilidad de los trabajadores y la competitividad de las mismas.	**Material De Formación-Justificación Del Material**	Se garantizará la puesta a disposición de los beneficiarios del material de formación en la plataforma virtual destinada para la realización de este evento de formación. JUSTIFICACIÓN: El material, de producción reciente (MENOR A 2 AÑOS), reunirá los medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan las actividades de enseñanza-aprendizaje. Guardará coherencia con los objetivos de la formación, perfil de los beneficiarios y estará metodológicamente estructurado de modo que facilite la transferencia de conocimiento. Los contenidos

			incluidos en la plataforma corresponden directamente con cada una de las cuatro unidades temáticas UNIDAD TEMÁTICA 1.Información y conocimiento en la gestión del talento UNIDAD TEMÁTICA 2. Dinamización de los subsistemas de gestión del talento basada en datos UNIDAD TEMÁTICA 3. Ciclos de comunicación personal y grupal basada en datos UNIDAD TEMÁTICA 4.Creación de contenido digital Los participantes encontrarán debidamente identificadas en las unidades virtuales, cada uno de sus contenidos pudiendo así adquirir la base teórica para el desarrollo de las actividades prácticas propuestas y que incluyen: autoevaluaciones, ejercicios de relación de conceptos, ejercicios multimedia, entre otros. Incluyen textos descriptivos, cuadros de ampliación, vídeos de apoyo, documentación complementaria e infografías.
Capacitador Persona Jurídica Af	La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto es Adalid Inmark Colombia SAS, cuya actividad principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559 (otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560(actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área, cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social. ADALID INMARK COLOMBIA SAS, cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz ADALID SC S.L. con una trayectoria de más de 15 años en España y Chile; de su entidad adscrita Instituto Europa y del grupo empresarial ASPASIA, del cual forma parte, quienes en su conjunto aportan sus expertos internacionales,material didáctico y formativo ADALID INMARK COLOMBIA acredita siete (7) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995.	**Resultados De Aprendizaje Esperados**	Durante el desarrollo de la acción formativa los capacitadores verificarán el avance de lo que el trabajador aprendió y aplicará en su puesto de trabajo, a partir del momento de finalizar la acción de formación, mediante observaciones y calificaciones que consignarán en la matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa en el caso de las unidades PAT. En las unidades Virtuales el avance se evidencia en las respuestas a las evaluaciones de unidad temática

	Adicionalmente cuenta con siete (7) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados),a entidades públicas o privadas.		realizadas. Se asocia un resultado de aprendizaje a cada unidad temática, evidenciando la alineación de cada resultado con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del beneficiario. Los resultados definidos como parámetro de referencia del proceso de formación son: R1. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de capacidad de clasificación información útil en el conocimiento y gestión del talento incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque identificará beneficios de la gestión del talento basa en datos y favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como evaluación del desempeño. y planeación. R2. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de dinamizar los subsistemas de gestión del talento basada en datos incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque aplicará herramientas de analítica, favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como análisis de proceso frente a resultado. R3. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de construir ciclos comunicación personal y grupal basada en datos incidiendo positivamente en el desempeño del

			trabajador porque optimizará las redes de comunicación y colaboración, favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como elaboración de un plan de comunicación interno. R4. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de crear contenido digital incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque desarrollará contenido de calidad y favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como creación de contenido con técnicas de SEO. R5. El 85% de los beneficiarios manifiestan estar satisfechos con la acción formativa en la que participan. Fuente de verificación 1: Informe de matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Calificación mínima 2 puntos correspondiente al Nivel Medio. Momento 1: a la finalización de la acción formativa. Fuente de verificación 2: Informe de tabulación de encuestas de satisfacción. Calificación mínima de 3 o equivalente. Momento 2: a la finalización de la acción formativa. Fuente de verificación 3: Informes de calificación del aula virtual. Calificación mínima de 50 puntos sobre 100. Momento 3: a la finalización de la acción formativa.

Evaluación Del Aprendizaje	La evaluación de aprendizaje permitirá la verificación del cumplimiento de los objetivos propuestos y de los resultados esperados, los criterios de evaluación que son los parámetros de referencia del proceso evaluativo, evidenciando la comprensión de los contenidos, la interiorización de los conceptos y conocimientos adquiridos. En las unidades de modalidad PAT, el sistema de seguimiento y evaluación propuesto pone de manifiesto la evaluación continua, integral, cualitativa y cuantitativa. MATRIZ DE EVALUACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA: Cada participante recibirá una calificación numérica asociada a los criterios de evaluación del desempeño en las actividades prácticas desarrolladas, a la comprensión de los contenidos abordados y a los logros en la aplicación de los conocimientos en las actividades prácticas. Así mismo el capacitador emitirá una valoración cualitativa del participante referente a su motivación y participación en las actividades prácticas propuestas y en las actividades teóricas realizadas. Con respecto a las unidades de modalidad VIRTUAL, La evaluación se realizará en la plataforma virtual mediante la asignación de calificaciones a las actividades asociadas a la acción formativa incluyendo cuestionarios de evaluación por cada unidad temática y al finalizar la acción de formación. Los criterios de evaluación serán: evidencia de apropiación de conocimientos, evidencia de fortalecimiento de la competencia asociada a cada unidad temática y grado de participación en las actividades propuestas en el curso. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN: Al finalizar la acción formativa cada participante diligenciará la encuesta aprobada por el SENA que medirá su satisfacción sobre el desarrollo de la acción de formación y su impacto en la práctica laboral, entre otros. . De manera permanente los participantes contarán con un correo electrónico y datos de contacto personal para el reporte de incidencias o la notificación de comentarios, de manera que se tomen las medidas correctivas pertinentes. TASA DE INCREMENTO DEL CONOCIMIENTO: Mide el incremento del conocimiento de los trabajadores beneficiarios participantes por acción de formación: TIC= (NPFT-NPIT)/NPIT *100 TIC = Tasa de incremento del conocimiento NPFT = Nota promedio final de conocimiento del trabajador NPIT = Nota promedio inicial de conocimiento del trabajador 1. Cada evaluación estará compuesta por mínimo 5 y máximo 10 preguntas, las cuales serán formuladas por el capacitador. 2. Los criterios de evaluación estarán directamente relacionados con las unidades temáticas de la acción de formación a evaluar y debe ser resuelta por todos los beneficiarios de la misma. 3. La calificación resultante de cada una de las evaluaciones debe encontrarse dentro del rango de [0,10] (Intervalo cerrado) y se pueden dar valores decimales de hasta máximo una posición decimal. Ejemplo: 7,5. 4. La evaluación ex-ante se aplicará a los beneficiarios el día de inicio de la acción de formación, y la evaluación ex-post el último día de ejecución de la misma, con el fin de realizar una comparación que refleje los resultados en el incremento de conocimientos del trabajador beneficiario de la formación. El capacitador entregará un informe acerca de las evaluaciones ex-ante y ex-post aplicados y el análisis de los resultados obtenidos en la acción de formación ejecutada a través de los eventos taller (cuando su duración sea igual o superior a 20 horas), curso y diplomado y/o cuando aplique los modelos de aprendizaje puesto de trabajo real, aula invertida-Flipped Classroom, o Bootcamp. Este informe debe ser entregado al director del proyecto dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la terminación de la acción de formación, quien analizará a la luz de los indicadores internos de la empresa y/o gremio, los resultados de mejora de productividad del trabajador y competitividad de la empresa. Este será remitido a la interventoría dentro de los ocho (8) días hábiles siguientes para el análisis correspondiente. De igual forma, este informe se integrará al informe final de ejecución que el conveniente entregará a la interventoría, para posterior remisión al SENA.	**Justificación Del Lugar De Ejecución**	La AHK Colombia tal y como consta en sus estatutos, desarrolla sus actividades de apoyo comercial y de transferencia del conocimiento en el ámbito nacional, y por su carácter gremial multisectorial, cuenta con afiliados y empresas pertenecientes a la cadena productiva de sus empresas afiliadas en estas zonas del país: Bogotá, Antioquia, Cundinamarca, Valle, Atlántico, Santander, Norte de Santander, Meta, Magdalena y Huila. Así mismo cuenta con aliados a nivel nacional que incluyen Cámaras de Comercio locales, entidades territoriales, asociaciones entre otros con los que trabaja aunando esfuerzos para lograr un propósito común generalmente enfocado en el fortalecimiento empresarial. Estos aliados se sitúan entre otros en estos departamentos: Caldas, Bolívar y Casanare. Por tanto los lugares previstos están dentro del ámbito de actuación de la AHK Colombia

Justificación Nivel Ocupacional	La formación se dirige a los niveles de alta dirección o estratégico y medio, ya que se busca atender y brindar herramientas de análisis para el manejo de equipos, para la alta dirección e implementación de parte del nivel medio.	**Justificación Sector/Subsector**	La formación propuesta está relacionada con el sector y subsector transversal al que pertenecen los beneficiarios, por cuanto la necesidad que atiende es propia de las actividades económicas, productivas y de carácter multisectorial de las empresas afiliadas a AHK Colombia.

Necesidades de Formación a Atender

Necesidad de Formación

Gestión de talento: Esta necesidad fue identificada mediante la herramienta Encuesta a afiliados y participantes del programa PFCE 2021 de la AHK, cuyos resultados se incorporaron en el Plan Integral de Detección de Necesidades de AHK (01/12/21 - 04/04/2022) donde el área de “Gestión de talento” fue identificada como la de mayor interés con un puntaje de 2,71, y se sustenta en la situación actual de los rezagos que el talento humano como campo de desarrollo empresarial presenta en Colombia. En 2018 Colombia ocupó el puesto 67 entre 118 países en el Global Talent Competitiveness Index (GTCI). Aunque desde entonces el país presenta mejoras con respecto a este , sigue estando lejos de países muy bien calificados, tales como Suiza, Singapur, Estados Unidos, Noruega, Suecia, Finlandia y Dinamarca. En su informe de 2020 sobre la situación del trabajo en Colombia, Manpower Group Colombia señala que las políticas laborales de las empresas nacionales han mantenido un énfasis en todo lo relacionado con la racionalización de costos y la austeridad, dejando de lado medidas que conlleven una verdadera gestión del talento humano. Por eso la firma considera que en Colombia las empresas deben aprovechar las facilidades para reclutar al mejor personal y hacer uso adecuado de la tecnología para elevar el talento al máximo desarrollo. Los recursos disponibles, tales como la misma tecnología, el capital, los inventarios, etc., no son nada sin que haya un talento humano que genere valor a través de ellos. Y con la pandemia, como lo demuestra el “Estudio de Tendencias Globales de Talento 2021” de Mercer, las empresas colombianas comenzaron a preocuparse cada vez por el desarrollo de habilidades que les permita definir las necesidades futuras de la fuerza laboral y reorganizarse para aprovecharlas ante la coyuntura cambiante que pone a sus negocios frente a los resultados negativos de la crisis. Es así, que la necesidad de formación detectada se priorizó para desarrollar competencias en los trabajadores de las empresas aliadas a AHK Colombia y de los pertenecientes a sus cadenas productivas, que les permitan aplicar metodologías de analítica del talento y el uso de herramientas digitales con el fin de entender los componentes de la operación de negocio y orientar los subsistemas de gestión del talento.

Niveles Ocupacionales de la Acción de Formación

Nivel Ocupacional

ALTA DIRECCIÓN

MEDIO

Sectores de la Acción de Formación

Sector

Transversal

Subsectores de la Acción de Formación

Subsector

Transversal

Lugar de Ejecución de la Acción de Formación

Grupo Numero Departamento	*Ciudad*	*N° Beneficiarios*
1 HUILA		15
1 BOGOTÁ D.C		15
2 META		15
2 CUNDINAMARCA		15
3 CASANARE		15
3 SANTANDER		15
4 ATLÁNTICO		15
4 ANTIOQUIA		15

Grupo Numero	*Departamento*	*Ciudad*	*N° Beneficiarios*
5	VALLE DEL CAUCA		15
5	MAGDALENA		15
6	CALDAS		15
6	BOLÍVAR		15

Unidades Temáticas

UT N° :

1

-

Información y conocimiento en la gestión del talento

ID	2486		
Unidad Temática N°	1	**Nombre Unidad Temática**	Información y conocimiento en la gestión del talento
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	2	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	2	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	Analítica de datos aplicado a la gestión del talento Beneficios de la gestión del talento basada en datos Sistemas y fuentes de información Ejemplo Estudio de caso: Oportunidad frente a habilidad: el draft de la NFL	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de clasificar información útil en el conocimiento y gestión del talento
Actividad Pedagógica	Ilustrar Analítica de datos aplicado a la gestión del talento Identificar Beneficios de la gestión del talento base en datos Definir Sistemas y fuentes de información Analizar Estudio de caso: Oportunidad frente a habilidad: el draft de la NFL	**Estrategia Didáctica**	Presentación: se realiza la exposición de los contenidos. Story telling /reflexión Ejercicios y dinámicas que permitan a los participantes aplicar lo explicado en la presentación. Discusión grupal/Feedback: está es la parte en la que se reflexiona en grupo sobre el tema tratado y se obtienen conclusiones. Estudio de caso Preguntas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría (PAT) Recursos humanos, tecnología, comunicación, administración, economía, relaciones públicas, diseño gráfico, diseño, psicología ingeniería y afines	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en analítica de datos, dirección de recursos humanos, gerencia de proyectos, coordinación de equipos, talento humano administración y afines	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	No Aplica

UT N° :

2

-

Dinamización de los subsistemas de gestión del talento basada en datos

ID	2488		
Unidad Temática N°	2	**Nombre Unidad Temática**	Dinamización de los subsistemas de gestión del talento basada en datos
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	3	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	3	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	Evaluación del desempeño: el desafío de los datos ruidosos Hallar la persistencia: regresión a la media Extrapolación a partir de muestras pequeñas La sabiduría de las multitudes: señal de independencia Proceso frente a resultado	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de dinamizar los subsistemas de gestión del talento basada en datos
Actividad Pedagógica	Comprender la evaluación del desempeño: el desafío de los datos ruidosos Hallar la persistencia: regresión a la media Desarrollar Extrapolación a partir de muestras pequeñas Identificar La sabiduría de las multitudes: señal de independencia Analizar Proceso frente a resultado	**Estrategia Didáctica**	Conferencia/ Presentación: se realiza la exposición de los contenidos. Proyecto/Aplicación: los participantes experimentan. Cuestionario dinámico/Feedback: está es la parte en la que se reflexiona en grupo sobre el tema tratado y se obtienen conclusiones. Preguntas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría (PAT) Recursos humanos, tecnología, comunicación, administración, economía, relaciones públicas, diseño gráfico, diseño, psicología ingeniería y afines	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en analítica de datos, dirección de recursos humanos, gerencia de proyectos, coordinación de equipos, talento humano administración y afines	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	No Aplica

UT N° :

3

-

Ciclos de comunicación personal y grupal basada en datos

ID	2491		
Unidad Temática N°	3	**Nombre Unidad Temática**	Ciclos de comunicación personal y grupal basada en datos
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	5
N° total de Horas Prácticas PAT	0	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	7
N° total de Horas Teóricas PAT	0	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	Mapeo de redes colaborativas Evaluación de redes de colaboración Fundamentos de la colaboración y la comunicación Describiendo Redes de Colaboración y comunicación Plan de comunicación interno Medición de resultados Intervenir en Redes de Colaboración	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de construir ciclos comunicación personal y grupal basada en datos
Actividad Pedagógica	Construir mapeo de redes colaborativas Desarrollar evaluación de redes de colaboración Comprender los fundamentos de la colaboración y la comunicación Aplicar Plan de comunicación interno Analizar Medición de resultados Intervenir en Redes de Colaboración	**Estrategia Didáctica**	Lectura/ presentación de contenidos Dinámica en equipos Foro/ soncrónico Cuestionarios Reflexión Preguntas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	Capacitador Nacional Especialización (Virtual) Diseño gráfico, Marketing ,Recursos humanos, tecnología, psicología ,comunicación, administración, economía, relaciones públicas, diseño, ingeniería y afines	Experiencia relacionada de, mínimo de tres (3) analítica de datos, dirección de recursos humanos, gerencia de proyectos, coordinación de equipos, talento humano administración y afines	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.

UT N° :

4

-

Creación de contenido digital

ID	2494		
Unidad Temática N°	4	**Nombre Unidad Temática**	Creación de contenido digital

N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	3
N° total de Horas Prácticas PAT	0	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	5
N° total de Horas Teóricas PAT	0	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	Definición de los objetivos Creación de los buyer persona (no más de 4)/ Público Definición de temáticas Análisis de keywords o palabras clave. Creación del contenido con técnicas de SEO Amplificación o distribución de contenido Medición	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de crear contenido digital
Actividad Pedagógica	Aplicar Definición de los objetivos Practicar Creación de los buyer persona (no más de 4)/ Público Preparar Definición de temáticas Aplicar Análisis de keywords o palabras clave. Desarrollar Creación del contenido con técnicas de SEO Amplificación o distribución de contenido Aplicar la Medición	**Estrategia Didáctica**	Lectura Presentación: se realiza la exposición de los contenidos. Proyecto/Aplicación: los participantes experimentan. VIdeo Cuestionario Preguntas Foro/ asincrónico

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	Capacitador Nacional Especialización (Virtual) Diseño gráfico, Marketing, Recursos humanos, tecnología, psicología ,comunicación, administración, economía, relaciones públicas, diseño, ingeniería y afines	Experiencia relacionada de, mínimo de tres (3) analítica de datos, dirección de recursos humanos, gerencia de proyectos, coordinación de equipos, talento humano administración y afines	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.

Resumen de Rubros de la Acción de Formación

Rubro	*Descripción*	*Cofinanciación SENA*	*Porcentaje Cofinanciación SENA*	*Contrapartida Especie*	*Porcentaje Contrapartida Especie*	*Contrapartida Efectiv*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	$ 39.190.000	% 75,23	0	% 0,00	$ 12.905.00
R08.1 Formación Virtual - Curso 20 horas	Formación Virtual - Curso 20 horas	$ 56.300.000	% 75,06	0	% 0,00	$ 18.704.20
R10.3 Garantías	Garantías	$ 0	% 0,00	0	% 0,00	$ 255.20

AF N° :

-

Gestión organizacional inclusiva

ID	1622
N° Acción Formación	12
ID Propuesta	938
Propuesta en la que se basó la AF	Gestión organizacional inclusiva
Causas Y Efectos De La Necesidad De Formación Detectada	CAUSAS PUNTUALES: La necesidad de realizar formación en gestión del talento y concretamente la acción propuesta de “Gestión organizacional inclusiva”, se origina específicamente en las siguientes causas identificadas en la información que arrojaron los resultados de la encuesta a afiliados y participantes del PFCE 2021 de la AHK incorporados en el Plan Integral de Detección de Necesidades de AHK (01/12/21 - 04/04/2022): 1) La conciencia sobre la diversidad y la inclusión se hace cada vez más fuerte en todas las esferas sociales. Las empresas se han ido comprometiendo con la inclusión, que es vista como una labor que trasciende el ámbito de la organización, para plantearse con un compromiso con la equidad social. Así lo ha dicho el director de la ANDI, Bruce MacMaster, quien insiste en que la organización viene incentivando a las empresas para que logren ser capaces de incluir poblaciones vulnerables, excluidas tradicionalmente de las dinámicas de crecimiento, en las cadenas de valor de las empresas, todo ello para que desde las organizaciones se contribuya a constituir a Colombia en un país más competitivo en la región promoviendo la equidad. 2) Los objetivos planteados en los propósitos de inclusión difieren de la realidad. Por ejemplo, el CESA en su reporte sobre inclusión de género de 2019, señala que a pesar de que Colombia lidera en la región en el número de mujeres en posición de liderazgo, este solo representa el 17%. El DANE en su “Encuesta de hogares” de 2019, reportaba que aunque la tasa global de ocupación en el país es del 58.2%, el 12% de las mujeres aún se encuentra desempleadas, el 16% son jóvenes, el 19% afrodescendientes y el 70% personas con algún grado de discapacidad. Y en una encuesta realizada a 300 trabajadores el mismo año por PageGroup, frente a la pregunta de haberse sentido discriminados en algún proceso de selección, el 9.7% respondió de manera afirmativa, y el 47.4% de los encuestados manifestó no tener conocimiento de que exista algún programa sobre diversidad de inclusión en sus empresas de trabajo. EFECTOS PUNTUALES: Si no se desarrolla la acción de formación “Gestión organizacional inclusiva”, se derivarán los siguientes efectos: 1) No se crearán condiciones para promover el proceso de inclusión, ni crear una cultura de inclusión en las organizaciones empresariales. Como se planteó previamente, en Colombia las empresas todavía deben recorrer un largo camino para lograr inclusión y hacer su aporte a la igualdad a nivel social. Como lo demostró la encuesta de PageGroup, las prácticas discriminatorias en los procesos de selección empresarial no han sido erradicadas del todo, mientras que mujeres, afrodescendientes y personas con algún grado de discapacidad quedan excluidos aún en amplios porcentajes de los puestos de trabajo, según el DANE. 2) Las organizaciones empresariales perderán la oportunidad de formar a su fuerza de trabajo en las habilidades necesarias para brindar oportunidades para que los trabajadoras conformen redes de apoyo y cuidado, compartan inquietudes, intereses y experiencias. Con ello se estaría dilapidando la oportunidad para que las empresas sean más productivas. Según la encuesta de Gallup “Workplace”, elaborada en 2021, se ha demostrado a nivel mundial que los ambientes laborales incluyentes aumentan 39% la satisfacción del cliente; 22% la productividad y 27% la rentabilidad. Sin embargo, las medidas incluyentes no marchan del todo. Por ejemplo, las cifras de esta entidad y el Centro Nacional de Consultoría dan cuenta que solo cuatro de cada 100 personas trans en el país cuentan con un contrato laboral.
Nombre De La Acción De Formación	Gestión organizacional inclusiva
Objetivo(S) De La Acción De Formación	Desarrollar competencias laborales que les permita a los trabajadores desarrollar procesos de inclusión de una manera integral y crear una cultura de inclusión en la empresa. con el fin de propiciar espacios para que los trabajadoras conformen redes de apoyo y cuidado, compartan inquietudes, intereses y experiencias. La acción de formación contribuye de forma positiva a resolver parcialmente la necesidad de gestionar el talento, ya que nos permite implementar la inclusión una de las estrategias en la gestión organizacional.
Evento De Formación	Curso
Modalidad De Formación	Combinada (PAT - Virtual)

Metodología De Aprendizaje	Teórica-Práctica
Modelo De Aprendizaje	No Aplica
Tipo De Ambiente De Aprendizaje	Plataforma o herramienta tecnológica
Justificación Ambiente De Aprendizaje	Esta modalidad incluye unidades que se desarrollan en modalidad PAT y unidades que se desarrollan en modalidad virtual. Por esta razón el ambiente de aprendizaje contempla las precisiones relacionadas con cada modalidad. En UNIDADES CON MODALIDAD PAT se dispondrá de una plataforma MOODLE del proyecto PFCE en la cual se accede a una plataforma o herramienta tecnológica para cada grupo en la que se incluyen enlaces a sesiones ZOOM para la realización de las sesiones en modalidad PAT. Adicionalmente estas aulas alojarán las grabaciones de las sesiones PAT y las presentaciones de los expertos, así como información general de la acción formativa y enlaces a encuestas, según corresponda. Cada participante autónomamente deberá disponer de los dispositivos y conectividad requerida para acceso a la plataforma virtual. Se cumple lo establecido en el ANEXO 14. En las UNIDADES CON MODALIDAD VIRTUAL, el ambiente de aprendizaje utilizado es AULA VIRTUAL y se utilizará una plataforma Moodle V3.3 en HTML. la cual Aloja distintos formatos incluyendo SCORM, archivos: documentos, animaciones, vídeos, audios, enlaces externos, y wikis. Incorpora: cuestionarios (preguntas de tipo test, respuesta corta, selección múltiple) y las tareas (actividades de desarrollo), para trabajo individual o grupal. Herramientas de comunicación: Mensajería, Foros, Chat y Correo electrónico interno. Se puede añadir conexión con diversos sistemas de videoconferencia y webinars. Dispone de un sistema automático de control de la finalización de actividades y de control de acceso a los distintos recursos en función del cumplimiento de requisitos preestablecidos. Soporta grandes volúmenes de usuarios y cursos, y su arquitectura permite extender la instalación en múltiples servidores y sobre diversas plataformas software. Es plenamente utilizable en dispositivos móviles, tanto con el navegador web como utilizando la app Moodle Mobile, disponible en plataformas iOS y Android. Esta app permite al alumnado, de manera adicional, descargarlos interactivos que se deseen estudiar y utilizarlos sin conexión a Internet; cuando se recupera la conexión se sincroniza el progreso y se registra en el LMS. La plataforma cuenta con los siguientes desarrollos incorporados: Módulo específico para la obtención de informes de seguimiento y evaluación. Estos informes son mucho más exhaustivos y completos que los que aporta el producto original, y cubren tanto la actividad de alumnos como de docentes para así permitir alcanzar el nivel de calidad deseado en el control y seguimiento de las acciones formativas. Se puede obtener un informe unificado por cada alumno o tutor que refleje al mismo tiempo el progreso, las calificaciones y la dedicación de cada usuario (alumno o tutor), así como las interacciones entre ellos producidas. Existe también un módulo de utilidades para la gestión de cursos y usuarios, destinado a facilitar la gestión de acciones formativas y grupos numerosos de manera ágil. Se ha diseñado una imagen visual y una configuración de la organización espacial de los distintos elementos en pantalla que cumpla con los siguientes criterios: Diseño adaptado a la imagen de la entidad y el uso al que se va a destinar. Diseño visual simple y minimalista, enfocado a la usabilidad y la comodidad, por lo que se recomienda dirigir a los alumnos a la plataforma desde una web externa (web corporativa de la entidad) que ofrezca información relevante de todo tipo a los usuarios. En el diseño se ha cuidado especialmente la accesibilidad web, por lo que puede ser un elemento útil para obtener la certificación UNE 66181: "Gestión de la calidad. Calidad de la formación virtual". También se ha tenido muy en cuenta su uso en dispositivos móviles, con soluciones específicas para ellos, dada la creciente importancia que este tipo de dispositivos está alcanzando en el ámbito de la formación. Además de los servicios webs que incorpora la plataforma, se han añadido nuevos servicios, facilitando aún más la interconexión e integración del LMS con software de gestión empresarial y de la formación. Cumple con lo solicitado en el ANEXO 14. lo anterior permite y facilita el desarrollo de acción de formación y el cumplimiento de sus objetivos, así como el control y seguimiento de la misma, favorece la gestión organizada y ágil de las sesiones de formación. El ambiente de aprendizaje propuesto se justifica porque favorece la gestión organizada y ágil de las sesiones sincrónicas de la modalidad PAT facilitando la conexión de los participantes y del experto o de la experta según corresponda. Este ambiente facilita la interacción basada en herramientas tecnológicas que apoya el trabajo teórico-práctico. Así mismo el aula virtual de la plataforma moodle permite aprovechar las herramientas asincrónicas propias de la modalidad virtual y que incluyen: repositorio de documentos, evaluaciones, chat y foros, entre otros.
Número De Días De Ejecución De La Acción De Formación	15
Número de Grupos	6
Número de Beneficiarios de la AF	180
Número de Beneficiarios Asociados a Grupos	180

Número de días por grupo	15
Numero de horas por grupo de la AF	30
Número de Horas Total de la AF	180

Beneficiarios

Número De Beneficiarios	180	**Área Funcional A La Cual Pertenecen**	Dirección, gerencia, administración, planeación, Marketing, innovación, Ventas, proyectos o afines
Funciones O Tareas Que Desempeñan	Definir, supervisar y ejecutar la estrategia empresarial y de gestión del talento, gestión de equipos, desarrollar y definir objetivos e iniciativas para el desarrollo de la actividad de la empresa. Actividades de prospección, contacto, cierre y seguimiento de ventas. Analizar y gestionar, administración, gestión comercial, ventas, community manager, manejo de proveedores, planeación, ejecución y supervisión de presupuestos, Gerencia de proyectos, actividades de marketing digital y servicio al cliente y afines.	**Tipo De Vinculación Laboral**	Contrato laboral a término indefinido o contrato de prestación de servicios
Nivel De Escolaridad	Profesionales, tecnólogos o técnicos en áreas de economía, administración, ingeniería, tecnología, marketing, recursos humanos, comunicación, ciencias aplicadas, gerencia de proyectos, procesos y afines.	**Acceso A Las Tic'S**	Son personas con competencias digitales que les permiten acceder al uso de computadores y demás dispositivos y utilizar aplicaciones a nivel de usuario para el desarrollo de sus funciones. Acceden a conectividad para el desarrollo de sus actividades.
Trabajadores En Condición De Discapacidad Que Se Beneficiarán De La Formación	0	**Número De Trabajadores Mujeres**	90
Número De Empresas Sociedades De Beneficio E Interés Colectivo Bic A Beneficiar	0	**Número De Empresas Beneficiadas**	90

Número De Empresas Mipymes A Beneficiar	81	**Justificación Inclusión Trabajadores Empresas Mipymes**	La inclusión de beneficiarios de empresas Mipymes se justifica en razón a la proporción estadística de participantes en el programa PFCE 2021 y la proporción de empresas afiliadas que corresponden a esta categoría, en este sentido se establece que el 90% de las empresas impactadas serán Mipymes.
Número De Empresas A Beneficiar Que Hacen Parte De Su Cadena Productiva	36	**Justificación Inclusión Trabajadores Empresas Que Hacen Parte De La Cadena Productiva Como Beneficiarios**	Dado que el objeto social de la CÁMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO COLOMBO ALEMANA es el fomento y desarrollo de las relaciones comerciales, industriales, económicas y culturales entre la República de Colombia y la República Federal de Alemania, se incluirán beneficiarios que hacen parte de la cadena productiva de las empresas que integran el ámbito de acción de la cámara, puesto que son los trabajadores de estas empresas quienes apoyan el desarrollo productivo y competitividad de todos los eslabones de valor del sector al que pertenece cada afiliado.

Enfoque De La Acción De Formación	Formación en el trabajo	**Justificación Enfoque De La Acción De Formación**	La presente acción de formación tiene un enfoque de FORMACIÓN PARA EL TRABAJO, ya que es una acción de formación dirigida a trabajadores de el/los nivel(es) ocupacionales indicados y que requieren actualizar y adquirir conocimientos, habilidades, aptitudes, técnicas y/o prácticas, necesarias para resolver con autonomía, temas relacionados con la planificación y ejecución del trabajo actual o del cargo en el que busca desempeñarse, de tal forma que se generen mejoras en la empleabilidad, la productividad laboral y competitividad empresarial a través de la gestión organizacional inclusiva y la conformación de redes de apoyo.
Alineación De La Acción De Formación	AF que desarrolle temáticas que incentiven la innovación en la empresa.	**Justificación De La Alineación**	La acción de formación incentiva la innovación ya que promueve la incorporación de nuevos procesos que favorecen el optimo desempeño de los equipos de trabajo, propiciando un ambiente de inclusión de una manera integral y creando una cultura de inclusión transversal en la empresa. Que favorezca la conformación de redes de apoyo y cuidado dentro del equipo., así como los niveles de satisfacción de los colaboradores. Se innova en nuevas metodologías innovadoras que permitan el desarrollo integral de la gestión de inclusión dentro de la empresa.

Categorización De La Acción De Formación	Desarrollo productivo y competitividad	**Justificación Categorización**	La acción de formación responde a la doble categorización de desarrollo productivo y competitividad. La competitividad es la capacidad de una empresa para mejorar sus resultados, manteniendo o incrementando su cuota de participación o nivel de rentabilidad. Esta formación incide en la capacidad que tendrán las empresas de incrementar y mantener su cuota de mercado y desarrollar procesos de innovación en su modelo de ventas, lo que facilitará la búsqueda de nuevas oportunidades. Por otra parte, incide en el desarrollo productivo la introducción de nuevos modelos de ventas digitales que harán que sea más eficiente el proceso y la dedicación de los equipos de trabajo y la incorporación de las herramientas tecnológicas al proceso de ventas.
Justificación Acción De Formación Especializada	POR QUE ES UNA ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA: Esta es una acción de formación especializada porque es una acción de corta duración que garantiza la profundización de conocimientos, habilidades y destrezas, permitiendo la aplicación de los mismos en el contexto laboral inmediato, asegurando la calidad, comprensión y uso del pensamiento crítico y analítico de la labor realizada o de la tarea a ejecutar, con el propósito de encaminar al trabajador a su actualización laboral, para responder a las necesidades específicas de las empresas, que surge de la implementación de mejoras tecnológicas, nuevas metodologías y herramientas, aumentando la productividad y empleabilidad de los trabajadores y la competitividad de las mismas.	**Material De Formación-Justificación Del Material**	Se garantizará la puesta a disposición de los beneficiarios del material de formación en la plataforma virtual destinada para la realización de este evento de formación. JUSTIFICACIÓN: El material, de producción reciente (MENOR A 2 AÑOS), reunirá los medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan las actividades de enseñanza-aprendizaje. Guardará coherencia con los objetivos de la formación, perfil de los beneficiarios y estará metodológicamente estructurado de modo que facilite la transferencia de conocimiento. Los contenidos incluidos en la plataforma corresponden directamente con cada una de las cuatro unidades temáticas

			UNIDAD TEMÁTICA 1.Experiencias de alto impacto en la gestión inclusiva de las organizaciones UNIDAD TEMÁTICA 2. Líneas de inclusión en los equipos de trabajo UNIDAD TEMÁTICA 3. Estructuración de procesos incluyentes UNIDAD TEMÁTICA 4.Inteligencia emocional Los participantes encontrarán debidamente identificadas en las unidades virtuales, cada uno de sus contenidos pudiendo así adquirir la base teórica para el desarrollo de las actividades prácticas propuestas y que incluyen: autoevaluaciones, ejercicios de relación de conceptos, ejercicios multimedia, entre otros. Incluyen textos descriptivos, cuadros de ampliación, vídeos de apoyo,documentación complementaria e infografías.
Capacitador Persona Jurídica Af	La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto es Adalid Inmark Colombia SAS, cuya actividad principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559 (otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560(actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área, cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social. ADALID INMARK COLOMBIA SAS, cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz ADALID SC S.L. con una trayectoria de más de 15 años en España y Chile; de su entidad adscrita Instituto Europa y del grupo empresarial ASPASIA, del cual forma parte, quienes en su conjunto aportan sus expertos internacionales, material didáctico y formativo ADALID INMARK COLOMBIA acredita siete (7) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. Adicionalmente cuenta con siete (7) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados),a entidades públicas o privadas.	**Resultados De Aprendizaje Esperados**	Durante el desarrollo de la acción formativa los capacitadores verificarán el avance de lo que el trabajador aprendió y aplicará en su puesto de trabajo, a partir del momento de finalizar la acción de formación, mediante observaciones y calificaciones que consignarán en la matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa en el caso de las unidades PAT. En las unidades Virtuales el avance se evidencia en las respuestas a las evaluaciones de unidad temática realizadas. Se asocia un resultado de aprendizaje a cada unidad temática, evidenciando la alineación de cada resultado con los objetivos de la acción

				de formación, sus unidades temáticas y el perfil del beneficiario. Los resultados definidos como parámetro de referencia del proceso de formación son: R1. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de analizar experiencias de alto impacto en la gestión inclusiva de las organizaciones incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque identificará áreas de mejora en las políticas y procesos de inclusión y favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como identificar problemas y medir el progreso. R2. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de identificar líneas de inclusión en los equipos de trabajo incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque potencial equipos inclusivos y exitosos y favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como identificar Productos o servicios inclusivos, Cadenas de valor inclusivas. R3. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de estructurar procesos incluyentes incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque podrá desarrollar un plan de acción y favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como desarrollo de políticas transparentes en la organización.

			R4. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de potenciar su inteligencia emocional en el entorno laboral. Incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque desarrollará su inteligencia emocional y favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como desarrollar la escucha activa, motivación y automotivación R5. El 85% de los beneficiarios manifiestan estar satisfechos con la acción formativa en la que participan. Fuente de verificación 1: Informe de matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Calificación mínima 2 puntos correspondiente al Nivel Medio. Momento 1: a la finalización de la acción formativa. Fuente de verificación 2: Informe de tabulación de encuestas de satisfacción. Calificación mínima de 3 o equivalente. Momento 2: a la finalización de la acción formativa. Fuente de verificación 3: Informes de calificación del aula virtual. Calificación mínima de 50 puntos sobre 100. Momento 3: a la finalización de la acción formativa.

Evaluación Del Aprendizaje	La evaluación de aprendizaje permitirá la verificación del cumplimiento de los objetivos propuestos y de los resultados esperados, los criterios de evaluación que son los parámetros de referencia del proceso evaluativo, evidenciando la comprensión de los contenidos, la interiorización de los conceptos y conocimientos adquiridos. En las unidades de modalidad PAT, el sistema de seguimiento y evaluación propuesto pone de manifiesto la evaluación continua, integral, cualitativa y cuantitativa. MATRIZ DE EVALUACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA: Cada participante recibirá una calificación numérica asociada a los criterios de evaluación del desempeño en las actividades prácticas desarrolladas, a la comprensión de los contenidos abordados y a los logros en la aplicación de los conocimientos en las actividades prácticas. Así mismo el capacitador emitirá una valoración cualitativa del participante referente a su motivación y participación en las actividades prácticas propuestas y en las actividades teóricas realizadas. Con respecto a las unidades de modalidad VIRTUAL, La evaluación se realizará en la plataforma virtual mediante la asignación de calificaciones a las actividades asociadas a la acción formativa incluyendo cuestionarios de evaluación por cada unidad temática y al finalizar la acción de formación. Los criterios de evaluación serán: evidencia de apropiación de conocimientos, evidencia de fortalecimiento de la competencia asociada a cada unidad temática y grado de participación en las actividades propuestas en el curso. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN: Al finalizar la acción formativa cada participante diligenciará la encuesta aprobada por el SENA que medirá su satisfacción sobre el desarrollo de la acción de formación y su impacto en la práctica laboral, entre otros. . De manera permanente los participantes contarán con un correo electrónico y datos de contacto personal para el reporte de incidencias o la notificación de comentarios, de manera que se tomen las medidas correctivas pertinentes. TASA DE INCREMENTO DEL CONOCIMIENTO: Mide el incremento del conocimiento de los trabajadores beneficiarios participantes por acción de formación: TIC= (NPFT-NPIT)/NPIT *100 TIC = Tasa de incremento del conocimiento NPFT = Nota promedio final de conocimiento del trabajador NPIT = Nota promedio inicial de conocimiento del trabajador 1. Cada evaluación estará compuesta por mínimo 5 y máximo 10 preguntas, las cuales serán formuladas por el capacitador. 2. Los criterios de evaluación estarán directamente relacionados con las unidades temáticas de la acción de formación a evaluar y debe ser resuelta por todos los beneficiarios de la misma. 3. La calificación resultante de cada una de las evaluaciones debe encontrarse dentro del rango de [0,10] (Intervalo cerrado) y se pueden dar valores decimales de hasta máximo una posición decimal. Ejemplo: 7,5. 4. La evaluación ex-ante se aplicará a los beneficiarios el día de inicio de la acción de formación, y la evaluación ex-post el último día de ejecución de la misma, con el fin de realizar una comparación que refleje los resultados en el incremento de conocimientos del trabajador beneficiario de la formación. El capacitador entregará un informe acerca de las evaluaciones ex-ante y ex-post aplicados y el análisis de los resultados obtenidos en la acción de formación ejecutada a través de los eventos taller (cuando su duración sea igual o superior a 20 horas), curso y diplomado y/o cuando aplique los modelos de aprendizaje puesto de trabajo real, aula invertida-Flipped Classroom, o Bootcamp. Este informe debe ser entregado al director del proyecto dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la terminación de la acción de formación, quien analizará a la luz de los indicadores internos de la empresa y/o gremio, los resultados de mejora de productividad del trabajador y competitividad de la empresa. Este será remitido a la interventoría dentro de los ocho (8) días hábiles siguientes para el análisis correspondiente. De igual forma, este informe se integrará al informe final de ejecución que el conveniente entregará a la interventoría, para posterior remisión al SENA.	**Justificación Del Lugar De Ejecución**	La AHK Colombia tal y como consta en sus estatutos, desarrolla sus actividades de apoyo comercial y de transferencia del conocimiento en el ámbito nacional, y por su carácter gremial multisectorial, cuenta con afiliados y empresas pertenecientes a la cadena productiva de sus empresas afiliadas en estas zonas del país: Bogotá, Antioquia, Cundinamarca, Valle, Atlántico, Santander, Norte de Santander, Meta, Magdalena y Huila. Así mismo cuenta con aliados a nivel nacional que incluyen Cámaras de Comercio locales, entidades territoriales, asociaciones entre otros con los que trabaja aunando esfuerzos para lograr un propósito común generalmente enfocado en el fortalecimiento empresarial. Estos aliados se sitúan entre otros en estos departamentos: Caldas, Bolívar y Casanare. Por tanto los lugares previstos están dentro del ámbito de actuación de la AHK Colombia

Justificación Nivel Ocupacional	Esta acción de formación impactará los niveles, estratégico y táctico, ya que se orientarán los lineamientos estratégicos y políticas de inclusión desde una visión global de la organización.	**Justificación Sector/Subsector**	La formación propuesta está relacionada con el sector y subsector transversal al que pertenecen los beneficiarios, por cuanto la necesidad que atiende es propia de las actividades económicas, productivas y de carácter multisectorial de las empresas afiliadas a AHK Colombia.

Necesidades de Formación a Atender

Necesidad de Formación

Gestión de talento: Esta necesidad fue identificada mediante la herramienta Encuesta a afiliados y participantes del programa PFCE 2021 de la AHK, cuyos resultados están incorporados en el Plan Integral de Detección de Necesidades de AHK (01/12/21 - 04/04/2022), donde el área de “Gestión de talento” fue identificada como la de mayor interés con un puntaje de 2,71, y se sustenta en la situación actual de los rezagos que el talento humano como campo de desarrollo empresarial presenta en Colombia. En 2018 Colombia ocupó el puesto 67 entre 118 países en el Global Talent Competitiveness Index (GTCI). Aunque desde entonces el país presenta mejoras con respecto a este , sigue estando lejos de países muy bien calificados, tales como Suiza, Singapur, Estados Unidos, Noruega, Suecia, Finlandia y Dinamarca. En su informe de 2020 sobre la situación del trabajo en Colombia, Manpower Group Colombia señala que las políticas laborales de las empresas nacionales han mantenido un énfasis en todo lo relacionado con la racionalización de costos y la austeridad, dejando de lado medidas que conlleven una verdadera gestión del talento humano. Por eso la firma considera que en Colombia las empresas deben aprovechar las facilidades para reclutar al mejor personal y hacer uso adecuado de la tecnología para elevar el talento al máximo desarrollo. Los recursos disponibles, tales como la misma tecnología, el capital, los inventarios, etc., no son nada sin que haya un talento humano que genere valor a través de ellos. Y con la pandemia, como lo demuestra el “Estudio de Tendencias Globales de Talento 2021” de Mercer, las empresas colombianas comenzaron a preocuparse cada vez por el desarrollo de habilidades que les permita definir las necesidades futuras de la fuerza laboral y reorganizarse para aprovecharlas ante la coyuntura cambiante que pone a sus negocios frente a los resultados negativos de la crisis. Por tanto, la necesidad de formación detectada se priorizó para desarrollar competencias en los trabajadores de las empresas aliadas de la Cámara de Industria y Comercio Colombo Alemana, que les permita desarrollar procesos de inclusión a fin de propiciar espacios en los que se integren redes de apoyo y cuidado y se compartan intereses y experiencias, contribuyendo así a la reducción de brechas de capital humano y del rezago al que el sector se enfrenta en la actualidad.

Niveles Ocupacionales de la Acción de Formación

Nivel Ocupacional

ALTA DIRECCIÓN

MEDIO

Sectores de la Acción de Formación

Sector

Transversal

Subsectores de la Acción de Formación

Subsector

Transversal

Lugar de Ejecución de la Acción de Formación

Grupo Numero Departamento	*Ciudad*	*N° Beneficiarios*
1 HUILA		15
1 BOGOTÁ D.C		15
2 CUNDINAMARCA		15
2 META		15
3 CASANARE		15
3 SANTANDER		15
4 ANTIOQUIA		15
4 ATLÁNTICO		15

Grupo Numero Departamento	*Ciudad*	*N° Beneficiarios*
5 MAGDALENA		15
5 VALLE DEL CAUCA		15
6 CALDAS		15
6 BOLÍVAR		15

Unidades Temáticas

UT N° :

1

-

Experiencias de alto impacto en la gestión inclusiva de las organizaciones

ID	2468		
Unidad Temática N°	1	**Nombre Unidad Temática**	Experiencias de alto impacto en la gestión inclusiva de las organizaciones
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	2	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	2	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	Experiencias de alto impacto en la gestión inclusiva de las organizaciones Políticas y procesos de la empresa que afectan a las personas con discapacidad Alta dirección y su vinculación con diversidad y la inclusión Analítica-Tecnología y los datos para identificar problemas y medir el progreso La diversidad y la inclusión como parte de la infraestructura corporativa Diferencias globales: la diversidad geográfica, organizaciones se vuelven globales. Casos de éxito	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de analizar experiencias de alto impacto en la gestión inclusiva de las organizaciones
Actividad Pedagógica	Ilustrar Definición de Business Intelligence Definir Componentes de un sistema de BI Aplicar Herramientas usadas en un sistema de BI Desarrollar-Roles, conocimientos para trabajar en BI	**Estrategia Didáctica**	Presentación: se realiza la exposición de los contenidos. Story telling /reflexión Ejercicios y dinámicas que permitan a los participantes aplicar lo explicado en la presentación. Discusión grupal/Feedback: está es la parte en la que se reflexiona en grupo sobre el tema tratado y se obtienen conclusiones. Estudio de caso Preguntas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría Recursos humanos, tecnología, comunicación, administración, economía, relaciones públicas, diseño gráfico, diseño, psicología, ingeniería y afines.	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en Gestión de equipos, gerencia de recursos humanos, inclusión, desarrollo empresarial, coaching, relaciones públicas, derecho y afine	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	NO APLICA

UT N° :

2

-

Líneas de inclusión en los equipos de trabajo

ID	2473		
Unidad Temática N°	2	**Nombre Unidad Temática**	Líneas de inclusión en los equipos de trabajo
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	3	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	3	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	Líneas de inclusión en los equipos de trabajo Fuerzas laborales y lugares de trabajo inclusivos (con foco en sus empleados). Productos o servicios inclusivos Cadenas de valor inclusivas Organizaciones que aspiran a dejar una huella positiva en el mundo	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de identificar líneas de inclusión en los equipos de trabajo
Actividad Pedagógica	Analizar la fuerza laboral y lugares de trabajo inclusivos (con foco en sus empleados). Identificar Productos o servicios inclusivos Implementar Cadenas de valor inclusivas Inspirar-Organizaciones que aspiran a dejar una huella positiva en el mundo	**Estrategia Didáctica**	Conferencia/ Presentación: se realiza la exposición de los contenidos. Proyecto/Aplicación: los participantes experimentan. Cuestionario dinámico/Feedback: está es la parte en la que se reflexiona en grupo sobre el tema tratado y se obtienen conclusiones. Preguntas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría administración, inteligencia de negocios, tecnología, ingeniería, economía y afines	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en Gestión de equipos, gerencia de recursos humanos, inclusión, desarrollo empresarial, coaching, relaciones públicas, derecho y afines.	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	NO APLICA

UT N° :

3

-

Estructuración de procesos incluyentes

ID	2475		
Unidad Temática N°	3	**Nombre Unidad Temática**	Estructuración de procesos incluyentes
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	5
N° total de Horas Prácticas PAT	0	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	7
N° total de Horas Teóricas PAT	0	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	Derrumbando estereotipos - desde servicio al cliente hasta la alta dirección Políticas transparentes- paridad y sueldos Fomentar el cambio paulatino hacia la diversidad a través de la educación Construir una organización que aspire a dejar una huella positiva en el mundo	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de estructurar procesos incluyentes
Actividad Pedagógica	Reflexionar-Derrumbando estereotipos - desde servicio al cliente hasta la alta dirección Identificar Políticas transparentes- paridad y sueldos Fomentar el cambio paulatino hacia la diversidad a través de la educación Construir una organización que aspire a dejar una huella positiva en el mundo	**Estrategia Didáctica**	UT3 Lectura/ presentación de contenidos Dinámica en equipos Foro/ asincrónico Cuestionarios Reflexión Preguntas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	Capacitador Nacional Especialización (Virtual) Diseño gráfico, Marketing,Recursos humanos, tecnología, psicología ,comunicación, administración, economía, relaciones públicas, diseño, ingeniería y afine	Experiencia relacionada de, mínimo de tres (3) Administración, Gestión de equipos, gerencia de recursos humanos, inclusión, desarrollo empresarial, coaching, relaciones públicas, derecho y afines.	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.

UT N° :

4

-

Inteligencia emocional

ID	2487		
Unidad Temática N°	4	**Nombre Unidad Temática**	Inteligencia emocional
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	3
N° total de Horas Prácticas PAT	0	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	5
N° total de Horas Teóricas PAT	0	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	Conocer el entorno Lenguaje corporal Desarrolla la escucha activa Motivación y automotivación Cercanía y empatía	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de potencia su inteligencia emocional en el entorno laboral.
Actividad Pedagógica	Aplicar- conocer el entorno Desarrollar tu Lenguaje corporal Aplicar la escucha activa Crear motivación y automotivación Construir Cercanía y empatía	**Estrategia Didáctica**	Lectura Presentación: se realiza la exposición de los contenidos. Proyecto/Aplicación: los participantes experimentan. VIdeo Cuestionario Preguntas Foro/ asincrónico

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	Capacitador Nacional Especialización (Virtual) Diseño gráfico, Marketing,Recursos humanos, tecnología, psicología ,comunicación, administración, economía, relaciones públicas, diseño, ingeniería y afines	Experiencia relacionada de, mínimo de tres (3) Administración, Gestión de equipos, gerencia de recursos humanos, inclusión, desarrollo empresarial, coaching, relaciones públicas, derecho y afines.	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.

Resumen de Rubros de la Acción de Formación

Rubro	*Descripción*	*Cofinanciación SENA*	*Porcentaje Cofinanciación SENA*	*Contrapartida Especie*	*Porcentaje Contrapartida Especie*	*Contrapartida Efectiv*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	$ 39.190.000	% 75,23	0	% 0,00	$ 12.905.00
R08.1 Formación Virtual - Curso 20 horas	Formación Virtual - Curso 20 horas	$ 56.300.000	% 75,06	0	% 0,00	$ 18.704.20
R10.3 Garantías	Garantías	$ 0	% 0,00	0	% 0,00	$ 255.20

AF N° :

13

-

Inteligencia empresarial en la industria 4.0

ID	1644
N° Acción Formación	13
ID Propuesta	940
Propuesta en la que se basó la AF	Inteligencia empresarial en la industria 4.0
Causas Y Efectos De La Necesidad De Formación Detectada	CAUSAS PUNTUALES: La necesidad de realizar formación en Analítica de datos y Power BI y concretamente la acción propuesta de “Inteligencia empresarial en la industria 4.0”, se origina específicamente en las siguientes causas identificadas en la mesa de trabajo de recursos humanos, cuyas conclusiones se registraron en el Plan Integral de Detección de Necesidades de AHK (01/12/21 - 04/04/2022): 1) Las empresas, a pesar de sus limitaciones, se han hecho cada vez más conscientes de la importancia de la recolección y análisis de datos. En el estudio “Transformación con sentido digital”, realizado por la firma EY, que incluyó a empresas de Colombia y otros países de América Latina, mostró que el 21% de los encuestados aseguraron que analítica de datos es la tecnología considerada como más importante para sus procesos de transformación digital, por encima de otras tecnologías como robótica e inteligencia artificial (16%) o comercio electrónico (15%). Sergio Gutiérrez, director ejecutivo de CALA Analytics concluyó luego de un estudio elaborado por su firma, que tras la pandemia las empresas se han enfocado en adquirir tecnología y datos buscando estar a la par del mercado, eso a pesar de que Colombia obtuvo el puntaje más bajo de América Latina para el caso de la implementación de análisis de la información. 2) Carencia en el análisis de datos. Según el Índice de Madurez Analítica elaborado por CALA Analytics en 2022, el 52% de las empresas en Colombia cuenta con fuentes de datos, pero solo el 19% puede analizarlos. Esto a su vez implica que solo ese porcentaje de organizaciones empresariales puede tener acceso total a sus datos cuando quiera para hacer un uso efectivo de los mismos. EFECTOS PUNTUALES: Si no se desarrolla la acción de formación “Inteligencia empresarial en la industria 4.0”, se derivarán los siguientes efectos: 1) Las empresas no podrán desarrollar capacidades para entender, diseñar e implementar una adecuada gestión de datos y las tecnologías de información. Una de las tareas fundamentales para la transformación digital es lograr aplicar análisis de datos y big data. La digitalización de datos y la obtención de los mismo no es suficiente. Como lo señala el CONPES en su documento 3975 “Política nacional para la transformación digital e inteligencia artificial” de 2019, los datos deben ser objeto de análisis para que la digitalización cumpla una función. Además, en tanto se implementan nuevas tecnologías, estas comenzarán a generar nuevos datos, y esto exige capacidades para la innovación o la creación de nuevos modos de hacer las cosas en distintos sectores económicos. Sin embargo, como lo detalla el mismo documento CONPES, en el país además de que la digitalización de datos está estancada tanto el sector público como en el privado, esta no se ha acompañado de la formación en habilidades necesarias para interpretarlos. 2) Las empresas no llegarían a tener un buen desempeño accediendo a información de calidad y en tiempo real, afectando la toma de decisiones, la detectección de problemas, la identificación de oportunidades y la mejora en la oferta de valor según la información obtenida. Según el Índice de Madurez Analítica de 2022 entre las empresas colombianas se constata que un 32 % casi siempre hace uso de la analítica, en tanto que un 39 % casi nunca lo hace y un 11 % dice que nunca la implementa en los procesos de innovación. Esto tiene que ver con la carencia de habilidades para aprovechar los datos que de hecho se están recabando gracias al uso de nuevas tecnologías.
Nombre De La Acción De Formación	Inteligencia empresarial en la industria 4.0

Objetivo(S) De La Acción De Formación	Fortalecer las competencias laborales que le permita a los trabajadores comprender, diseñar e implementar una adecuada estrategia de inteligencia empresarial, basada en la gestión de datos y en el uso de las tecnologías de información, para acceder a información de calidad y en tiempo real, de modo que permitan la toma de decisiones, la detección de problemas, identificación de oportunidades y mejorar la oferta de valor según la información obtenida. La acción de formación contribuye de forma positiva a resolver parcialmente la necesidad de utilizar la analítica de datos y las herramientas Power BI, ya que sus contenidos desarrollan los fundamentos y el marco de aplicación de dichos recursos para la toma de decisiones.
Evento De Formación	Curso
Modalidad De Formación	Combinada (PAT - Virtual)
Metodología De Aprendizaje	Teórica-Práctica
Modelo De Aprendizaje	No Aplica
Tipo De Ambiente De Aprendizaje	Plataforma o herramienta tecnológica
Justificación Ambiente De Aprendizaje	Esta modalidad incluye unidades que se desarrollan en modalidad PAT y unidades que se desarrollan en modalidad virtual. Por esta razón el ambiente de aprendizaje contempla las precisiones relacionadas con cada modalidad. En UNIDADES CON MODALIDAD PAT se dispondrá de una plataforma MOODLE del proyecto PFCE en la cual se accede a una plataforma o herramienta tecnológica para cada grupo en la que se incluyen enlaces a sesiones ZOOM para la realización de las sesiones en modalidad PAT. Adicionalmente estas aulas alojarán las grabaciones de las sesiones PAT y las presentaciones de los expertos, así como información general de la acción formativa y enlaces a encuestas, según corresponda. Cada participante autónomamente deberá disponer de los dispositivos y conectividad requerida para acceso a la plataforma virtual. Se cumple lo establecido en el ANEXO 14. En las UNIDADES CON MODALIDAD VIRTUAL, el ambiente de aprendizaje utilizado es AULA VIRTUAL y se utilizará una plataforma Moodle V3.3 en HTML. la cual Aloja distintos formatos incluyendo SCORM, archivos: documentos, animaciones, vídeos, audios, enlaces externos, y wikis. Incorpora: cuestionarios (preguntas de tipo test, respuesta corta, selección múltiple) y las tareas (actividades de desarrollo), para trabajo individual o grupal. Herramientas de comunicación: Mensajería, Foros, Chat y Correo electrónico interno. Se puede añadir conexión con diversos sistemas de videoconferencia y webinars. Dispone de un sistema automático de control de la finalización de actividades y de control de acceso a los distintos recursos en función del cumplimiento de requisitos preestablecidos. Soporta grandes volúmenes de usuarios y cursos, y su arquitectura permite extender la instalación en múltiples servidores y sobre diversas plataformas software. Es plenamente utilizable en dispositivos móviles, tanto con el navegador web como utilizando la app Moodle Mobile, disponible en plataformas iOS y Android. Esta app permite al alumnado, de manera adicional, descargarlos interactivos que se deseen estudiar y utilizarlos sin conexión a Internet; cuando se recupera la conexión se sincroniza el progreso y se registra en el LMS. La plataforma cuenta con los siguientes desarrollos incorporados: Módulo específico para la obtención de informes de seguimiento y evaluación. Estos informes son mucho más exhaustivos y completos que los que aporta el producto original, y cubren tanto la actividad de alumnos como de docentes para así permitir alcanzar el nivel de calidad deseado en el control y seguimiento de las acciones formativas. Se puede obtener un informe unificado por cada alumno o tutor que refleje al mismo tiempo el progreso, las calificaciones y la dedicación de cada usuario (alumno o tutor), así como las interacciones entre ellos producidas. Existe también un módulo de utilidades para la gestión de cursos y usuarios, destinado a facilitar la gestión de acciones formativas y grupos numerosos de manera ágil. Se ha diseñado una imagen visual y una configuración de la organización espacial de los distintos elementos en pantalla que cumpla con los siguientes criterios: Diseño adaptado a la imagen de la entidad y el uso al que se va a destinar. Diseño visual simple y minimalista, enfocado a la usabilidad y la comodidad, por lo que se recomienda dirigir a los alumnos a la plataforma desde una web externa (web corporativa de la entidad) que ofrezca información relevante de todo tipo a los usuarios. En el diseño se ha cuidado especialmente la accesibilidad web, por lo que puede ser un elemento útil para obtener la certificación UNE 66181: "Gestión de la calidad. Calidad de la formación virtual". También se ha tenido muy en cuenta su uso en dispositivos móviles, con soluciones específicas para ellos, dada la creciente importancia que este tipo de dispositivos está alcanzando en el ámbito de la formación. Además de los servicios webs que incorpora la plataforma, se han añadido nuevos servicios, facilitando aún más la interconexión e integración del LMS con software de gestión empresarial y de la formación. Cumple con lo solicitado en el ANEXO 14. lo anterior permite y facilita el desarrollo de acción de formación y el cumplimiento de sus objetivos, así como el control y seguimiento de la misma, favorece la gestión organizada y ágil de las sesiones de formación. El ambiente de aprendizaje propuesto se justifica porque favorece la gestión organizada y ágil de las sesiones sincrónicas de la modalidad PAT facilitando la conexión de los participantes y del experto o de la experta según corresponda. Este ambiente facilita la interacción basada en herramientas tecnológicas que apoya el trabajo teórico-práctico. Así mismo el aula virtual de la plataforma moodle permite aprovechar las herramientas asincrónicas propias de la modalidad virtual y que incluyen: repositorio de documentos, evaluaciones, chat y foros, entre otros.

Número De Días De Ejecución De La Acción De Formación	15
Número de Grupos	6
Número de Beneficiarios de la AF	180
Número de Beneficiarios Asociados a Grupos	180
Número de días por grupo	15
Numero de horas por grupo de la AF	30
Número de Horas Total de la AF	180

Beneficiarios

Número De Beneficiarios	180	**Área Funcional A La Cual Pertenecen**	Dirección, gerencia, administración, planeación, Marketing, innovación, Ventas, proyectos o afines
Funciones O Tareas Que Desempeñan	Definir, supervisar y ejecutar la estrategia empresarial y de gestión del talento, gestión de equipos, desarrollar y definir objetivos e iniciativas para el desarrollo de la actividad de la empresa. Actividades de prospección, contacto, cierre y seguimiento de ventas. Analizar y gestionar, administración, gestión comercial, ventas, community manager, manejo de proveedores, planeación, ejecución y supervisión de presupuestos, Gerencia de proyectos, actividades de marketing digital y servicio al cliente y afines.	**Tipo De Vinculación Laboral**	Contrato laboral a término indefinido o contrato de prestación de servicios
Nivel De Escolaridad	Profesionales, tecnólogos o técnicos en áreas de economía, administración, ingeniería, tecnología, marketing, recursos humanos, comunicación, ciencias aplicadas, gerencia de proyectos, procesos y afines.	**Acceso A Las Tic'S**	Son personas con competencias digitales que les permiten acceder al uso de computadores y demás dispositivos y utilizar aplicaciones a nivel de usuario para el desarrollo de sus funciones. Acceden a conectividad para el desarrollo de sus actividades.
Trabajadores En Condición De Discapacidad Que Se Beneficiarán De La Formación	0	**Número De Trabajadores Mujeres**	90

Número De Empresas Sociedades De Beneficio E Interés Colectivo Bic A Beneficiar	0	**Número De Empresas Beneficiadas**	90
Número De Empresas Mipymes A Beneficiar	31	**Justificación Inclusión Trabajadores Empresas Mipymes**	La inclusión de beneficiarios de empresas Mipymes se justifica en razón a la proporción estadística de participantes en el programa PFCE 2021 y la proporción de empresas afiliadas que corresponden a esta categoría, en este sentido se establece que el 90% de las empresas impactadas serán Mipymes.
Número De Empresas A Beneficiar Que Hacen Parte De Su Cadena Productiva	36	**Justificación Inclusión Trabajadores Empresas Que Hacen Parte De La Cadena Productiva Como Beneficiarios**	Dado que el objeto social de la CÁMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO COLOMBO ALEMANA es el fomento y desarrollo de las relaciones comerciales, industriales, económicas y culturales entre la República de Colombia y la República Federal de Alemania, se incluirán beneficiarios que hacen parte de la cadena productiva de las empresas que integran el ámbito de acción de la cámara, puesto que son los trabajadores de estas empresas quienes apoyan el desarrollo productivo y competitividad de todos los eslabones de valor del sector al que pertenece cada afiliado.

Enfoque De La Acción De Formación	Formación en el trabajo	**Justificación Enfoque De La Acción De Formación**	La presente acción de formación tiene un enfoque de FORMACIÓN PARA EL TRABAJO, ya que es una acción de formación dirigida a trabajadores de el/los nivel(es) ocupacionales indicados y que requieren actualizar y adquirir conocimientos, habilidades, aptitudes, técnicas y/o prácticas, necesarias para resolver con autonomía, temas relacionados con la planificación y ejecución del trabajo actual o del cargo en el que busca desempeñarse, de tal forma que se generen mejoras en la empleabilidad, la productividad laboral y competitividad empresarial que propicien la implementación de estrategias inteligentes basadas en la gestión de datos y en el uso de tecnologías de información.

Alineación De La Acción De Formación	AF que dé aplicación a la cuarta revolución industrial	**Justificación De La Alineación**	La acción de formación incentiva la aplicación de la cuarta revolución ya que promueve la incorporación de nuevas tecnologías, avanzadas, que favorece la transformación digital y que llevan a la empresa a un optimo desempeño. Incorporando la analítica de datos como mecanismo que le permita a los trabajadores implementar una adecuada estrategia de inteligencia empresarial, basada en la gestión de datos y en el uso de las tecnologías de información, para acceder a información de calidad y en tiempo real. Que permitan la toma de decisiones, la detección de problemas, identificación de oportunidades y mejorar la oferta de valor según la información obtenida.
Categorización De La Acción De Formación	Desarrollo productivo y competitividad	**Justificación Categorización**	La acción de formación fomenta la productividad y la competitividad empresarial porque permite implementar una adecuada estrategia de inteligencia empresarial, basada en la gestión de datos y en el uso de las tecnologías de información. Que permitirá acceder a información de calidad y en tiempo real, propiciando una toma de decisiones efectiva, la detección de problemas, identificación de oportunidades y mejorar la oferta de valor según la información obtenida, asiendo así a la empresa mas productiva, y competitiva en el sector.

Justificación Acción De Formación Especializada	POR QUE ES UNA ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA: Esta es una acción de formación especializada porque es una acción de corta duración que garantiza la profundización de conocimientos, habilidades y destrezas, permitiendo la aplicación de los mismos en el contexto laboral inmediato, asegurando la calidad, comprensión y uso del pensamiento crítico y analítico de la labor realizada o de la tarea a ejecutar, con el propósito de encaminar al trabajador a su actualización laboral, para responder a las necesidades específicas de las empresas, que surge de la implementación de mejoras tecnológicas, nuevas metodologías y herramientas, aumentando la productividad y empleabilidad de los trabajadores y la competitividad de las mismas.	**Material De Formación-Justificación Del Material**	Se garantizará la puesta a disposición de los beneficiarios del material de formación en la plataforma virtual destinada para la realización de este evento de formación. JUSTIFICACIÓN: El material, de producción reciente (MENOR A 2 AÑOS), reunirá los medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan las actividades de enseñanza-aprendizaje. Guardará coherencia con los objetivos de la formación, perfil de los beneficiarios y estará metodológicamente estructurado de modo que facilite la transferencia de conocimiento. Los contenidos incluidos en la plataforma corresponden directamente con cada una de las cuatro unidades temáticas UNIDAD TEMÁTICA 1.Analítica de datos en las empresas UNIDAD TEMÁTICA 2. Usos de Power BI UNIDAD TEMÁTICA 3. Toma de decisiones basada en datos UNIDAD TEMÁTICA 4.Seguridad en entornos digitales Los participantes encontrarán debidamente identificadas en las unidades virtuales, cada uno de sus contenidos pudiendo así adquirir la base teórica para el desarrollo de las actividades prácticas propuestas y que incluyen: autoevaluaciones, ejercicios de relación de conceptos, ejercicios multimedia, entre otros. Incluyen textos descriptivos, cuadros de ampliación, vídeos de apoyo, documentación complementaria e infografías.

Capacitador Persona Jurídica Af	La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto es Adalid Inmark Colombia SAS, cuya actividad principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559 (otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560(actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área, cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social. ADALID INMARK COLOMBIA SAS, cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz ADALID SC S.L. con una trayectoria de más de 15 años en España y Chile; de su entidad adscrita Instituto Europa y del grupo empresarial ASPASIA, del cual forma parte, quienes en su conjunto aportan sus expertos internacionales, material didáctico y formativo ADALID INMARK COLOMBIA acredita siete (7) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. Adicionalmente cuenta con siete (7) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados),a entidades públicas o privadas.	**Resultados De Aprendizaje Esperados**	Durante el desarrollo de la acción formativa los capacitadores verificarán el avance de lo que el trabajador aprendió y aplicará en su puesto de trabajo, a partir del momento de finalizar la acción de formación, mediante observaciones y calificaciones que consignarán en la matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa en el caso de las unidades PAT. En las unidades Virtuales el avance se evidencia en las respuestas a las evaluaciones de unidad temática realizadas. Se asocia un resultado de aprendizaje a cada unidad temática, evidenciando la alineación de cada resultado con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del beneficiario. Los resultados definidos como parámetro de referencia del proceso de formación son: R1. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de contrastar inteligencia de negocios y la analítica de datos en las empresas positivamente en el desempeño del trabajador porque identificará Herramientas usadas en un sistema de BI y favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como identificar datos de interés/valioso en la empresa. R2. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de identificar los usos de la herramienta de analítica de negocios, BI incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque aplicará la

				herramienta para el análisis de datos, favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como introducción de datos en la herramienta, transformación de datos, visualizaciones. R3. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de de tomar decisiones basada en datos incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque sustentará sus decisiones en fuentes de datos y favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas Creación y análisis de correlaciones en Power BI Análisis de previsiones / forecast en Power BI Creación de Árboles de Decisión en Power BI R4. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de identificar y controlar riesgos de seguridad en entornos digitales. incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque identificará tendencias en fraude y malware y favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como Control de riesgos, identificación de fraude. R5. El 85% de los beneficiarios manifiestan estar satisfechos con la acción formativa en la que participan. Fuente de verificación 1: Informe de matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Calificación mínima 2 puntos correspondiente al

			Nivel Medio. Momento 1: a la finalización de la acción formativa. Fuente de verificación 2: Informe de tabulación de encuestas de satisfacción. Calificación mínima de 3 o equivalente. Momento 2: a la finalización de la acción formativa. Fuente de verificación 3: Informes de calificación del aula virtual. Calificación mínima de 50 puntos sobre 100. Momento 3: a la finalización de la acción formativa.

Evaluación Del Aprendizaje	La evaluación de aprendizaje permitirá la verificación del cumplimiento de los objetivos propuestos y de los resultados esperados, los criterios de evaluación que son los parámetros de referencia del proceso evaluativo, evidenciando la comprensión de los contenidos, la interiorización de los conceptos y conocimientos adquiridos. En las unidades de modalidad PAT, el sistema de seguimiento y evaluación propuesto pone de manifiesto la evaluación continua, integral, cualitativa y cuantitativa. MATRIZ DE EVALUACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA: Cada participante recibirá una calificación numérica asociada a los criterios de evaluación del desempeño en las actividades prácticas desarrolladas, a la comprensión de los contenidos abordados y a los logros en la aplicación de los conocimientos en las actividades prácticas. Así mismo el capacitador emitirá una valoración cualitativa del participante referente a su motivación y participación en las actividades prácticas propuestas y en las actividades teóricas realizadas. Con respecto a las unidades de modalidad VIRTUAL, La evaluación se realizará en la plataforma virtual mediante la asignación de calificaciones a las actividades asociadas a la acción formativa incluyendo cuestionarios de evaluación por cada unidad temática y al finalizar la acción de formación. Los criterios de evaluación serán: evidencia de apropiación de conocimientos, evidencia de fortalecimiento de la competencia asociada a cada unidad temática y grado de participación en las actividades propuestas en el curso. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN: Al finalizar la acción formativa cada participante diligenciará la encuesta aprobada por el SENA que medirá su satisfacción sobre el desarrollo de la acción de formación y su impacto en la práctica laboral, entre otros. . De manera permanente los participantes contarán con un correo electrónico y datos de contacto personal para el reporte de incidencias o la notificación de comentarios, de manera que se tomen las medidas correctivas pertinentes. TASA DE INCREMENTO DEL CONOCIMIENTO: Mide el incremento del conocimiento de los trabajadores beneficiarios participantes por acción de formación: TIC= (NPFT-NPIT)/NPIT *100 TIC = Tasa de incremento del conocimiento NPFT = Nota promedio final de conocimiento del trabajador NPIT = Nota promedio inicial de conocimiento del trabajador 1. Cada evaluación estará compuesta por mínimo 5 y máximo 10 preguntas, las cuales serán formuladas por el capacitador. 2. Los criterios de evaluación estarán directamente relacionados con las unidades temáticas de la acción de formación a evaluar y debe ser resuelta por todos los beneficiarios de la misma. 3. La calificación resultante de cada una de las evaluaciones debe encontrarse dentro del rango de [0,10] (Intervalo cerrado) y se pueden dar valores decimales de hasta máximo una posición decimal. Ejemplo: 7,5. 4. La evaluación ex-ante se aplicará a los beneficiarios el día de inicio de la acción de formación, y la evaluación ex-post el último día de ejecución de la misma, con el fin de realizar una comparación que refleje los resultados en el incremento de conocimientos del trabajador beneficiario de la formación. El capacitador entregará un informe acerca de las evaluaciones ex-ante y ex-post aplicados y el análisis de los resultados obtenidos en la acción de formación ejecutada a través de los eventos taller (cuando su duración sea igual o superior a 20 horas), curso y diplomado y/o cuando aplique los modelos de aprendizaje puesto de trabajo real, aula invertida-Flipped Classroom, o Bootcamp. Este informe debe ser entregado al director del proyecto dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la terminación de la acción de formación, quien analizará a la luz de los indicadores internos de la empresa y/o gremio, los resultados de mejora de productividad del trabajador y competitividad de la empresa. Este será remitido a la interventoría dentro de los ocho (8) días hábiles siguientes para el análisis correspondiente. De igual forma, este informe se integrará al informe final de ejecución que el conveniente entregará a la interventoría, para posterior remisión al SENA.	**Justificación Del Lugar De Ejecución**	La AHK Colombia tal y como consta en sus estatutos, desarrolla sus actividades de apoyo comercial y de transferencia del conocimiento en el ámbito nacional, y por su carácter gremial multisectorial, cuenta con afiliados y empresas pertenecientes a la cadena productiva de sus empresas afiliadas en estas zonas del país: Bogotá, Antioquia, Cundinamarca, Valle, Atlántico, Santander, Norte de Santander, Meta, Magdalena y Huila. Así mismo cuenta con aliados a nivel nacional que incluyen Cámaras de Comercio locales, entidades territoriales, asociaciones entre otros con los que trabaja aunando esfuerzos para lograr un propósito común generalmente enfocado en el fortalecimiento empresarial. Estos aliados se sitúan entre otros en estos departamentos: Caldas, Bolívar y Casanare. Por tanto los lugares previstos están dentro del ámbito de actuación de la AHK Colombia

Justificación Nivel Ocupacional	AHK contempla que la formación en inteligencia empresarial en la industria 4.0, impactará las áreas operativas y tácticas de la empresa ya que está enfocada a desarrollar las habilidades del manejo de la información mediante herramientas tecnológicas, para las actividades de planeación operativa, administrativa y de reporting para la toma de desiciones.	**Justificación Sector/Subsector**	La formación propuesta está relacionada con el sector y subsector transversal al que pertenecen los beneficiarios, por cuanto la necesidad que atiende es propia de las actividades económicas, productivas y de carácter multisectorial de las empresas afiliadas a AHK Colombia.

Necesidades de Formación a Atender

Necesidad de Formación

Analítica de datos y Power BI: Esta necesidad fue identificada por la AHK en la mesa de trabajo de recursos humanos, cuyas conclusiones se registraron en el Plan Integral de Detección de Necesidades de AHK (01/12/21 - 04/04/2022), en la que la comunidad empresarial colombo alemana planteó esta necesidad como un tema relevante en esta área. En el mundo actual, la ciencia y la tecnología, definen la frontera crucial entre el progreso y el atraso de las naciones. De igual manera, el rezago preocupante de la economía formal y la violencia generalizada, pueden inhibir por años los avances sociales y culturales necesarios para situar al país en la modernidad necesaria para enfrentar sus desafíos en el siglo XXI. En términos generales, puede afirmarse que la ausencia de un sistema sólido en ciencia y tecnología está ligado a la baja participación del Producto Interno Bruto (PIB) en la investigación y el desarrollo. (""Colombia, los caminos hacia el atraso"", Diario La Opinión, enero de 2011). Por otro lado, la paulatina implementación de nuevas tecnologías en todos los procesos de las empresas en los últimos 3 años, fenómeno que fue intensificado a raíz de la pandemia de COVID-19, ha causado un escenario en el que se produce una buena cantidad de datos. No obstante, el grueso de las empresas colombianas no cuentan con los recursos necesarios para implementar un buen análisis de los mismos, y es aquí en donde se sustenta la necesidad de formación. De hecho, siguiendo el Índice de madurez analítica de 2022, elaborado por CALA Analytics, en el que participaron empresas de toda América Latina, y en el que se demuestra que en el país hace mucha falta avanzar a nivel de talento humano y procesos para analizar la gran cantidad de datos que recogen. Lo que concluye CALA Analytics, es que si bien las empresas de la región reconocen el valor de la analítica como diferencial, y además cuentan con una verdadera conciencia frente a la importancia de su uso, no han logrado completar una transformación que les permita aprovechar en la práctica los datos que se viene recogiendo. Con fundamento en lo expuesto, la necesidad de formación detectada se priorizó con el fin de fortalecer las competencias de los trabajadores de las empresas aliadas y de la cadena productiva de la órbita de la Cámara de Industria y Comercio Colombo Alemana, para diseñar e implementar estrategias de inteligencia empresarial, basadas en la gestión de datos y en el acceso a información de calidad en tiempo real, a fin de mejorar la oferta de valor de las organizaciones.

Niveles Ocupacionales de la Acción de Formación

Nivel Ocupacional

MEDIO

OPERATIVO

Sectores de la Acción de Formación

Sector

Transversal

Subsectores de la Acción de Formación

Subsector

Transversal

Lugar de Ejecución de la Acción de Formación

Grupo Numero Departamento	*Ciudad*	*N° Beneficiarios*
1 HUILA		15
1 BOGOTÁ D.C		15
2 META		15
2 CUNDINAMARCA		15
3 CASANARE		15
3 SANTANDER		15
4 ATLÁNTICO		15

Grupo Numero Departamento	*Ciudad*	*N° Beneficiarios*
4 ANTIOQUIA		15
5 MAGDALENA		15
5 VALLE DEL CAUCA		15
6 CALDAS		15
6 BOLÍVAR		15

Unidades Temáticas

UT N° :

1

-

Analítica de datos en las empresas

ID	2476		
Unidad Temática N°	1	**Nombre Unidad Temática**	Analítica de datos en las empresas
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	2	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	2	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	Definición de Business Intelligence Componentes de un sistema de BI Herramientas usadas en un sistema de BI Roles, conocimientos para trabajar en BI	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad contrastar inteligencia de negocios y la analítica de datos en las empresas
Actividad Pedagógica	Ilustrar Definición de Business Intelligence Definir Componentes de un sistema de BI Aplicar Herramientas usadas en un sistema de BI Desarrollar-Roles, conocimientos para trabajar en BI	**Estrategia Didáctica**	Presentación: se realiza la exposición de los contenidos. Story telling /reflexión Ejercicios y dinámicas que permitan a los participantes aplicar lo explicado en la presentación. Discusión grupal/Feedback: está es la parte en la que se reflexiona en grupo sobre el tema tratado y se obtienen conclusiones. Estudio de caso Preguntas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría (PAT) administración, inteligencia de negocios, tecnología, ingeniería, economía y afines	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en inteligencia de negocios, tecnología, gerencia de proyectos y administración, coordinación de equipos y afines.	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	No Aplica

UT N° :

2

-

Usos de Power BI

ID	2477		
Unidad Temática N°	2	**Nombre Unidad Temática**	Usos de Power BI
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	3	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	3	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	Aplicaciones casos de éxito Flujo de trabajo en Power BI Introducción a obtener datos con Power BI Introducción a la transformación de datos en Power BI Visualizaciones: Panel de Analytics	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de identificar los usos de la herramienta de analítica de negocios, BI
Actividad Pedagógica	Aplicaciones casos de éxito Definir Flujo de trabajo en Power BI Aplicar Introducción a obtener datos con Power BI Comprender Introducción a la transformación de datos en Power BI Planificar-Visualizaciones: Panel de Analytics	**Estrategia Didáctica**	Conferencia/ Presentación: se realiza la exposición de los contenidos. Proyecto/Aplicación: los participantes experimentan. Cuestionario dinámico/Feedback: está es la parte en la que se reflexiona en grupo sobre el tema tratado y se obtienen conclusiones. Preguntas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría (PAT) administración, inteligencia de negocios, tecnología, ingeniería, economía y afines	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en inteligencia de negocios, tecnología, gerencia de proyectos y administración, coordinación de equipos y afines.	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	No Aplica

UT N° :

3

-

Toma de decisiones basada en datos

ID	2478

Unidad Temática N°	3	**Nombre Unidad Temática**	Toma de decisiones basada en datos
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	5
N° total de Horas Prácticas PAT	0	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	7
N° total de Horas Teóricas PAT	0	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	Conceptos básicos de análisis de datos (histograma, percentil, correlación) Creación de histogramas, percentiles y box and whiskers en Power BI Creación y análisis de correlaciones en Power BI Análisis de previsiones / forecast en Power BI Creación de Árboles de Decisión en Power BI Casos de éxito	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de tomar decisiones basada en datos
Actividad Pedagógica	Comprender Conceptos básicos de análisis de datos (histograma, percentil, correlación)Creación de histogramas, percentiles y box and whiskers en Power BI ALTERNATIVA: Creación de visual Percentil manual y Box & Whiskers (versión Jan)Creación y análisis de correlaciones en Power BI Análisis de previsiones / forecast en Power BI Creación de Árboles de Decisión en Power BI Casos de éxito	**Estrategia Didáctica**	Lectura/ presentación de contenidos Dinámica en equipos Foro/ soncrónico Cuestionarios Reflexión Preguntas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	Capacitador Nacional Especialización (Virtual) administración, inteligencia de negocios, tecnología, ingeniería, economía y afines	Experiencia relacionada de, mínimo de tres (3)en inteligencia de negocios, tecnología, gerencia de proyectos y administración, coordinación de equipos y afines	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.

UT N° :

4

-

Seguridad en entornos digitales

ID	2479		
Unidad Temática N°	4	**Nombre Unidad Temática**	Seguridad en entornos digitales
N° total de Horas Prácticas Presenciales	0	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	3
N° total de Horas Prácticas PAT	0	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	0	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	5

N° total de Horas Teóricas PAT	0	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	-Controlar los riesgos y valorar las oportunidades -Las tendencias en materia de identificación -Las tendencias en materia de fraude -Las tendencias en materia de malware	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de identificar y controlar riesgos de seguridad en entornos digitales.
Actividad Pedagógica	Comprender como controlar los riesgos y valorar las oportunidades Analizar Las tendencias en materia de identificación Identificar Las tendencias en materia de fraude Identificar Las tendencias en materia de malware	**Estrategia Didáctica**	Lectura Presentación: se realiza la exposición de los contenidos. Proyecto/Aplicación: los participantes experimentan. Video Cuestionario Preguntas Foro/ sincrónico

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	Capacitador Nacional Especialización (Virtual) administración, inteligencia de negocios, tecnología, ingeniería, economía y afines	Capacitador Nacional Especialización (Virtual) administración, inteligencia de negocios, tecnología, ingeniería, economía y afines	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	Experiencia de un (1) año en el uso de plataformas virtuales.

Resumen de Rubros de la Acción de Formación

Rubro	*Descripción*	*Cofinanciación SENA*	*Porcentaje Cofinanciación SENA*	*Contrapartida Especie*	*Porcentaje Contrapartida Especie*	*Contrapartida Efectiv*
R10.3 Garantías	Garantías	$ 0	% 0,00	0	% 0,00	$ 255.20
R08.1 Formación Virtual - Curso 20 horas	Formación Virtual - Curso 20 horas	$ 56.300.000	% 75,06	0	% 0,00	$ 18.704.20
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	$ 39.190.000	% 75,23	0	% 0,00	$ 12.905.00

AF N° :

14

-

Venta consultiva, potenciado equipos comerciales de alto impacto en el sector TI

ID	1605
N° Acción Formación	14

ID Propuesta	962
Propuesta en la que se basó la AF	Venta consultiva, potenciado equipos comerciales de alto impacto en el sector TI
Causas Y Efectos De La Necesidad De Formación Detectada	CAUSAS PUNTUALES: Las empresas deben reinventarse y adaptarse a los cambios que el mercado está experimentando, lo que significa prestar atención a las necesidades de los clientes. La necesidad de gestión de marketing y comunicaciones, y el consiguiente requerimiento de formación en ""Venta consultiva, potenciando equipos comerciales de alto impacto en el sector TI"", se origina específicamente en las siguientes causas identificadas en la Encuesta a afiliados y participantes del programa PFCE 2021 de la AHK cuyos datos se encuentran en e Plan Integral de Detección de Necesidades de AHK (01/12/21 - 04/04/2022): 1) Los efectos de la pandemia de COVID-19. Este hecho generó cambios en los comportamientos de los consumidores por cuenta de las medidas de aislamiento social y se refleja en el incremento de usuarios en el uso de canales digitales así como de internet en Colombia. 2) Los subsecuentes cambios en las dinámicas de venta. Las cifras arrojadas en el informe ""Digital 2022"" de Hootsuite, el 69% de la población se conecta a internet, sobre todo a través de conexiones móviles. En consecuencia, este hecho ha significado un aumento del comercio electrónico que significa un reto y una oportunidad que las empresas deben encarar. 3) El elevado crecimiento en las ventas digitales. El comercio digital viene experimentando un auge desde el 2020 producto de los cambios estructurales generados por las medidas tomadas por los gobiernos para frenar el avance del nuevo coronavirus. Las medidas que buscaban la contención del COVID-19 trasladaron distintas actividades que se efectuaban típicamente de manera presencial al canal digital como las citas médicas, las clases y las compras. Según el informe de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico en su informe ""El comercio electrónico en 2021"", durante el pasado año se registraron $39,9 billones de pesos de ventas en línea, lo que representó un crecimiento de 40,2 % respecto al 2020. De este modo, las ventas de comercio electrónico, en el año en 2021, crecieron a una tasa mensual promedio de 3,7 %. Es por ello que para las empresas es estratégico abordar con modelos innovadores nuevos mercados y asegurar su crecimiento y sostenibilidad. EFECTOS PUNTUALES: Si no se desarrolla la acción de formación “Venta consultiva, potenciado equipos comerciales de alto impacto en el sector TI”, se derivarán los siguientes efectos: 1) Las empresas perderían la oportunidad de formar habilidades para identificar y determinar las necesidades y expectativas de los clientes. 2) Obstáculos para el crecimiento y capacidad de comercializar sus productos y servicios y competir en un entorno cada vez más digital y más globalizado. De cara a la situación actual de las ventas, este es un efecto que pondría en riesgo la sostenibilidad de las empresas. Todo esto teniendo en cuenta los datos de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, en su informe de 2021 sobre el comercio electrónico, en donde se proyecta un crecimiento del 19% total del comercio digital para el 2022. 3) Dificultades para el desarrollo de propuestas que respondan de manera rápida y efectiva a las necesidades de los clientes. 4) Impacto negativo en las ventas. Esta situación es tanto más problemática si consideramos el escenario que ha dejado la pandemia del nuevo coronavirus, pues esta ha afectado el consumo y ha menguado la confianza del consumidor, como lo demuestra el índice de confianza de Fedesarrollo, que desde el año 2020, a pesar de ciertos vaivenes, tienen una tendencia a caer.
Nombre De La Acción De Formación	Venta consultiva, potenciado equipos comerciales de alto impacto en el sector TI
Objetivo(S) De La Acción De Formación	Desarrollar competencias laborales que les permita a los trabajadores comprender y aplicar metodologías basadas en las ventas consultiva, para identificar y determinar las necesidades y expectativas de los clientes y poder desarrollar propuestas que respondan de manera rápida y efectiva a dichas necesidades, en pro de mejorar la satisfacción del cliente. La acción de formación contribuye de forma positiva a resolver parcialmente la necesidad de mejorar las áreas de gestión del marketing y las telecomunicaciones ya que el programa de venta consultiva impacta el área de ventas que es, uno de los estabones del mercadeo en la empresa.
Evento De Formación	Taller
Modalidad De Formación	Presencial
Metodología De Aprendizaje	Teórica-Práctica
Modelo De Aprendizaje	Bootcamp
Tipo De Ambiente De Aprendizaje	Salones (Hoteles, laboratorios, aulas gastronomía, salones empresariales)

Justificación Ambiente De Aprendizaje	MODALIDAD PRESENCIAL: Aulas acondicionadas con puestos ergonómicos de trabajo, bien iluminadas y aireadas, con tablero o papelógrafo, videobeam y espacio suficiente para distintas configuraciones de aula , en caso de ser requerido, y con capacidad para el número de beneficiarios de cada grupo de esta acción formativa. Corresponde al rubro Salones cap. hasta 30 (Hoteles, laboratorios, aulas gastronomía, salones empresariales) atendiendo las medidas y normas de bioseguridad y distanciamiento establecidas. El tamaño, la distribución y las características físicas de las aulas contribuirán a la creación de un ambiente cómodo que favorezca la participación activa y la interacción de los beneficiarios.
Número De Días De Ejecución De La Acción De Formación	3
Número de Grupos	4
Número de Beneficiarios de la AF	60
Número de Beneficiarios Asociados a Grupos	60
Número de días por grupo	3
Numero de horas por grupo de la AF	24
Número de Horas Total de la AF	96

Beneficiarios

Número De Beneficiarios	60	**Área Funcional A La Cual Pertenecen**	Dirección, gerencia, administración, planeación, Marketing, innovación, Ventas, proyectos o afines
Funciones O Tareas Que Desempeñan	Planear, definir supervisar equipos de trabajo, definir, planear, coordinar la estrategia de la empresa, liderar equipos de ventas y desarrollar actividades de venta y marketing de la empresa definir, desarrollar y alcanzar objetivos e iniciativas la gestión de recursos en la empresa. Actividades de prospección, contacto, cierre y seguimiento de ventas. Desarrollo de campañas de mercadeo y publicidad y afines	**Tipo De Vinculación Laboral**	Contrato laboral a término indefinido o contrato de prestación de servicios
Nivel De Escolaridad	Profesionales, tecnólogos o técnicos en áreas de economía, administración, ingeniería, tecnología, marketing, recursos humanos, comunicación, ciencias aplicadas, gerencia de proyectos, procesos y afines.	**Acceso A Las Tic'S**	Son personas con competencias digitales que les permiten acceder al uso de computadores y demás dispositivos y utilizar aplicaciones a nivel de usuario para el desarrollo de sus funciones. Acceden a conectividad para el desarrollo de sus actividades.

Trabajadores En Condición De Discapacidad Que Se Beneficiarán De La Formación	0	**Número De Trabajadores Mujeres**	36
Número De Empresas Sociedades De Beneficio E Interés Colectivo Bic A Beneficiar	0	**Número De Empresas Beneficiadas**	40
Número De Empresas Mipymes A Beneficiar	36	**Justificación Inclusión Trabajadores Empresas Mipymes**	La inclusión de beneficiarios de empresas Mipymes se justifica en razón a la proporción estadística de participantes en el programa PFCE 2021 y la proporción de empresas afiliadas que corresponden a esta categoría, en este sentido se establece que el 90% de las empresas impactadas serán Mipymes.
Número De Empresas A Beneficiar Que Hacen Parte De Su Cadena Productiva	0	**Justificación Inclusión Trabajadores Empresas Que Hacen Parte De La Cadena Productiva Como Beneficiarios**	Dado que el objeto social de la CÁMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO COLOMBO ALEMANA es el fomento y desarrollo de las relaciones comerciales, industriales, económicas y culturales entre la República de Colombia y la República Federal de Alemania, se incluirán beneficiarios que hacen parte de la cadena productiva de las empresas que integran el ámbito de acción de la cámara, puesto que son los trabajadores de estas empresas quienes apoyan el desarrollo productivo y competitividad de todos los eslabones de valor del sector al que pertenece cada afiliado.

Enfoque De La Acción De Formación	Formación en el trabajo	**Justificación Enfoque De La Acción De Formación**	La presente acción de formación tiene un enfoque de FORMACIÓN PARA EL TRABAJO, ya que es una acción de formación dirigida a trabajadores de el/los nivel(es) ocupacionales indicados y que requieren actualizar y adquirir conocimientos, habilidades, aptitudes, técnicas y/o prácticas, necesarias para resolver con autonomía, temas relacionados con la planificación y ejecución del trabajo actual o del cargo en el que busca desempeñarse, de tal forma que se generen mejoras en la empleabilidad, la productividad laboral y competitividad empresarial mediante la aplicación de metodologías de venta consultiva.
Alineación De La Acción De Formación	AF que desarrolle temáticas que incentiven la innovación en la empresa.	**Justificación De La Alineación**	La acción de formación incentiva la innovación empresarial ya que promueve la implementación de nuevas metodologías que propician el fortalecimiento empresarial y la sofisticación de los procesos. Metodologías que apuntan a determinar las necesidades y expectativas de los clientes y poder desarrollar propuestas innovadoras que respondan de manera rápida y efectiva a dichas necesidades, en pro de mejorar la satisfacción del cliente.

Categorización De La Acción De Formación	Competitividad	**Justificación Categorización**	La acción de formación fomenta la competitividad empresarial porque permite implementar una adecuada estrategia empresarial de ventas consultiva, para identificar y determinar las necesidades y expectativas de los clientes y poder desarrollar propuestas que respondan de manera rápida y efectiva a dichas necesidades, en pro de mejorar la satisfacción del cliente. esta satisfacción y posible fidelización permitirá que la empresa posicione su marca en el mercado y genere un mayor reconocimiento, volviéndola mas rentable y competitiva.
Justificación Acción De Formación Especializada	POR QUE ES UNA ACCIÓN DE FORMACIÓN ESPECIALIZADA: Esta es una acción de formación especializada porque es una acción de corta duración que garantiza la profundización de conocimientos, habilidades y destrezas, permitiendo la aplicación de los mismos en el contexto laboral inmediato, asegurando la calidad, comprensión y uso del pensamiento crítico y analítico de la labor realizada o de la tarea a ejecutar, con el propósito de encaminar al trabajador a su actualización laboral, para responder a las necesidades específicas de las empresas, que surge de la implementación de mejoras tecnológicas, nuevas metodologías y herramientas, aumentando la productividad y empleabilidad de los trabajadores y la competitividad de las mismas.	**Material De Formación- Justificación Del Material**	PRESENCIAL CARTILLA DIGITAL: Se contará con una cartilla digital . Se garantizará la puesta a disposición de los beneficiarios del material de formación destinado para la realización de este evento de formación. JUSTIFICACIÓN: El material, de producción reciente, (MENOS DE 2 AÑOS) , reunirá los medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan las actividades de enseñanza-aprendizaje en la modalidad PAT, y guardará coherencia con los objetivos de la formación, perfil de los beneficiarios y estará metodológicamente estructurado de modo que facilite la transferencia de conocimiento. Los contenidos incluidos corresponden directamente con cada una de las seis unidades temáticas UNIDAD TEMÁTICA 1. Tendencias de estrategias de ventas en el sector TI UNIDAD TEMÁTICA 2. Estrategia de venta consultiva para la

			mejora de la posición competitiva UNIDAD TEMÁTICA 3. Diseño e implementación de planes de venta consultiva TI UNIDAD TEMÁTICA 4. Negociación comercial efectiva en el sector TI UNIDAD TEMÁTICA 5. Cuadro de mando para el seguimiento de planes de venta consultiva TI UNIDAD TEMÁTICA 6. Comunicaciones en el ámbito comercial Los participantes encontrarán debidamente identificadas las unidades y cada uno de sus contenidos pudiendo así adquirir la base teórica para el desarrollo de las actividades prácticas propuestas y que incluyen: autoevaluaciones, ejercicios de relación de conceptos, ejercicios multimedia, entre otros. Incluyen textos descriptivos, cuadros de ampliación, vídeos de apoyo, documentación complementaria e infografías.
Capacitador Persona Jurídica Af	La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto es Adalid Inmark Colombia SAS, cuya actividad principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559 (otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560(actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área, cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social. ADALID INMARK COLOMBIA SAS, cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz ADALID SC S.L. con una trayectoria de más de 15 años en España y Chile; de su entidad adscrita Instituto Europa y del grupo empresarial ASPASIA, del cual forma parte, quienes en su conjunto aportan sus expertos internacionales, material didáctico y formativo ADALID INMARK COLOMBIA acredita siete (7) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. Adicionalmente cuenta con siete (7) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados),a entidades públicas o privadas.	**Resultados De Aprendizaje Esperados**	Durante el desarrollo de la acción formativa los capacitadores verificarán el avance de lo que el trabajador aprendió y aplicará en su puesto de trabajo, a partir del momento de finalizar la acción de formación, mediante observaciones y calificaciones que consignarán en la matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Se asocia un resultado de aprendizaje a cada unidad temática, evidenciando la alineación de cada resultado con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del beneficiario. Los resultados definidos como parámetro de

				referencia del proceso de formación son: R1. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de entender el contexto del cliente, incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque aplicará el Marco de Venta Consultiva para involucrar a los compradores en un diálogo consultivo centrado en el cliente, favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como identificar dolor, definir prospecto, mapa de stakeholders y target persona. R2. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de de aplicar un enfoque sistemático para anticipar las necesidades del cliente incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque identificará el valor potencial de sus cliente y favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como , prepararse para las objeciones y visualizar el flujo de llamadas, guión de prospección y Matriz R3. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de presentar para involucrar a su audiencia y ganar negocios incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque desarrollará la personalización de su propuesta y favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como elaboración de herramientas Matriz de objeciones y desbloqueo acuerdos

R4. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de comprender el poder que tienen las historias en la persuasión incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque negociará con mayor efectividad, favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como crear Informe de ganancias/pérdidas

R5. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de aplicar pautas para dar y recibir retroalimentación y habilidades de auto-entrenamiento entre colegas para fomentar el desarrollo continuo incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque fomentará el escalamiento liderando con prácticas y retroalimentación continuay favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como desarrollo y seguimiento con tableros y sus métricas para ajustar continuamente el motor.

R6. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de de comunicar efectivamente en el ámbito comercial incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque impactará positivamente las relaciones laborales y la experiencia de usuario y favoreciendo la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como definir intención, brindar información

			concisa, conocer al interlocutor, tener escucha activa y respeto. R7 El 85% de los beneficiarios manifiestan estar satisfechos con la acción formativa en la que participan. Fuente de verificación 1: Informe de matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Calificación mínima 2 puntos correspondiente al Nivel Medio. Momento 1: a la finalización de la acción formativa. Fuente de verificación 2: Informe de tabulación de encuestas de satisfacción. Calificación mínima de 3 o equivalente. Momento 2: a la finalización de la acción formativa.

Evaluación Del Aprendizaje	La evaluación de aprendizaje permitirá la verificación del cumplimiento de los objetivos propuestos y de los resultados esperados, los criterios de evaluación que son los parámetros de referencia del proceso evaluativo, evidenciando la comprensión de los contenidos, la interiorización de los conceptos y conocimientos adquiridos. El sistema de seguimiento y evaluación propuesto pone de manifiesto la evaluación continua, integral, cualitativa y cuantitativa. MATRIZ DE EVALUACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA: Cada participante recibirá una calificación numérica asociada a los criterios de evaluación del desempeño en las actividades prácticas desarrolladas, a la comprensión de los contenidos abordados y a los logros en la aplicación de los conocimientos en las actividades prácticas. Así mismo el capacitador emitirá una valoración cualitativa del participante referente a su motivación y participación en las actividades prácticas propuestas y en las actividades teóricas realizadas. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN: Al finalizar la acción formativa cada participante diligenciará la encuesta aprobada por el SENA que medirá su satisfacción sobre el desarrollo de la acción de formación y su impacto en la práctica laboral, entre otros. . De manera permanente los participantes contarán con un correo electrónico y datos de contacto personal para el reporte de incidencias o la notificación de comentarios, de manera que se tomen las medidas correctivas pertinentes. TASA DE INCREMENTO DEL CONOCIMIENTO: Mide el incremento del conocimiento de los trabajadores beneficiarios participantes por acción de formación: TIC= (NPFT-NPIT)/NPIT *100 TIC = Tasa de incremento del conocimiento NPFT = Nota promedio final de conocimiento del trabajador NPIT = Nota promedio inicial de conocimiento del trabajador 1. Cada evaluación estará compuesta por mínimo 5 y máximo 10 preguntas, las cuales serán formuladas por el capacitador. 2. Los criterios de evaluación estarán directamente relacionados con las unidades temáticas de la acción de formación a evaluar y debe ser resuelta por todos los beneficiarios de la misma. 3. La calificación resultante de cada una de las evaluaciones debe encontrarse dentro del rango de [0,10] (Intervalo cerrado) y se pueden dar valores decimales de hasta máximo una posición decimal. Ejemplo: 7,5. 4. La evaluación ex-ante se aplicará a los beneficiarios el día de inicio de la acción de formación, y la evaluación ex-post el último día de ejecución de la misma, con el fin de realizar una comparación que refleje los resultados en el incremento de conocimientos del trabajador beneficiario de la formación. El capacitador entregará un informe acerca de las evaluaciones ex-ante y ex-post aplicados y el análisis de los resultados obtenidos en la acción de formación ejecutada a través de los eventos taller (cuando su duración sea igual o superior a 20 horas), curso y diplomado y/o cuando aplique los modelos de aprendizaje puesto de trabajo real, aula invertida-Flipped Classroom, o Bootcamp. Este informe debe ser entregado al director del proyecto dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la terminación de la acción de formación, quien analizará a la luz de los indicadores internos de la empresa y/o gremio, los resultados de mejora de productividad del trabajador y competitividad de la empresa. Este será remitido a la interventoría dentro de los ocho (8) días hábiles siguientes para el análisis correspondiente. De igual forma, este informe se integrará al informe final de ejecución que el conveniente entregará a la interventoría, para posterior remisión al SENA.	**Justificación Del Lugar De Ejecución**	La AHK Colombia tal y como consta en sus estatutos, desarrolla sus actividades de apoyo comercial y de transferencia del conocimiento en el ámbito nacional, y por su carácter gremial multisectorial, cuenta con afiliados y empresas pertenecientes a la cadena productiva de sus empresas afiliadas en estas zonas del país: Bogotá, Antioquia, Cundinamarca, Valle, Atlántico, Santander, Norte de Santander, Meta, Magdalena y Huila. Así mismo cuenta con aliados a nivel nacional que incluyen Cámaras de Comercio locales, entidades territoriales, asociaciones entre otros con los que trabaja aunando esfuerzos para lograr un propósito común generalmente enfocado en el fortalecimiento empresarial. Estos aliados se sitúan entre otros en estos departamentos: Caldas, Bolívar y Casanare. Por tanto los lugares previstos están dentro del ámbito de actuación de la AHK Colombia
Justificación Nivel Ocupacional	AHK contempla que la formación en venta consultiva, se desarrollará en los niveles estratégico, táctico y operativos ya que se busca alentar a la alta gerencia para crear el clima y la orientación hacia las utilidades que permitirá a la organización de ventas funcionar de forma más eficiente y eficaz.	**Justificación Sector/Subsector**	La formación propuesta está relacionada con el sector y subsector transversal al que pertenecen los beneficiarios, por cuanto la necesidad que atiende es propia de las actividades económicas, productivas y de carácter multisectorial de las empresas afiliadas a AHK Colombia.

Necesidades de Formación a Atender

Necesidad de Formación
Gestión de marketing y comunicaciones: Esta necesidad fue identificada mediante la herramienta Encuesta a afiliados y participantes del programa PFCE 2021 de la AHK cuyos datos se encuentran en e Plan Integral de Detección de Necesidades de AHK (01/12/21 - 04/04/2022), donde el área de “Gestión de marketing y comunicaciones” fue identificada como la de mayor interés con un puntaje de 2,45. Esta área refiere directamente al problema de ""conocer bien la marca y el mercado objetivo para la mejora resultados”. La necesidad responde a los retos que la pandemia de COVID-19, con su subsecuente transformación digital, le ha impuesto a las empresas. El estudio realizado por Mercer ""Tendencias globales de talento 2021"" arrojó que las empresas precisan de conocimientos mínimos para la digitalización efectiva de un negocio. Lo anterior se explica de cara al crecimiento del comercio digital. Según datos del informe ""Reporte de la Industria, el ecommerce en Colombia 2021"" de BlackSip, el número de usuarios conectados a Internet en todo el país creció 1,3 millones, registrando un total de 34,73 millones. Esto se ha reflejado en un aumento de las ventas digitales, como lo exponen las cifras de Cámara del comercio electrónico: en 2021 el comercio electrónico y las ventas digitales en Colombia aumentaron, pues el último trimestre del año tuvieron valores cercanos a los 10 billones de pesos, es decir, 79,6 % más que las ventas del periodo de 2019, y 31,7 % mayores que las ventas observadas durante el tercer trimestre del 2020. De esta forma, la priorización de la necesidad de formación identificada se fundamenta en que las empresas afiliadas a AHK Colombia y su cadena productiva deben fortalecer sus modelos de venta digital ya que el dinamismo y crecimiento del comercio se presenta como una oportunidad y un reto al cual deben responder para mejorar su resultados y mantener su cuota de mercado en un mundo cada vez más digital y más globalizado.

Niveles Ocupacionales de la Acción de Formación

Nivel Ocupacional
ALTA DIRECCIÓN
MEDIO
OPERATIVO

Sectores de la Acción de Formación

Sector
Servicios

Subsectores de la Acción de Formación

Subsector
Servicios

Lugar de Ejecución de la Acción de Formación

Grupo Numero Departamento	*Ciudad*	*N° Beneficiarios*
1 BOGOTÁ D.C	BOGOTÁ	15
2 BOGOTÁ D.C	BOGOTÁ	15
3 META	VILLAVICENCIO	15
4 ANTIOQUIA	MEDELLÍN	15

Unidades Temáticas

UT N° :

1

-

Tendencias de estrategias de ventas en el sector TI

ID	2240		
Unidad Temática N°	1	**Nombre Unidad Temática**	Tendencias de estrategias de ventas en el sector TI
N° total de Horas Prácticas Presenciales	3	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0

N° total de Horas Prácticas PAT	0	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	1	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	0	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	-Smarketing -Evolución de los roles -IDENTIFICAR DOLOR Identificar el dolor/necesidad , definir cómo la solución alivia ese dolor. -DEFINIR PROSPECTO TIPO - TARJET Identificar prospectos iniciales y no prospectos (a quién no se dirige) -Herramientas: Mapa grupos de interés, Perfil comprador,	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de entender el contexto del cliente, Aplicar el Marco de Venta Consultiva para involucrar a los compradores en un diálogo consultivo centrado en el cliente
Actividad Pedagógica	-Definir Smarketing -Analizar Evolución de los roles -IDENTIFICAR DOLOR Identificar el dolor/necesidad , definir cómo la solución alivia ese dolor. -DEFINIR PROSPECTO TIPO - TARJET Identificar prospectos iniciales y no prospectos (a quién no se dirige)	**Estrategia Didáctica**	Presentación contenido Story telling Reflexión grupal Video Trabajo en equipo y aplicación de dinámicas de trabajo ágil Actividades de bienestar y reflexión Actividad grupal Tarea/Entrega: Mapa de stakeholders y Target personas Evaluación de soluciones propuestas Conclusiones y cierre

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría administración, ingeniería, economía, gestión de proyectos, venta consultiva, desarrollo empresarial, negocios internacionales, relaciones públicas, y afines.	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en desarrollo de equipos, ventas, venta consultiva, comunicación, apoyo empresarial, coaching, administración	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	No Aplica

UT N° :

2

-

Estrategia de venta consultiva para la mejora de la posición competitiva

ID	2261		
Unidad Temática N°	2	**Nombre Unidad Temática**	Estrategia de venta consultiva para la mejora de la posición competitiva
N° total de Horas Prácticas Presenciales	3	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0

N° total de Horas Prácticas PAT	0	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	1	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	0	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	-LEADS Capturar y vincular a los prospectos en una construcción conjunta -CALIFICAR Determinar pertinencia del contacto y manejar las objeciones. -AJUSTAR argumentos, tiempos, pertinencia -Herramientas: La lista de verificación para la reunión de ventas	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de aplicar un enfoque sistemático para anticipar las necesidades del cliente, identificar el valor potencial, prepararse para las objeciones y visualizar el flujo de llamadas.
Actividad Pedagógica	-Producir LEADS Capturar y vincular a los prospectos en una construcción conjunta -Analizar CALIFICAR Determinar pertinencia del contacto y manejar las objeciones. -Investigar-AJUSTAR argumentos, tiempos, pertinencia	**Estrategia Didáctica**	Presentación contenido Story telling Reflexión grupal Trabajo en equipo y aplicación de dinámicas de trabajo ágil Actividades de bienestar y reflexión Actividad grupal Tarea/ Guión de prospección y Matriz GRUPO Evaluación de soluciones propuestas Conclusiones y cierre

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría administración, ingeniería, economía, gestión de proyectos, venta consultiva, desarrollo empresarial, negocios internacionales, relaciones públicas, y afines.	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en desarrollo de equipos, ventas, venta consultiva, comunicación, apoyo empresarial, coaching, administración	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	No Aplica

UT N° :

3

-

Diseño e implementación de planes de venta consultiva TI

ID	2262		
Unidad Temática N°	3	**Nombre Unidad Temática**	Diseño e implementación de planes de venta consultiva TI
N° total de Horas Prácticas Presenciales	3	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	0	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0

N° total de Horas Teóricas Presenciales	1	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	0	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	-La lista de verificación perfecta para la reunión de ventas -PROPONER Personalizar la propuesta -ENAMORAR Implementar herramientas y procesos para enamorar a su cliente -Herramientas: Guion prospección, retroalimentación	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de presentar para involucrar a su audiencia y ganar negocios
Actividad Pedagógica	-La lista de verificación perfecta para la reunión de ventas -Desarrollar y Personalizar la propuesta -Ajustar Implementar herramientas y procesos para enamorar a su cliente	**Estrategia Didáctica**	Presentación contenido/ CONFERENCIA VIDEO / Reflexión grupal Trabajo en equipo y aplicación de dinámicas de trabajo ágil Actividades de bienestar y reflexión Actividad grupal Tarea/ Matriz de objeciones y desbloqueo acuerdos GRUPO Evaluación de soluciones propuestas Conclusiones y cierre

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría administración, ingeniería, economía, gestión de proyectos, venta consultiva, desarrollo empresarial, negocios internacionales, relaciones públicas, y afines.	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en desarrollo de equipos, ventas, venta consultiva, comunicación, apoyo empresarial, coaching, administración	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	No Aplica

UT N° :

4

-

Negociación comercial efectiva en el sector TI

ID	2263		
Unidad Temática N°	4	**Nombre Unidad Temática**	Negociación comercial efectiva en el sector TI
N° total de Horas Prácticas Presenciales	3	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	0	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	1	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	0	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0

Contenido	-CERRAR ¿Estás listo para avanzar? -Matriz de objeciones. cómo desarrollar una mentalidad positiva hacia las objeciones, evitar actitudes defensivas y comportamientos que afectan la confianza -Herramientas de cierre	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de comprender el poder que tienen las historias en la persuasión
Actividad Pedagógica	-Examinar ¿Estás listo para avanzar? -Desarrollar Matriz de objeciones. cómo desarrollar una mentalidad positiva hacia las objeciones, evitar actitudes defensivas y comportamientos que afectan la confianza -Crear Herramientas de cierre	**Estrategia Didáctica**	Presentación contenido/ CONFERENCIA VIDEO / Reflexión grupal Trabajo en equipo y aplicación de dinámicas de trabajo ágil Actividades de bienestar y reflexión Actividad grupal Tarea/ Informe de ganancias/pérdidas GRUPO Evaluación de soluciones propuestas Conclusiones y cierre

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría administración, ingeniería, economía, gestión de proyectos, venta consultiva, desarrollo empresarial, negocios internacionales, relaciones públicas, y afines.	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en desarrollo de equipos, ventas, venta consultiva, comunicación, apoyo empresarial, coaching, administración	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	No Aplica

UT N° :

5

-

Cuadro de mando para el seguimiento de planes de venta consultiva TI

ID	2251		
Unidad Temática N°	5	**Nombre Unidad Temática**	Cuadro de mando para el seguimiento de planes de venta consultiva TI
N° total de Horas Prácticas Presenciales	3	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	0	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	1	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	0	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0

Contenido	-Plan de acción por segmento de cliente, implementación del modelo venta consultiva de alto impacto -Crear escalamiento liderando con prácticas y retroalimentación continua -Tableros y sus métricas para ajustar continuamente el motor	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de aplicar pautas para dar y recibir retroalimentación y habilidades de auto-entrenamiento entre colegas para fomentar el desarrollo continuo
Actividad Pedagógica	-Aplicar Plan de acción por segmento de cliente, implementación del modelo venta consultiva de alto impacto Herramientas: Mapa grupos de interés, Perfil comprador, La lista de verificación para la reunión de ventas, Guion prospección, retroalimentación -Crear escalamiento liderando con prácticas y retroalimentación continua -Desarrollar Tableros y sus métricas para ajustar continuamente el motor	**Estrategia Didáctica**	Presentación contenido Story telling Revisión de herramientas en equipo Actividades de bienestar y reflexión Actividad grupal Tarea/ revisión tableros y métricas Evaluación de soluciones propuestas

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría administración, ingeniería, economía, gestión de proyectos, venta consultiva, desarrollo empresarial, negocios internacionales, relaciones públicas, y afines.	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en desarrollo de equipos, ventas, venta consultiva, comunicación, apoyo empresarial, coaching, administración	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	No Aplica

UT N° :

6

-

Comunicaciones en el ámbito comercial

ID	2252		
Unidad Temática N°	6	**Nombre Unidad Temática**	Comunicaciones en el ámbito comercial
N° total de Horas Prácticas Presenciales	3	**N° total de Horas Prácticas Virtuales**	0
N° total de Horas Prácticas PAT	0	**N° total de Horas Prácticas Híbridas**	0
N° total de Horas Teóricas Presenciales	1	**N° total de Horas Teóricas Virtuales**	0
N° total de Horas Teóricas PAT	0	**N° total de Horas Teóricas Híbridas**	0
Contenido	-Beneficios de la comunicación efectiva- relaciones laborales- Mejora la experiencia de usuario -Tipos de comunicación: verbal, no verbal, escrita y visual -Objetivos de la comunicación: Definir intención, brindar información concisa, conocer al interlocutor, tener escucha activa y respeto. -Medios Email, redes sociales, messengers, sitio web y encuestas de atención al cliente.	**Competencia(s) a adquirir**	Los participantes estarán en capacidad de comunicar efectivamente en el ámbito comercial

Actividad Pedagógica	-Identificar Beneficios de la comunicación efectiva- relaciones laborales- Mejora la experiencia de usuario -Aplicar Tipos de comunicación: verbal, no verbal, escrita y visual -Examinar objetivos de la comunicación: Definir intención, brindar información concisa, conocer al interlocutor, tener escucha activa y respeto. -Evaluar Medios Email, redes sociales, messengers, sitio web y encuestas de atención al cliente. "	**Estrategia Didáctica**	Presentación de las soluciones (Pitch) Evaluación de soluciones propuestas Conclusiones y cierre Entrega del plan de acción de implementación de la estrategia seleccionada.

Perfiles de los Capacitadores

Rubro Perfil Requerido	*Formación*	*Experiencia Relacionada*	*Experiencia en Capacitación*	*Experiencia en Plataformas*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Internacional Maestría administración, ingeniería, economía, gestión de proyectos, venta consultiva, desarrollo empresarial, negocios internacionales, relaciones públicas, y afines.	Experiencia relacionada comprobada, mínimo de cinco (5) años en desarrollo de equipos, ventas, venta consultiva, comunicación, apoyo empresarial, coaching, administración	Experiencia de mínimo un (1) año en capacitación o docencia en instituciones de educación superior en áreas afines a la formación a impartir	No Aplica

Resumen de Rubros de la Acción de Formación

Rubro	*Descripción*	*Cofinanciación SENA*	*Porcentaje Cofinanciación SENA*	*Contrapartida Especie*	*Porcentaje Contrapartida Especie*	*Contrapartida E*
R04 Tiquetes Aéreos, Terrestres Intermunicipales y/o Fluvial	Tiquetes Aéreos, Terrestres Intermunicipales y/o Fluvial	$ 5.500.000	% 100,00	0	% 0,00	
R06.1.1.3 Alquiler de Salones y/o Equipos - Salones Hoteles, laboratorios, aulas gastronomia o salones empresariales hasta 30 beneficiarios	Alquiler de Salones y/o Equipos - Salones Hoteles, laboratorios, aulas gastronomía o salones empresariales hasta 30 beneficiarios	$ 11.000.000	% 56,27	0	% 0,00	$ 8.
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	$ 63.058.000	% 75,65	0	% 0,00	$ 20.
R10.3 Garantías	Garantías	$ 0	% 0,00	0	% 0,00	$
R02.2 Alojamiento, Manutención y Transporte Local - Capacitador internacional - Lider mundial - Lider nacional	Alojamiento, Manutención y Transporte Local - Capacitador internacional	$ 5.929.440	% 80,00	0	% 0,00	$ 1.