PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Bogotá, Octubre de 2023

Señor (a)
JOAQUIN RUIZ DIAZ
SUPERVISOR(A) CONTRATO No. 4634720
Coordinador Académico
Sena Centro Metalmecánico

Asunto: Informe mensual de ejecución contractual Mes Octubre del año 2023

Referencia: No Contrato (CO1.PCCNTR. 4634720) del año 2023

JAZMIN ARELY MORENO NOSSA, identificado con la cédula de ciudadanía No. 52.413.090 de Bogotá, en mi calidad de Contratista del SENA, en Centro de Metalmecánico, en cumplimiento del Contrato de Prestación de Servicios No. CO1.PCCNTR. 4634720 del 16 de marzo de 2023, a continuación, presento el Informe de actividades realizadas en el mes objeto de cobro.

Valor y forma de pago: Se fija como valor total para el contrato la suma de VENTICUATRO MILLONES QUINIENTOS OCHENTA MIL NOVECIENTOS OCHENTA PESOS MCTE ($24.580.980). Esta suma será pagada por el SENA, al contratista de la siguiente manera un pago en febrero 2023 por valor de DOS MILLONES CUARENTA Y OCHO MIL CUATROCIENTOS QUINCE PESOS M/CTE ($2.048.415) y cinco (5) pagos iguales los meses de marzo a julio de 2023, por valor de CUATRO MILLONES NOVENTA Y SEIS MIL OCHOCIENTOS TREINTA PESOS M/CTE. ($4.096.830) cada uno, y un último pago por el mes de agosto de 2023 por valor de DOS MILLONES CUARENTA Y OCHO MIL CUATROCIENTOS QUINCE PESOS M/CTE ($2.048.415). Los honorarios serán pagados por el SENA al contratista de acuerdo con el cronograma definido por la Dirección Administrativa y Financiera de la Dirección General, en la cuenta de ahorros No **4432010648** del **Banco Colpatria Scotiabank** a cuyo titular es el (la) Contratista.

PLAZO: Será hasta el 15 de Septiembre de 2023

OBJETO:
Prestar los servicios profesionales de carácter temporal para impartir formación profesional integral de forma presencial y/o virtual y otras acciones que se deriven de la formación para atender la formación titulada y complementaria dirigida a los aprendices de los diferentes niveles y especialidades impartidas por el centro metalmecánico del Sena Regional distrito capital de acuerdo con el horario de cada grupoy aplicando los procesos y procedimientos de los numerales 34 y 35 del estatuto de la formación profesional integral del Sena

OBLIGACIONES ESPECIFICAS:

No	Obligaciones	Acciones realizadas	Evidencias
1	Atender la formación de aprendices enel área específica del respectivo programa de formación, en las faseso módulos establecidos y programados.	Se gestionó el ambiente de aprendizaje para desarrollar las actividades del programade formación	Reuniones Presenciales, Virtuales, Telefónicas, correos electrónicos, mensajes WhatsApp con Dra Fabiola Mayorga de laSecretaría de Desarrollo Económico, Alcaldía Local de Suba.
2	Orientar y apoyar a los aprendices en el desarrollo de proyectos formativos y/o productivos en las respectivas etapas de formación.	Formación a grupos deformación Complementaria.	**Formación Complementaria:** - **Emprendimiento Innovador (SDE)** - **Marketing Digital** - **Subatic**

3	Garantizar la actualización de los contenidos y tecnologías, de las fases omódulos en los cuales se desarrolla la formación de los aprendices	Se seleccionaron lasestrategias de aprendizaje para la apropiación del aprendizaje de los aprendices nuevos	No aplica para estepago
4	De acuerdo con el área de desempeñopara la cual fue seleccionado deberá orientar la formación, para desarrollaren los aprendices las competencias específicas del área.	Acompañamiento en el proceso de formación en las actividades planteadas.	• **Formación Complementaria:** • **Emprendimiento Innovador (SDE)** • **Marketing Digital** • **Subatic** • Utilizando herramientas tecnológicas como Correoelectrónico,e-Books, chat, Google Drive, Reuniones virtuales Zoom.
5	Preparar, orientar, desarrollar, apoyar yevaluar procesos de aprendizaje en cualquiera de las estrategias de respuesta institucionalpara los diferentes grupos poblacionales objeto de Formación Profesional Integral.	No aplica para el presenteperiodo de pago	No aplica para el presente periodode pago

6	Evaluar el proceso de aprendizaje, las estrategias pedagógicas, el medioambiente educativo, el rendimiento académico de los aprendices y diligenciar oportunamente los formatoscorrespondientes	Se realiza seguimiento a los aprendices en formación en lo que respecta a la entrega de evidencias de desempeño yproducto	**Formación** **Complementaria:** - **Emprendimiento Innovador (SDE)** - **Marketing Digital** - **Subatic** Utilizando herramientas tecnológicas como Correo electrónico, e-Books, chat, Google Drive, Reuniones virtuales Zoom.

7	Mantener actualizado el aplicativo Sofía respecto a juicios de evaluación yreporte de horas	Se gestiona en el aplicativo juicio de evaluación y reporte dehoras	Aplicativo Sena Sofia Plus
8	Para los instructores orientados a proyectos de Investigación, Innovacióny Desarrollo tecnológico deberán estar registrados en el GROUP LAC de COLCIENCIAS y en censo SENNOVA 2018.	No aplica para el presenteperiodo de pago	No aplica para el presente periodode pago
9	Cumplir con las actividades establecidas para el instructor en el procedimiento Ejecución de la Formación Profesional Integral haciendo entrega en el momento requerido del portafolio de evidencias del instructor al Coordinador además rendir los informes requeridos sobre lasacciones encomendadas y los productos resultantes de procesos de aprendizaje realizados por aprendices a quienes imparte formación profesional, dentro de los plazos estipulados por el Centro Metalmecánico para tal efecto	Presentación de informes mensuales	Se presentó el Informe mensual, con los requerimientos establecidos y diligenciados.

10	Reportar en el sistema Sofía Plus en un plazo máximo de dos (2) días, todas las actividades que de acuerdo con los procesos que son de su responsabilidad,	Registro en el aplicativo	**Formación** **Complementaria:** - **Emprendimiento Innovador (SDE)** - **Marketing Digital** - **Subatic** Utilizando herramientas tecnológicas como Correo electrónico, e-Books, chat,Google Drive, Reunionesvirtuales Zoom
	garantizando la calidad de la formacióny su coherencia en el proceso formativo, tales como: - Registro de losjuicios evaluativos - Creación de las rutas de aprendizaje - Registro de los juicios evaluativos del reconocimiento de aprendizajes previos, entre otros		

11	Participar en los equipos de diseño y desarrollo curricular interdisciplinarios por programa, conjunto de programas opor redes de conocimiento, para garantizar integridad en la formulación de proyectos formativos, el diseño de actividades de aprendizaje, el diseño detalleres e ítems que alimentaran los bancos de pruebas, para la selección de aprendices entre otras; haciendo entrega de los productos acordados conla Coordinación Académica del Centro Metalmecánico dentro de los tiempos estipulados	No aplica para el presenteperiodo de pago	No aplica para el presenteperiodo de pago
12	Participar en el desarrollo de innovaciones pedagógicas y del área específica en que se desempeñe, mediante proyectos de investigación y desarrollo tecnológico, en concordanciacon las exigencias del desarrollo sostenible	No aplica para el presenteperiodo de pago	No aplica para el presenteperiodo de pago
13	Participar en la programación y ejecución del proceso de inducción de los aprendices de formación titulada yel reconocimiento de aprendizajes previos.	No aplica para el presenteperiodo de pago	No aplica para el presenteperiodo de pago

14	Participar en procesos de promoción delos programas de Formación ProfesionalIntegral, servicios y actividades de Divulgación Tecnológica, programados por el Centro Metalmecánico	No aplica para el presenteperiodo de pago	No aplica para el presenteperiodo de pago
15	Ejercer la función de gestor de proyectos para apoyar la programación y seguimiento de la formación por proyectos o conjunto de proyectos por redes de conocimiento que garanticen la integridad en la ejecución del Proceso de aprendizaje.	No aplica para el presenteperiodo de pago	No aplica para el presenteperiodo de pago
16	Apoyar la evaluación de propuestas presentadas en los procesos de comprade los materiales para la formación profesional del área a impartir	No aplica para el presente periodode pago	No aplica para el presente perioo de pago

7	Formular, ejecutar y evaluar diagnósticos que conlleven a la actualización y creación de diseños, planes, programas, procesos y productos propios de las actividades del centro de formación, acordes con su especialidad y área de desempeño, y según las necesidades del entorno, en caso de que el Coordinador lo designe.	Se recibe le invitación a participar a formular, ejecutar y evaluar diagnósticos que conlleven a la actualización y creación de diseños, planes, programas, procesos y productos propios de las actividades del centro de formación, acordes con su especialidad y área de desempeño, y según las necesidades del entorno, en caso de que el Coordinador lo designe. por parte de la Coordinación	No aplica para el presente periodode pago
18	Adelantar diseño y ejecución de programasde actualización de instructores del SENA y de otras	Se recibe invitación por parte de la Coordinación a inscribirnos en la	No aplica presente pago
	entidades, en aspectos pedagógicos yde la especialidad en que imparte Formación Profesional	formación para la Norma en Pedagogía	
19	Apoyo y acompañamiento para el desarrollo en las competencias laborales	No aplica para el presente periodode pago	No aplica para el presente periodode pago

20	El (la) CONTRATISTA debe garantizar al Centro Metalmecánico - Regional Distrito Capital del SENA una disponibilidad de tiempo para atender y responder con una programación de Cuarenta (40) horas semanales	Cumplimiento de horarios de formación para los grupos de formación Complementaria	**Formación Complementaria:** - **Emprendimiento Innovador (SDE)** - **Marketing Digital** - **Subatic** Utilizando herramientas tecnológicas como Correoelectrónico, e- Books, chat,Google Drive, Reuniones virtuales Zoom.
21	Atender oportunamente los requerimientos que haga el supervisor del contrato o coordinador del área a lacual pertenezca y presentar informes mensuales de la ejecución del contrato	Presentación de informes mensuales	Se presentó el Informe mensual, con los requerimiento establecidos y diligenciados
22	Garantizar el uso adecuado de los ambientes de formación, así comoel aseo y cuidado de los equipos y elementos que hacen parte de los mismos	Se reciben los ambientes de aprendizaje en perfectas condiciones y así mismo son entregados	Formación con herramientas tecnológicas,correo electrónico, chat, Google Drive, e-book

23	Realizar la transferencia de conocimientos de cursos, seminarios, capacitaciones técnicas y/o pedagógicas nacionales e internacionales a instructores y aprendices cuando participen y se requiera.	No aplica para este periodo de pago	No aplica para el presenteperiodo de pago
24	Las obligaciones que seannecesarias para el cumplimiento del objeto del contrato	En este periodo se sigue todas las orientaciones dadas porla Coordinación académicas para este periodo	En este periodo se sigue todas las orientaciones dadas por la Coordinación académicas para este periodo

A continuación, relaciono los desplazamientos que realicé previo a la presentación de este informe. Una vez finalizado cada desplazamiento presenté al ordenador del gasto el informe en el Formato Informe Legalización Desplazamiento Contratista GTH-F-087, en el que se describieron las actividades desarrolladas y los resultados de cada desplazamiento. Cada informe cuenta con el visto bueno del Supervisor.

Se lista a continuación el soporte de la legalización de los desplazamientos realizados, los cuales forman parte integral del presente informe de ejecución contractual.

NO REALICE NINGUN DESPLAZAMIENTO

ITEM	No DE LA ORDEN DE VIAJE	LUGAR DE DESPLAZAMIENTO	FECHAS DE DESPLAZAMIENTOS	
			INICIO	FINALIZACIÓN

1.				
2.				

Nota 1: *Por cada desplazamiento que haya realizado el contratista, adjuntará el respectivo informe que la soporte. En caso de haber realizado el desplazamiento en fecha posterior a la presentación del informe de ejecución contractual, deberá reportarlo en el siguiente informe de ejecución contractual.*

Para el trámite de la cuenta me permito adjuntar: Documentos electrónicos enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales y los desplazamientos realizados y el No. 9457209147 de la planilla, expedido por Aportes en línea correspondiente al mes de Septiembre 2023. (Decreto Ley 2106 de 2019 – " *Decreto Ley Antitrámites"*)

Cordialmente,

Firma

JAZMIN ARELY MORENO NOSSA
Contratista
C.C 52.413.090 de Bogotá D.C

Recibí a satisfacción

Ingeniero JOAQUIN RUIZ DIAZ

SUPERVISOR(A) CONTRATO No.
CO1.PCCNTR. 463472

Regional Distrito Capital

CENTRO METALMECANICO

REPORTE MENSUAL DE ACTIVIDADES ACADEMICAS INSTRUCTORES

Numero de contrato: 4644720

Instructor: JAZMIN ARELY MORENO NOSSA | CC: 52413090

Coordinador Académico: Ingeniero Joaquin Ruiz Diaz | Mes Reportado: Octubre

Año 2023

No.FICHA o ACTIVIDAD	Fecha	Horario	No.Horas	TEMATICA A DESARROLLAR	Observaciones	Firma Instructor
FICHA 1 : MARKETING DIGITAL	04/10/2023	8 A.M-12:00 PM	4	INTRODUCCION MUNDO DIGITAL		
	05/10/2023	8 A.M-12:00 PM	4	COMERCIO ELECTRONICO DEFINICION, CATEGORIAS		
	06/10/2023	8 A.M-12:00 PM	4	ESTRATEGIAS DE MARKETING ONLINE		
	09/10/2023	8 A.M-12:00 PM	4	PLANEACION DE COMERCIO ELECTRONICO		
	10/10/2023	8 A.M-12:00 PM	4	HOSTING Y DOMINIO		
	11/10/2023	8 A.M-12:00 PM	4	SOCIAL MEDIA(INSTAGRAM, FACEBOOK, WHATSAPP)		
	12/10/2023	8 A.M-12:00 PM	4	TRANSFORMACIÓN DIGITAL		
	13/10/2023	8 A.M-12:00 PM	4	INFORME TENDENCIA E-COMMERCE 2020 -2021		
	17/10/2023	8 A.M-12:00 PM	4	SERVICIO AL CLIENTE ONLINE		
	18/10/2023	8 A.M-12:00 PM	4	DOFA DE NEGOCIOS ELECTRONICOS		
	Total Horas:		40	Observación del coordinador:	Firma coordinador:	

No.FICHA o ACTIVIDAD	Fecha	Horario	No.Horas	TEMATICA A DESARROLLAR	Observaciones	Firma Instructor
FICHA 2 : MARKETING DIGITAL	04/10/2023	2:00 p.m- 6 p.m	4	INTRODUCCION MUNDO DIGITAL		
	05/10/2023	2:00 p.m- 6 p.m	4	COMERCIO ELECTRONICO DEFINICION, CATEGORIAS		
	06/10/2023	2:00 p.m- 6 p.m	4	ESTRATEGIAS DE MARKETING ONLINE		
	09/10/2023	2:00 p.m- 6 p.m	4	PLANEACION DE COMERCIO ELECTRONICO		
	10/10/2023	2:00 p.m- 6 p.m	4	HOSTING Y DOMINIO		
	11/10/2023	2:00 p.m- 6 p.m	4	SOCIAL MEDIA(INSTAGRAM, FACEBOOK, WHATSAPP)		
	12/10/2023	2:00 p.m- 6 p.m	4	TRANSFORMACIÓN DIGITAL		
	13/10/2023	2:00 p.m- 6 p.m	4	INFORME TENDENCIA E-COMMERCE 2020 -2021		
	17/10/2023	2:00 p.m- 6 p.m	4	SERVICIO AL CLIENTE ONLINE		
	18/10/2023	2:00 p.m- 6 p.m	4	DOFA DE NEGOCIOS ELECTRONICOS		
	Total Horas:		40	Observación del coordinador:	Firma coordinador:	

No.FICHA o ACTIVIDAD	Fecha	Horario	No.Horas	TEMATICA A DESARROLLAR	Observaciones	Firma Instructor
FICHA No 3 EMPRENDIMIENTO INNOVADOR	19/10/2023	8 A.M-12:00 PM	4	BARRERAS DEL EMPRENDIMIENTO		
	20/10/2023	8 A.M-12:00 PM	4	PERFIL DEL EMPRENDEDOR		
	21/10/2023	8 A.M-12:00 PM	4	CASOS DE DESARROLLO EMPRESARIAL EXITOSOS		
	23/10/2023	8 A.M-12:00 PM	4	ROMPIENDO MODELOS MENTALES PARA HACER EMPRENDIMIENTO		
	24/10/2023	8 A.M-12:00 PM	4	EMPRESA EN COLOMBIA: DEFINICION, TIPOS SEGÚN LEGISLACION VIGENTE		
	25/10/2023	8 A.M-12:00 PM	4	IDENTIFICANDO LAS AREAS DE LA EMPRESA		
	26/10/2023	8 A.M-12:00 PM	4	DEFINICION E IDENTIFICACION IDEA DE NEGOCIO		
	27/10/2023	8 A.M-12:00 PM	4	HERRAMIENTAS DIGITALES PARA EL DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO		
	30/10/2023	8 A.M-12:00 PM	4	LA IMPORTANCIA DE LAS REDES SOCIALES EN EL EMPRENDIMIENTO		
	31/10/2023	8 A.M-12:00 PM	4	PLAN DE NEGOCIOS		
			40	Observación del coordinador:	Firma coordinador:	

Competencia a Desarrollar:	Fecha	Horario	No.Horas	TEMATICA A DESAROLLAR	Observaciones	Firma Instructor
FICHA 4 : MARKETING DIGITAL	19/10/2023	1:00 p.m- 5 p.m	4	INTRODUCCION MUNDO DIGITAL		
	20/10/2023	1:00 p.m- 5 p.m	4	COMERCIO ELECTRONICO DEFINICION, CATEGORIAS		
	21/10/2023	1:00 p.m- 5 p.m	4	ESTRATEGIAS DE MARKETING ONLINE		
	23/10/2023	1:00 p.m- 5 p.m	4	PLANEACION DE COMERCIO ELECTRONICO		
	24/10/2023	1:00 p.m- 5 p.m	4	HOSTING Y DOMINIO		
	25/10/2023	1:00 p.m- 5 p.m	4	SOCIAL MEDIA(INSTAGRAM, FACEBOOK, WHATSAPP)		
	26/10/2023	1:00 p.m- 5 p.m	4	TRANSFORMACIÓN DIGITAL		
	27/10/2023	1:00 p.m- 5 p.m	4	INFORME TENDENCIA E-COMMERCE 2020 -2021		
	30/10/2023	1:00 p.m- 5 p.m	4	SERVICIO AL CLIENTE ONLINE		
	31/10/2023	1:00 p.m- 5 p.m	4	DOFA DE NEGOCIOS ELECTRONICOS		
			40			

Competencia a Desarrollar:	Fecha	Horario	No.Horas	TEMATICA A DESAROLLAR	Observaciones	Firma Instructor

TOTAL HORAS MES : 160

INCAPACIDAD		DESDE:	DD		MM		AA		HASTA:	DD		MM		AA		MOTIVO:
PERMISO		DESDE:	DD		MM		AA		HASTA:	DD		MM		AA		MOTIVO:
INASISTENCIA		DESDE:	DD		MM		AA		HASTA:	DD		MM		AA		MOTIVO:

NOMBRE SUPERVISOR DEL CONTRATO:	Ingeniero Joaquin Ruiz	FIRMA:	


El servicio público es de todos
Función Pública
INTEGRIDAD PÚBLICA
Función Pública hace constar que:
Jazmin Arely Moreno Nossa
C.C 52.413.090
Participó y completó con éxito el curso virtual:
Integridad, transparencia y lucha contra la corrupción.
Con una duración de 20 horas.
Bogotá D.C., 11 de agosto 2020
Fernando Augusto Segura Restrepo
Director de Participación, Transparencia y Servicio al Ciudadano
Código: 76827634000

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA
REGIONAL DISTRITO CAPITAL
CENTRO METALMECANICO
Guía de Aprendizaje No.1 para el Curso de Formación Complementaria
MARKETING DIGITAL

1. INTRODUCCION



Bienvenido(a) a la Guía de aprendizaje No 1

Los constantes cambios del mundo digital ya sean sociales, móviles o de cualquier otra índole están derribando barreras de entrada a los mercados, cambiando de arriba abajo modelos de negocio consolidados y proponiendo nuevas formas de relacionarse con clientes y empleados. Para identificar y dar una respuesta efectiva a las oportunidades y retos digitales es crucial desarrollar unamentalidad verdaderamente digital.

https://www.youtube.com/watch?v=uf8oG6q7C9U

2. IDENTIFICACION GUIA DE APRENDIZAJE

Ciudad. **Bogotá**	Fecha de utilización: **Julio 2022**	**Guía de Aprendizaje**	No. 1
Nombre de la Guía de Aprendizaje: TRANSFORMACION DIGITAL		**Sena**	Formación Complementaria
Competencia:	Identificar estructuras de Negocios Online, teniendo en cuenta los modelos de negociación global, el tipo de cliente y el producto.		
Resultado Aprendizaje:	Reconocer los componentes de un plan de negocios electrónico, teniendo en cuenta las políticas de la organización.		
Instructor (a):	Jazmín Moreno Nossa	**Formación Complementaria**	Curso Corto

3. PLANTEAMIENTO Y ESTRATEGIAS DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.

3.3.1. **Actividad Inicial - Ejercicio práctico:** Realice una presentación personal, incluyendo su nombre, ocupación y por qué escogió el curso de MARKETING DIGITAL, envíelo al correo electrónico base del curso, apóyese en la elaboración de un video (máximo 1 minuto), o unapresentación en power point con audio, haga uso de las diferentes herramientas ofimáticas,

3.3.2 **Elabore un ensayo** de dos (2) páginas que responda a la pregunta

¿Por qué cree que es importante vender productos y servicios por internet?Tenga

en cuenta los siguientes links:

Tienda digital Amazon https://www.youtube.com/watch?v=B2UisBTvaiE

Los 9 pilares de la transformación Digital https://www.youtube.com/watch?v=yvXJJX1Jaow

3.3.3. **Realice mapa conceptual** a partir del e-Book ***adjunto***: ¿Qué es la transformación Digital?

4. BIBLIOGRAFIA Y WEBGRAFIA

Ingrese a las BASE DE DATOS SENA. Puede acceder a Colecciones de libros, revistas, artículos, índices bibliográficos, resúmenes y tesis en texto completo en inglés y español, que pueden ser consultadas desde la red del SENA. http://biblioteca.sena.edu.co/ dar clic en Bases de datos y puede acceder.

Christopher Lovelock, Wirtz Jochen (2009) Marketing de Servicios, personal, tecnología y estrategia.

- Etzel Michael J. (2015) Fundamentos de Marketing

- E-book Transformación Digital de Clave i

-Transformación Digital https://www.youtube.com/watch?v=uf8oG6q7C9U

-Los 9 pilares de la Transformación Digital https://www.youtube.com/watch?v=yvXJJX1Jaow

-Tienda Digital Amazon https://www.youtube.com/watch?v=B2UisBTvaiE

-Nike Marketing Digital https://www.youtube.com/watch?v=qfdo5sjcriM

5. EVALUACION

5.1. Criterios de evaluación:

5.1.1 Presentar el portafolio de evidencias solicitadas durante el desarrollo del curso con las actividades propuestas de forma virtual en los tiempos correspondientes de entrega.
(Ver fechas de evaluación en la presentación inicial del curso)

6.2. EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE

PRODUCTO: Evidencias entregadas al correo electrónico jazminmorenocursosonline@gmail.com sobre las guías realizadas, ejercicios prácticos y evaluaciones
CONOCIMIENTO: Resultado de la valoración de las evidencias entregadas y las evaluaciones virtuales entregadas.
DESEMPEÑO: Resultado de la observación de la participación en la entrega a tiempo de las diferentes actividades, la responsabilidad, la creatividad. La autonomía y asertividad en el trabajo desarrollado teniendo en cuenta el temario del curso.

7. AMBIENTES DE APRENDIZAJE MEDIOS Y RECURSOS DIDACTICOS

Material y documentos digitales, e-Books, Guías virtuales, Internet, elementos básicos deherramientas informáticas y de comunicación como correo electrónico, chats, procesador de texto, software para presentaciones navegadores de internet y herramientas tecnológicas para el desarrollo del curso.

8. ELABORO:

Guía elaborada por Instructor Formación Complementaria Sena Centro Metalmecánico, Jazmín Moreno Nossa.



EXPERTOS EN
TRANSFORMACIÓN
DIGITAL

clave i

¿Qué es la transformación Digital?



eBook sobre Transformación Digital

"No son las especies más fuertes las que sobreviven, ni las más inteligentes, sino aquellas que se adaptan mejor al cambio" - (Charles Darwin).

1. Introducción

El momento que nos ha tocado vivir es más volátil, más incierto, más complejo y más ambiguo que ninguno que hayamos conocido antes. Hechos que considerábamos muy poco probables están teniendo lugar, imperceptibles para nuestras previsiones y con un alto impacto en la sociedad.

Internet y la creciente adopción de nuevas tecnologías digitales en las organizaciones y en las empresas influenciado por la velocidad exponencial de crecimiento de la tecnología está transformando los modelos de negocio y los sectores de activad de forma completa y estableciendo una nueva economía digital con un impacto social, cultural y económico insólito.



2. Concepto.
¿Qué es la transformación digital.

El "darwinismo digital" (teoría de la evolución de las especies de Charles Darwin aplicado a las empresas en la era digital) simplifica en esencia el concepto de transformación digital. La adaptación de las empresas a un cambio real, que no es otro que dar respuesta a las necesidades de un cliente digital con el fin de sobrevivir al momento actual.

Un cliente **hiperconectado** (permanentemente a través de múltiples dispositivos), **informado** (resultado lógico de que las fuentes de conocimiento e información en internet son infinitas), **activo** (que dedica gran parte de su tiempo al uso de múltiples canales y dispositivos digitales, y cuya presencia en redes sociales es continua), **instantáneo** (dispuesto a comprar en cualquier momento y desde cualquier lugar 24 horas al día 7 días a la semana), **que busca un trato personalizado** (espera de las empresas que se adapten a sus preferencias) **exigente** (consecuencia de su acceso a la información, a la oferta disponibles y a su capacidad de influencia) **impaciente** (espera una respuesta rápida a sus deseos y/o necesidades) **comparador** (contrasta opiniones, precios y características en distintas páginas webs) e **infiel** (si encuentra una oferta mejor difícilmente podrás retenerlo, no es fácil de fidelizar).

La **transformación digital** es la reinvención de la organización a través de la tecnología a fin de optimizar los procesos de la empresa para dar respuesta al cliente digital, que comienza con la transformación personal e implica principalmente, visión, liderazgo y gestión del cambio.



3. La Tecnología.
El papel clave de la tecnología en la transformación digital.

La tecnología es apoyo fundamental en la transformación digital e impulsa la digitalización de los procesos empresariales, la experiencia del cliente y los modelos de negocio.
La convergencia de las tecnologías SMAC (social, móvil, analítica y cloud) hace posible la reinvención de las organizaciones.

Social. Las redes sociales impulsan la difusión del conocimiento, facilitan conectar con los clientes y ayudan a entender sus necesidades, así como, mejorar los resultados empresariales.

Móvil. Las plataformas móviles hacen posible trabajar en cualquier momento y desde cualquier lugar.

Analítica. La analítica de negocio entrega a las empresas conocimiento para tomar decisiones informadas basadas en datos confiables.

Cloud. La computación en la nube proporciona a las organizaciones escalabilidad, flexibilidad, seguridad, así como, incrementar la eficiencia de los recursos y reducir costes.



4. Las Personas.
El factor diferencial de las personas.

Por paradójico que pueda parecer, la transformación digital no es una cuestión exclusivamente tecnológica. La tecnología constituye, sin duda, un elemento necesario, pero no suficiente. El auténtico elemento diferencial e imprescindible para alcanzar con éxito la transformación digital, son **las personas**.

Si bien, la transformación digital mejora transcendentalmente el rendimiento y la capacidad competitiva de las empresas como resultado del uso que las personas hacen de la tecnología.

Inmersos en la era digital, global, hiperconectado, cambiante y acelerada, la única opción posible, es mejorar el empoderamiento de colaboradores y equipos a través de la mejora de la colaboración interna, así como preparar al conjunto de nuestra organización (colaboradores y directivos) para que aprendan a gestionar el cambio y la incertidumbre, despertar en las personas una actitud abierta al aprendizaje continuo y autodidacta, capaces de interiorizar el error como una oportunidad de aprendizaje, que reinventen lo aprendido y que se capaciten en competencias digitales.

Asimismo, la transformación digital requiere de la atracción de profesionales con habilidades técnicas y multidisciplinares, que controlen la parte online, con dominio de las redes sociales y que tengan visión de negocio.

En definitiva, la transformación digital no será posible sin la convicción, adaptación y reinvención del equipo humano, así como la atracción y retención del talento digital.



5. El Cliente.

¿Cómo convertirnos en una compañía centrada en el cliente?

Las preferencias de los clientes actuales cambian constantemente a una velocidad mayor de lo que lo hacían en años anteriores. Hoy en día el consumidor espera mucho más de las empresas porque está acostumbrado a la hiperconectividad, a la interacción y a la recompensa inmediata. Espera ser atendido de forma personalizada acorde al contexto de su situación particular, así como que a través de todo el proceso o experiencia de compra le aportes información, entiendas sus demandas y le proporciones soluciones adaptadas.

Además, si pensamos en las nuevas generaciones y, en su relación con internet y la tecnología, convertirnos en una compañía **customer centricity** (donde predomine la fidelización y la satisfacción del cliente a largo plazo a través del desarrollo y comercialización de productos y/o servicios que estén alineados con sus necesidades y preferencias) se convierte en un elemento primordial para la adaptación a la economía digital presente y futura.

Definir una **estrategia centrada en el cliente** necesita de un modelo de liderazgo que ponga al cliente en el centro de todas las actividades, de un diseño de procesos basado en las necesidades del cliente, de un entorno tecnológico que de soporte a esta estrategia y desarrollar el talento que ayude al colaborador a crear un vínculo emocional con los clientes.



6. El Éxito.

¿Cuál es la fórmula para alcanzar con éxito la transformación digital.

La transformación digital precisa un análisis y reinvención del conjunto de las áreas de una organización.

A continuación, las 9 áreas de la transformación digital:

1. Visión, cultura y liderazgo (estrategia digital). Para afrontar con garantías los desafíos de la transformación digital y adaptarse a la evolución constante del mercado, es necesario promover una cultura de innovación permanente con líderes preparados que inspiren confianza en sus equipos.

2. Personas (talento digital). Las personas son el factor diferencial en la transformación digital. Si bien la tecnología es el catalizador que actúa como acelerador del cambio, es el uso que las personas hacen de esta y su actitud la que determina el desarrollo de sus competencias digitales.

3. Clientes. En esencia, la transformación digital tiene que orientarse a entregar un mejor servicio al cliente, porque en la era digital, el cliente debe situarse en el centro de tu estrategia.



Área 4 de la transformación digital

4. Digitalización de procesos.
Para conducir la transformación digital de manera óptima, en la reinvención de toda organización, juega un papel esencial la digitalización de sus procesos estratégicos. La digitalización contribuye a una mejor comprensión del negocio, a la toma de decisiones ágiles e informadas, a una colaboración en tiempo real gracias a la movilidad, a mejorar la eficiencia en cada área de la empresa y a ganar competitividad en el mercado.

En cuanto a las etapas a seguir para la digitalización de los procesos estratégicos más importantes de tu organización:

Etapa1. En primer lugar, pregúntate qué quieres digitalizar, a dónde quieres llegar o qué quieres conseguir con la digitalización, en definitiva, define tus objetivos.

Etapa2. El segundo lugar, desarrollar una cultura digital e implica a las personas. Los procesos estratégicos se apoyan en la tecnológica como impulsora de la digitalización, pero para hacerla posible es imprescindible contar con el compromiso de las personas.

Etapa3. En tercer lugar, selecciona los servicios o aplicaciones necesarias para la digitalización de los procesos o, apóyate en un socio tecnológico que te guie en la selección de herramientas tecnológicas de manera óptima.

Etapa4. Por último, pero no menos importante, establece kpis y métricas que te permitan medir el éxito de la digitalización de los procesos, es decir, mide resultados.

Área 5 y 6 de la transformación digital



5. Marketing digital. En una sociedad hiperconectada, el marketing digital contribuye para hacer crecer nuestro negocio, dar a conocer nuestra oferta, atraer clientes y co-construir nuestra marca.

Según datos de Friendz, un 62% de los consumidores asegura que han descubierto y comprado productos tras ser compartido por sus amigos.

Un 70% de los usuarios de redes sociales leen opiniones antes de comprar por internet.

El 85% reconoce que esas opiniones son decisivas en el proceso de compra de una marca.

El 38% de los usuarios reconocen que leen opiniones en el mismo momento de compra y el resultado es decisivo.

6. Modelos de negocio digital (eCommerce). El comercio electrónico o eCommerce es un canal de venta que ofrece a las empresas la oportunidad de incrementar el volumen de ventas de sus productos y/o servicios, es una fuente más de crecimiento para tu negocio.

Asimismo, es también un canal de comunicación y de interacción entre empresa-cliente.



Área 7 de la transformación digital

7. Infraestructura tecnológica (y computación en la nube). Contar con una infraestructura it moderna y transformada impulsa la agilidad, la innovación y mejores resultados de negocio.

Las organizaciones con un alto nivel de transformación reducen los costos, aumentan los ahorros, obtienen más tiempo para la innovación de productos y logran una clara ventaja competitiva. Según se desprende del análisis sobre "la transformación de it" realizado por ESG, en colaboración con Dell EMC e Intel.

Por su parte, la computación en la nube (el modelo de acceso a la red conveniente y a demanda a un grupo compartido de recursos TIC configurables que pueden aprovisionarse y lanzarse rápidamente con un mínimo esfuerzo administrativo o de interacción con el proveedor de servicios), proporciona un autoservicio a demanda, amplio acceso a la red, agrupación de recursos, rápida elasticidad y servicio medido.



Área 8 y 9 de la transformación digital

8. Seguridad (ciberseguridad). En un mundo digitalizado las amenazas a la seguridad aumentan constantemente por el incremento del uso de dispositivos conectados a la red. La ciberseguridad es un desafío presente en el que hay que trabajar para tenerlo controlado en el futuro, los virus mutan constantemente para hacerse cada vez más dañinos y peligrosos. Ninguna empresa está exenta de riesgo.

Según se desprende del estudio "Global Information Security Survey (GISS)" sobre ciberseguridad realizado por EY, **un 89% de los directivos considera que las medidas de ciberseguridad implementadas no cumplen totalmente las necesidades de su compañía**.

Un 29% lo atribuye a la falta de concienciación y apoyo de la cúpula ejecutiva.

De acuerdo con los resultados, **el 75% de los encuestados califica de muy baja o moderada la madurez de sus sistemas de identificación de vulnerabilidades**.

9. Analítica. En este nuevo orden, los datos se han convertido en un activo estratégico necesario para disminuir el riesgo como consecuencia de la toma de decisiones objetivas basadas en el conocimiento. La analítica de negocio marca el camino a seguir hacia la eficiencia, la innovación en el entorno empresarial y el incremento en la generación de oportunidades de negocio.

"Lo que no se define, no se puede medir. Lo que no se mide, no se puede mejorar. Lo que no se mejora, inevitablemente empeora". - (Lord Kelvin)



7. Transformación Digital en España

¿Cuál es el grado de madurez?

Las compañías españolas progresan digitalmente, según se desprende del estudio "Coming of Age Digitally" sobre la transformación digital en España realizado por Deloitte Digital, en colaboración con el MIT Sloan.

De acuerdo con los resultados, el 53% de las empresas españolas han alcanzado la madurez digital. Por su parte, el 18% de los encuestados indica que su empresa se encuentra en las primeras etapas de la madurez digital. Por otro lado, el 29% de los encuestados afirma trabajar en un entorno de transformación digital consolidado.

Sin embargo, el estudio indica que el 74% de los profesionales señalan que sus empresas necesitan nuevos líderes digitales.

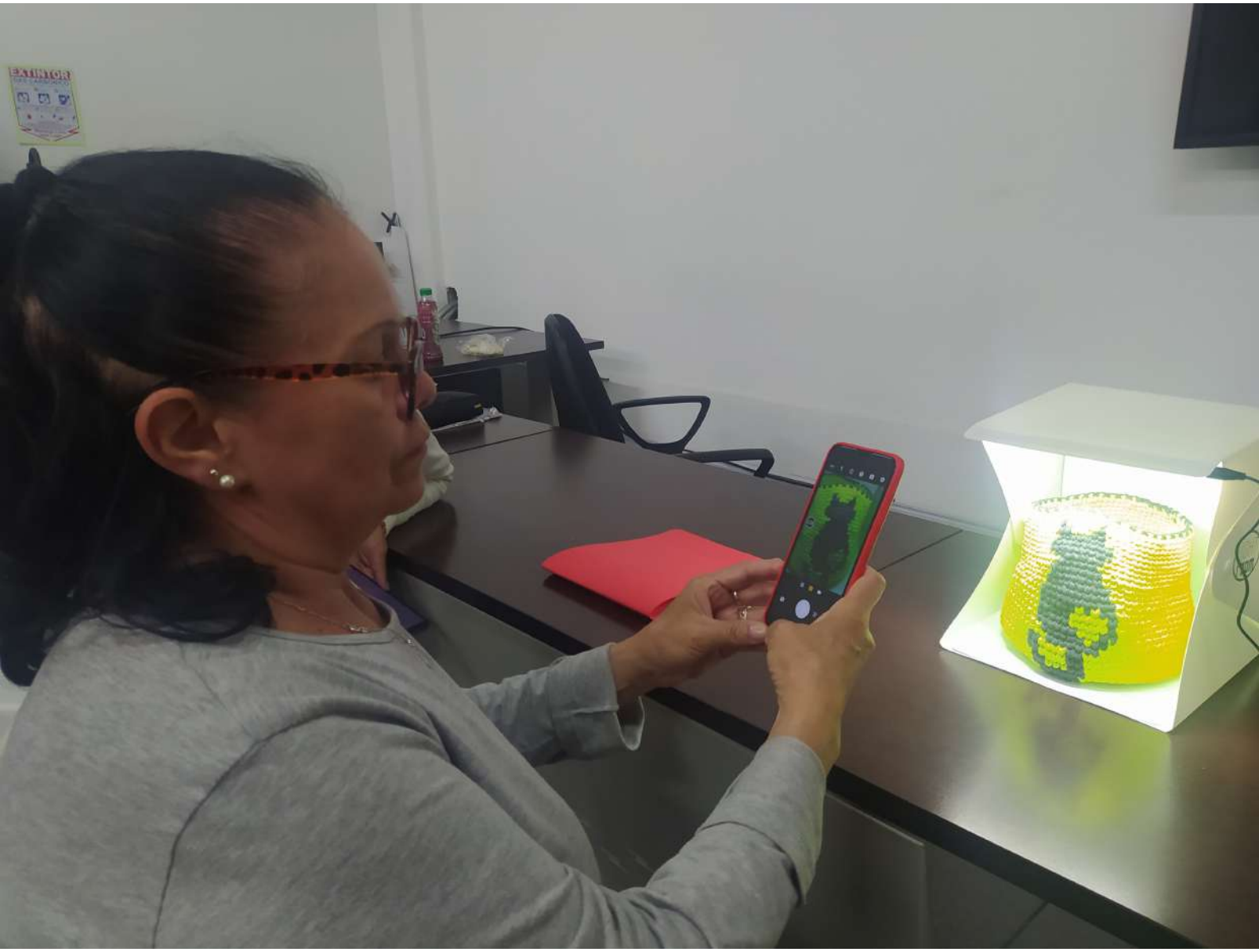
Además, solo el 43% de los encuestados afirman que sus empresas están desarrollando efectivamente líderes con las capacidades necesarias para dirigir la organización en un entorno digital.

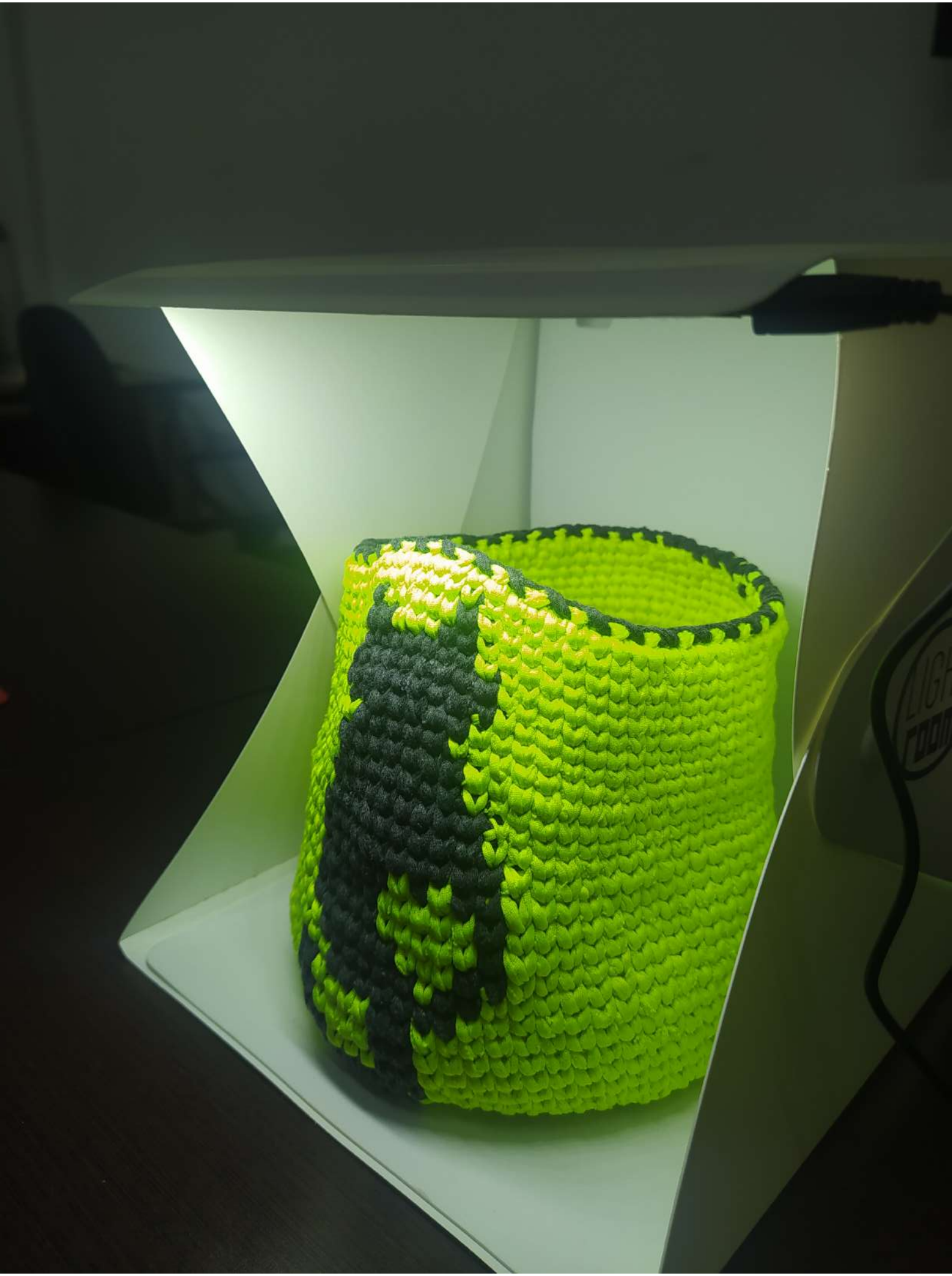
8. Conclusión

El objetivo final de la transformación digital no es otro que cambiar nuestro modelo de negocio, nuestros procesos empresariales y redefinir nuestra relación con el cliente para adaptarlo al momento que nos ha tocado vivir, cambiar para sobrevivir.

> "Las empresas que sólo miren al pasado o se aferren al presente, corren el riesgo de perderse el futuro". – (Vicente Ballester)


HACKATóN
lenovo






TRANSFORMACIÓN
DIGITAL Y GESTIÓN
DE TIC PARA SUBA,
UN TERRITORIO
INTELIGENTE
lenovo
LIGHT
room
LIGHT
room

TIEMPO ACT. APOYO A LA FORMACION

INSTRUCTOR: JAZMIN ARELY MORENO NOSSA

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO METALMECANICO

FECHA INICIAL: 01/10/2023 00:00:00

FECHA FINAL: 31/10/2023 23:59:59

ACTIVIDADES ACADÉMICAS

FICHA DE APRENDIZAJE: 2862035 - MARKETING DIGITAL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 FORMULAR PLAN DE MARKETING DIGITAL TENIENDO EN CUENTA SEGMENTO DE MERCADO

RA2 ESTABLECER MÉTRICAS TENIENDO EN CUENTA PLAN DE MARKETING DIGITAL

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA : 39,80

FICHA DE APRENDIZAJE: 2862036 - MARKETING DIGITAL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Estructurar la estrategia de mercadeo digital de acuerdo con objetivos de campaña y normativa legal

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1 FORMULAR PLAN DE MARKETING DIGITAL TENIENDO EN CUENTA SEGMENTO DE MERCADO

RA2 ESTABLECER MÉTRICAS TENIENDO EN CUENTA PLAN DE MARKETING DIGITAL

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	39,80

FICHA DE APRENDIZAJE: 2850553 - EMPRENDIMIENTO DIGITAL

• COMPETENCIA DE APRENDIZAJE: Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA 1: DETERMINAR LAS COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS DE ACUERDO CON LOS POSTULADOS DE LA UNESCO

RA 2: ESTABLECER HERRAMIENTAS DIGITALES DE ACUERDO CON LA IDEA DE NEGOCIO

RA 3: ESTRUCTURAR EL MODELO DE NEGOCIO DE ACUERDO CON LA TECNOLOGÍA DIGITAL SELECCIONADA

HORAS DEDICADAS EN LA FICHA :	4,00

TOTAL HORAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS:	83,60

EVENTOS DE DIVULGACIÓN TECNOLÓGICA - EDT´s

FICHA	FECHA INICIO	FECHA FINAL	EVENTO	HORAS

TOTAL TIEMPO EDT´s:	0,00

ACTIVIDADES ADICIONALES

FECHA INICIAL	FECHA FINAL	ACTIVIDAD	HORAS

TOTAL ACTIVIDADES ADICIONALES:	0,00

INSTRUCTOR: JAZMIN ARELY MORENO NOSSA

CENTRO DE FORMACIÓN: CENTRO METALMECANICO