REPORTE GENERAL DEL PROYECTO

Convocatoria	DG-0001-2024
Código Proyecto	1463
Proyecto	UNDECO-2024
Modalidad de Presentación	Gremio
Estado del Proyecto	**Radicado**
Fecha de Radicación	05/03/2024 12:22

DATOS GENERALES DE LA EMPRESA O GREMIO

DATOS DEL PROPONENTE

Nombre proponente / Empresa / Gremio	ASOCIACIÓN UNIÓN NACIONAL DE COMERCIANTES DE SANTA MARTA	**Sigla**	UNDECO
Nit	900366586	**Dígito de Verificación**	1
Departamento de Domicilio	MAGDALENA	**Ciudad/Municipio de Domicilio**	SANTA MARTA(MAGDALENA)
Dirección de Domicilio	CL 24 8 A 45	**Cobertura**	Regional
Número de Teléfono	4203491	**Página Web**	www.undecosm.org.co
Código CIIU	9499	**Actividad Económica**	ACTIVIDADES DE OTRAS ASOCIACIONES N.C.P.
Tipo de Organización	Privada	**Tamaño de la Empresa/Gremio**	MEDIANA
Los trabajadores de la Empresa o de las empresas afiliadas han obtenido certificación de competencias laborales del SENA?	Si	**Empresa/Gremio exportadora**	No
La empresa/gremio ha vinculado expertos técnicos para la elaboración de instrumentos de evaluación de competencias laborales?	No		

MESAS SECTORIALES SENA a la que pertenece la Empresa/Gremio

Mesa Sectorial

Consultoría Empresarial

Contabilidad y Finanzas

Gestión Administrativa

Gestión Documental

Gestión de Tecnología y Talento Digital

Mercadeo

Servicios Personales

Talento Humano

Turismo

Datos representante legal de la Empresa/Gremio proponente

Tipo de Identificación	Cédula de Ciudadanía	**Número de Identificación**	63479080
Nombre Completo	ROSA DELIA RUEDA CAICEDO	**Cargo en la Empresa**	Representante Legal
Email	rrueda@undecosm.org.co	**Teléfono**	4203491

Datos de contacto persona encargada del proyecto en la Empresa/Gremio - persona encargada del área de comunicaciones en la Empresa/Gremio

Tipo Contacto	*Tipo Documento*	*Documento*	*Nombre*	*Cargo*	*Teléfono*	*Correo*
Persona Encargada de Sustentar el Proyecto	C.C.	63479080	ROSA DELIA RUEDA CAICEDO	Representante Legal	4203491	rrueda@undecosm.org.co
Persona Encargada del Área de Comunicaciones	C.C.	1095700216	JOHANA REYES	Área de comunicaciones	3016447966	jreyes@undecosm.org.co
Persona Encargada del Proyecto	C.C.	1095700216	JOHANA REYES	Asistente administrativa	3016447966	jreyes@undecosm.org.co

GENERALIDADES DE LA EMPRESA O GREMIO

Objeto social de la empresa/gremio, productos y/o servicios ofrecidos y mercado al que van dirigidos

La Unión Nacional de Comerciantes (UNDECO) es una organización gremial, sin ánimo de lucro, conformada por las micro, pequeñas y medianas empresas (MYPIMES), que ejercen actividades comerciales, industriales o de servicios, cuyo objeto social es contribuir al desarrollo integral de sus miembros, con políticas que fomenten el mejoramiento de la calidad de vida y el medio ambiente, para lo cual desarrolla estudios, planes y proyectos productivos, culturales, tecnológicos, comunicacionales, educativos, humanitarios y sociales, que aseguran el desarrollo sostenible y la defensa de sus asociados, propendiendo por la unidad de los diferentes sectores de las MIPYMES y una adecuada articulación entre el gremio, sus agremiados y el Gobierno territorial y nacional. En este sentido sus acciones se enfocan en promover y desarrollar proyectos, tanto empresariales como comunitarios, que garanticen el crecimiento empresarial, el desarrollo socioeconómico, la participación comunitaria; la formación empresarial como alternativa para cerrar la brecha de habilidades y conocimientos y de esta forma, potenciar la transformación, la innovación y la productividad; la equidad de género y el revelo generacional, promoviendo en sus asociados una aptitud emprendedora que les permita generar ideas y oportunidades de negocio y posibilite la innovación empresarial y tecnológica.

Por otra parte, entre los servicios prestados como agremiación, se destacan: gestionar recursos para proyectos de: vivienda, actividades culturales, educativas, ambientales, recreativas y demás que promuevan la sana convivencia; fomentar entre los asociados y la comunidad en general, políticas de desarrollo, ahorro y crédito, para el fortalecimiento, creación de empresa y/o mejoramiento de la calidad de vida; apoyar, promover, gestionar y desarrollar directamente o mediante convenios y/o alianzas estratégicas, programas en educación, medios de comunicación, seguridad social medio ambiente, saneamiento básico, vivienda, amparos colectivos y derechos humanos, etc.". De acuerdo con esto, UNDECO, reconoce la importancia que tiene la formación como un catalizador fundamental para el desarrollo y la competitividad empresarial; es así como, además de los servicios de asesoría empresarial y representación gremial que presta a sus asociados, brinda asesorías y capacitación relacionadas con eficiencia y seguridad energética, innovación, desarrollo, implementación e Integración tecnológica empresarial, IA, comercialización y ventas, gestión y desarrollo sostenible, sostenibilidad económica, finanzas personales, aspectos contables y tributarios, de comercialización y cadenas de suministro agrícolas, entre otros. Así mismo, a través de acciones concretas, UNDECO contribuye activamente a la construcción de un tejido empresarial fuerte y dinámico, desarrollando, junto con otras asociaciones y entidades, iniciativas de conservación ecosistémica, de apoyo a la inclusión social y la construcción de paz, la prevención integral y el bienestar empresarial y la economía popular.

Situación actual y proyección de la empresa/gremio

UNDECO, en su perspectiva de brindar a los comerciantes las herramientas y recursos necesarios para que puedan competir efectivamente, fortalecer sus negocios, garantizar su sostenibilidad y alcanzar el éxito a largo plazo, adaptarse a las nuevas necesidades del mundo laboral; tanto por iniciativa propia, como en alianza con otras agremiaciones y entidades, adelantó en 2023, una serie de programas y actividades relacionadas con el emprendimiento, el fortalecimiento empresarial y comunitario, la sostenibilidad económica y ambiental y la competitividad, que involucran no solo a diferentes comunidades, sino que promueven la visibilidad y participación de la mujer, la inclusión, la innovación y contribuyen a la construcción de paz en la región. Se destacan: los programas: "la Sierra vuelve a sembrar", la segunda feria empresarial y turística "Ruta Tayrona", la feria y rueda de negocios "se vale reactivarse" y las "ferias para la economía popular"; la implementación de las estrategias: "Mix tiendas"; "Juntos hacia la competitividad" y "Red de tiendas seguras"; los eventos de capacitación y empoderamiento: "oportunidades y desafíos de la mujer emprendedora", "bienestar emocional de la mujer emprendedora", "mi empresa feliz", "beneficios de tener tu negocio formal", "Energía solar y eficiencia energética". Igualmente, realizó alianzas con entidades como el SENA y la Universidad Cooperativa de Colombia para desarrollar programas de capacitación y fortalecimiento empresarial.

Dentro de sus proyecciones, con miras hacia los años 2024- 2025, UNDECO tiene como trascendencia el diseño colaborativo de nuevos modelos de negocio que garanticen: 1) la competitividad, 2) la participación comunitaria, 3) el desarrollo socioeconómico; que reconozcan e impulsen: 1) la economía popular y comunitaria 2) la innovación empresarial, tecnológica y agrícola, y 3) la transición energética. Todo esto, en concordancia con las bases de Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 – "Colombia potencia mundial de la vida". Desde esta perspectiva, proyecta continuar y fortalecer los programas desarrollados en 2023, implementar nuevas estrategias que beneficien a sus afiliados tales como: "Yo cuido, yo reciclo", "reemplazo generacional en los negocios", generar innovación empresarial, uso de nuevas tecnologías, optimización del servicio de domicilios con apoyo de la tecnología, y eficiencia energética. Así mismo, adelantar, de manera propia o en convenio con entidades educativas, eventos de capacitación y actualización empresarial, tecnológica y financiera; conservación ecosistémica, gestión y desarrollo sostenible, transición energética y alfabetización tecnológica. Al igual que, desarrollar eventos y jornadas de bienestar, salud comunitaria, física y mental, y promover entre sus agremiados, la asociatividad, una aptitud emprendedora, el aprovechamiento de los recursos naturales, la equidad de género y la inclusión social.

https://www.undecosm.org.co/exito-rotundo-en-la-tercera-edicion-de-ruta-tayrona/
https://www.undecosm.org.co/la-sierra-vuelve-a-sembrar/
https://www.undecosm.org.co/balance-positivo-del-programa-formacion-empresarial-en-el-segundo-semestre-de-2023/
https://www.undecosm.org.co/juntos-hacia-la-competitividad-undeco-santa-marta-impulsa-el-crecimiento-empresarial/

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

UNDECO emerge como el gremio más importante y eje fundamental para el desarrollo y fortalecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas que ejercen actividades de diferentes sectores en la región caribe. Desempeña un papel crucial al proporcionar un marco organizativo que potencia la colaboración y la representación colectiva de los comerciantes, permitiéndoles abordar desafíos comunes y aprovechar oportunidades conjuntas, al actuar como un catalizador para la promoción de políticas, el desarrollo de planes y programas y la ejecución de acciones y actividades que permitan fortalecer la innovación; el crecimiento empresarial, social y económico de sus afiliados y la región; la competitividad; la gestión y el desarrollo sostenible, a través de la asesoría y acompañamiento en la identificación de necesidades y el desarrollo de iniciativas pertinentes al gremio, tanto en lo productivo y organizacional, como en lo cultural, lo tecnológico, lo educativo y lo social.

En este contexto, UNDECO desempeña un papel integral al generar sinergias que favorecen el intercambio de conocimientos y mejores prácticas entre sus miembros. De la misma manera, consolida una voz unificada que influye significativamente en la formulación de políticas a nivel local y nacional, abogando por condiciones más flexibles y programas de apoyo específicos para las empresas de menor escala, como se evidencia en la participación de UNDECO en la mesa de diálogo y participación de Tenderos y Comerciantes de la Economía Popular, creada por el gobierno nacional (1). Además, se convierte en un centro de capacitación y asesoramiento, brindando a sus agremiados acceso a recursos y conocimientos que les permiten mejorar su eficiencia administrativa, operativa, financiera y su capacidad de adaptación en un entorno empresarial dinámico, con el fin de ser más competitivos, lo cual se consolida a través de estrategia "juntos hacia la competitividad" (2), posibilitando así, a sus afiliados, hacer el cambio generacional, generar nuevos modelos de negocio, preservar y aprovechar los recursos naturales, hacer la transición energética de manera eficiente, desarrollar habilidades técnicas y tecnológicas, fortalecer su capacidad de emprendimiento, lograr una mayor presencia en los mercados nacionales e incursionar en mercados internacionales . Apoya, promueve, gestiona y desarrolla directamente o mediante convenios y/o alianzas estratégicas, programas o entidades que presten servicios en educación, medios de comunicación, seguridad social, medio ambiente, saneamiento básico, vivienda, amparos colectivos y derechos humanos, entre otros.

Por otra parte, el papel de UNDECO en la región ha sido realizar análisis, gestionar e implementar planes, proyectos y programas relacionados con las actividades de sus empresas agremiadas, alineados, particularmente, con los ejes 3 y 4 del Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026, que se relacionan con el impacto del gremio productivo y comercial en las regiones del país (3). En el primero de ellos, "mejoramiento de la productividad y la competitividad del sector agropecuario" se plantea que la distribución y comercialización conjuguen la rentabilidad de las unidades productivas con la capacidad de pago de los consumidores, la necesidad de contar con cadenas de suministro eficientes, digitales y tecnificadas para potenciar el campo colombiano, que incluyen desarrollo de redes agrologísticas, uso de tecnologías emergentes en comercialización y cadenas logísticas, entre otros. Igualmente, propende por una transformación para la diversificación productiva, una reindustrialización para el desarrollo económico y social, el cierre de brechas tecnológicas en el sector productivo y una economía circular basada en la producción y el consumo responsables. Adicionalmente, se busca una menor intermediación y mayor rentabilidad en la comercialización de la producción agropecuaria, reducir la intermediación en los vínculos comerciales del sector, promover productos con denominaciones de origen y otros instrumentos de propiedad intelectual y fortalecer la política de comercio exterior del sector agropecuario integrando las regiones.

El eje 4, relacionado con la "Internacionalización, transformación productiva para la vida y acción climática", que implica "…una transformación hacia actividades productivas diversificadas, que aprovechen sosteniblemente los recursos naturales y sean intensivas en conocimiento e innovación que permitan reducir las emisiones de carbono y más resiliente al clima". Así mismo, plantea varios pilares relacionados con las actividades de los agremiados en UNDECO, como aquellos que tienen incidencia en el cierre de brechas tecnológicas, transición energética basada en el respeto a la naturaleza, seguridad y confiabilidad energética, desarrollo económico a partir de la eficiencia energética, impulso a los encadenamientos productivos para la integración regional, generación de empleos de calidad y modelos negocio basados en el conocimiento y la innovación.

1. https://www.mininterior.gov.co/noticias/gobierno-crea-mesa-de-dialogo-y-participacion-de-tenderos-y-comerciantes-de-la-economia-popular/
2.https://www.undecosm.org.co/juntos-hacia-la-competitividad-undeco-santa-marta-impulsa-el-crecimiento-empresarial/
3. https://www.dnp.gov.co/plan-nacional-desarrollo/pnd-2022-2026

Experiencia de la empresa/gremio en actividades formativas y retos estratégicos vinculados a la formación

Reiterando la importancia de la formación para potenciar y desarrollar las capacidades, habilidades, actitudes y aptitudes del personal, que permita a las organizaciones contar con trabajadores competentes para lograr la productividad y la competitividad en la región, UNDECO cuenta con un plan de capacitación a los comerciantes afiliados que busca “transferir y reforzar el conocimiento y las habilidades para que las personas puedan desempeñar mejor su trabajo” que le permite ofrecer formación a la medida, mediante el diseño de espacios de educación empresarial pertinente y ajustada a las necesidades del negocio, en el momento que se requiere y una metodología flexible, pertinente, idónea y de calidad. Por parte, gran cantidad de comerciantes han recibido formación en convenios con diferentes entidades de educación en diferentes áreas de ámbito productivo, administrativo, financiero, comercial y tecnológico. De igual forma, se han establecido convenios de Educación Superior al alcance de los comerciantes con descuentos para los afiliados. También forma parte del programa universitario emprendedor de Santa Marta la Universidad Cooperativa de Colombia (UCC), que basada en la economía solidaria, apoya el desarrollo competitivo del país donde UNDECO Santa Marta lidera la alianza estratégica educativa, razón por la cual se cuenta con dos dependencias vinculadas al emprendimiento: su coordinación de internacionalización, que conecta las fortalezas del emprendimiento con oportunidades internacionales que apoyan el sector productivo de la región, y la subdirección de proyección social, que ofrece diferentes estrategias como la formalización de convenios, consultorios sociales empresariales, y asesoría a emprendimientos de la institución para su formación y consolidación.

Por otra parte, en el año 2023 UNDECO Santa Marta hizo parte del Programa de Formación Continua especializada del SENA, a través de las acciones de formación: diplomado “La bioeconomía como factor decisivo para la gestión de negocios sostenibles y sustentables, la innovación, el crecimiento y el desarrollo empresarial.”; diplomado “Nuevos modelos de negocio para generar experiencias turísticas alternativas innovadoras y excepcionales con enfoque verde y ambiental”; diplomado “ Formulación y gestión de proyectos con enfoque social y comunitario para la transformación y el desarrollo empresarial”; bootcamp “Nuevos modelos de negocio basados en industria 4.0 para la transformación y el desarrollo empresarial.” y la conferencia “Tecnologías emergentes que transforman el comercio”.

Los retos estratégicos de UNDECO, están relacionados con las dinámicas de innovación, competitividad, productividad y sostenibilidad, que permitan a sus agremiados, fortalecer el tejido empresarial y social, mejorar su calidad de vida, así como la de sus trabajadores y sus familias, al mismo tiempo que contribuyen al desarrollo socio económico de la comunidad, la región y el país. Desde esta perspectiva, reconoce que la formación, la capacitación y la actualización, son la base fundamental para mejorar el desempeño organizacional y laboral, desarrollar proyectos empresariales y comunitarios, generar nuevos modelos de negocio, fortalecer la aptitud emprendedora, implementar e integrar tecnologías innovadoras, buscando optimizar los procesos administrativos, productivos, comerciales y logísticos y fortalecer la conexión entre los actores de la cadena, impulsando así la competitividad del gremio y los diferentes sectores en él representados.

Por otra parte, UNDECO aborda retos relacionados con el fomento de la colectividad y la cocreación de soluciones que promuevan la inclusión social y el desarrollo sostenible; concentra sus esfuerzos en temas de transición y eficiencia energética, resiliencia ambiental, apropiación y uso de energías renovables, aprovechamiento de los recursos naturales contribuyendo a construir capacidades en áreas cruciales, propiciando el desarrollo sostenible, la equidad de género y la construcción de paz en la región.

Sector(es) al que pertenece la Empresa/Gremio

Sector
Servicios

SubSector(es) al que pertenece la Empresa/Gremio

Sub Sector
Comercio

Sector(es) que representa la Empresa/Gremio

Sector
Comercio
Servicios
Industria
Transversal

Sub-sector(es) que representa la Empresa/Gremio

Sub Sector
Comercio
Transversal
Servicios
Industria

DESCRIPCIONES GENERALES DEL PROYECTO

Objetivo general del proyecto

Promover el desarrollo integral de conocimientos y el fortalecimiento de habilidades de los trabajadores de la Unión Nacional de Comerciantes - UNDECO, sus empresas agremiadas y cadena productiva, mediante acciones de formación especializadas, principalmente en energías limpias y renovables que contribuyen a la transición energética y desarrollo sostenible empresarial, desarrollo de iniciativas innovadoras con impacto en el crecimiento empresarial, Inteligencia artificial para potenciar la productividad y la competitividad empresarial en la era digital, herramientas de promoción para la comercialización directa de productos agrícolas, transformación digital y su impacto en la experiencia del cliente, el "AI Chatbot Generator" para la optimización del proceso de relacionamiento con clientes/usuarios, y estrategias de innovación para la transformación y el fortalecimiento empresarial. El propósito final es empoderar a los trabajadores de todos los niveles de las organizaciones para que, desde su áreas de trabajo, contribuyan con la transformación de sus empresas y negocios, al desarrollo sostenible, a aumentar su productividad y su competitividad.

PLAN OPERATIVO

AF N°	*Acción de Formación*	*Modalidad de formación*	*Evento de aprendizaje*	*N° de grupos*	*Horas x grupo*	*N°de beneficiarios AF*	*Cofinanciación SENA*	*Contrapartida especie*	*Contrapartida dinero*	*Valor total AF*	*Valor hora beneficiario*
1	Estrategias para el uso de energías limpias y renovables que contribuyen a la transición energética y desarrollo sostenible empresarial.	Virtual	Diplomado	16	80	512	$ 969.900.000	$ 113.397.760	$ 215.171.391	$ 1.298.469.151	$ 31.700
2	Desarrollo de iniciativas innovadoras con impacto en el crecimiento empresarial.	Virtual	Diplomado	16	80	512	$ 969.900.000	$ 113.397.760	$ 215.171.391	$ 1.298.469.151	$ 31.700
3	Inteligencia artificial para potenciar la productividad y la competitividad empresarial en la era digital.	Presencial	Taller	1	8	20	$ 5.209.500	$ 609.070	$ 1.155.630	$ 6.974.200	$ 43.588
4	Herramientas de promoción para la comercialización directa de productos agrícolas.	Presencial	Taller	1	8	20	$ 3.882.000	$ 453.838	$ 860.866	$ 5.196.704	$ 32.479
5	Transformación digital y su impacto en la experiencia del cliente	Presencial	Taller	1	8	20	$ 3.882.000	$ 453.838	$ 860.867	$ 5.196.705	$ 32.479
6	"AI Chatbot Generator" para la optimización del proceso de relacionamiento con clientes/usuarios.	Presencial	Maximizando tu proceso	1	24	10	$ 22.291.000	$ 2.604.840	$ 4.946.066	$ 29.841.906	$ 124.341
7	Innovation as company value booster	Presencial	Curso	0	0	1	$ 36.254.000	$ 4.238.657	$ 8.042.385	$ 48.535.042	$ 0

RESUMEN DEL PRESUPUESTO

Presupuesto Total Acciones de Formación

Verificar % en el presupuesto por Rubros

	Número de horas	Número de beneficiarios de las AF	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida especie	% Especie	Contrapartida dinero	% Dinero
Total Presupuesto Acciones de Formación	208	1095	$ 2.011.318.500		$ 235.155.763		$ 446.208.596	

Presupuesto Total del Proyecto

Total Presupuesto Proyecto	Cofinanciación SENA	Contrapartida especie	Contrapartida dinero	Valor total proyecto
	$ 2.011.318.500	$ 235.155.763	$ 446.208.596	$ 2.692.682.859

Presupuesto Resumen Por Rubros

Arrastre los filtros aquí menu

Rubro arrow_drop_up	Cofinanciación SENA	Porcentaje Cofinanciación SENA	Contrapartida Especie	Porcentaje Contrapartida Especie	Contrapartida Efectivo	Porcentaje Contrapartida Efectivo	Total
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	$ 27.752.500	% 080,30	$ 0	% 000,00	$ 6.807.500	% 019,70	$ 34.560.000
R05.1.3 Aplicaciones Multimedia Interactiva	$ 60.000	% 100,00	$ 0	% 000,00	$ 0	% 000,00	$ 60.000
R05.2.1.1 Material de Formación - Impreso - Impresión de cartillas, de 1 a 200 unidades	$ 4.620.000	% 100,00	$ 0	% 000,00	$ 0	% 000,00	$ 4.620.000
R06.1.1.1 Alquiler de Salones y/o Espacios - Aulas básicas hasta 30 beneficiarios	$ 832.000	% 100,00	$ 0	% 000,00	$ 0	% 000,00	$ 832.000
R06.1.1.3 Alquiler de Salones y/o Espacios - Salones Hoteles, laboratorios, aulas gastronomia o salones empresariales hasta 30 beneficiarios	$ 2.000.000	% 100,00	$ 0	% 000,00	$ 0	% 000,00	$ 2.000.000
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	$ 0	% 000,00	$ 235.155.763	% 100,00	$ 0	% 000,00	$ 235.155.763
R08.3 Formación Virtual - Diplomado 80 horas	$ 1.939.800.000	% 083,82	$ 0	% 000,00	$ 374.440.000	% 016,18	$ 2.314.240.000
R09 Formación Internacional	$ 36.254.000	% 083,82	$ 0	% 000,00	$ 6.997.600	% 016,18	$ 43.251.600
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	$ 0	% 000,00	$ 0	% 000,00	$ 57.963.496	% 100,00	$ 57.963.496
TOTAL	**$ 2.011.318.500**	**% 074,70**	**$ 235.155.763**	**% 008,73**	**$ 446.208.596**	**% 016,57**	**$ 2.692.682.859**

ACCIONES DE FORMACIÓN

AF N° Accion de Formación	*Detalle AF*
1 Estrategias para el uso de energías limpias y renovables que contribuyen a la transición energética y desarrollo sostenible empresarial.	IR AL DETALLE DE LA AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1463#AF-6365)
2 Desarrollo de iniciativas innovadoras con impacto en el crecimiento empresarial.	IR AL DETALLE DE LA AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1463#AF-6389)
3 Inteligencia artificial para potenciar la productividad y la competitividad empresarial en la era digital.	IR AL DETALLE DE LA AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1463#AF-6407)
4 Herramientas de promoción para la comercialización directa de productos agrícolas.	IR AL DETALLE DE LA AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1463#AF-6408)
5 Transformación digital y su impacto en la experiencia del cliente	IR AL DETALLE DE LA AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1463#AF-6391)
6 “AI Chatbot Generator” para la optimización del proceso de relacionamiento con clientes/usuarios.	IR AL DETALLE DE LA AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1463#AF-6451)
7 Innovation as company value booster	IR AL DETALLE DE LA AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1463#AF-6430)

AF N° : 1

ACCIÓN DE FORMACIÓN : Estrategias para el uso de energías limpias y renovables que contribuyen a la transición energética y desarrollo sostenible empresarial.

Volver al Listado de AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1463#Indice-6)

Tipo de Acción de Formación

Acción de Formación

Necesidad o problema puntual detectado en la empresa/gremio, a la que se puede dar respuesta total o parcial mediante formación

Falta de conocimiento en el uso e implementación de energías limpias para mejorar la eficiencia energética como alternativa para el desarrollo sostenible y la productividad de las empresas y negocios.

Herramientas utilizadas para obtener la necesidad

Herramienta Utilizada	*Muestra Poblacional*
Encuesta	792

Fecha de diagnóstico

22/11/2023

Otro tipo de herramienta, cual?

N/A

La herramienta es de creación propia?

Si

La Empresa/Gremio cuenta con un plan de capacitación?

Si

Descripción de la herramienta

Durante el segundo semestre de 2023, la Unión Nacional de Comerciantes (UNDECO) realizó un diagnóstico entre sus asociados, cuyo objetivo era determinar los principales desafíos que enfrentan, necesidades e intereses, con el fin de identificar áreas de mejora, diseñar programas de apoyo, fortalecer la representación gremial y, de esta forma, definir los proyectos, iniciativas y actividades a nivel productivo, cultural, tecnológico, educativo, social y humanitario, que conforman su plan de acción 2024-2025.

El instrumento utilizado fue una encuesta estructurada con ocho (8) preguntas abiertas y una (1) cerrada, que se aplicó a los participantes en los diferentes eventos desarrollados por UNDECO, en el segundo semestre del año anterior, entre los que se destacan: la feria y rueda de negocios “se vale reactivarse” ; la jornada de formación empresarial, el bootcamp “Nuevos modelos de negocios basados en la industria 4.0 para la transformación comercial y el desarrollo productivo”; el lanzamiento de la iniciativa "Red de Tiendas Seguras" y el proyecto “la sierra vuelve a sembrar”, que contaron con la participación de más de 1.150 personas de los sectores industrial, agropecuario, comercial y de servicios, de los cuales se recogieron 985 encuestas.

El perfil de las personas participantes en estos eventos, se encuentra categorizado en 3 niveles: uno que corresponde a trabajadores de las empresas agremiadas a UNDECO y sus cadenas productivas de los niveles medio y operativo que desempeñan funciones de mercadeo, gestión administrativa, gestión comercial, promoción, atención al cliente, información y publicidad, operación y/o asesoría, entre otras. El segundo, está relacionado con emprendedores, empresarios, directivos y funcionarios de la alta gerencia; y, finalmente, el tercer perfil corresponde básicamente a campesinos (emprenderos rurales y productores agrícolas en menor escala).

El instrumento consta de ocho (8) preguntas: 1) Mencione 3 desafíos que usted considera, enfrenta su empresa o negocio en la actualidad, 2) ¿Cuáles considera que son las principales barreras para el crecimiento de su negocio? (menciones por lo menos 3), 3) ¿Cómo percibe el impacto de la tecnología en su empresa: Alto___ Medio___, Bajo___; 4), ¿Cuáles son sus principales preocupaciones en relación con la competencia local e internacional? (Relacione mínimo 3), 5) ¿Cuáles son las áreas específicas en las que le gustaría recibir formación para mejorar su negocio, 6) ¿Qué tipo de apoyo o recursos le gustaría recibir de la UNDECO?, 7) ¿Qué tipo de servicios adicionales le gustaría que UNDECO ofreciera a sus agremiados?, 8) ¿Cuáles son sus expectativas con respecto a la representación gremial y cómo cree que la UNDECO podría fortalecerla? Del mismo modo, la consulta se realizó entre los funcionarios de UNDECO con el fin de contrastar la opiniones que permitan diseñar planes internos de capacitación acordes a las necesidades detectadas. Los resultados de este último diagnóstico entre los funciones contó con un espacio de socialización y opinión, que dio como resultado la identificación de las oportunidades de mejoras en las diferentes áreas y la propuesta de alternativas de solución para ser incluidas dentro de los retos de la organización para el 2024.

De las 985 encuestas recogidas, después de un proceso de depuración de las mismas, se obtuvo un total de 792 encuestas válidas para la respectiva tabulación. Con el fin de establecer las tendencias de mayor frecuencia en las respuestas a las preguntas abiertas se utilizó la herramienta “Word Cloud Generator”, con el fin de configurar las correspondientes nubes de palabras que permitieran establecer las categorías más relevantes para el análisis y diagnóstico. El resultado para los desafíos y barreras fueron: tecnología, sostenibilidad y crecimiento empresarial, seguridad, competitividad, finanzas personales y empresariales y acceso a programas de apoyo y crédito. En cuanto necesidades o intereses de formación, la categorización correspondió a: innovación empresarial, uso de herramientas tecnológicas IA, desarrollo de proyectos productivos, nuevas estrategias de mercado y comercialización, servicio y atención al cliente, cuidado del ambiente con energías limpias y renovables, innovación y comercialización agrícola, educación financiera y técnicas de negociación.

Resumen de resultados principales del diagnóstico de necesidades de formación

De acuerdo con el análisis de los resultados se evidencia una tendencia mayoritaria en los siguientes temas: apropiación e implementación de la tecnología como un factor de desafío, pero cuyo conocimiento y costos, se convierten en una barrera de acceso y consecuente desarrollo de sus negocios; esto es coherente con el alto impacto que perciben de esta en sus empresas y las necesidades de formación, que en su mayoría, se relacionan con el uso herramientas tecnológicas, inteligencia artificial en los negocios, digitalización de procesos e innovación tecnológica. En segundo lugar, los encuestados reconocen que uno de los desafíos que enfrentan actualmente está relacionado con el desarrollo sostenible y el crecimiento de sus empresas o negocios, que se manifiesta en aspectos como: producción y oferta de productos o servicios amigables con el medio ambiente, adopción de fuentes de energía renovable y manejo de residuos y reciclaje. En tercer lugar, se encuentra la seguridad, tanto como desafío que tienen que enfrentar los empresarios, como una barrera para el crecimiento de sus negocios. Al mismo nivel se encuentra el tema de la competitividad, asociado a factores de innovación empresarial y tecnológica, nuevos modelos de negocio, gestión empresarial, capacidad de acceso

y de competitividad en mercados internacionales, nuevas estrategias de mercado y comercialización y servicio al cliente; lo cual es coherente con el alto porcentaje de respuestas relacionadas con las preocupaciones respecto a la competencia nacional e internacional.

Es importante resaltar, por sus características, en los resultados de las encuestas respondidas por los emprenderos rurales y productores agrícolas en menor escala (campesinos) se destacan como principales desafíos: la tecnificación de la producción agrícola con el uso de la tecnología, la comercialización de productos agrícolas de manera directa, sin intermediarios y desarrollo de procesos agroindustriales y la posibilidad de incursionar en los mercados internacionales. Encontrándose dentro de las barreras: el acceso al conocimiento y adquisición de la tecnología pertinente, la capacidad para desarrollar proyectos productivos innovadores y la sostenibilidad de los emprendimientos. Lo cual es coherente con las preocupaciones frente a la competencia nacional e internacional y las necesidades de formación, expresadas en las preguntas 4 y 5 respectivamente, de la encuesta. Finalmente, en un menor porcentaje se encuentran temas relacionados con el manejo de las finanzas tanto a nivel personal como empresarial y acceso a programas de apoyo y crédito. En cuanto a necesidades de formación, el menor porcentaje corresponde a temas de: administración, contabilidad, técnicas de ventas, manejo de conflictos, entre otros de menor ponderación.

Finalmente, podemos mencionar que entre los aspectos relacionados con el apoyo que les gustaría recibir de UNDECO (pregunta 6), se destacan: una mayor asesoría para el mejoramiento de las diferentes áreas, procesos administrativos de las empresas, acompañamiento en las distintas gestiones ante los entes y dependencias especialmente oficiales, apoyo en la elaboración y presentación de solicitudes ante las entidades financieras. En referencia a los servicios adicionales que les gustaría que UNDECO les ofreciera (pregunta 7), presentan un mayor porcentaje de respuesta: las asesorías tributarias, asesorías financieras, apoyo en procesos de comercio exterior y oportunidades de exportación, realización de más de eventos de capacitación en diferentes áreas y actualización permanente en normativa y disposiciones relacionadas con los negocios.

En cuanto a las expectativas con respecto a la representación gremial (pregunta 8), se destacan: la creación de agrupaciones o “clusters” de acuerdo con los productos que comercializan o los servicios que prestan las empresas y negocios, mayor presencia como asociación en ciertos segmentos de comercio y crear junto con las autoridades frente de seguridad, especialmente para los comercios.

Por último, es importante mencionar que el espacio de consulta y socialización entre los funcionarios permitió identificar algunas oportunidades de mejora siendo de opinión común y de mayor relevancia las relacionadas con el fortalecimiento de habilidades para desarrollar una comunicación asertiva que permitirá minimizar reprocesos y aportar a un buen clima laboral; optimización del proceso de atención al clientes internos y externos para prestar un mejor servicio y consolidar relaciones; procesos logísticos que requieren disminuir los tiempo de confirmación y respuesta a proveedores participantes de eventos y ferias; entre otros.

A continuación, se describen los principales resultados obtenidos en las preguntas que proporcionan información pertinente para el diagnóstico de las necesidades de formación.

Pregunta 1: desafíos relacionados con el conocimiento, uso e implementación de la tecnología, inteligencia artificial en los negocios y digitalización de procesos, 63%; desafíos relacionados con desarrollo empresarial sostenible, crecimiento socioeconómico, desarrollo y comercialización de productos o servicios ecológicos, adopción y manejo de nuevas fuentes de energía y el manejo de residuos y reciclaje, 55%; desafíos relacionados con la competitividad, nuevas ideas y modelos de negocio, innovación empresarial, acceso a nuevos mercados a nivel nacional como internacional, 51%; nuevas estrategias de mercado y comercialización centradas en el cliente y nuevas estrategias digitales de venta, servicio y atención al cliente, 47%; asociatividad, cadenas de suministros, venta de productos agrícolas de manera directa, 35%; desafíos relacionados con la seguridad ciudadana y jurídica, 28%; desafíos relacionados con el manejo formal de las finanzas, uso de herramientas financieras, modelos financieros para los negocios, 23%; desafíos en cuanto al conocimiento de programas y fuentes formales de financiación y crédito y forma de elaborar y presenta de proyectos de financiación sustentables, 18%.

Respecto a la pregunta 2: barreras relacionadas con el conocimiento, acceso y adquisición de tecnología, 58%; barreras que encuentran es la relacionada con el desconocimiento de estrategias que ayuden con el cuidado del ambiente, ellos saben que lo deben hacer, pero no tienen claras las estrategias que le permitan su aplicación o lo que representa en términos productivos, 54%; barreras relacionadas con innovación empresarial, son muchas ideas sin desarrollarse o por recursos, por falta de cultura innovadora en la empresa, 51%; barreras asociadas al desarrollo de capacidades para la gestión empresarial, conocimiento y acceso a la tecnología, sostenibilidad en el tiempo y relevo generacional, 46%; Barreras relacionadas con las capacidades administrativas de los trabajadores del campo, 60%; barreras asociadas a problemas financieros, logísticos y administrativos, 39%; otras barreras de índole personal, familiar u otros factores, 23%.

Frente a la pregunta 3, el 83% de los encuestado perciben un alto impacto de la tecnología en sus negocios, el 11% un impacto medio y 6% un bajo impacto.

En cuanto a la pregunta 4, las principales preocupaciones frente a la competencia nacional e internacional, la mayoría de las respuestas están relacionadas con la innovación tecnológica y empresarial, 73%, la creación de nuevos negocios y la generación de nuevos modelos de negocio, 63%; el acceso a nuevos mercados, 61%, y generación de valores agregados en cuanto a atención y servicios de asesoría, acompañamiento e interacción con los clientes/usuarios, 59%, comercialización de productos limpios, 48%; y aspectos relacionado con estrategias de promoción, mercadeo y venta directa de productos agrícolas, 35%.

Respecto de la pregunta 5, las principales necesidades e intereses en formación, se centran en: innovación tecnológica y empresarial, 82%; uso de herramientas tecnológicas IA, 77%; nuevas estrategias de mercado y comercialización, servicio y atención al cliente, 72%; desarrollo sostenible, medio ambiente, uso y aprovechamiento de energías limpias y renovables, 68%; desarrollo de proyectos productivos, comercialización agrícola 59%.

En relación con el análisis interno de necesidades entre los funcionarios de UNDECO, la mayoría estuvo de acuerdo en requerir formación que les permita optimizar el proceso de atención a clientes internos y externos para prestar un mejor servicio con el uso de herramientas tecnológicas, 82%; desarrollar una comunicación asertiva que contribuya a minimizar reprocesos y aportar a un buen clima laboral, 75%; adelantar procesos logísticos efectivos que disminuyan los tiempo de respuesta a proveedores de eventos y ferias; entre otros con un menor interés.

El anterior ejercicio de diagnóstico se convierte en una poderosa y, a la vez, valiosa herramienta que permite revalidar y fortalecer la misión, objetivo y fines de UNDECO como asociación, ya que los resultados obtenidos tienen un impacto directo y significativo en la definición de proyectos, programas y acciones a desarrollar en el corto y mediano plazo. Los resultados obtenidos ponen de manifiesto una serie de problemáticas y necesidades que pueden ser atendidas mediante procesos de formación que proporcionen el conocimiento y las herramientas adecuadas para potenciar y mejorar las habilidades y capacidades de los agremiados para proponer, diseñar e implementar estrategias, procesos y actividades que fortalezcan la productividad, mejoren la competitividad y permitan el crecimiento y desarrollo de las empresas, los negocios, los trabajadores y sus familias. En este orden de ideas, encontramos como necesidades prioritarias: El bajo nivel de conocimiento y apropiación de la tecnología; la falta de conocimiento en el uso e implementación de energías limpias para la transición y eficiencia energética; la baja capacidad para la innovación, el desarrollo de nuevos modelos de negocio y el emprendimiento; la escasez de herramientas cognitivas y procedimentales para la gestión empresarial, el desarrollo sostenible y sustentable, la productividad y competitividad; la poca preparación en el manejo eficiente de la producción y comercialización de productos agrícolas.

Análisis causas y efectos de la necesidad de formación detectada

Causas:
• Desconocimiento sobre tecnologías limpias y prácticas energéticas eficientes.
• Falta de conciencia sobre el impacto ambiental de las fuentes de energía convencionales.
• Desaprovechamiento de las ventajas y posibilidades de las energías renovables.
• Falta de conocimiento de las regulaciones ambientales y de eficiencia energética.
• Limitado conocimiento de programas y fondos para proyectos sostenibles.

Efectos:
• Ineficiencia en el uso de energía, lo que conlleva elevados costos operativos.
• Uso continuo de fuentes contaminantes, lo que contribuye al cambio climático y afecta la reputación ambiental de las empresas.
• Perdida de oportunidades para mejorar la productividad y la posición en el mercado.
• Riesgo de multas y sanciones legales, así como pérdida de clientes y oportunidades de negocio.
• Limitado acceso a programas de financiamiento preferencial para proyectos sostenibles, lo que limita su capacidad para invertir en tecnologías limpias.

Justificación de la necesidad detectada según resultados cuantitativos y cualitativos del diagnóstico realizado y según fuentes internas o externas de información

La necesidad detectada, se sustenta en resultados cuantitativos y cualitativos de fuentes internas y/o externas que respaldan la iniciativa de llevar a cabo la acción de formación especializada "Estrategias para el uso de energías limpias y renovables que contribuyen a la transición energética y desarrollo sostenible empresarial".

La necesidad se enmarca en el contexto de las bases del Plan Nacional de Desarrollo, Colombia potencia mundial de la vida 2022-2026, que en su eje 4 “Internacionalización, transformación productiva para la vida y acción climática”, plantea como uno de sus catalizadores, una “transición energética justa, segura, confiable y eficiente para alcanzar carbono neutralidad y consolidar territorios resilientes al clima”, fundamentada, entre otros, en la “aceleración de una transición energética justa, basada en el respeto a la naturaleza, la justicia social y la soberanía con seguridad, confiabilidad y eficiencia”, cuyos principales esfuerzos están enfocados en: 1) impulsar la incorporación de nuevas fuentes de generación de energía eléctrica a partir de Fuentes No Convencionales de Energía Renovable (FNCER), 2) Seguridad y confiabilidad energética, 3) Participación de la demanda de energía en la transición energética implementando planes de energización, regulando el modelo de comunidades energéticas alrededor de características culturales, étnicas, territoriales y productivas, para que tomen parte en la cadena de valor de la electricidad como consumidores y generadores, 4) Diversificación productiva y reconversión laboral con enfoque territorial y diferencial de los empleos del sector minero y de hidrocarburos impactados por la transición energética, 5) Eficiencia energética y del mercado como factor de desarrollo económico (1).

En Colombia el 92,8 % de la energía final es consumida por tres sectores: de transporte, empresarial (industrial y terciario), y residencial, que tienen un consumo ineficiente de energía. Particularmente, en el sector industrial, la ineficiencia y pérdidas de energía representan el 36 % de su demanda. Lo anterior implica que solo el 64 % de la energía consumida por el sector se convierte en energía útil. Los potenciales de ahorro de eficiencia energética para este sector están asociados principalmente a los procesos de combustión del carbón que podría representar el 40 %, teniendo en cuenta que el uso de este energético es del 28 %. Sin embargo, el logro de tales consumos óptimos se dificulta por el desconocimiento de información detallada que permita identificar medidas y estrategias orientadas a conseguir la eficiencia energética (2).

Por otra parte, en el país existe baja productividad y diversificación de las actividades productivas. Entre 2012 y 2021 el aporte de la productividad al crecimiento económico fue nulo (-0,01 %). Una de las explicaciones de este resultado es la falta de diversificación de las actividades productivas y su bajo nivel de complejidad. La participación de la industria en el PIB se redujo del 20,1 % en 1967 al 11,5 % en 2021. En este contexto los pueblos y las comunidades de las diferentes subregiones han identificado la necesidad de impulsar la transición a partir del uso de energías limpias y renovables, como factor para mejorar la productividad y la competitividad (3).

Entre las consecuencias de no abordar una transición energética están: Calentamiento Global – Las emisiones de gases efecto invernadero cubren la tierra y retienen el calor del sol: el objetivo del Acuerdo de París y de evitar que la temperatura global supere los 1,5 °C por encima de los niveles preindustriales. Se considera que ese es el límite superior para evitar las peores consecuencias del cambio climático. Contaminación por productos fósiles – Emisiones de CO2: Las emisiones de CO2 en Colombia durante el año 2020 fueron de 90,252 megatoneladas, ubicándonos en el puesto 144 del ranking de 184 países por emisiones de CO2, en el que se ordenan del menos al más contaminantes. Sequias: El número y la duración de las sequías han aumentado un 29% desde el año 2000. Más de 2300 millones de personas se encuentran en situación de estrés hídrico en 2022; cerca de 160 millones de niños están expuestos a sequías graves y prolongadas. Refugiados climáticos - Inundaciones: El Departamento Nacional de Planeación - DNP, indica que Colombia es el país con mayor tasa de emergencias natura les en América Latina. Hasta marzo de 2021, debido al fenómeno de La Niña, se registraron 236 eventos por lluvias, 35 inundaciones y 31 vendavales en 152 municipios de 23 de los 32 departamentos. Cielos contaminados: La contaminación por partículas finas, conocida como PM2.5, se acepta comúnmente como el contaminante del aire más dañino y ampliamente monitoreado y se ha descubierto que es un factor importante que contribuye a los efectos sobre la salud, como el asma, los accidentes cerebrovasculares y las enfermedades cardíacas y pulmonares. PM2.5 conduce a millones de muertes prematuras cada año (4).

Las empresas juegan un papel central en la sostenibilidad y reducción de los GEI, la entrega de productos y servicios que las sociedades necesitan, requieren de energía, transporte y movilidad y estos consumos requieren de una política responsable con foco en el cuidado, preservación y uso consciente de los recursos disponibles en el planeta. La transformación planteada requerirá de una ambición, intención y esfuerzos radicales en el mundo empresarial de la mano de los Gobiernos, pero es fundamental un cambio de paradigma con el fin de desarrollar acciones e interacciones con todas las partes interesadas. Es fundamental que desde las empresas se busque apoyar las acciones de manera incansable para que puedan influir en la transformación mediante la innovación, inversiones y relaciones con clientes, comunidades y los responsables en la formulación de políticas, con el fin de ser un factor diferenciador y multiplicador. Por tanto, se deben realizar programas de concientización y educación hacia la sociedad que forme y capacite en las nuevas actividades que contribuirán a la transformación de los distintos sectores, capacitar a las empresas en las características de cada tecnología en EERR y cómo podrían ser empleadas específicamente en sus procesos, que genere concientización de los individuos sobre las relaciones entre ecosistemas humanos y naturales.

En relación con lo anterior, los comerciantes agremiados a UNDECO, manifiestan que uno de los principales desafíos que enfrentan actualmente, relacionados con el desarrollo sostenible y el crecimiento de sus empresas o negocios, es la adopción de fuentes de energía limpias y renovable, lo cual se evidencia en la herramienta de diagnóstico, en la que un 55% de los encuestados manifiesta desafíos relacionados con desarrollo empresarial sostenible, crecimiento socioeconómico, desarrollo y comercialización de productos o servicios ecológicos, adopción y manejo de nuevas fuentes de energía y el manejo de residuos y reciclaje. En coherencia con esto, se encuentra que el 54% de los participantes en la encuesta, mencionan que una de las barreras que encuentran es la relacionada con el desconocimiento de estrategias que ayuden con el cuidado del ambiente, ellos saben que lo deben hacer, pero no tienen claras las estrategias que le permitan su aplicación o lo que representa en términos productivos; Igualmente, un 68% expresan necesidades de formación en temas de desarrollo sostenible, medio ambiente, uso y aprovechamiento de energías limpias y renovables. Lo anterior, evidencia la pertinencia de desarrollar acciones de formación especializadas que proporcionen conocimientos en el uso e implementación de energías limpias para hacer la transición y alcanzar la eficiencia energética como alternativa para el desarrollo sostenible y la productividad de las empresas y negocios.

1. https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/portalDNP/PND-2023/2023-05-04-bases-plan-nacional-de-inversiones-2022-2026.pdf. Págs. 139-143
2. https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Económicos/4075.pdf
3. https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/portalDNP/PND-2023/2023-05-04-bases-plan-nacional-de-inversiones-2022-2026.pdf
4. https://cecodes.org.co/wp-content/uploads/2023/02/Panorama-de-la-Transicion-Energetica-en-Colombia_web.pdf

Objetivo de la acción de formación

Fortalecer los conocimientos y mejorar las habilidades de los agremiados a UNDECO, sus trabajadores y cadena productiva, con el fin de conocer estrategias para mejorar la eficiencia energética y uso e implementación de energías limpias, de tal forma que les permita alcanzar el desarrollo sostenible e incrementar la productividad de las empresas y negocios.

Solo aplica para Acciones de Formació alineadas al SNC (Cualificaciones)

Nombre del catálogo	
Nombre de la cualificación	
Brecha de capital humano	

Evento de formación

Tipo de evento de formación	Diplomado	**Modalidad de formación**	Virtual
Tipo de ambiente de aprendizaje		Aula virtual	
Número de grupos	16	**Número de horas por grupo**	80
Número de beneficiarios por grupo	32	**Número de días por grupo de la AF**	30
Número de beneficiarios de la AF	512	**Número total de horas por AF**	12 80

Perfil Beneficiarios

Area(s) funcional(es)

Área Funcional	*Otra*
Innovación	
Producción	
Tecnología	

Justificación áreas funcionales a beneficiar

La eficiencia energética es considerada una de las principales políticas de estado para la adaptación y mitigación del cambio climático. Dentro de estas políticas es clave la formación del recurso humano para que tengan la capacidad de realizar proyectos que involucren eficiencia energética y uso de energías limpias, apuntando a la mejora continua de las organizaciones y a la formación de los trabajadores como agentes de cambio en la materia ambiental a partir del análisis de desempeño energético de su propia Empresa, a través de medidas de ahorro energético.

Los costos energéticos suponen una parte significativa de los costos de una empresa; implementar medidas de eficiencia energética es imprescindible para garantizar un resultado económico positivo. En las empresas, la energía es un insumo que se utiliza en prácticamente todos los procesos productivos. Por eso, hacerlo de forma eficiente es una máxima para las organizaciones. Producir lo mismo consumiendo menos energía, con menor impacto medioambiental y al menor coste posible es el objetivo de las medidas de eficiencia energética de una empresa, es por ello que las áreas de Producción, innovación, tecnología, deben estar involucradas en el monitoreo del consumo de energía, reducir costos, optar por fuentes de energía renovable, comparar ofertas de proveedores y renegociar contratos, implantar sistemas de gestión y medidas concretas de eficiencia energética que logren reducir la huella ecológica de la empresa.

Cargo/ocupaciones/denominación

Cargo

En el área de producción, se encuentran cargos como gerentes de producción, trabajadores de producción, operadores de maquinaria, inspectores de control de calidad y demás.

En el área de innovación, se encuentran cargos como gestor de innovación, gestor de proyectos y demás.

En el área de tecnología, se encuentran cargos como especialistas en manejo de datos, desarrollador web, asistencia y soporte técnico, administrador de sistemas, analista de nuevas tecnologías y demás

Funciones

Función

Área de producción: Manejan equipos dentro de una fábrica o planta, realizando labores de monitoreo, revisión, mantenimiento, control, reporte, almacenamiento, entre otras que garanticen la operación.

Área de innovación: Generar ideas, analizarlas y mantener el ecosistema corporativo de innovación (comité, partners, agentes de innovación), tanto a nivel interno como externo, entre otras.

Área de tecnología: Impulsar la optimización, mejora de procesos y entrega de resultados, incrementar la calidad del producto o servicio, con el uso de herramientas tecnológicas, entre otras.

Productos

Producto

Conocimientos

Conocimiento

Habilidades

Habilidad

Actitudes

Actitud

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional

MEDIO

OPERATIVO

Justificación beneficiarios de los niveles ocupacionales

En las empresas, la energía es un insumo que se utiliza en prácticamente todos los procesos productivos. Por eso, hacerlo de forma eficiente es una máxima para las organizaciones. Producir lo mismo consumiendo menos energía, con menor impacto medioambiental y al menor costo posible es el objetivo de las medidas de eficiencia energética de una empresa, es por ello que los trabajadores de nivel medio y operativo recibirán la formación, dado que son ellos quienes realizan el monitoreo del consumo de energía, y en sus manos está la reducción costos, implementar sistemas de gestión y medidas concretas de eficiencia energética que logren reducir la huella ecológica de la empresa.

Número de empresas mipymes a beneficiar

20

Número de trabajadores a beneficiar de empresas mipymes

200

Justificación empresas y trabajadores de mipymes a beneficiar

Desarrollar un proceso de formación en estrategias para la transición energética y el uso de energías limpias que contribuyen al desarrollo sostenible, que incluya a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES), permite fomentar la eficiencia energética, reduciendo costos operativos y mejorando la competitividad de estas; contribuye a la reducción de la huella de carbono, promoviendo prácticas empresariales más sostenibles, ya que estas empresas a menudo son responsables de una parte considerable de las emisiones de gases de efecto invernadero y otros impactos ambientales; facilita la transición hacia prácticas empresariales más ecológicas, evitando posibles sanciones y mejorando la reputación empresarial, haciéndolas no solo más sostenibles, sino que también las impulsa hacia la innovación y mejora su posición competitiva en el mercado. Por otra parte, los beneficiarios de este diplomado, adquirirán herramientas conceptuales y prácticas que les permiten mejorar su empleabilidad, productividad, bienestar y entorno laboral.

Lo anterior, en concordancia con el objetivo principal de UNDECO de propender por la unidad de los diferentes sectores de las (MIPYMES) y una adecuada articulación entre el gremio, sus asociados y el gobierno territorial y nacional, a partir del enfoque estratégico que tenga cada empresa y su cadena productiva; además de Impulsar y defender la participación de la fuerza productiva local en las regiones y apoyar, promover, gestionar y desarrollar directamente o mediante convenios y/o alianzas estratégicas, entre otros, programas en educación.

Número de empresas de su cadena productiva a beneficiar

20

Número de trabajadores a beneficiar de empresas de su cadena productiva

60

Justificación empresas y beneficiarios de la cadena productiva a beneficiar

Los funcionarios de las empresas que hacen parte de la cadena productiva de UNDECO, participarán del diplomado “Estrategias para el uso de energías limpias y renovables que contribuyan a la transición energética y desarrollo sostenible empresarial”, en primera instancia por la necesidad que tienen de adquirir y fortalecer los conocimientos en temas que se asocian al uso de energías limpias, la transición y eficiencia energética. En segundo lugar, es necesario generar un impacto en la productividad de los trabajadores como actores claves que contribuyen a la innovación y la competitividad de las organizaciones. Por otra parte, UNDECO coherente con su objeto social, fines y políticas propende por la generación incluyente e igualitaria de oportunidades de formación que contribuyan al crecimiento de los diferentes sectores en la región.

Desde esta perspectiva, la formación en energías limpias empodera a los trabajadores de los agremiados a UNDECO y sus cadenas productivas, brinda habilidades y conocimientos necesarios para adaptarse a las nuevas tecnologías y prácticas sostenibles, lo que impacta positivamente no solo la empleabilidad de los trabajadores, sino que también contribuye a la creación de una fuerza laboral más capacitada y versátil. Así mismo, formar a los trabajadores en prácticas relacionadas con energías limpias impulsa la innovación y la eficiencia en la cadena productiva, que redunda en procesos más sostenibles, reducción de desperdicios y mejoras en la productividad, beneficiando a toda la cadena y fortaleciendo la posición del sector en la economía regional.

otros datos

Número de trabajadores en condición de discapacidad	0	**Número de trabajadores mujeres**	50
Número de trabajadores campesinos	0	**Número de empresas BIC a beneficiar**	0

Enfoque de la Acción de formación

Formación en el trabajo

En caso de tener un enfoque Internacional*

Nombre del beneficiario de la formación internacional

Nombre de la empresa en la cual se encuentra vinculada el beneficiario de la formación internacional

Cargo del beneficiario de la formación internacional

Tiempo de vinculación a la empresa

Descripción del perfil profesional del beneficiario de la formación internacional

Proceso a impactar con la implementación de los conocimientos, habilidades y nuevas prácticas adquiridas a través de la formación internacional

Sectores y sub-sectores del beneficiario

Sector(es) a beneficiar con la AF

Industria

Comercio

Servicios

Transversal

Sub-sector(es) a beneficiar con la AF

Comercio

Industria

Servicios

Transversal

Sector(es) al que pertenece el beneficiario de la formación

Transversal

Sub-sector(es) al que pertenece el beneficiario de la formación

Transversal

Justificación Sector - Subsector

La actividad comercial es transversal a todos los sectores y subsectores de la economía ya que su objetivo principal es poner en manos de los consumidores los bienes y/o servicios que las empresas producen sin importar el sector en el que se desarrolla, su naturaleza, tamaño o la actividad productiva a la que se dedique, el sector industrial en la producción de productos a comercializar. En este orden de ideas, UNDECO, agrupa micro, pequeñas y medianas empresas que ejercen diversas actividades comerciales, industriales o de servicios.

Con base en lo anterior, es importante que los trabajadores de las empresas agremiadas a UNDECO y su cadena productiva de los sectores industria, comercio, servicios y transversal, fortalezcan sus conocimientos, habilidades y destrezas para desarrollar estrategias que les permitan implementar y hacer un uso de las energías limpias, y hacer una transición energética más eficiente, que les permita ser más productivos y por ende más competitivos e innovadores para alcanzar el desarrollo económico y social, sostenible y sustentable, de sus empresas y negocios.

El enfoque de este Diplomado es EN EL TRABAJO porque contribuye a que los trabajadores o funcionarios de las empresas agremiadas a UNDECO y su cadena productiva, desarrollen conocimientos, competencias y habilidades que les permitan ser más competitivos en el ejercicio de sus funciones en los diferentes niveles ocupacionales a los que pertenecen, y que necesitan para su desempeño actual y futuro, incorporando el uso de las energías limpias para generar negocios sostenibles, productivos y rentables, así como de contar con personas cualificadas y competentes para el logro de estos objetivos. Esta es parte de la justificación de adelantar procesos de formación que contribuyen al fortalecimiento y desarrollo de las empresas y negocios agremiadas a UNDECO, en un trabajo mancomunado que impacte el crecimiento y la sostenibilidad empresarial como factores determinantes para la competitividad.

UNIDADES TEMÁTICAS

ID 8873

UT N° 2

AF N° 1

ACCIÓN DE FORMACIÓN Estrategias para el uso de energías limpias y renovables que contribuyen a la transición energética y desarrollo sostenible empresarial.

UNIDAD TEMÁTICA N° 2

UNIDAD TEMÁTICA Políticas y Regulaciones en energías limpias para la Transición Energética.

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	10	**N° total de horas teóricas virtuales**	5
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática		15	

Contenidos de la UT	2.1 Marco legal y normativo en energías limpias. 2.2 Incentivos y subsidios gubernamentales. 2.3 Regulación ambiental y compliance. 2.4 Políticas de descarbonización para las empresas. 2.5 Participación del sector privado en la agenda sostenible.
Competencias a adquirir	El participante: • Apropia las normativas y regulaciones ambientales y de energías limpias en la empresa. • Propone alternativas de participación de su empresa o negocio en la agenda sostenible, en pro de mejorar su competitividad en el mercado.
Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad virtual proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. Para esta unidad, la actividad de aprendizaje está asociada al conocimiento y profundización de la legislación y normativa para la transición energética y su aplicación en los contextos empresariales y laborales propios de los participantes. Igualmente, se propondrá estudio de caso.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	15	0

ID 8891

UT N° 1

AF N° 1

ACCIÓN DE FORMACIÓN Estrategias para el uso de energías limpias y renovables que contribuyen a la transición energética y desarrollo sostenible empresarial.

UNIDAD TEMÁTICA N° 1

UNIDAD TEMÁTICA **Fundamentos de Energías Limpias y Desarrollo Sostenible.**

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	10	**N° total de horas teóricas virtuales**	5
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática		15	

Contenidos de la UT	1.1 Principios de energías limpias en entornos empresariales. 1.2 Importancia de la sostenibilidad en la energía. 1.3 Impacto ambiental y social de las energías convencionales. 1.4 Contexto global de desarrollo sostenible. 1.5 Rol de la energía en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).
Competencias a adquirir	El participante: • Identifica los principios de las energías limpias aplicables en la empresa. • Reconoce la importancia de la sostenibilidad energética en la productividad de las organizaciones.
Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad virtual proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. Para esta unidad, la actividad de aprendizaje permitirá profundizar acerca de los fundamentos de energías limpias y desarrollo sostenible mediante un torbellino de ideas.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	15	0

ID 8893

UT N° 3

AF N° **1**

ACCIÓN DE FORMACIÓN **Estrategias para el uso de energías limpias y renovables que contribuyen a la transición energética y desarrollo sostenible empresarial.**

UNIDAD TEMÁTICA N° **3**

UNIDAD TEMÁTICA **Tecnologías y Soluciones Energéticas Sostenibles.**

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	7	**N° total de horas teóricas virtuales**	3
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática		10	

Contenidos de la UT	3.1 Energías renovables: Solar, Eólica, Hidroeléctrica, Biomasa. 3.2 Almacenamiento de energía y baterías. 3.3 Eficiencia energética en edificaciones e industrias. 3.4 Tecnologías emergentes en energía sostenible para entornos empresariales. 3.5 Microgrid y redes eléctricas descentralizadas.
Competencias a adquirir	El participante: • Identifica las principales características y beneficios de las energías renovables en la empresa. • Propone estrategias para lograr la eficiencia energética en sus empresas o negocios, para el mejoramiento de la productividad.
Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad virtual proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. Para esta unidad, la actividad de aprendizaje está asociada al conocimiento y profundización de las tecnologías y soluciones energéticas sostenibles. Se proponen estudios de casos que evidencien el desarrollo práctico de los diferentes conceptos, así como lecturas complementarias para un proceso formativo más eficiente y significativo.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	10	0

ID 8894

UT N° 4

AF N° 1

ACCIÓN DE FORMACIÓN Estrategias para el uso de energías limpias y renovables que contribuyen a la transición energética y desarrollo sostenible empresarial.

UNIDAD TEMÁTICA N° 4

UNIDAD TEMÁTICA Gestión Ambiental y Responsabilidad Social Corporativa.

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	7	**N° total de horas teóricas virtuales**	3
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática		10	

Contenidos de la UT	4.1 Puntos relevantes de la evaluación del Impacto Ambiental (EIA) para la transición energética. 4.2 Integración de energías limpias en estrategias empresariales. 4.3 Comunicación ambientalmente responsable. 4.4 Certificaciones y estándares en sostenibilidad. 4.5 Desarrollo de proyectos socialmente inclusivos.
Competencias a adquirir	El participante: • Identifica los elementos para una evaluación ambiental en procesos empresariales de transición energética. • Propone acciones para la Integración de Energías Limpias y el desarrollo de Proyectos Socialmente Inclusivos, que mejoren la competitividad en sus empresas y negocios.

Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad virtual proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. Para esta unidad, la actividad de aprendizaje se relaciona con la aplicación de conceptos estudiados en el contexto real de su actividad empresarial y laboral, luego de apropiar los diferentes elementos, características que conforman la gestión ambiental y la responsabilidad social empresarial. Se proponen participación en foro virtual y lecturas complementarias de profundización.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	10	0

ID 8895

UT N° 5

AF N° 1

ACCIÓN DE FORMACIÓN Estrategias para el uso de energías limpias y renovables que contribuyen a la transición energética y desarrollo sostenible empresarial.

UNIDAD TEMÁTICA N° 5

UNIDAD TEMÁTICA Integración de Tecnologías Digitales en la Transición Energética.

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	7	**N° total de horas teóricas virtuales**	3
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática		10	

Contenidos de la UT	5.1 Internet de las Cosas (IoT) en sistemas de energía. 5.2 Big Data y Analítica para la eficiencia energética. 5.3 Inteligencia Artificial en la operación de redes eléctricas. 5.4 Blockchain en transacciones energéticas. 5.5 Ciudades inteligentes y sostenibilidad empresarial.
Competencias a adquirir	El participante: • Reconoce las principales características y ventajas que ofrecen las Tecnologías Digitales en la Transición Energética en la empresa. • Propone usos de las tecnologías digitales para la transición energética en sus empresas y negocios como factor para mejorar la competitividad.
Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad virtual proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. La actividad de aprendizaje de esta unidad temática se orienta al conocimiento y profundización de las características y principales componentes de las tecnologías digitales y sus beneficios para la transición energética. Se proponen lecturas de profundización de textos relacionados con las temáticas.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	10	0

ID 8896

UT N° 6

AF N° **1**

ACCIÓN DE FORMACIÓN **Estrategias para el uso de energías limpias y renovables que contribuyen a la transición energética y desarrollo sostenible empresarial.**

UNIDAD TEMÁTICA N° **6**

UNIDAD TEMÁTICA **Cambio Cultural para la Sostenibilidad.**

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	7	**N° total de horas teóricas virtuales**	3
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática		10	

Contenidos de la UT	6.1 Concientización ambiental. 6.2 Involucramiento de la comunidad en proyectos sostenibles. 6.3 Cambio organizacional hacia prácticas sostenibles. 6.4 Comunicación efectiva en transición energética. 6.5 Liderazgo sostenible y gestión del cambio.
Competencias a adquirir	El participante: • Identifica los elementos y características para planificar y liderar procesos de cambio cultural hacia prácticas más sostenible en su entorno laboral. • Diseña estrategias de concientización para promover la sostenibilidad, la transición energética y el uso de energías limpia, como factor de productividad en sus empresas y negocios.
Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad virtual proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. Para esta unidad, la actividad de aprendizaje está asociada al conocimiento y profundización de los factores involucrados en un proceso de concientización ambiental y cambio organizacional hacia prácticas sostenibles. Se proponen estudios de casos que evidencien el desarrollo práctico de los diferentes conceptos, así como lecturas complementarias para un proceso formativo más eficiente y significativo.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	10	0

ID 8897

UT N° 7

AF N° **1**

ACCIÓN DE FORMACIÓN **Estrategias para el uso de energías limpias y renovables que contribuyen a la transición energética y desarrollo sostenible empresarial.**

UNIDAD TEMÁTICA N° **7**

UNIDAD TEMÁTICA **Creatividad, originalidad e iniciativa - Habilidad transversal.**

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	0

N° total de horas prácticas virtuales	0	**N° total de horas teóricas virtuales**	5
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática		5	

Contenidos de la UT	7.1 Fomento de la creatividad en los ambientes empresariales. 7.2 Métodos efectivos de generación de ideas a nivel individual y grupal. 7.3 Liderazgo y empoderamiento para la creatividad y la innovación en entornos empresariales.
Competencias a adquirir	El participante: • Identifica las técnicas de generación de ideas creativas e innovadoras a nivel individual y grupal, que estimulen la productividad empresarial. • Reconoce la importancia de incorporar la innovación como un componente estratégico en la cultura y operaciones de las empresas y negocios.
Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad virtual proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. Para esta unidad, las actividades de aprendizaje están asociadas al conocimiento y apropiación de las técnicas para generar ideas creativas e innovadoras en las organizaciones en las que los participantes desarrollan sus funciones, a través de torbellino e ideas en la plataforma virtual.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	5	0

ID 8898

UT N° 8

AF N° 1

ACCIÓN DE FORMACIÓN Estrategias para el uso de energías limpias y renovables que contribuyen a la transición energética y desarrollo sostenible empresarial.

UNIDAD TEMÁTICA N° 8

UNIDAD TEMÁTICA Desarrollo de Proyectos de Energía Sostenible.

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	5	**N° total de horas teóricas virtuales**	0
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática		5	

Contenidos de la UT	8.1 Planificación y Diseño de Proyectos de implementación de energías sostenibles y transición energética empresarial. 8.2 Evaluación de Factibilidad Técnica y Económica. 8.3 Gestión de Proyectos y Cumplimiento de Plazos. 8.4 Evaluación de Impacto Social y Comunitario. 8.5 Monitoreo y Evaluación de Proyectos Sostenibles.

Competencias a adquirir	El participante: • Reconoce los principales elementos para la planificación, diseño, gestión y evaluación de proyectos de transición energética empresarial. • Propone los principales aspectos para elaborar un proyecto de implementación de energías sostenibles y transición energética para su empresa, que le permita mejorar su competitividad.
Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad virtual proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. La actividad de aprendizaje de esta unidad temática se enfoca en la apropiación y profundización de los diferentes componentes de un proyecto de transición energética empresarial y su aplicación práctica en contextos empresariales reales de los participantes. Se proponen estudios de casos, ejercicios de aplicación práctica y lecturas complementarias.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	5	0

Proveedor de la formación - persona jurídica

El Capacitador persona jurídica contratado por UNDECO cumplirá con las siguientes condiciones:

1. Contar con cuatro (4) años de constitución legal, lo cual deberá demostrar a través del correspondiente certificado de existencia y representación legal o documento equivalente, expedido por la autoridad competente.
2. Demostrar mínimo cuatro (4) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas a entidades públicas o privadas. Esta experiencia debe acreditarse en el periodo comprendido entre los años 2010 a 2024.
3. Cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995 y/o las normas que les sean aplicables para su funcionamiento en el territorio nacional.

Material de formación

El diplomado “Estrategias para el uso de energías limpias y renovables que contribuyan a la transición energética y desarrollo sostenible empresarial” ha sido diseñado metodológicamente y guarda coherencia con la metodología teórico práctica. Este enfoque garantiza una coherencia intrínseca con la metodología de la formación, facilitando así la transferencia efectiva de conocimientos, así como con las unidades temáticas propuestas: Fundamentos de energías limpias y desarrollo sostenible, Políticas y regulaciones en energías limpias para la transición energética, Tecnologías y soluciones energéticas sostenibles, Gestión ambiental y responsabilidad social corporativa, Integración de tecnologías digitales en la transición energética, Cambio cultural para la sostenibilidad, Creatividad, originalidad e iniciativa y Desarrollo de proyectos de energía sostenible.

La estructuración metodológica del material académico se convierte en un elemento clave para asegurar la alineación con los principios formativos y las unidades temáticas definidas para esta acción, optimizando de este modo la eficacia en la transmisión de saberes, al reunir los medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan el desarrollo de las acciones de formación, con los requerimientos didácticos y funcionales requeridos para la formación virtual. Se propondrán ejercicios de aplicación de los conceptos vistos, estudio de casos y lecturas complementarias con el objetivo de lograr que los participantes desarrollen un proceso formativo autónomo, eficiente, progresivo y significativo.

El material de formación estará alojado en una plataforma que cumple con los requerimientos técnicos y permite la accesibilidad y usabilidad, haciendo uso de aplicaciones y herramientas multimedia interactivas como Slido, para aprender y repasar conceptos de forma entretenida, mediante preguntas tipo test, y cautivar la atención de las personas y uso de nuevas tecnologías como base de su formación (no están en el presupuesto, pero si estarán en uso en las clases virtuales y el costo será asumido por UNDECO), Objetos Virtuales de Aprendizaje -OVA de carácter multimedial que combinan, textos, imágenes, e hipervínculos a sitios y documentos; en los que se desarrolla el contenido de las unidades, temas y subtemas en que se divide el diplomado. Así mismo, se contará con documentos descargables.

Gestión del Conocimiento

Ítem Gestion Conocimiento
Infografía (Póster)

Alineación de la acción de formación

Alineación
CONPES - Transición energética

Justificación de la Alineación

El CONPES 4129 de Reindustrialización "uno de los pilares de la polí ca de reindustrialización debe ser garantizar el suministro de energía confiable, sostenible y eficiente requerida para la industria existente y la futura. Por ello, el enfoque en materia de suministro de energéticos para la reindustrialización debe considerar un equilibrio entre competitividad de la industria y los objetivos ambientales de la transición energética." En este sentido, la transformación productiva consiste en aprovechar el uso la implementación de energías limpias para alcanzar una transición y eficiencia energética que permita a las empresas ser más productivas y competitivas en la producción de productos y servicios, innovar y ampliar la perspectiva de acceder a nuevos mercados nacionales e internacionales.

En este sentido, Las Bases Plan Nacional de Desarrollo, Colombia potencia mundial de la vida 2022 – 2026, en su eje 4 plantea una “transición energética justa, segura, confiable y eficiente para alcanzar carbono neutralidad y consolidar territorios resilientes al clima”, fundamentada, entre otros, en la “aceleración de una transición energética justa, cuyos principales esfuerzos están enfocados en: impulsar la incorporación de nuevas fuentes de generación de energía eléctrica a par r de Fuentes No Convencionales de Energía Renovable (FNCER); la seguridad y confiabilidad energética y diversificación productiva, la reconversión laboral con enfoque territorial y diferencial y la eficiencia energética y del mercado como factor de desarrollo económico, entre otros.

Acción de formación especializada

La educación es el pilar fundamental para la adopción de energías renovables. Al proporcionar a las personas el conocimiento necesario y especializado sobre las fuentes sostenibles y sus beneficios, se fomenta la toma de decisiones informadas. Los trabajadores educados en energías renovables comprenden su importancia y estarán más dispuestos a adoptar prácticas y tecnologías sostenibles. La formación también despierta la conciencia sobre los impactos ambientales de las fuentes de energía convencionales. A medida que las personas reconocen las emisiones de gases de efecto invernadero y los problemas asociados con los combustibles fósiles, es más probable que busquen alternativas limpias y renovables, además, ayuda a difundir esta conciencia y a fomentar una actitud más responsable hacia el medio ambiente. A medida que la industria crece, surgen nuevas oportunidades laborales. Es esencial proporcionar a los estudiantes las habilidades y los conocimientos necesarios para aprovechar estas oportunidades y contribuir al desarrollo sostenible. La educación desempeña un papel crucial en la formación de una generación de innovadores y líderes en el campo de la energía sostenible como factor para mejorar la productividad y la competitividad.

En coherencia con lo anterior, la última encuesta realizada por UNDECO, realizada a sus agremiados evidencia que uno de los desafíos que enfrentan actualmente está relacionado con el desarrollo sostenible y el crecimiento de sus empresas o negocios, que se manifiesta en aspectos como: producción y oferta de productos o servicios amigables con el medio ambiente, adopción de fuentes de energía renovable y manejo de residuos y reciclaje, lo cual se alinea con barreras asociadas al desarrollo de capacidades para la gestión empresarial, conocimiento y acceso a la tecnología, las preocupaciones frente a la competencia nacional e internacional relacionadas con la innovación tecnológica y empresarial, la creación de nuevos negocios, la generación de nuevos modelos de negocio y el acceso a nuevos mercados, y a las necesidades de formación en relación con temas de desarrollo sostenible, medio ambiente, uso y aprovechamiento de energías limpias.

Para UNDECO una de las maneras más importantes para aumentar la competitividad de las empresas en una economía mundial es a través de la formación especializada continua y a la medida de las necesidades. Las empresas tienen que adaptarse a múltiples cambios, ser flexible y conseguir que los empleados sean lo más eficaces posibles para maximizar la productividad, la formación en temas especializados es el camino que debemos recorrer para lograrlo. Por estas razones, UNDECO pretende beneficiar de las acciones de formación a sus agremiados con procesos de formación y actualización especializados, como lo es este diplomado virtual, de metodología teórico práctica que permite mejorar sus conocimientos y habilidades en el diseño de estrategias y métodos, generar nuevas prácticas empresariales relacionadas con el uso de energías limpias, transición y eficiencia energéticas para el crecimiento y desarrollo de negocios productivos, competitivos, sostenibles e innovadores.

Resultados - Impacto de la formación en el desempeño del trabajador y aplicación de conocimientos en el puesto de trabajo

Los participantes:

• Estarán en capacidad de evaluar y comparar diversas fuentes de energía limpia, identificando sus ventajas y desventajas en términos de sostenibilidad, eficiencia y productividad.
• Podrán diseñar estrategias y planes de transición energética para sus organizaciones, considerando factores como la diversificación de fuentes de energía y la eficiencia energética.
• Desarrollarán habilidades específicas de gestión de proyectos para iniciativas de energía limpia, incluyendo la planificación, ejecución y monitoreo de proyectos que promuevan la sostenibilidad y la transición hacia fuentes de energía renovable.
• Aprenderán a comunicar de manera efectiva los beneficios y desafíos asociados con la transición energética y el uso de energías limpias, tanto a nivel empresarial como de la comunidad en general, fomentando la conciencia ambiental.

Resultados - Impacto de la formación en la productividad y competitividad organizacional

Impactos en la productividad:
• Permite a los trabajadores adoptar prácticas más eficientes y sostenibles en el uso de recursos energéticos, lo que lleva a una mejora en la eficiencia operativa general de la organización.
• Posibilita aumentar la capacidad de la organización para hacer frente desabastecimiento e interrupciones en el servicio de energía, para asegurar el eficiente funcionamiento de sus operaciones y el desarrollo continuo de sus procesos productivos
• Mejora la eficiencia en el uso de recursos y reducir las emisiones, lo que tiene un impacto positivo en la calidad del aire, los ambientes de trabajo y el bienestar general de los trabajadores que redunda en una fuerza laboral más saludable y productiva.
• Mediante el uso eficiente de la energía, se aumenta la productividad y se reducen costos energéticos e impactos ambientales.

Impactos en la Competitividad organizacional:
• Permite diferenciar a la organización en el mercado, posicionándola como líder en sostenibilidad y atrayendo a consumidores y socios comerciales comprometidos con prácticas responsables.
• Ayuda las empresas a cumplir con las normativas ambientales y estándares de sostenibilidad, lo que mejora su reputación y evita posibles sanciones.
• Fomenta la innovación y la capacidad de adaptación al cambio en el mercado, pues las empresas que adoptan tecnologías limpias están mejor preparadas para enfrentar desafíos y aprovechar oportunidades emergentes.

Indicadores de Impacto

Indicador - Mejoramiento en la empleabilidad	Valor Indicador - Meta

Número de trabajadores con incremento salarial despues de recibir la formación	10
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	512
Meta %	% 1,95
Indicador - Retención de trabajadores	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que continuan en sus empresas luego de recibir la formación	490
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	512
Meta %	% 95,70
Indicador - Movilidad laboral	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que cambian sus condiciones laborales luego de recibir la formación	10
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	512
Meta %	% 1,95
Indicador - Empresas beneficiarias	**Valor Indicador - Meta**
Número de empresas beneficiarias de de la acción de formación	40
Número de empresas de el(los) sector(es) que representa	1500
Meta %	% 2,67
Indicador - Trabajadores beneficiarios	**Valor Indicador - Meta**
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	512
Número total de trabajadores de la(s) empresa(s) que representa la empresa/ gremio	35000
Meta %	% 1,46

Justificación lugar de ejecución

UNDECO pretende favorecer a sus miembros mediante esta formación en los departamentos donde opera, como Magdalena, Atlántico y Cesar, centrándose especialmente en Departamentos de Menor Índice de Competitividad, y busca ampliar el conocimiento y fortalecer las habilidades que permitan incorporar energías renovables para incentivar el desarrollo sostenible y mejorar la productividad de sus empresas y negocios.

La acción formativa tiene una duración de 30 días calendario, sujeta al tiempo establecido por el SENA, y se realizará en 16 grupos de 32 beneficiarios cada uno. La distribución específica se planifica asignando 192 beneficiarios para Magdalena, 160 para Cesar y 160 para Atlántico, optimizando así el alcance y la diversidad de participantes.

Lugar de ejecución

Departamento	N° Beneficiarios
MAGDALENA	32
MAGDALENA	32
ATLÁNTICO	32
CESAR	32
CESAR	32
CESAR	32
MAGDALENA	32
MAGDALENA	32
MAGDALENA	32
MAGDALENA	32
ATLÁNTICO	32
ATLÁNTICO	32
ATLÁNTICO	32
ATLÁNTICO	32
CESAR	32
CESAR	32

Presupuesto de la AF

Rubro	Descripción	Cofinanciación SENA	%	Contrapartida especie	%	Contrapartida dinero	%	Valor total
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	R07.01- Gastos de Operación del Proyecto	$ 0	% 0,00	$ 113.397.760	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 113.397.760
R08.3 Formación Virtual - Diplomado 80 horas	R08.3 Formación Virtual - Diplomado 80 horas	$ 969.900.000	% 83,82	$ 0	% 0,00	$ 187.220.000	% 16,18	$ 1.157.120.000
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	64	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 27.951.391	% 100,00	$ 27.951.391

	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida en Especie	% Especie	Contrapartida en Dinero	% Dinero	COSTO TOTAL AF
COSTO TOTAL DE LA AF	$ 969.900.000	% 74,70	$ 113.397.760	% 8,73	$ 215.171.391	% 16,57	$ 1.298.469.151

Presupuesto Transferencia de Conocimiento y Tecnología

Rubro	% de Beneficiarios Número de beneficiarios de transferencia	Cofinanciación SENA	Porcentaje Cofinanciación	Contrapartida Especie	Porcentaje Especie	Contrapartida Dinero	Porcentaje Dinero	Valor Total
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	% 012 64	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 27.951.391	% 100,00	$ 27.951.391

Presupuesto Gastos de operación

Rubro	Cofinanciación SENA	Porcentaje Cofinanciación	Contrapartida Especie	Porcentaje Especie	Contrapartida Dinero	Porcentaje Dinero	Valor Total
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	$ 0	% 0,00	$ 113.397.760	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 113.397.760

Presupuesto Garantías

Rubro	Cofinanciación SENA	Porcentaje Cofinanciación	Contrapartida Especie	Porcentaje Especie	Contrapartida Dinero	Porcentaje Dinero	Valor Total

Rubro	Cofinanciación SENA	Porcentaje Cofinanciación	Contrapartida Especie	Porcentaje Especie	Contrapartida Dinero	Porcentaje Dinero	Valor Total

AF N° : 2

ACCIÓN DE FORMACIÓN : Desarrollo de iniciativas innovadoras con impacto en el crecimiento empresarial.

Volver al Listado de AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1463#Indice-6)

Tipo de Acción de Formación

Acción de Formación

Necesidad o problema puntual detectado en la empresa/gremio, a la que se puede dar respuesta total o parcial mediante formación

Limitada capacidad para fomentar y desarrollar iniciativas de innovación que impacten positivamente el desarrollo y el crecimiento empresarial.

Herramientas utilizadas para obtener la necesidad

Herramienta Utilizada	Muestra Poblacional
Encuesta	792

Fecha de diagnóstico

22/11/2023

Otro tipo de herramienta, cual?

N/A

La herramienta es de creación propia?

Si

La Empresa/Gremio cuenta con un plan de capacitación?

Si

Descripción de la herramienta

Durante el segundo semestre de 2023, la Unión Nacional de Comerciantes (UNDECO) realizó un diagnóstico entre sus asociados, cuyo objetivo era determinar los principales desafíos que enfrentan, necesidades e intereses, con el fin de identificar áreas de mejora, diseñar programas de apoyo, fortalecer la representación gremial y, de esta forma, definir los proyectos, iniciativas y actividades a nivel productivo, cultural, tecnológico, educativo, social y humanitario, que conforman su plan de acción 2024-2025.

El instrumento utilizado fue una encuesta estructurada con ocho (8) preguntas abiertas y una (1) cerrada, que se aplicó a los participantes en los diferentes eventos desarrollados por UNDECO, en el segundo semestre del año anterior, entre los que se destacan: la feria y rueda de negocios “se vale reactivarse” ; la jornada de formación empresarial, el bootcamp “Nuevos modelos de negocios basados en la industria 4.0 para la transformación comercial y el desarrollo productivo”; el lanzamiento de la iniciativa "Red de Tiendas Seguras" y el proyecto “la sierra vuelve a sembrar”, que contaron con la participación de más de 1.150 personas de los sectores industrial, agropecuario, comercial y de servicios, de los cuales se recogieron 985 encuestas.

El perfil de las personas participantes en estos eventos, se encuentra categorizado en 3 niveles: uno que corresponde a trabajadores de las empresas agremiadas a UNDECO y sus cadenas productivas de los niveles medio y operativo que desempeñan funciones de mercadeo, gestión administrativa, gestión comercial, promoción, atención al cliente, información y publicidad, operación y/o asesoría, entre otras. El segundo, está relacionado con emprendedores, empresarios, directivos y funcionarios de la alta gerencia; y, finalmente, el tercer perfil corresponde básicamente a campesinos (emprenderos rurales y productores agrícolas en menor escala).

El instrumento consta de ocho (8) preguntas: 1) Mencione 3 desafíos que usted considera, enfrenta su empresa o negocio en la actualidad, 2) ¿Cuáles considera que son las principales barreras para el crecimiento de su negocio? (menciones por lo menos 3), 3) ¿Cómo percibe el impacto de la tecnología en su empresa: Alto___ Medio___, Bajo___; 4), ¿Cuáles son sus principales preocupaciones en relación con la competencia local e internacional? (Relacione mínimo 3), 5) ¿Cuáles son las áreas específicas en las que le gustaría recibir formación para mejorar su negocio, 6) ¿Qué tipo de apoyo o recursos le gustaría recibir de la UNDECO?, 7) ¿Qué tipo de servicios adicionales le gustaría que UNDECO ofreciera a sus agremiados?, 8) ¿Cuáles son sus expectativas con respecto a la representación gremial y cómo cree que la UNDECO podría fortalecerla? Del mismo modo, la consulta se realizó entre los funcionarios de UNDECO con el fin de contrastar la opiniones que permitan diseñar planes internos de capacitación acordes a las necesidades detectadas. Los resultados de este último diagnóstico entre los funciones contó con un espacio de socialización y opinión, que dio como resultado la identificación de las oportunidades de mejoras en las diferentes áreas y la propuesta de alternativas de solución

para ser incluidas dentro de los retos de la organización para el 2024.

De las 985 encuestas recogidas, después de un proceso de depuración de las mismas, se obtuvo un total de 792 encuestas válidas para la respectiva tabulación. Con el fin de establecer las tendencias de mayor frecuencia en las respuestas a las preguntas abiertas se utilizó la herramienta “Word Cloud Generator”, con el fin de configurar las correspondientes nubes de palabras que permitieran establecer las categorías más relevantes para el análisis y diagnóstico. El resultado para los desafíos y barreras fueron: tecnología, sostenibilidad y crecimiento empresarial, seguridad, competitividad, finanzas personales y empresariales y acceso a programas de apoyo y crédito. En cuanto necesidades o intereses de formación, la categorización correspondió a: innovación empresarial, uso de herramientas tecnológicas IA, desarrollo de proyectos productivos, nuevas estrategias de mercado y comercialización, servicio y atención al cliente, cuidado del ambiente con energías limpias y renovables, innovación y comercialización agrícola, educación financiera y técnicas de negociación.

Resumen de resultados principales del diagnóstico de necesidades de formación

De acuerdo con el análisis de los resultados se evidencia una tendencia mayoritaria en los siguientes temas: apropiación e implementación de la tecnología como un factor de desafío, pero cuyo conocimiento y costos, se convierten en una barrera de acceso y consecuente desarrollo de sus negocios; esto es coherente con el alto impacto que perciben de esta en sus empresas y las necesidades de formación, que en su mayoría, se relacionan con el uso herramientas tecnológicas, inteligencia artificial en los negocios, digitalización de procesos e innovación tecnológica. En segundo lugar, los encuestados reconocen que uno de los desafíos que enfrentan actualmente está relacionado con el desarrollo sostenible y el crecimiento de sus empresas o negocios, que se manifiesta en aspectos como: producción y oferta de productos o servicios amigables con el medio ambiente, adopción de fuentes de energía renovable y manejo de residuos y reciclaje. En tercer lugar, se encuentra la seguridad, tanto como desafío que tienen que enfrentar los empresarios, como una barrera para el crecimiento de sus negocios. Al mismo nivel se encuentra el tema de la competitividad, asociado a factores de innovación empresarial y tecnológica, nuevos modelos de negocio, gestión empresarial, capacidad de acceso y de competitividad en mercados internacionales, nuevas estrategias de mercado y comercialización y servicio al cliente; lo cual es coherente con el alto porcentaje de respuestas relacionadas con las preocupaciones respecto a la competencia nacional e internacional.

Es importante resaltar, por sus características, en los resultados de las encuestas respondidas por los emprenderos rurales y productores agrícolas en menor escala (campesinos) se destacan como principales desafíos: la tecnificación de la producción agrícola con el uso de la tecnología, la comercialización de productos agrícolas de manera directa, sin intermediarios y desarrollo de procesos agroindustriales y la posibilidad de incursionar en los mercados internacionales. Encontrándose dentro de las barreras: el acceso al conocimiento y adquisición de la tecnología pertinente, la capacidad para desarrollar proyectos productivos innovadores y la sostenibilidad de los emprendimientos. Lo cual es coherente con las preocupaciones frente a la competencia nacional e internacional y las necesidades de formación, expresadas en las preguntas 4 y 5 respectivamente, de la encuesta. Finalmente, en un menor porcentaje se encuentran temas relacionados con el manejo de las finanzas tanto a nivel personal como empresarial y acceso a programas de apoyo y crédito. En cuanto a necesidades de formación, el menor porcentaje corresponde a temas de: administración, contabilidad, técnicas de ventas, manejo de conflictos, entre otros de menor ponderación.

Finalmente, podemos mencionar que entre los aspectos relacionados con el apoyo que les gustaría recibir de UNDECO (pregunta 6), se destacan: una mayor asesoría para el mejoramiento de las diferentes áreas, procesos administrativos de las empresas, acompañamiento en las distintas gestiones ante los entes y dependencias especialmente oficiales, apoyo en la elaboración y presentación de solicitudes ante las entidades financieras. En referencia a los servicios adicionales que les gustaría que UNDECO les ofreciera (pregunta 7), presentan un mayor porcentaje de respuesta: las asesorías tributarias, asesorías financieras, apoyo en procesos de comercio exterior y oportunidades de exportación, realización de más de eventos de capacitación en diferentes áreas y actualización permanente en normativa y disposiciones relacionadas con los negocios.

En cuanto a las expectativas con respecto a la representación gremial (pregunta 8), se destacan: la creación de agrupaciones o “clusters” de acuerdo con los productos que comercializan o los servicios que prestan las empresas y negocios, mayor presencia como asociación en ciertos segmentos de comercio y crear junto con las autoridades frente de seguridad, especialmente para los comercios.

Por último, es importante mencionar que el espacio de consulta y socialización entre los funcionarios permitió identificar algunas oportunidades de mejora siendo de opinión común y de mayor relevancia las relacionadas con el fortalecimiento de habilidades para desarrollar una comunicación asertiva que permitirá minimizar reprocesos y aportar a un buen clima laboral; optimización del proceso de atención al clientes internos y externos para prestar un mejor servicio y consolidar relaciones; procesos logísticos que requieren disminuir los tiempo de confirmación y respuesta a proveedores participantes de eventos y ferias; entre otros.

A continuación, se describen los principales resultados obtenidos en las preguntas que proporcionan información pertinente para el diagnóstico de las necesidades de formación.

Pregunta 1: desafíos relacionados con el conocimiento, uso e implementación de la tecnología, inteligencia artificial en los negocios y digitalización de procesos, 63%; desafíos relacionados con desarrollo empresarial sostenible, crecimiento socioeconómico, desarrollo y comercialización de productos o servicios ecológicos, adopción y manejo de nuevas fuentes de energía y el manejo de residuos y reciclaje, 55%; desafíos relacionados con la competitividad, nuevas ideas y modelos de negocio, innovación empresarial, acceso a nuevos mercados a nivel nacional como internacional, 51%; nuevas estrategias de mercado y comercialización centradas en el cliente y nuevas estrategias digitales de venta, servicio y atención al cliente, 47%; asociatividad, cadenas de suministros, venta de productos agrícolas de manera directa, 35%; desafíos relacionados con la seguridad ciudadana y jurídica, 28%; desafíos relacionados con el manejo formal de las finanzas, uso de herramientas financieras, modelos financieros para los negocios, 23%; desafíos en cuanto al conocimiento de programas y fuentes formales de financiación y crédito y forma de elaborar y presenta de proyectos de financiación sustentables, 18%.

Respecto a la pregunta 2: barreras relacionadas con el conocimiento, acceso y adquisición de tecnología, 58%; barreras que encuentran es la relacionada con el desconocimiento de estrategias que ayuden con el cuidado del ambiente, ellos saben que lo deben hacer, pero no tienen claras las estrategias que le permitan su aplicación o lo que representa en términos productivos, 54%; barreras relacionadas con innovación empresarial, son muchas ideas sin desarrollarse o por recursos, por falta de cultura innovadora en la empresa, 51%; barreras asociadas al desarrollo de capacidades para la gestión empresarial, conocimiento y acceso a la tecnología, sostenibilidad en el tiempo y relevo generacional, 46%; Barreras relacionadas con las capacidades administrativas de los trabajadores del campo, 60%; barreras asociadas a problemas financieros, logísticos y administrativos, 39%; otras barreras de índole personal, familiar u otros factores, 23%.

Frente a la pregunta 3, el 83% de los encuestado perciben un alto impacto de la tecnología en sus negocios, el 11% un impacto medio y 6% un bajo impacto.

En cuanto a la pregunta 4, las principales preocupaciones frente a la competencia nacional e internacional, la mayoría de las respuestas están relacionadas con la innovación tecnológica y empresarial, 73%, la creación de nuevos negocios y la generación de nuevos modelos de negocio, 63%; el acceso a nuevos mercados, 61%, y generación de valores agregados en cuanto a atención y servicios de asesoría, acompañamiento e interacción con los clientes/usuarios, 59%, comercialización de productos limpios, 48%; y aspectos relacionado con estrategias de promoción, mercadeo y venta directa de productos agrícolas, 35%.

Respecto de la pregunta 5, las principales necesidades e intereses en formación, se centran en: innovación tecnológica y empresarial, 82%; uso de herramientas tecnológicas IA, 77%; nuevas estrategias de mercado y comercialización, servicio y atención al cliente, 72%; desarrollo sostenible, medio ambiente, uso y aprovechamiento de energías limpias y renovables, 68%; desarrollo de proyectos productivos, comercialización agrícola 59%.

En relación con el análisis interno de necesidades entre los funcionarios de UNDECO, la mayoría estuvo de acuerdo en requerir formación que les permita optimizar el proceso de atención a clientes internos y externos para prestar un mejor servicio con el uso de herramientas tecnológicas, 82%; desarrollar una comunicación asertiva que contribuya a minimizar reprocesos y aportar a un buen clima laboral, 75%; adelantar procesos logísticos efectivos que disminuyan los tiempo de respuesta a proveedores de eventos y ferias; entre otros con un menor interés.

El anterior ejercicio de diagnóstico se convierte en una poderosa y, a la vez, valiosa herramienta que permite revalidar y fortalecer la misión, objetivo y fines de UNDECO como asociación, ya que los resultados obtenidos tienen un impacto directo y significativo en la definición de proyectos, programas y acciones a desarrollar en el corto y mediano plazo. Los resultados obtenidos ponen de manifiesto una serie de problemáticas y necesidades que pueden ser atendidas mediante procesos de formación que proporcionen el conocimiento y las herramientas adecuadas para potenciar y mejorar las habilidades y capacidades de los agremiados para proponer, diseñar e implementar estrategias, procesos y actividades que fortalezcan la productividad, mejoren la competitividad y permitan el crecimiento y desarrollo de las empresas, los negocios, los trabajadores y sus familias. En este orden de ideas, encontramos como necesidades prioritarias: El bajo nivel de conocimiento y apropiación de la tecnología; la falta de conocimiento en el uso e implementación de energías limpias para la transición y eficiencia energética; la baja capacidad para la innovación, el desarrollo de nuevos modelos de negocio y el emprendimiento; la escasez de herramientas cognitivas y procedimentales para la gestión empresarial, el desarrollo sostenible y sustentable, la productividad y competitividad; la poca preparación en el manejo eficiente de la producción y comercialización de productos agrícolas.

Análisis causas y efectos de la necesidad de formación detectada

Causas:
- La ausencia de una cultura organizacional que fomente la creatividad, la diversidad de pensamiento y el trabajo colaborativo.
- La resistencia de los trabajadores y/o líderes de las organizaciones a abandonar prácticas tradicionales y adoptar nuevas formas de trabajo.
- Las presiones para obtener resultados, prioritariamente cuantificables, a corto plazo.
- Falta de implementación de estrategias de innovación en la empresa
- Deficiente comunicación sobre la importancia de la innovación y la participación activa de los trabajadores en el proceso.

Efectos:
- Baja motivación y predisposición de los trabajadores para proponer y probar nuevas ideas, limitando el potencial de innovación.
- Ralentización en la adopción de nuevos procesos, metodologías o tecnologías, limitando la capacidad de la empresa para mantenerse competitiva en un entorno en constante evolución.
- Priorización de iniciativas de bajo riesgo y retorno a corto plazo, en cambio de hacer inversiones estratégicas a largo plazo, lo que reduce la capacidad de la empresa para innovar de manera significativa.
- Falta de comprensión y compromiso por parte del personal, lo que obstaculiza la generación de ideas y la implementación de proyectos innovadores.

Justificación de la necesidad detectada según resultados cuantitativos y cualitativos del diagnóstico realizado y según fuentes internas o externas de información

La necesidad detectada, se sustenta en resultados cuantitativos y cualitativos de fuentes internas y/o externas que respaldan la iniciativa de llevar a cabo la acción de formación especializada "Desarrollo de iniciativas innovadoras con impacto en el crecimiento empresarial".

La necesidad se enmarca en el contexto de las bases del Plan Nacional de Desarrollo, Colombia potencia mundial de la vida 2022-2026, que en su eje 4 “Internacionalización, transformación productiva para la vida y acción climática”, plantea que “la falta de innovación, investigación y desarrollo ha profundizado la pobreza y aumentado la acumulación de capital en actividades de baja productividad y poco diversificadas” Así mismo, propone adelantar procesos de reindustrialización de acuerdo con las potencialidades regionales, los cuales deben ser accesible a toda la población e intensivos en conocimiento y tecnología (1).

Por otra parte, Colombia ocupa el puesto 63 entre 132 países en el Índice Global de Innovación. En 2020 apenas invirtió el 0,24 % del PIB en actividades de Investigación y Desarrollo (I+D), estando por debajo del promedio de América Latina que es 0,65 %, y muy lejos de la OCDE que es 2,5 %. Por otra parte, Colombia presenta un mejor desempeño en lo relacionado a insumos de innovación (puesto 63) frente a productos de innovación (puesto 70); lo que significa que, si bien está en una mejor posición en los insumos de innovación, hay una menor producción de innovación en relación con su nivel de inversiones en innovación. Lo anterior muestra que existe una gran oportunidad para impulsar la Innovación que transforme las nuevas ideas mediante el uso eficiente de los recursos para que las empresas puedan surgir, consolidarse, crecer y tecnificarse, aportar una ventaja competitiva y sostenible, aumentar la productividad, atraer nuevos inversionistas, generar la apertura de nuevos mercados y una mayor participación en nuevos negocios, promoviendo el crecimiento económico del país (2).

La mayoría de las empresas saben que deben innovar para mantenerse al día con el ritmo de cambio del mercado. Con los avances tecnológicos que revolucionan todas las industrias, las empresas deben innovar para seguir siendo relevantes y no quedarse atrás. Cuando se hace correctamente, la innovación empresarial hace un balance de hacia dónde se dirige el mercado debido a los posibles disruptores o las cambiantes demandas de los consumidores. Las empresas utilizan esa información para realizar cambios estratégicos y atraer a empleados internos a fin de que sean emprendedores. De hecho, las empresas innovadoras son recompensadas no solo por estar preparadas para el futuro, sino también por contar con los mejores talentos y una mayor demanda de los consumidores. La innovación en Colombia se ha convertido en un factor crítico y determinante para el crecimiento, desarrollo y consolidación de las pequeñas y medianas empresas.

Tanto la adopción tecnológica, así como la innovación siguen siendo la prioridad de las compañías en el país. Así quedó evidenciado en el más reciente informe de la firma HubSpot, titulado ‘Crecimiento Empresarial Sostenible en la Era Digital’, y que contó con la participación de 250 líderes en Colombia. De acuerdo con las cifras, para este año, el 47,6 % de los líderes consultados tienen como prioridad realizar innovaciones en productos y servicios, mientras que el 96% de los encuestados afirmó que el uso de nuevas herramientas tecnológicas son “esenciales o muy importantes” en el crecimiento de sus organizaciones. Ante la pregunta, si la empresa ha adoptado totalmente tecnologías innovadoras en los últimos dos años, el 36% de los líderes colombianos señaló que lo han venido haciendo, mientras que el 63% apuntó que esperan adoptar tecnologías innovadoras en los próximos años. En cuanto a la eficiencia e influencia en el crecimiento de las empresas, el estudio reveló que las herramientas que cumplen mejor esta finalidad son las que están enfocadas en la automatización de procesos (30,1%,), seguida de las herramientas de analítica de datos (27,2%); y las plataformas de software de CRM - Customer Relationship Manager - (23,9%) enfocadas en la gestión de relaciones con clientes. Por su parte, en lo que respecta a la relevancia de las herramientas tecnológicas que usan, los líderes encuestados (39,2%) consideraron que la inteligencia artificial viene ganando mayor terreno. Al preguntar sobre los usos en la toma de decisiones y operaciones, el 23,8% dijo que la usa para chatbots y servicio al cliente, mientras que el 20,9% la emplean para automatizar tareas, y el 18,6% para análisis predictivos de ventas; servicios. Otro de los hallazgos del informe es que el uso de los datos sigue siendo relevante entre las compañías. Según los líderes consultados, “la gestión y análisis de datos se erigen como elementos críticos para el crecimiento empresarial”. Frente al futuro, las empresas consideraron fortalecer las habilidades de sus colaboradores “con el fin de hacer uso estratégico de herramientas tecnológicas”. Entre las más importantes se destacan la programación y el desarrollo de software (24,5%), el marketing digital (22,8%), y el análisis de datos (20,6%). Pero si bien la tecnología es clave para las compañías colombianas, los líderes empresariales también identificaron otros puntos claves. Por ejemplo, el 35,6% de los ejecutivos señaló que la expansión hacia nuevos mercados es una prioridad de la organización, mientras, el 15,6% de los encuestados precisó que la eficiencia operativa tiene un espacio en la agenda. Al consultar sobre la diversificación de cartera de productos, el 40% dijo que la mejor estrategia es lanzar nuevos productos, mientras que el 30,8% cree que lo más conveniente es enfocarse en el lanzamiento de colaboraciones estratégicas con otras marcas. Respecto a los desafíos para este año, las empresas consideraron que dentro de los puntos más importantes para su crecimiento sostenible están la implementación de las nuevas tecnologías (31,2%), seguido del aumento de costos (18,4%), y la creación de una cultura organizacional productiva (17,8%). A nivel general, el reporte

identificó otros retos como: contratar más personal, mejorar la comunicación interna de los equipos de trabajo, la creación de cultura productiva y motivar a los empleados. “Estos desafíos destacan la complejidad de equilibrar el crecimiento con la gestión efectiva de recursos humanos y tecnológicos”, resaltó el informe (3).

En relación con lo anterior, los comerciantes agremiados a UNDECO, manifiestan que uno de los principales desafíos que enfrentan actualmente, está relacionado con la competitividad, nuevas ideas y modelos de negocio, innovación empresarial, acceso a nuevos mercados a nivel nacional como internacional, en la que un 51% de los encuestados manifiesta que este es uno de los principales elementos que inciden en este factor. En coherencia con esto, se encuentra que el 51% de los participantes en la encuesta, mencionan que una de las barreras que encuentran para el aumento de la productividad y la competitividad está relacionadas con innovación empresarial, son muchas ideas sin desarrollarse o por recursos, por falta de cultura innovadora en la empresa. Igualmente, el 73% de los encuestados, manifiesta que las principales preocupaciones frente a la competencia nacional e internacional, están relacionadas con la innovación tecnológica y empresarial, en concordancia con lo expresado en cuanto a necesidades de formación, donde el 82% de los encuestados mencionan interés en temas de innovación tecnológica y empresarial.

Lo anterior, evidencia la pertinencia de desarrollar acciones de formación especializadas que proporcionen conocimientos, desarrollen y fortalezcan las capacidades de los trabajadores y las organizaciones para desarrollar iniciativas de innovación que impacten positivamente el desarrollo y el crecimiento empresarial.

1. https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/portalDNP/PND-2023/2023-05-04-bases-plan-nacional-de-inversiones-2022-2026.pdf. Págs. 139-143
2. https://minciencias.gov.co/sala_de_prensa/colombia-sube-posicion-en-el-indice-global-innovacion-2022#:~:text=Los%20resultados%20de%20esta%20edici%C3%B3n,con%20respecto%20al%20a%C3%B1o%202021.
3. https://www.portafolio.co/negocios/empresas/dos-de-cada-tres-lideres-planean-implementar-tecnologias-innovadoras-597998

Objetivo de la acción de formación

Fortalecer los conocimientos de los agremiados a UNDECO, sus trabajadores y cadena productiva, con el fin de generar competencias que les permitan proponer y desarrollar iniciativas de innovación que impacten positivamente el desarrollo y el crecimiento empresarial.

Solo aplica para Acciones de Formació alineadas al SNC (Cualificaciones)

Nombre del catálogo	
Nombre de la cualificación	
Brecha de capital humano	

Evento de formación

Tipo de evento de formación	Diplomado	**Modalidad de formación**	Virtual
Tipo de ambiente de aprendizaje		Aula virtual	
Número de grupos	16	**Número de horas por grupo**	80
Número de beneficiarios por grupo	32	**Número de días por grupo de la AF**	30
Número de beneficiarios de la AF	512	**Número total de horas por AF**	12 80

Perfil Beneficiarios

Area(s) funcional(es)

Área Funcional	***Otra***
Innovación	
Otra	Administrativa
Producción	
Tecnología	

Área Funcional	*Otra*
ventas	

Justificación áreas funcionales a beneficiar

La forma en que se gestionan el talento, las oportunidades y los riesgos determina el rumbo del negocio y este es determinante para el éxito o el fracaso de un emprendimiento. La innovación es un concepto amplio en este contexto. Puede ser, simplemente, un ajuste en un producto ya existente que permita atraer nuevos públicos o una serie de procesos que introducen cambios a distintos niveles de la organización. Generar una cultura de innovación en el seno de las compañías que no han nacido con esta mirada en su ADN requiere compromiso y motivación en todos los niveles. La clave estará en construir una visión estratégica del negocio que impulse a pensar distinto para lograr cambios.

Para lograrlo, iniciaremos con formación en las áreas administrativa, de producción, de Innovación, de tecnología y ventas, de tal forma las empresas y negocios logren un cambio que genere valor tanto en los procesos de la organización como en el diseño e implementación de proyectos que cristalicen en productos y servicios nuevos.

Cargo/ocupaciones/denominación

Cargo
En el área de producción, se encuentran cargos como gerentes de producción, trabajadores de producción, operadores de maquinaria, inspectores de control de calidad y demás.
En el área de innovación, se encuentran cargos como gestor de innovación, gestor de proyectos y demás.
En el área de ventas, se encuentran cargos como representante de ventas, director comercial, vendedor, servicios postventa, estudios comerciales, publicidad, atención al cliente y demás.
En el área administrativa, se encuentran cargos como gerente administrativo, gerentes financiero, administrador, auxiliar administrativo, analista de procesos, y demás.
En el área de tecnología, se encuentran cargos como especialistas en manejo de datos, desarrollador web, asistencia y soporte técnico, administrador de sistemas, analista de nuevas tecnologías y demás

Funciones

Función
Área de producción: Manejan equipos dentro de una fábrica o planta, realizando labores de monitoreo, revisión, mantenimiento, control, reporte, almacenamiento, entre otras que garanticen la operación.
Área de tecnología: Impulsar la optimización, mejora de procesos y entrega de resultados, incrementar la calidad del producto o servicio, con el uso de herramientas tecnológicas, entre otras.
Área de ventas: vender y establecer una conexión con el cliente, cuidar la calidad de los productos, garantizar la satisfacción del consumidor, entre otras.
Área de innovación: Generar ideas, analizarlas y mantener el ecosistema corporativo de innovación (comité, partners, agentes de innovación), tanto a nivel interno como externo, entre otras.
Área administrativa: Planificación, planeación, organización, dirección, coordinación y control.

Productos

Producto

Conocimientos

Conocimiento

Habilidades

Habilidad

Actitudes

Actitud

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional

MEDIO

OPERATIVO

Justificación beneficiarios de los niveles ocupacionales

El mundo siempre está cambiando, así que siempre debemos estar un paso adelante, para evitar quedarnos rezagados, por eso debemos estar en constante aprendizaje, creando e innovando. Estar un paso adelante tiene numerosos beneficios. La innovación incluye la creación de nuevos productos, procesos, propuestas o modelos de negocio para crear valor agregado para los clientes y empleados, el desarrollo de la conceptualización, experimentación y ejecución de ideas, estrategias y procesos que otros consideran novedosos y que otorgan beneficios añadidos, ya sea en el resultado del producto final o en los procesos para elaborarlo. La innovación también es una fuerza fundamental capaz de impulsar el crecimiento económico. Precisamente por eso, la mayoría de las empresas más exitosas del mundo tienen algo en común: una cultura de innovación que irradie a todo el equipo (nivel medio y operativo), de tal forma las empresas y negocios logren un cambio que genere valor tanto en los procesos de la organización como en el diseño e implementación de proyectos que cristalicen en productos y servicios nuevos.

Número de empresas mipymes a beneficiar

20

Número de trabajadores a beneficiar de empresas mipymes

200

Justificación empresas y trabajadores de mipymes a beneficiar

Desarrollar un proceso de formación que permita mejorar los conocimientos y fortalecer las capacidades para desarrollar iniciativas que posibiliten la innovación y el crecimiento empresarial, que incluya a las MIPYMES, contribuye directamente al desarrollo económico sostenible, ya que estas empresas son una parte esencial de la economía y representan una gran proporción de las empresas de nuestro país; adicionalmente, mejorar su capacidad para innovar redunda en la creación de nuevos empleos y en un aumento de la productividad, beneficiando así a la comunidad y la fuerza laboral. De otro lado, mejorar la capacidad de innovación de las MIPYMES las hace más competitivas en un entorno empresarial en constante cambio y les permite enfrentar con éxito la competencia y expandir su presencia en el mercado, diversificando sus ofertas de productos o servicios, lo que no solo aumenta sus oportunidades de ingresos, sino que también les permite satisfacer mejor las necesidades cambiantes del mercado.

Lo anterior, en concordancia con el objetivo principal de UNDECO de propender por la unidad de los diferentes sectores de las (MIPYMES) y una adecuada articulación entre el gremio, sus asociados y el gobierno territorial y nacional, a partir del enfoque estratégico que tenga cada empresa y su cadena productiva; además de Impulsar y defender la participación de la fuerza productiva local en las regiones y apoyar, promover, gestionar y desarrollar directamente o mediante convenios y/o alianzas estratégicas, entre otros, programas en educación.

Número de empresas de su cadena productiva a beneficiar

20

Número de trabajadores a beneficiar de empresas de su cadena productiva

60

Justificación empresas y beneficiarios de la cadena productiva a beneficiar

Los funcionarios de las empresas que hacen parte de la cadena productiva de UNDECO, participarán del diplomando “Desarrollo de iniciativas innovadoras con impacto en el crecimiento empresarial”, esencialmente por la necesidad que tienen de mejorar y fortalecer sus capacidades para desarrollar iniciativas de impacto relacionadas con la innovación y el desarrollo empresarial. Así mismo, trabajadores bien formados en estos aspectos, pueden identificar y proponer mejoras en los procesos productivos, aumentando la eficiencia operativa, lo que aporta directamente al crecimiento empresarial; pueden contribuir a la implementación de innovaciones en la cadena productiva, promoviendo una cultura de mejora continua y les facilita adaptarse a cambios y adoptar nuevas herramientas y sistemas, lo que beneficia a la empresa en su conjunto.

Desde esta perspectiva, esta acción de formación permite que los trabajadores estén en capacidad de contribuir con ideas y soluciones de manera conjunta, pues fomenta la colaboración y el trabajo en equipo; alinea a los trabajadores con los objetivos estratégicos de la organización y aumenta la satisfacción laboral y compromiso con la empresa, lo que a su vez impacta positivamente en la productividad y el crecimiento.

otros datos

Número de trabajadores en condición de discapacidad	0	**Número de trabajadores mujeres**	50

Número de trabajadores campesinos	0	Número de empresas BIC a beneficiar	0

Enfoque de la Acción de formación

Formación en el trabajo

En caso de tener un enfoque Internacional*

Nombre del beneficiario de la formación internacional

Nombre de la empresa en la cual se encuentra vinculada el beneficiario de la formación internacional

Cargo del beneficiario de la formación internacional

Tiempo de vinculación a la empresa

Descripción del perfil profesional del beneficiario de la formación internacional

Proceso a impactar con la implementación de los conocimientos, habilidades y nuevas prácticas adquiridas a través de la formación internacional

Sectores y sub-sectores del beneficiario

Sector(es) a beneficiar con la AF

Industria

Comercio

Servicios

Transversal

Sub-sector(es) a beneficiar con la AF

Comercio

Industria

Servicios

Transversal

Sector(es) al que pertenece el beneficiario de la formación

Transversal

Sub-sector(es) al que pertenece el beneficiario de la formación

Transversal

Justificación Sector - Subsector

El diplomado "Desarrollo de iniciativas innovadoras con impacto en el crecimiento empresarial" beneficia a trabajadores de las empresas agremiadas a UNDECO y su cadena productiva, de los sectores comercio, industria y transversal y los subsectores comercio, industria, servicios y transversal, con el fin que fortalezcan sus conocimientos, habilidades y destrezas para desarrollar iniciativas de innovación que impacten positivamente en el desarrollo de sus organizaciones, haciéndolos más productivos y competitivos para alcanzar el desarrollo económico y social, sostenible y sustentable, de sus empresas y negocios.

El enfoque de este Diplomado es EN EL TRABAJO porque contribuye a que los trabajadores o funcionarios de las empresas agremiadas a UNDECO y su cadena productiva, desarrollen conocimientos, competencias y habilidades que les permitan ser más competitivos en el ejercicio de sus funciones en los diferentes niveles ocupacionales a los que pertenecen, y que necesitan para su desempeño actual y futuro, incorporando conocimientos y fortaleciendo sus capacidades para desarrollar iniciativas para la innovación que posibiliten el crecimiento empresarial, así como de contar con personas cualificadas y competentes para el logro de estos objetivos. Esta es parte de la justificación de adelantar procesos de formación que contribuyen al fortalecimiento y desarrollo de las empresas y negocios agremiadas a UNDECO, a través de la innovación, en un trabajo mancomunado que favorezca el crecimiento y la sostenibilidad empresarial como factores determinantes para la productividad y la competitividad.

UNIDADES TEMÁTICAS

ID	8879
UT N°	1

AF N° **2**

ACCIÓN DE FORMACIÓN **Desarrollo de iniciativas innovadoras con impacto en el crecimiento empresarial.**

UNIDAD TEMÁTICA N° **1**

UNIDAD TEMÁTICA **Cultura de Innovación Empresarial.**

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	10	**N° total de horas teóricas virtuales**	5
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática		15	

Contenidos de la UT	1.1 Desarrollo de una mentalidad innovadora. 1.2 Estímulo de la diversidad de ideas. 1.3 Implementación de ambientes creativos empresariales. 1.4 Rol del liderazgo en la promoción de la creatividad. 1.5 Evaluación y reconocimiento de ideas innovadoras.
Competencias a adquirir	El participante: • Identifica los factores que intervienen en un proceso de generación de ideas originales y soluciones innovadoras para abordar desafíos empresariales. • Reconoce la importancia de la innovación para la adaptabilidad, la competitividad y el éxito empresarial.

Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad virtual proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. Con el objetivo de lograr que los participantes desarrollen un proceso formativo eficiente, progresivo y significativo, las actividades de aprendizaje de esta unidad, están orientadas a la apropiación y profundización de las temáticas desarrolladas en lo referente a la cultura de innovación empresarial y se propondrá ejercicio de torbellino de ideas.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	15	0

ID 8880

UT N° 2

AF N° 2

ACCIÓN DE FORMACIÓN Desarrollo de iniciativas innovadoras con impacto en el crecimiento empresarial.

UNIDAD TEMÁTICA N° 2

UNIDAD TEMÁTICA Estrategias de Adaptación e Innovación.

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	10	**N° total de horas teóricas virtuales**	5
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática		15	

Contenidos de la UT	2.1 Desarrollo de estrategias ágiles. 2.2 Alianzas estratégicas para la innovación. 2.3 Integración de la innovación en la estrategia empresarial. 2.4 Gestión del cambio y resiliencia organizacional. 2.5 Casos de estudio de empresas innovadoras.
Competencias a adquirir	El participante: • Analiza situaciones complejas e identifica oportunidades que impulsen la innovación y el crecimiento empresarial. • Propone estrategias creativas para la resolución de problemas empresariales, para fomentar la innovación y la productividad en los procesos organizacionales.
Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad virtual proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. Para esta unidad, las actividades de aprendizaje están asociadas al conocimiento y profundización de los temas relacionados con las estrategias de innovación, su integración a las estrategias empresariales y su implementación para la gestión del cambio, en los contextos laborales de los participantes. Igualmente, se propondrán estudio de caso.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	15	0

ID 8881

UT N° 3

AF N° 2

ACCIÓN DE FORMACIÓN Desarrollo de iniciativas innovadoras con impacto en el crecimiento empresarial.

UNIDAD TEMÁTICA N° 3

UNIDAD TEMÁTICA Procesos de Innovación Empresarial.

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	7	**N° total de horas teóricas virtuales**	3
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática	10		

Contenidos de la UT	3.1 Identificación y captura de ideas. 3.2 Evaluación y selección de proyectos innovadores. 3.3 Desarrollo de prototipos y pruebas. 3.4 Implementación y escalabilidad. 3.5 Retroalimentación y aprendizaje organizacional.
Competencias a adquirir	El participante: • Apropia los elementos para implementar procesos eficientes que permitan la identificación y captura sistemática de ideas innovadoras dentro de la organización. • Identifica las herramientas y metodologías para la selección y evaluación de proyectos innovadores orientados a fortalecer la productividad en las empresas.
Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad virtual proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. Para esta unidad, las actividades de aprendizaje corresponden al conocimiento y profundización en procesos de innovación empresarial. Se proponen estudios de casos y ejercicios de aplicación práctica en los contextos empresariales reales de los participantes, para un proceso formativo más significativo.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	10	0

ID 8882

UT N° 5

AF N° 2

ACCIÓN DE FORMACIÓN Desarrollo de iniciativas innovadoras con impacto en el crecimiento empresarial.

UNIDAD TEMÁTICA N° 5

UNIDAD TEMÁTICA Herramientas colaborativas y plataformas de comunicación.

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	0

N° total de horas prácticas virtuales	7	**N° total de horas teóricas virtuales**	3
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática		10	

Contenidos de la UT	5.1 Estrategias de Adaptación e Innovación empresarial. 5.2 Fomento de la interdisciplinariedad. 5.3 Construcción de equipos multifuncionales. 5.4 Gestión eficaz de reuniones innovadoras. 5.5 Desarrollo de habilidades de escucha activa.
Competencias a adquirir	El participante: • Identifica las herramientas colaborativas para la gestión de proyectos de innovación en la empresa. • Propone estrategias y actividades para fomentar la interdisciplinariedad y la construcción de equipos multifuncionales, para la gestión de la innovación orientada a la productividad en la empresa.
Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad virtual proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. Para esta unidad, las actividades de aprendizaje se enfocan en la aplicación de los conceptos estudiados en el contexto real de su actividad empresarial y laboral, luego de apropiar los diferentes elementos y características de las herramientas colaborativas y plataformas de comunicación. Se proponen lecturas de profundización de textos relacionados con las temáticas.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	10	0

ID 8883

UT N° 8

AF N° 2

ACCIÓN DE FORMACIÓN Desarrollo de iniciativas innovadoras con impacto en el crecimiento empresarial.

UNIDAD TEMÁTICA N° 8

UNIDAD TEMÁTICA Gestión Eficiente de Proyectos Innovadores.

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	5	**N° total de horas teóricas virtuales**	0
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática		5	

Contenidos de la UT	8.1 Diseño y Planificación de Proyectos de Innovación empresarial. 8.2 Desarrollo de un plan de proyecto innovador. 8.3 Identificación y gestión de riesgos. 8.4 Definición de objetivos y resultados esperados. 8.5 Ejecución y Monitoreo de Iniciativas Innovadoras.
Competencias a adquirir	El participante: • Identifica las metodologías, técnicas y herramientas para la gestión de proyectos innovadores, que incorporen flexibilidad y adaptabilidad en los procesos organizacionales para la competitividad empresarial. • Propone estrategias para la asignación efectiva de recursos y gestionar eficientemente el tiempo en proyectos innovadores que beneficien la entrega oportuna y exitosa de los resultados en la empresa.
Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad virtual proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. Las actividades de aprendizaje de esta unidad temática se asocian a la apropiación y profundización de las diferentes metodologías y técnicas para la gestión eficiente de proyectos innovadores y su aplicación práctica en contextos empresariales reales de los participantes. Se proponen estudios de casos, ejercicios de aplicación práctica y lecturas complementarias.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	5	0

ID 8900

UT N° 4

AF N° 2

ACCIÓN DE FORMACIÓN Desarrollo de iniciativas innovadoras con impacto en el crecimiento empresarial.

UNIDAD TEMÁTICA N° 4

UNIDAD TEMÁTICA Identificación de Oportunidades de Innovación.

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	7	**N° total de horas teóricas virtuales**	3
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática		10	

Contenidos de la UT	4.1 Análisis de mercado y tendencias. 4.2 Herramientas para la identificación de necesidades. 4.3 Investigación de la competencia. 4.4 Creación de perfiles de clientes y Diseño Centrado en el Usuario. 4.5 Uso de tecnologías emergentes en entornos empresariales.
Competencias a adquirir	El participante: • Identifica las herramientas de análisis de mercado para la toma de decisiones orientadas a mejorar la competitividad de la empresa. • Reconoce las características y beneficios de las herramientas para la identificación de necesidades y creación de perfiles de clientes / usuarios en la empresa.

Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad virtual proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. Las actividades de aprendizaje están se relacionan con el conocimiento y profundización de las características, ventajas y beneficios de herramientas que sirven para identificar oportunidades de innovación en las organizaciones. Se proponen participación en foro virtual y lecturas complementarias de profundización.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	10	0

ID 8901

UT N° 6

AF N° 2

ACCIÓN DE FORMACIÓN Desarrollo de iniciativas innovadoras con impacto en el crecimiento empresarial.

UNIDAD TEMÁTICA N° 6

UNIDAD TEMÁTICA Gestión de la Innovación.

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	7	**N° total de horas teóricas virtuales**	3
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática		10	

Contenidos de la UT	6.1 Rol estratégico de la innovación. 6.2 Beneficios económicos de una gestión efectiva. 6.3 Impacto en la imagen de la marca. 6.4 Relación entre innovación y retención de talento. 6.5 Mejora continua como principio fundamental de la innovación empresarial.
Competencias a adquirir	El participante: • Identifica los factores y elementos para diseñar, implementar y gestionar procesos que fomenten la innovación de manera sistemática y eficiente en todos los niveles de la organización, con el fin de mejorar la competitividad. • Reconoce la importancia de incorporar la innovación como un componente estratégico en la cultura y operaciones de la empresa, alineándola con los objetivos organizacionales.
Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad virtual proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. En esta unidad temática, las actividades de aprendizaje se orientan al conocimiento y manejo de los factores y sus componentes para gestionar eficiente la innovación en las organizaciones. Se proponen estudios de casos que evidencien el desarrollo práctico de los diferentes conceptos, así como lecturas complementarias para un proceso formativo más eficiente y significativo.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	10	0

ID 8902

UT N° 7

AF N° 2

ACCIÓN DE FORMACIÓN Desarrollo de iniciativas innovadoras con impacto en el crecimiento empresarial.

UNIDAD TEMÁTICA N° 7

UNIDAD TEMÁTICA Creatividad, originalidad e iniciativa - Habilidad transversal.

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	0	**N° total de horas teóricas virtuales**	5
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática		5	

Contenidos de la UT	7.1 Fomento de la creatividad en los ambientes empresariales. 7.2 Métodos efectivos de generación de ideas a nivel individual y grupal. 7.3 Liderazgo y empoderamiento para la creatividad y la innovación.
Competencias a adquirir	El participante: • Identifica las técnicas de generación de ideas creativas e innovadoras a nivel individual y grupal, que estimulen la productividad en la empresa. • Reconoce la importancia de incorporar la innovación como un componente estratégico en la cultura y operaciones de las empresas y negocios.
Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad virtual proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. Para esta unidad, las actividades de aprendizaje están asociada al conocimiento y apropiación de las técnicas para generar ideas creativas e innovadoras en las organizaciones en las que los participantes desarrollan sus funciones, a través de torbellino e ideas en la plataforma virtual.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	5	0

Proveedor de la formación - persona jurídica

El Capacitador persona jurídica contratado por UNDECO cumplirá con las siguientes condiciones:

1. Contar con cuatro (4) años de constitución legal, lo cual deberá demostrar a través del correspondiente certificado de existencia y representación legal o documento equivalente, expedido por la autoridad competente.
2. Demostrar mínimo cuatro (4) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas a entidades públicas o privadas. Esta experiencia debe acreditarse en el periodo comprendido entre los años 2010 a 2024.
3. Cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995 y/o las normas que les sean aplicables para su funcionamiento en el territorio nacional.

Material de formación

El diplomado “Desarrollo de iniciativas innovadoras con impacto en el crecimiento empresarial" ha sido diseñado metodológicamente y guarda coherencia con la metodología teórico práctica. Este enfoque garantiza una coherencia intrínseca con la metodología de la formación, facilitando así la transferencia efectiva de conocimientos, así como con las unidades temáticas propuestas: Cultura de Innovación Empresarial, Estrategias de Adaptación e Innovación, Procesos de Innovación Empresarial, Identificación de Oportunidades de Innovación, Herramientas colaborativas y plataformas de comunicación, Gestión de la Innovación, Creatividad, originalidad e iniciativa y Gestión Eficiente de Proyectos Innovadores.

La estructuración metodológica del material académico se convierte en un elemento clave para asegurar la alineación con los principios formativos y las temáticas propuestas, optimizando de este modo la eficacia en la transmisión de saberes, al reunir los medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan el desarrollo de las acciones de formación, con los requerimientos didácticos y funcionales requeridos para la formación virtual. Se

propondrán ejercicios de aplicación de los conceptos vistos, estudio de casos y lecturas complementarias con el objetivo de lograr que los participantes desarrollen un proceso formativo autónomo, eficiente, progresivo y significativo.

El material de formación estará alojado en una plataforma que cumple con los requerimientos técnicos y permite la accesibilidad y usabilidad, haciendo uso de aplicaciones y herramientas multimedia interactivas como Slido, para aprender y repasar conceptos de forma entretenida, mediante preguntas tipo test, y cautivar la atención de las personas y uso de nuevas tecnologías como base de su formación (no están en el presupuesto, pero si estarán en uso en las clases virtuales y el costo será asumido por UNDECO), Objetos Virtuales de Aprendizaje -OVA de carácter multimedial que combinan, textos, imágenes, e hipervínculos a sitios y documentos; en los que se desarrolla el contenido de las unidades, temas y subtemas en que se divide el diplomado. Así mismo, se contará con documentos descargables.

Gestión del Conocimiento

Ítem Gestion Conocimiento

Infografía (Póster)

Alineación de la acción de formación

Alineación

PND - Crecimiento empresarial

Justificación de la Alineación

Las bases del Plan Nacional de Desarrollo, Colombia potencia mundial de la vida 2022-2026, plantean, en su eje 4 “Internacionalización, transformación productiva para la vida y acción climática”, que “la falta de innovación, investigación y desarrollo ha profundizado la pobreza y aumentado la acumulación de capital en actividades de baja productividad y poco diversificadas” Así mismo, propone adelantar procesos de reindustrialización de acuerdo con las potencialidades regionales, los cuales deben ser accesible a toda la población e intensivos en conocimiento y tecnología.

En este sentido, la transformación, el crecimiento y desarrollo empresarial se fundamenta en generar, desarrollar y gestionar iniciativas innovadoras que faciliten la diversificación e impacten positivamente la producción y comercialización de productos y servicios únicos y con valores diferenciales y agregados que fortalezcan la productividad y mejoren la competitividad de las empresas y negocios en el mercado actual y les permita acceder a nuevos mercados nacionales e internacionales.

Acción de formación especializada

La tecnología avanza y cambia muy rápido. Todas las personas necesitamos actualizar de vez en cuando nuestros conocimientos para poder exprimir a fondo la tecnología con la que contamos, por tanto, es fundamental que los empleados de una empresa, tengan una buena formación en innovación para poder desarrollar de forma óptima su trabajo. Los países desarrollados viven en un boom tecnológico que ha supuesto la necesidad de adaptación de las empresas y de las personas. Este proceso de adaptación no ha sido inmediato, sino que ha ido produciéndose de manera progresiva. Para que las empresas sean competitivas, necesitan estar al día de las nuevas maneras de comunicación, así como de las innovaciones tecnológicas más actuales. Así pues, la formación en innovación es necesaria para que las personas puedan trabajar en una sociedad en la que todos los trabajos implican saber utilizar una serie de cambios tecnológicos que comprenden a todos los sectores. Sin esta formación en innovación, será más difícil sobrevivir como empresa y desarrollarse personalmente como profesional.

En la misma línea de lo anterior, la última encuesta realizada por UNDECO, realizada a sus agremiados evidencia que uno de los desafíos que enfrentan actualmente está relacionado con el con la competitividad, nuevas ideas y modelos de negocio y la innovación empresarial, lo que es coherente con las barreras que encuentran para el aumento de la productividad y la competitividad que está relacionadas con el desarrollo de capacidades para la gestión y la innovación empresarial, conocimiento y acceso a la tecnología y las necesidades de formación en temas de innovación tecnológica y empresarial.

UNDECO considera que una de las maneras más importantes para aumentar la competitividad de las empresas en una economía mundial es a través de la formación especializada continua y a la medida de las necesidades. Las empresas tienen que adaptarse a múltiples cambios, ser flexible y conseguir que los empleados sean lo más eficaces posibles para maximizar la productividad, la formación en temas especializados es el camino que debemos recorrer para lograrlo. Por estas razones, UNDECO pretende beneficiar de las acciones de formación a sus agremiados con procesos de formación y actualización especializados, como lo es este diplomado virtual de metodología teórico práctico busca aportar a los trabajadores el conocimiento necesario hacia una innovación positiva y constructiva, que tenga en cuenta las necesidades de la sociedad y de las personas que viven en ella, que les permita mejorar sus conocimientos y fortalecer sus capacidades para desarrollar iniciativas para el crecimiento y desarrollo de empresas y negocios productivos, competitivos, sostenibles e innovadores.

Resultados - Impacto de la formación en el desempeño del trabajador y aplicación de conocimientos en el puesto de trabajo

Los participantes:

- Utilizan sus habilidades para generar ideas innovadoras y desarrollar nuevos productos y servicios que respondan a las demandas del mercado, contribuyendo al crecimiento y diversificación del portafolio de la empresa.
- Aplican lo aprendido en esta acción de formación, en la gestión eficiente de proyectos innovadores y la ejecución de iniciativas orientadas a mejorar la competitividad y productividad en sus organizaciones.
- Utilizan nuevas metodologías y enfoques para la innovación que posibiliten posicionar la empresa en el mercado y atraer a nuevos clientes.
- Aplican técnicas para fomentar una cultura de innovación dentro de la empresa, promoviendo la creatividad y la colaboración entre los equipos, para al desarrollo continuo de iniciativas con impacto positivo.

Resultados - Impacto de la formación en la productividad y competitividad organizacional

Impactos en la productividad:
- Permite identificar y alinear las iniciativas innovadoras con los objetivos estratégicos de la empresa.
- Genera mayor oferta de productos y servicios, lo que hará aumentar la productividad.
- Genera una cultura de innovación en el entorno empresarial, donde los equipos de trabajo aportan una perspectiva más amplia, estimulando la creatividad y conduciendo a soluciones más robustas e innovadoras.
- Proporciona un enfoque más claro y efectivo en la ejecución de proyectos, asegurando que cada acción contribuya directamente al crecimiento empresarial y a la mejora de la productividad.
- Mejora en la Eficiencia Operativa, que se refleja en una reducción de tiempos de producción y una mayor eficiencia en la utilización de recursos.

Impactos en la competitividad organizacional:
- Permite desarrollar productos, servicios o procesos únicos que destaquen a las empresas y negocios frente a la competencia.
- Fortalece la capacidad de adaptarse ágilmente a nuevas tendencias y demandas del mercado para responder eficientemente a sus condiciones cambiantes.
- Contribuye a una reputación positiva de las empresas, mejorando la calidad, la oferta de productos o servicios únicos y el compromiso con la innovación, ganando la confianza de los clientes y usuarios.

Indicadores de Impacto

Indicador - Mejoramiento en la empleabilidad	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores con incremento salarial despues de recibir la formación	10
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	512
Meta %	% 1,95
Indicador - Retención de trabajadores	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que continuan en sus empresas luego de recibir la formación	490
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	512
Meta %	% 95,70
Indicador - Movilidad laboral	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que cambian sus condiciones laborales luego de recibir la formación	10
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	512
Meta %	% 1,95
Indicador - Empresas beneficiarias	**Valor Indicador - Meta**
Número de empresas beneficiarias de de la acción de formación	40
Número de empresas de el(los) sector(es) que representa	1500
Meta %	% 2,67
Indicador - Trabajadores beneficiarios	**Valor Indicador - Meta**
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	512

Número total de trabajadores de la(s) empresa(s) que representa la empresa/ gremio	35000
Meta %	% 1,46

Justificación lugar de ejecución

UNDECO pretende favorecer a sus miembros mediante esta formación en los departamentos donde opera, como Magdalena, Atlántico y Cesar, centrándose especialmente en Departamentos de Menor Índice de Competitividad, y busca fortalecer el conocimiento y las capacidades de los agremiados a UNDECO, sus trabajadores y cadena productiva, para proponer y desarrollar iniciativas de innovación que impacten positivamente el desarrollo y el crecimiento empresarial.

La acción formativa tiene una duración de 30 días calendario, sujeta al tiempo establecido por el SENA, y se realizará en 16 grupos de 32 beneficiarios cada uno. La distribución específica se planifica asignando 192 beneficiarios para Magdalena, 160 para Cesar y 160 para Atlántico, optimizando así el alcance y la diversidad de participantes.

Lugar de ejecución

Departamento	*N° Beneficiarios*
MAGDALENA	32
MAGDALENA	32
MAGDALENA	32
MAGDALENA	32
MAGDALENA	32
ATLÁNTICO	32
ATLÁNTICO	32
CESAR	32
CESAR	32
MAGDALENA	32
ATLÁNTICO	32
ATLÁNTICO	32
ATLÁNTICO	32
CESAR	32
CESAR	32
CESAR	32

Presupuesto de la AF

Rubro	*Descripción*	*Cofinanciación SENA*	*%*	*Contrapartida especie*	*%*	*Contrapartida dinero*	*%*	*Valor total*
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	$ 0	% 0,00	$ 113.397.760	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 113.397.760
R08.3 Formación Virtual - Diplomado 80 horas	R08.3 Formación Virtual - Diplomado 80 horas	$ 969.900.000	% 83,82	$ 0	% 0,00	$ 187.220.000	% 16,18	$ 1.157.120.000
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	64	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 27.951.391	% 100,00	$ 27.951.391

	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida en Especie	% Especie	Contrapartida en Dinero	% Dinero	COSTO TOTAL AF
COSTO TOTAL DE LA AF	$ 969.900.000	% 74,70	$ 113.397.760	% 8,73	$ 215.171.391	% 16,57	$ 1.298.469.151

Presupuesto Transferencia de Conocimiento y Tecnología

Rubro	*% de Beneficiarios Número de beneficiarios de transferencia*	*Cofinanciación SENA*	*Porcentaje Cofinanciación*	*Contrapartida Especie*	*Porcentaje Especie*	*Contrapartida Dinero*	*Porcentaje Dinero*	*Valor Total*
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	% 012 64	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 27.951.391	% 100,00	$ 27.951.391

Presupuesto Gastos de operación

Rubro	*Cofinanciación SENA*	*Porcentaje Cofinanciación*	*Contrapartida Especie*	*Porcentaje Especie*	*Contrapartida Dinero*	*Porcentaje Dinero*	*Valor Total*
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	$ 0	% 0,00	$ 113.397.760	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 113.397.760

Presupuesto Garantías

Rubro	*Cofinanciación SENA*	*Porcentaje Cofinanciación*	*Contrapartida Especie*	*Porcentaje Especie*	*Contrapartida Dinero*	*Porcentaje Dinero*	*Valor Total*

AF N° : 3

ACCIÓN DE FORMACIÓN : Inteligencia artificial para potenciar la productividad y la competitividad empresarial en la era digital.

Volver al Listado de AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1463#Indice-6)

Tipo de Acción de Formación

Acción de Formación

Necesidad o problema puntual detectado en la empresa/gremio, a la que se puede dar respuesta total o parcial mediante formación

Limitada capacidad de los niveles gerenciales y directivos de las empresas para la toma de decisiones estratégicas con la implementación de la inteligencia artificial para potenciar la productividad y la competitividad empresarial.

Herramientas utilizadas para obtener la necesidad

Herramienta Utilizada	*Muestra Poblacional*
Encuesta	792

Fecha de diagnóstico

22/11/2023

Otro tipo de herramienta, cual?

N/A

La herramienta es de creación propia?

Si

La Empresa/Gremio cuenta con un plan de capacitación?

Si

Descripción de la herramienta

Durante el segundo semestre de 2023, la Unión Nacional de Comerciantes (UNDECO) realizó un diagnóstico entre sus asociados, cuyo objetivo era determinar los principales desafíos que enfrentan, necesidades e intereses, con el fin de identificar áreas de mejora, diseñar programas de apoyo, fortalecer la representación gremial y, de esta forma, definir los proyectos, iniciativas y actividades a nivel productivo, cultural, tecnológico, educativo, social y humanitario, que conforman su plan de acción 2024-2025.

El instrumento utilizado fue una encuesta estructurada con ocho (8) preguntas abiertas y una (1) cerrada, que se aplicó a los participantes en los diferentes eventos desarrollados por UNDECO, en el segundo semestre del año anterior, entre los que se destacan: la feria y rueda de negocios “se vale reactivarse” ; la jornada de formación empresarial, el bootcamp “Nuevos modelos de negocios basados en la industria 4.0 para la transformación comercial y el desarrollo productivo”; el lanzamiento de la iniciativa "Red de Tiendas Seguras" y el proyecto “la sierra vuelve a sembrar”, que contaron con la participación de más de 1.150 personas de los sectores industrial, agropecuario, comercial y de servicios, de los cuales se recogieron 985 encuestas.

El perfil de las personas participantes en estos eventos, se encuentra categorizado en 3 niveles: uno que corresponde a trabajadores de las empresas agremiadas a UNDECO y sus cadenas productivas de los niveles medio y operativo que desempeñan funciones de mercadeo, gestión administrativa, gestión comercial, promoción, atención al cliente, información y publicidad, operación y/o asesoría, entre otras. El segundo, está relacionado con emprendedores, empresarios, directivos y funcionarios de la alta gerencia; y, finalmente, el tercer perfil corresponde básicamente a campesinos (emprenderos rurales y productores agrícolas en menor escala).

El instrumento consta de ocho (8) preguntas: 1) Mencione 3 desafíos que usted considera, enfrenta su empresa o negocio en la actualidad, 2) ¿Cuáles considera que son las principales barreras para el crecimiento de su negocio? (menciones por lo menos 3), 3) ¿Cómo percibe el impacto de la tecnología en su empresa: Alto___ Medio___, Bajo___; 4), ¿Cuáles son sus principales preocupaciones en relación con la competencia local e internacional? (Relacione mínimo 3), 5) ¿Cuáles son las áreas específicas en las que le gustaría recibir formación para mejorar su negocio, 6) ¿Qué tipo de apoyo o recursos le gustaría recibir de la UNDECO?, 7) ¿Qué tipo de servicios adicionales le gustaría que UNDECO ofreciera a sus agremiados?, 8) ¿Cuáles son sus expectativas con respecto a la representación gremial y cómo cree que la UNDECO podría fortalecerla? Del mismo modo, la consulta se realizó entre los funcionarios de UNDECO con el fin de contrastar la opiniones que permitan diseñar planes internos de capacitación acordes a las necesidades detectadas. Los resultados de este último diagnóstico entre los funciones contó con un espacio de socialización y opinión, que dio como resultado la identificación de las oportunidades de mejoras en las diferentes áreas y la propuesta de alternativas de solución para ser incluidas dentro de los retos de la organización para el 2024.

De las 985 encuestas recogidas, después de un proceso de depuración de las mismas, se obtuvo un total de 792 encuestas válidas para la respectiva tabulación. Con el fin de establecer las tendencias de mayor frecuencia en las respuestas a las preguntas abiertas se utilizó la herramienta “Word Cloud Generator”, con el fin de configurar las correspondientes nubes de palabras que permitieran establecer las categorías más relevantes para el análisis y diagnóstico. El resultado para los desafíos y barreras fueron: tecnología, sostenibilidad y crecimiento empresarial, seguridad, competitividad, finanzas personales y empresariales y acceso a programas de apoyo y crédito. En cuanto necesidades o intereses de formación, la categorización correspondió a: innovación empresarial, uso de herramientas tecnológicas IA, desarrollo de proyectos productivos, nuevas estrategias de mercado y comercialización, servicio y atención al cliente, cuidado del ambiente con energías limpias y renovables, innovación y comercialización agrícola, educación financiera y técnicas de negociación.

Resumen de resultados principales del diagnóstico de necesidades de formación

De acuerdo con el análisis de los resultados se evidencia una tendencia mayoritaria en los siguientes temas: apropiación e implementación de la tecnología como un factor de desafío, pero cuyo conocimiento y costos, se convierten en una barrera de acceso y consecuente desarrollo de sus negocios; esto es coherente con el alto impacto que perciben de esta en sus empresas y las necesidades de formación, que en su mayoría, se relacionan con el uso herramientas tecnológicas, inteligencia artificial en los negocios, digitalización de procesos e innovación tecnológica. En segundo lugar, los encuestados reconocen que uno de los desafíos que enfrentan actualmente está relacionado con el desarrollo sostenible y el crecimiento de sus empresas o negocios, que se manifiesta en aspectos como: producción y oferta de productos o servicios amigables con el medio ambiente, adopción de fuentes de energía renovable y manejo de residuos y reciclaje. En tercer lugar, se encuentra la seguridad, tanto como desafío que tienen que enfrentar los empresarios, como una barrera para el crecimiento de sus negocios. Al mismo nivel se encuentra el tema de la competitividad, asociado a factores de innovación empresarial y tecnológica, nuevos modelos de negocio, gestión empresarial, capacidad de acceso y de competitividad en mercados internacionales, nuevas estrategias de mercado y comercialización y servicio al cliente; lo cual es coherente con el alto porcentaje de respuestas relacionadas con las preocupaciones respecto a la competencia nacional e internacional.

Es importante resaltar, por sus características, en los resultados de las encuestas respondidas por los emprenderos rurales y productores agrícolas en menor escala (campesinos) se destacan como principales desafíos: la tecnificación de la producción agrícola con el uso de la tecnología, la comercialización de productos agrícolas de manera directa, sin intermediarios y desarrollo de procesos agroindustriales y la posibilidad de incursionar en los mercados internacionales. Encontrándose dentro de las barreras: el acceso al conocimiento y adquisición de la tecnología pertinente, la capacidad para desarrollar proyectos productivos innovadores y la sostenibilidad de los emprendimientos. Lo cual es coherente con las preocupaciones frente a la competencia nacional e internacional y las necesidades de formación, expresadas en las preguntas 4 y 5 respectivamente, de la encuesta. Finalmente, en un menor porcentaje se encuentran temas relacionados con el manejo de las finanzas tanto a nivel personal como empresarial y acceso a programas de apoyo y crédito. En cuanto a necesidades de formación, el menor porcentaje corresponde a temas de: administración, contabilidad, técnicas de ventas, manejo de conflictos, entre otros de menor ponderación.

Finalmente, podemos mencionar que entre los aspectos relacionados con el apoyo que les gustaría recibir de UNDECO (pregunta 6), se destacan: una mayor asesoría para el mejoramiento de las diferentes áreas, procesos administrativos de las empresas, acompañamiento en las distintas gestiones ante los entes y dependencias especialmente oficiales, apoyo en la elaboración y presentación de solicitudes ante las entidades financieras. En referencia a los servicios adicionales que les gustaría que UNDECO les ofreciera (pregunta 7), presentan un mayor porcentaje de respuesta: las asesorías tributarias, asesorías financieras, apoyo en procesos de comercio exterior y oportunidades de exportación, realización de más de eventos de capacitación en diferentes áreas y actualización permanente en normativa y disposiciones relacionadas con los negocios.

En cuanto a las expectativas con respecto a la representación gremial (pregunta 8), se destacan: la creación de agrupaciones o “clusters” de acuerdo con los productos que comercializan o los servicios que prestan las empresas y negocios, mayor presencia como asociación en ciertos segmentos de comercio y crear junto con las autoridades frente de seguridad, especialmente para los comercios.

Por último, es importante mencionar que el espacio de consulta y socialización entre los funcionarios permitió identificar algunas oportunidades de mejora siendo de opinión común y de mayor relevancia las relacionadas con el fortalecimiento de habilidades para desarrollar una comunicación asertiva que permitirá minimizar reprocesos y aportar a un buen clima laboral; optimización del proceso de atención al clientes internos y externos para prestar un mejor servicio y consolidar relaciones; procesos logísticos que requieren disminuir los tiempo de confirmación y respuesta a proveedores participantes de eventos y ferias; entre otros.

A continuación, se describen los principales resultados obtenidos en las preguntas que proporcionan información pertinente para el diagnóstico de las necesidades de formación.

Pregunta 1: desafíos relacionados con el conocimiento, uso e implementación de la tecnología, inteligencia artificial en los negocios y digitalización de procesos, 63%; desafíos relacionados con desarrollo empresarial sostenible, crecimiento socioeconómico, desarrollo y comercialización de productos o servicios ecológicos, adopción y manejo de nuevas fuentes de energía y el manejo de residuos y reciclaje, 55%; desafíos relacionados con la competitividad, nuevas ideas y modelos de negocio, innovación empresarial, acceso a nuevos mercados a nivel nacional como internacional, 51%; nuevas estrategias de mercado y comercialización centradas en el

cliente y nuevas estrategias digitales de venta, servicio y atención al cliente, 47%; asociatividad, cadenas de suministros, venta de productos agrícolas de manera directa, 35%; desafíos relacionados con la seguridad ciudadana y jurídica, 28%; desafíos relacionados con el manejo formal de las finanzas, uso de herramientas financieras, modelos financieros para los negocios, 23%; desafíos en cuanto al conocimiento de programas y fuentes formales de financiación y crédito y forma de elaborar y presenta de proyectos de financiación sustentables, 18%.

Respecto a la pregunta 2: barreras relacionadas con el conocimiento, acceso y adquisición de tecnología, 58%; barreras que encuentran es la relacionada con el desconocimiento de estrategias que ayuden con el cuidado del ambiente, ellos saben que lo deben hacer, pero no tienen claras las estrategias que le permitan su aplicación o lo que representa en términos productivos, 54%; barreras relacionadas con innovación empresarial, son muchas ideas sin desarrollarse o por recursos, por falta de cultura innovadora en la empresa, 51%; barreras asociadas al desarrollo de capacidades para la gestión empresarial, conocimiento y acceso a la tecnología, sostenibilidad en el tiempo y relevo generacional, 46%; Barreras relacionadas con las capacidades administrativas de los trabajadores del campo, 60%; barreras asociadas a problemas financieros, logísticos y administrativos, 39%; otras barreras de índole personal, familiar u otros factores, 23%.

Frente a la pregunta 3, el 83% de los encuestado perciben un alto impacto de la tecnología en sus negocios, el 11% un impacto medio y 6% un bajo impacto.

En cuanto a la pregunta 4, las principales preocupaciones frente a la competencia nacional e internacional, la mayoría de las respuestas están relacionadas con la innovación tecnológica y empresarial, 73%, la creación de nuevos negocios y la generación de nuevos modelos de negocio, 63%; el acceso a nuevos mercados, 61%, y generación de valores agregados en cuanto a atención y servicios de asesoría, acompañamiento e interacción con los clientes/usuarios, 59%, comercialización de productos limpios, 48%; y aspectos relacionado con estrategias de promoción, mercadeo y venta directa de productos agrícolas, 35%.

Respecto de la pregunta 5, las principales necesidades e intereses en formación, se centran en: innovación tecnológica y empresarial, 82%; uso de herramientas tecnológicas IA, 77%; nuevas estrategias de mercado y comercialización, servicio y atención al cliente, 72%; desarrollo sostenible, medio ambiente, uso y aprovechamiento de energías limpias y renovables, 68%; desarrollo de proyectos productivos, comercialización agrícola 59%.

En relación con el análisis interno de necesidades entre los funcionarios de UNDECO, la mayoría estuvo de acuerdo en requerir formación que les permita optimizar el proceso de atención a clientes internos y externos para prestar un mejor servicio con el uso de herramientas tecnológicas, 82%; desarrollar una comunicación asertiva que contribuya a minimizar reprocesos y aportar a un buen clima laboral, 75%; adelantar procesos logísticos efectivos que disminuyan los tiempo de respuesta a proveedores de eventos y ferias; entre otros con un menor interés.

El anterior ejercicio de diagnóstico se convierte en una poderosa y, a la vez, valiosa herramienta que permite revalidar y fortalecer la misión, objetivo y fines de UNDECO como asociación, ya que los resultados obtenidos tienen un impacto directo y significativo en la definición de proyectos, programas y acciones a desarrollar en el corto y mediano plazo. Los resultados obtenidos ponen de manifiesto una serie de problemáticas y necesidades que pueden ser atendidas mediante procesos de formación que proporcionen el conocimiento y las herramientas adecuadas para potenciar y mejorar las habilidades y capacidades de los agremiados para proponer, diseñar e implementar estrategias, procesos y actividades que fortalezcan la productividad, mejoren la competitividad y permitan el crecimiento y desarrollo de las empresas, los negocios, los trabajadores y sus familias. En este orden de ideas, encontramos como necesidades prioritarias: El bajo nivel de conocimiento y apropiación de la tecnología; la falta de conocimiento en el uso e implementación de energías limpias para la transición y eficiencia energética; la baja capacidad para la innovación, el desarrollo de nuevos modelos de negocio y el emprendimiento; la escasez de herramientas cognitivas y procedimentales para la gestión empresarial, el desarrollo sostenible y sustentable, la productividad y competitividad; la poca preparación en el manejo eficiente de la producción y comercialización de productos agrícolas.

Análisis causas y efectos de la necesidad de formación detectada

Causas:
- Falta de comprensión sobre los fundamentos y aplicaciones de la inteligencia artificial (IA) a nivel empresarial.
- Limitada capacidad de los líderes empresariales para tomar decisiones informadas y estratégicas en la implementación de la IA en sus empresas.
- Resistencia a cambios significativos en la cultura organizacional y en los procesos organizacionales existentes.
- Falta de integración y alineación de las estrategias de implementación de la IA con las estrategias empresariales.

Efectos:
- Pérdida de Oportunidades de implementación de estrategias IA para innovar y mantenerse competitivo en el mercado.
- Ineficiencias operativas por desaprovechamiento de las capacidades de automatización y optimización que ofrece la IA.
- Menor competitividad en el mercado, en comparación con empresas que han implementado tecnologías avanzadas de manera efectiva.
- Dificultad para adaptarse a cambios en el entorno empresarial, como nuevas tendencias tecnológicas o cambios en las preferencias del consumidor.

Justificación de la necesidad detectada según resultados cuantitativos y cualitativos del diagnóstico realizado y según fuentes internas o externas de información

La necesidad detectada, se sustenta en resultados cuantitativos y cualitativos de fuentes internas y/o externas que respaldan la iniciativa de llevar a cabo la acción de formación especializada "Inteligencia artificial para potenciar la productividad y la competitividad empresarial en la era digital".

Las bases del Plan Nacional de Desarrollo, Colombia potencia mundial de la vida 2022-2026, plantea, en sus diferentes ejes, el uso de las tecnologías digitales, emergentes y convergentes, para potencializar los diferentes sectores de la economía, tales como el agropecuario, el minero, de transporte, de salud, energético, entre otros, y en la comercialización y cadenas logísticas para incrementar la innovación y la productividad del sector productivo y, así mismo, aumentar la productividad laboral y la empleabilidad de las personas. Igualmente, plantea la necesidad de promover la competitividad empresarial, mediante el uso de tecnologías avanzadas que respondan a las necesidades actuales del país y promuevan el acceso a nuevos mercados. De la misma manera, en el catalizador “Economía productiva a través de la reindustrialización y la bioeconomía”, que hace parte del eje 4 “Transformación productiva, internacionalización y acción climática”, se plantea el cierre de brechas tecnológicas en el sector productivo para incrementar la innovación empresarial a partir del escalamiento de capacidades, condiciones y servicios de extensión tecnológica que permitan el desarrollo productivo regional, incluyendo el uso de datos y de tecnologías digitales emergentes (1).

En el mismo sentido, el CONPES 4129 de 2023, establece que “Colombia tiene una baja generación de valor agregado, un pobre desempeño en productividad, acompañado de un retroceso del aporte del sector industrial y un incipiente desarrollo del sector de servicios basados en innovación y conocimiento. La actividad productiva se ha reprimarizado y la economía tiene una alta dependencia del sector mineroenergético que ha acompañado el proceso de desindustrialización entendido como la pérdida del aporte de la industria a la producción total”. Del mismo modo, presenta la Política de Reindustrialización, entendida como el “proceso de transformación que debe surtir el sector productivo, tanto de bienes y servicios, en Colombia para enfrentar los retos del cambio climático, el acelerado cambio tecnológico y el entorno geopolítico cambiante”, con el fin de superar la baja generación de valor agregado en la producción de bienes y servicios de los sectores económicos que componen la base productiva de la economía colombiana, cuyas principales causas son: “ (i) la ineficiencia en la producción de bienes y servicios; (ii) la escasa diversificación y sofisticación de la oferta interna y exportable; (iii) la debilidad en los encadenamientos productivos y baja promoción e identificación

estratégica de aglomeraciones productivas entre los diferentes sectores de la economía, así como en la participación en las cadenas globales de valor; (iv) la baja integración económica con regiones con alto potencial de crecimiento futuro en su consumo y transferencia de tecnología y conocimiento; y finalmente; (v) la debilidad gestión de las instituciones y distorsiones en los incentivos a la actividad económica para la agregación de valor (2).

Para implementar la inteligencia artificial, es necesario, disminuir las barreras que impiden la incorporación de tecnologías digitales en el ámbito empresarial, crear las condiciones habilitantes para la innovación digital, como medio para aumentar la generación de valor económico y social mediante nuevos procesos y productos y fortalecer las competencias del capital humano que faciliten la inserción de la sociedad colombiana en la Inteligencia artificial (IA), reconociendo esta tecnología como un acelerador clave de la transformación digital. En medio de los avances recientes, la IA ha dejado de ser un tema relegado a los empleados de tecnología para convertirse en un foco de atención de los líderes de las empresas. En la cuarta encuesta anual de PwC sobre la IA, la mayoría de las empresas que trabajan con ella informan de sus resultados: pruebas de concepto prometedoras que están listas para escalar, casos de uso activos e incluso la adopción generalizada de procesos habilitados por la IA. Pero algunas empresas destacan. Es mucho más probable que estén avanzadas en el uso de la IA y que consigan resultados empresariales valiosos, que produzcan no solo un modelo de IA que funcione, sino también un rendimiento de la inversión significativo. Las empresas que adoptan un enfoque más holístico de la IA, centrándose en la consecución de tres objetivos empresariales, obtienen un mayor éxito que las que adoptan un enfoque singular. En comparación con las empresas que abordan la IA de forma fragmentada, estos líderes (algo más de un tercio en nuestra encuesta) son mucho más propensos (36% frente al 20%) a informar de la adopción generalizada de la IA. Tienen aproximadamente el doble de probabilidades de informar sobre el valor sustancial de las iniciativas de IA para mejorar la productividad, la toma de decisiones, la experiencia del cliente, la innovación de productos y servicios, la experiencia de los empleados y más. Al reunir a tantos líderes de toda la organización, un enfoque holístico facilita la escala y el intercambio de datos. Reúne a especialistas en IA con equipos de análisis, ingenieros de software y científicos de datos. Al incluir la experiencia empresarial, ayuda a alinear los resultados con los profesionales de la empresa, lo que conduce a la aceptación de la organización y a proyectos que ofrecen un impacto real a un coste razonable. Las empresas que adoptan un enfoque holístico de la IA son mucho más propensas que las que adoptan un enfoque fragmentario a continuar a toda velocidad con las iniciativas de IA a pesar de la escasez de talento para la IA (23% frente al 14%). Esto puede deberse a que es mucho más probable que sigan prácticas de vanguardia como el reciclaje del talento interno para trabajar con la IA (43% frente al 33%) y la reorganización de los equipos para hacer un mejor uso de la escasa experiencia en IA (41% frente al 32%). Tal vez porque las iniciativas de IA exitosas están proporcionando el dinero (a través del ahorro de costes o el aumento de los ingresos) para un mayor presupuesto de contratación, también son más propensos a reclutar activamente más talento específico de IA (42% frente al 32%). Por último, también son casi una vez y media más propensos que los demás (44% frente al 30%) a planificar el aprovechamiento de más proveedores externos, como los proveedores de servicios gestionados con su fuerza de trabajo de IA escalable y multifacética, para la experiencia.(3)

En relación con lo anterior, los comerciantes agremiados a UNDECO, manifiestan que uno de los principales desafíos que enfrentan actualmente, está relacionado con el conocimiento, uso e implementación de la tecnología, inteligencia artificial en los negocios y digitalización de procesos, en la que un 63% de los encuestados manifiesta sus inquietudes en este aspecto. En coherencia con esto, se encuentra que el 58% de los participantes en la encuesta, mencionan que una de las barreras que encuentran para el aumento de la productividad y la competitividad de sus organizaciones tienen que ver con el conocimiento, acceso y adquisición de tecnología, pertinente. Igualmente, un 73% expresa que sus preocupaciones frente a la competencia nacional e internacional, la mayoría de las respuestas están relacionadas con la innovación tecnológica y empresarial; la creación de nuevos negocios y la generación de nuevos modelos de negocio un 63%. Un 77% pone de manifiesto que sus principales necesidades e intereses en formación, se centran en el conocimiento, uso y apropiación de la tecnología para sus negocios. Lo anterior, evidencia la pertinencia de desarrollar acciones de formación especializadas que proporcionen conocimientos y desarrollen habilidades, especialmente en los funcionarios de la alta gerencia, responsables de la toma de decisiones estratégicas en las organizaciones, en Inteligencia artificial en los negocios para potenciar la productividad, la competitividad y la rentabilidad en la era digital.

1. https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/portalDNP/PND-2023/2023-05-04-bases-plan-nacional-de-inversiones-2022-2026.pdf.
2. https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Económicos/4129.pdf
3. https://www.pwc.com/co/es/pwc-insights/encuesta-ia.html

Objetivo de la acción de formación

Fortalecer los conocimientos y potenciar las capacidades de los funcionarios del nivel gerencial de las empresas agremiadas a UNDECO, en la toma de decisiones con la implementación de la Inteligencia artificial con el fin de potenciar la productividad y la competitividad empresarial en la era digital e impactar positivamente el desarrollo y el crecimiento empresarial.

Solo aplica para Acciones de Formació alineadas al SNC (Cualificaciones)

Nombre del catálogo	
Nombre de la cualificación	
Brecha de capital humano	

Evento de formación

Tipo de evento de formación	Taller	**Modalidad de formación**	Presencial
Tipo de ambiente de aprendizaje		Salones (Hoteles, laboratorios, aulas gastronomía, salones empresariales)	
Número de grupos	1	**Número de horas por grupo**	8
Número de beneficiarios por grupo	20	**Número de días por grupo de la AF**	1

Número de beneficiarios de la AF	20	**Número total de horas por AF**	8

Perfil Beneficiarios

Area(s) funcional(es)

Área Funcional	*Otra*
Dirección	

Justificación áreas funcionales a beneficiar

El creciente interés que despierta en todo el mundo la IA y su impacto en las personas, el trabajo y la sociedad, afectará en los próximos años a todas las esferas de la actividad económica, por lo que los directivos deben aprender a adaptarse a la evolución del entorno competitivo del sector, ser capaces de transformar a sus empresas y asegurarse de que sus empleados, y ellos mismos, poseen las habilidades necesarias para seguir aportando valor en este nuevo contexto.

Cargo/ocupaciones/denominación

Cargo
Área Dirección: presidente, director general, director de área, ejecutivo, director financiero, de operaciones, jefe o gerente de departamento, de proyectos, de recursos humanos, de marketing y demás

Funciones

Función
Área Dirección: Elabora políticas y estrategias. Determina objetivos a largo plazo y la interacción con otras entidades. Toma decisiones que afectan a toda la organización, Desarrolla planes y proyectos, entre otras.

Productos

Producto

Conocimientos

Conocimiento

Habilidades

Habilidad

Actitudes

Actitud

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional
ALTA DIRECCIÓN

Justificación beneficiarios de los niveles ocupacionales

En un mundo cada vez más automatizado, las habilidades en el manejo de la inteligencia artificial cobran un valor aún mayor. La IA puede ser una aliada poderosa para los gerentes si se utiliza de manera adecuada. En lugar de temer su presencia, es necesario acogerla como una herramienta de apoyo para mejorar la eficiencia y la toma de decisiones. Aprovecha las capacidades de la IA para analizar grandes volúmenes de datos y generar información valiosa que respalde las decisiones estratégicas. Utilizar herramientas de IA para automatizar tareas rutinarias y repetitivas, lo que permitirá que el equipo se centren en actividades de mayor valor agregado. La IA puede liberar tiempo y recursos para actividades estratégicas, como la planificación, la innovación y la gestión de proyectos.

Los líderes de las compañías utilizan un 54% de su tiempo en tareas de gestión, de acuerdo a la investigación de Accenture “Judgment calls: Preparing leaders to thrive in the age of Intelligent Machines”, un punto a

cambiar en el futuro, con la llegada de nuevas aplicaciones y programas de IA. La idea es disminuir a un 25% el tiempo destinado a coordinación y cambiar las prioridades a temas de estrategia, innovación, colaboración con su equipo y solución de problemas que, a su vez, involucra nuevas destrezas relacionadas a la inteligencia emocional, habilidades interpersonales y toma de decisiones. https://ce.entel.cl/articulos/inteligencia-artificial-y-la-nueva-gerencia-empresarial/

Número de empresas mipymes a beneficiar

4

Número de trabajadores a beneficiar de empresas mipymes

8

Justificación empresas y trabajadores de mipymes a beneficiar

La IA ofrece múltiples oportunidades que pueden permitirle a las mipymes mejorar sus operaciones, optimizar el uso de sus recursos y aumentar su competitividad en el mercado, independientemente del sector en que se especialicen. No obstante, es indispensable realizar una adopción cuidadosa de esta tecnología, hacerla parte del ADN de la empresa, formar en sus ventajas tanto al equipo directivo, para toma de desiciones frente a la información analizada, calcular los riesgos y abordar proactivamente los retos que puedan surgir en el proceso de integración de la IA.

Número de empresas de su cadena productiva a beneficiar

0

Número de trabajadores a beneficiar de empresas de su cadena productiva

0

Justificación empresas y beneficiarios de la cadena productiva a beneficiar

N/A

otros datos

Número de trabajadores en condición de discapacidad	0	**Número de trabajadores mujeres**	8
Número de trabajadores campesinos	0	**Número de empresas BIC a beneficiar**	0

Enfoque de la Acción de formación

Formación Gerencial

En caso de tener un enfoque Internacional*

Nombre del beneficiario de la formación internacional

Nombre de la empresa en la cual se encuentra vinculada el beneficiario de la formación internacional

Cargo del beneficiario de la formación internacional

Tiempo de vinculación a la empresa

Descripción del perfil profesional del beneficiario de la formación internacional

Proceso a impactar con la implementación de los conocimientos, habilidades y nuevas prácticas adquiridas a través de la formación internacional

Sectores y sub-sectores del beneficiario

Sector(es) a beneficiar con la AF

Comercio

Servicios

Transversal

Sub-sector(es) a beneficiar con la AF

Comercio

Transversal

Servicios

Sector(es) al que pertenece el beneficiario de la formación

Transversal

Sub-sector(es) al que pertenece el beneficiario de la formación

Transversal

Justificación Sector - Subsector

La actividad comercial es transversal a todos los sectores y subsectores de la economía ya que su objetivo principal es poner en manos de los consumidores los bienes y/o servicios que las empresas producen sin importar el sector en el que se desarrolla, su naturaleza, tamaño o la actividad productiva a la que se dedique. En este orden de ideas, UNDECO, empresas que ejercen diversas actividades comerciales y de servicios, en las que las tecnologías emergentes, especialmente la Inteligencia Artificial (IA), juegan en la actualidad, un papel preponderante para garantizar el crecimiento, la sostenibilidad, la innovación, la productividad y la competitividad empresarial.

Con base en lo anterior, es importante que funcionarios de la alta gerencia de las empresas agremiadas a UNDECO, de los sectores comercio, servicios y transversal, fortalezcan sus conocimientos, habilidades y destrezas para implementar y hacer un uso de la IA para la toma estratégica de decisiones que permitan optimizar los procesos y actividades de sus organizaciones. Del mismo modo, los subsectores pueden mejorar su rentabilidad, competir de manera más efectiva en un entorno empresarial cada vez más digitalizado, ofrecer sus productos y servicios con propuestas de valor únicas y diferenciadas, diversificar sus ofertas y expandir su presencia en el mercado al enfrentar los desafíos y capitalizar las oportunidades que presenta la transformación digital.

Desarrollar la acción de formación “Inteligencia artificial para potenciar la productividad y la competitividad empresarial en la era digital”, está enfocado en proporcionar, a la ALTA GERENCIA de las empresas agremiadas a UNDECO, los conocimientos esenciales para entender cómo la Inteligencia Artificial puede afectar y mejorar la toma de decisiones estratégicas, comprender cómo la implementación de la IA puede tener un impacto integral en todos los aspectos de la empresa, desde la cadena de suministro hasta las estrategias de mercadeo, abrir nuevas oportunidades de negocio y modelos de ingresos y liderar eficazmente la optimización de procesos de innovación para mejorar la productividad y la competitividad empresarial.

UNIDADES TEMÁTICAS

ID 8905

UT N° 2

AF N° 3

ACCIÓN DE FORMACIÓN Inteligencia artificial para potenciar la productividad y la competitividad empresarial en la era digital.

UNIDAD TEMÁTICA N° 2

UNIDAD TEMÁTICA Herramientas y Plataformas de Inteligencia Artificial para Negocios.

N° total de horas prácticas presenciales	2	**N° total de horas teóricas presenciales**	1
N° total de horas prácticas virtuales	0	**N° total de horas teóricas virtuales**	0
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática	3		

Contenidos de la UT	2.1 Plataformas de Aprendizaje Automático y Análisis Predictivo. 2.2 Casos de estudio de aprendizaje automático y análisis predictivo en empresas. 2.3 Plataformas de Automatización Robótica de Procesos (RPA).
Competencias a adquirir	El participante: • Identifica las diversas herramientas y plataformas de IA disponibles en el mercado para seleccionar las más adecuadas según las necesidades y objetivos específicos de la empresa. • Propone estrategia para implementar herramientas y plataformas de IA para diseñar y desarrollar soluciones específicas para su empresa o negocio, con el fin de fomentar la productividad y competitividad empresarial.
Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad presencial proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. Las actividades de aprendizaje de esta unidad están asociadas a la aplicación práctica en los contextos laborales de los participantes, de los conceptos estudiados en relación con las plataformas de Aprendizaje Automático, Análisis Predictivo y Automatización Robótica de Procesos. Se proponen estudio de casos.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	3	0

ID 8906

UT N° 3

AF N° 3

ACCIÓN DE FORMACIÓN Inteligencia artificial para potenciar la productividad y la competitividad empresarial en la era digital.

UNIDAD TEMÁTICA N° 3

UNIDAD TEMÁTICA Estrategias de Implementación de la Inteligencia Artificial en Empresas.

N° total de horas prácticas presenciales	2	**N° total de horas teóricas presenciales**	0

N° total de horas prácticas virtuales	0	**N° total de horas teóricas virtuales**	0
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática	2		

Contenidos de la UT	3.1 Análisis de la capacidad tecnológica actual de la empresa. 3.2 Identificación de áreas que pueden beneficiarse de la implementación de la IA. 3.3 Desarrollo de estrategias de implementación e integración de la IA en la empresa.
Competencias a adquirir	El participante: • Identifica oportunidades para la implementación de la IA y planificar estratégicamente su adopción en su empresa, con el fin de mejorar la productividad y la competitividad empresarial. • Plantea estrategias para la implementación de la IA, considerando objetivos a corto y largo plazo de su empresa.
Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad presencial proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. Para esta unidad del taller, por ser eminentemente práctica, las actividades de aprendizaje están orientadas al análisis de la capacidad tecnológica actual de las empresas en que se desempeñan los participantes, la Identificación de las áreas que pueden beneficiarse de la implementación de la IA y el desarrollo de estrategias para su implementación. Se proponen simulaciones, Peer teaching (Enseñanza entre pares) y uso de tecnología interactiva.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	2	0

ID 8910

UT N° 1

AF N° 3

ACCIÓN DE FORMACIÓN Inteligencia artificial para potenciar la productividad y la competitividad empresarial en la era digital.

UNIDAD TEMÁTICA N° 1

UNIDAD TEMÁTICA Inteligencia Artificial en los Negocios.

N° total de horas prácticas presenciales	1	**N° total de horas teóricas presenciales**	1
N° total de horas prácticas virtuales	0	**N° total de horas teóricas virtuales**	0
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática	2		

Contenidos de la UT	1.1 ¿Qué es la Inteligencia Artificial y cómo se aplica en los negocios? 1.2 Aplicaciones Prácticas de la IA en el Ámbito Empresarial. 1.3 Casos de uso de IA en la mejora de procesos internos.

Competencias a adquirir	El participante: • Comprende los principios y conceptos fundamentales de la IA, incluyendo sus aplicaciones, tipos y el impacto potencial en los negocios. • Analiza críticamente cómo la implementación de la IA puede afectar a la empresa, identificando oportunidades para mejorar la innovación, productividad y competitividad empresarial.
Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad presencial proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. Para esta unidad, las actividades de aprendizaje se relacionan con la apropiación de conocimiento sobre los diferentes elementos y características de la Inteligencia Artificial (IA) y su aplicación práctica en las empresas y negocios. Se propone estudio de casos.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	2	0

ID 8927

UT N° 4

AF N° 3

ACCIÓN DE FORMACIÓN Inteligencia artificial para potenciar la productividad y la competitividad empresarial en la era digital.

UNIDAD TEMÁTICA N° 4

UNIDAD TEMÁTICA Pensamiento y Análisis Crítico - Habilidad transversal.

N° total de horas prácticas presenciales	1	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	0	**N° total de horas teóricas virtuales**	0
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática	1		

Contenidos de la UT	4.1 Herramientas y técnicas de análisis crítico. 4.2 Aplicación del pensamiento crítico en el ámbito personal, profesional y laboral.
Competencias a adquirir	El participante: • Aplica el pensamiento crítico en el ámbito empresarial, evaluando estrategias, identificando oportunidades y riesgos para tomar decisiones informadas en la empresa.
Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad presencial proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. Para esta unidad, las actividades de aprendizaje se relacionan con la apropiación de conocimiento sobre los fundamentos del pensamiento crítico y las herramientas y técnicas para el análisis crítico. Se proponen discusión sobre la temática y debates en grupo.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	1	0

Proveedor de la formación - persona jurídica

El Capacitador persona jurídica contratado por UNDECO cumplirá con las siguientes condiciones:

1. Contar con cuatro (4) años de constitución legal, lo cual deberá demostrar a través del correspondiente certificado de existencia y representación legal o documento equivalente, expedido por la autoridad competente.
2. Demostrar mínimo cuatro (4) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas a entidades públicas o privadas. Esta experiencia debe acreditarse en el periodo comprendido entre los años 2010 a 2024.
3. Cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995 y/o las normas que les sean aplicables para su funcionamiento en el territorio nacional.

Material de formación

El taller “Inteligencia artificial para potenciar la productividad y la competitividad empresarial en la era digital”, se realizará en el entorno presencial de aprendizaje teórico práctico, con materiales para desarrollar el proceso formativo que se combinan para proporcionar a los participantes una comprensión sólida de las unidades temáticas propuestas, así como para fortalecer las habilidades prácticas para su implementación estratégica. En este sentido, los materiales de formación para esta AF, consisten en: una cartilla de formación (full color) impresa, metodológicamente estructurada y coherente con la metodología teórico-practica que incluye: material guía para cada participante, material complementario para la Acción de Formación como artículos, estudios de casos y de uso, así como enlaces de acceso a información adicional, cuyo contenido (Inteligencia Artificial en los Negocios; Herramientas y Plataformas de Inteligencia Artificial para Negocios; Estrategias de Implementación de la Inteligencia Artificial en Empresas, Pensamiento y análisis crítico) cumple con una estructura de desarrollo de tal modo que facilitará el aprendizaje.

Igualmente, se plantea el uso de video de contextualización de las temáticas de las unidades, presentaciones interactivas, que muestran de manera sintetizada los contenidos de la unidad: ejercicios, tips y aspectos claves de las temáticas; documentos en formato PDF con las lecturas que amplían, profundizan y complementan los conocimientos adquiridos por el participante en el desarrollo de cada unidad.

Por otra parte, se desarrollarán, actividades asociadas a la interacción grupal para profundizar sobre las temáticas propuestas, se propondrán talleres de aplicación práctica de los conceptos vistos, estudio de casos, y el uso de aplicaciones multimedia interactivas como Slido, para aprender y repasar conceptos de forma entretenida, mediante preguntas tipo test, y cautivar la atención de las personas y uso de nuevas tecnologías como base de su formación, con el objetivo de lograr que los participantes desarrollen un proceso formativo eficiente, progresivo y significativo.

Gestión del Conocimiento

Ítem Gestion Conocimiento

Infografía (Póster)

Alineación de la acción de formación

Alineación

PND - Uso y apropiación de tecnologías digitales

Justificación de la Alineación

Las bases del Plan Nacional de Desarrollo, Colombia potencia mundial de la vida 2022-2026, en la línea "Inversiones estratégicas nacionales" plantea la conectividad y transformación digital como motor de oportunidades, riqueza e igualdad que se desarrolla a través de la Estrategia Nacional Digital de Colombia 2023 – 2026 (END 2023-2026), el cual parte de lo dispuesto en el Plan Nacional de Desarrollo 2022 – 2026 (PND 2022-2026) y lo que están desarrollando los sectores administrativos del Gobierno nacional a través de sus planes sectoriales e institucionales, proporciona una visión de Colombia con respecto al acceso, uso y apropiación de los datos y las tecnologías digitales. Esta Estrategia se define a partir de ocho ejes, que parten de un abordaje multidimensional de la transformación digital e incluyen aspectos habilitadores para el uso y aprovechamiento de los datos y las tecnologías digitales, y también aspectos que hacen referencia a los resultados o efectos de dicho uso por parte de los diferentes agentes de la sociedad. Los ocho ejes son: i) Conectividad digital para cambiar vidas; ii) Acceso, uso y aprovechamiento de datos para impulsar la transformación social; iii) Seguridad y confianza digital para la garantía de las libertades y el desarrollo integral de las personas; iv) Habilidades y talento digital como motor de oportunidades; v) Inteligencia Artificial y otras tecnologías emergentes para la generación de valor económico y social; vi) Transformación digital pública para fortalecer el vínculo Estado – Ciudadanía; vii) Economía digital para la transformación productiva; y viii) Sociedad digital para un desarrollo inclusivo, equitativo, y sostenible. En particular, el eje v) Inteligencia Artificial y otras tecnologías emergentes para la generación de valor económico y social, tiene como objetivo generar oportunidades de aprovechamiento, implementación y democratización de la Inteligencia Artificial y otras tecnologías digitales emergentes para crear valor económico y social, teniendo como referencia principios éticos, gestión de riesgos de estas tecnologías y la protección de los derechos humanos, dado que existe la necesidad de profundizar en el desarrollo de política pública e inversiones para avanzar en el fortalecimiento de la IA.

Actualmente, para aumentar la productividad y la competitividad de todos los sectores económicos se requiere fortalecer las competencias individuales para el desempeño en entornos de IA, el desarrollo y acceso a capacidad de cómputo para IA y la adopción de IA como herramienta clave, además de disminuir las barreras que impiden la incorporación de tecnologías digitales, en el ámbito empresarial como medio para aumentar la generación de valor económico y social mediante nuevos procesos y productos.

Acción de formación especializada

La inteligencia artificial (IA) es una de las tecnologías más innovadoras y prometedoras de nuestro tiempo. Se está utilizando para transformar una amplia variedad de industrias y sectores, desde la salud y la educación hasta la automoción y la manufactura. Y a medida que la IA sigue evolucionando, se espera que la demanda de trabajadores capacitados en esta tecnología aumente significativamente.

La IA ya está transformando la forma en que trabajamos y vivimos, y esto solo aumentará en el futuro. Por lo tanto, es importante que los trabajadores comprendan la IA y cómo funciona para que puedan adaptarse y

tener éxito en un mundo impulsado por esta tecnología. Además, la IA tiene el potencial de resolver algunos de los mayores desafíos a los que se enfrenta nuestro mundo, desde el cambio climático hasta la atención médica y la seguridad. Pero para que esto suceda, necesitamos a los trabajadores de hoy para convertirse en los líderes y creadores de tecnología de mañana.

A medida que la IA sigue evolucionando, se espera que cambie la forma en que trabajamos. Muchos trabajos actuales podrían automatizarse o podrían ser reemplazados por sistemas impulsados por IA. La educación en IA podría ser la clave para asegurar trabajos futuros. La IA se está utilizando en una amplia variedad de sectores, lo que significa que los trabajadores que aprenden IA tendrán habilidades que se pueden aplicar en muchos trabajos diferentes. Además, la IA puede ser una habilidad complementaria para muchas profesiones, como la ingeniería, la medicina y la psicología, lo que significa que los que aprenden IA podrían tener una ventaja competitiva en el mercado laboral. Esta constante evolución de la IA significa que siempre hay más que aprender. Aprendiendo IA, los trabajadores tendrán la oportunidad de seguir aprendiendo y actualizando sus habilidades a medida que la tecnología evoluciona.

En la misma línea de lo anterior, la última encuesta implementada por UNDECO, realizada a sus agremiados evidencia que uno de los desafíos que enfrentan actualmente está relacionado con el conocimiento, uso e implementación de la tecnología, inteligencia artificial en los negocios y digitalización de procesos, lo que es coherente con las barreras que encuentran para el aumento de la productividad y la competitividad, asociadas con el desarrollo de capacidades para la gestión y la innovación empresarial, conocimiento y acceso a la tecnología y las necesidades de formación para el conocimiento, uso y apropiación de la tecnología para sus negocios.

Por estas razones, UNDECO pretende beneficiar de las acciones de formación a sus agremiados con procesos de formación y actualización especializados, como lo es este taller presencial de metodología teórico práctica, que les permita a directivos sus funcionarios del nivel gerencial, fortalecer sus conocimientos y potenciar sus capacidades para la toma eficiente de decisiones estratégicas con el fin de potenciar la productividad, la competitividad y la rentabilidad que les permita alcanzar el desarrollo y el crecimiento de empresas y negocios productivos, competitivos, sostenibles e innovadores.

Resultados - Impacto de la formación en el desempeño del trabajador y aplicación de conocimientos en el puesto de trabajo

Los participantes:

• Aplican lo aprendido para generar iniciativas de uso e implementación de estrategias de inteligencia artificial en los procesos operativos y estratégicos, contribuyendo a la innovación, la productividad y la competitividad empresarial.
• Fomentan la adopción de una mentalidad orientada a la innovación y promueven la exploración constante de nuevas oportunidades y tecnologías en su entorno empresarial.
• Proponen mejoras cuantificables en la eficiencia en los procesos y actividades organizacionales, la reducción de costos y el aumento de la eficacia en la toma de decisiones, entre otros.
• Implementan prácticas éticas en el desarrollo y uso de soluciones de IA y en la toma de decisiones relacionadas con la tecnología, orientadas a la productividad y competitividad empresarial.

Resultados - Impacto de la formación en la productividad y competitividad organizacional

Impactos en la productividad:
• Automatización eficiente de procesos, mediante herramientas y plataformas de inteligencia artificial, lo que conduce a una mejora significativa en la eficiencia operativa en los procesos y actividades de la empresa.
• Incremento en la eficiencia en la toma de decisiones, gracias a la aplicación de modelos de inteligencia artificial, que permiten acceder y procesar información de manera más rápida y precisa.
• Desarrollo de nuevas habilidades tecnológicas nuevas y la capacidad para adaptarse a las tendencias emergentes, lo que contribuye a la mejora constante de la productividad en un entorno digital en evolución.

Impactos en la competitividad organizacional:
• Desarrollo de soluciones innovadoras a través de la IA para abordar desafíos empresariales específicos, que proporcionen a la empresa una ventaja competitiva en el mercado.
• Adopción de Estrategias Competitivas con IA, que permite alcanzar una posición más fuerte y diferenciada en el mercado, como la personalización de productos o servicios, la optimización de precios mediante análisis predictivo, o la anticipación de las necesidades del mercado.
• Al aprovechar las capacidades de la IA, las empresas pueden mantenerse por delante de la competencia, adaptarse a las dinámicas del mercado en constante cambio y capitalizar nuevas oportunidades comerciales.

Indicadores de Impacto

Indicador - Mejoramiento en la empleabilidad	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores con incremento salarial despues de recibir la formación	1
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	20
Meta %	% 5,00
Indicador - Retención de trabajadores	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que continuan en sus empresas luego de recibir la formación	19

Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	20
Meta %	% 95,00
Indicador - Movilidad laboral	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que cambian sus condiciones laborales luego de recibir la formación	1
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	20
Meta %	% 5,00
Indicador - Empresas beneficiarias	**Valor Indicador - Meta**
Número de empresas beneficiarias de de la acción de formación	1
Número de empresas de el(los) sector(es) que representa	1500
Meta %	% 0,07
Indicador - Trabajadores beneficiarios	**Valor Indicador - Meta**
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	20
Número total de trabajadores de la(s) empresa(s) que representa la empresa/ gremio	35000
Meta %	% 0,06

Justificación lugar de ejecución

UNDECO pretende favorecer a sus miembros mediante esta formación en la ciudad de domicilio, Santa Marta, y busca fortalecer las capacidades de los funcionarios del nivel gerencial en la toma de decisiones para la implementación de la Inteligencia artificial. La acción formativa tiene una duración de 1 día calendario, sujeta al tiempo establecido por el SENA, y se realizará en 1 grupo de 20 beneficiarios.

Lugar de ejecución

Grupo Número Departamento	*Ciudad*	*Zona Rural*	*N° Beneficiarios*
1 MAGDALENA	SANTA MARTA	No	20

Presupuesto de la AF

Rubro	*Descripción*	*Cofinanciación SENA*	*% Contrapartida especie*	*% Contrapartida dinero*	*% Valor total*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	$ 1.874.500	% 65,09 $ 0	% 0,00 $ 1.005.500	% 34,91 $ 2.880.000
R05.1.3 Aplicaciones Multimedia Interactiva	R05.1.3 Aplicaciones Multimedia Interactiva	$ 15.000	% 100,00 $ 0	% 0,00 $ 0	% 0,00 $ 15.000
R05.2.1.1 Material de Formación - Impreso - Impresión de cartillas, de 1 a 200 unidades	R05.2.1 Material de Formación - Impreso - Impresión de cartillas, de 1 a 200 unidades	$ 1.320.000	% 100,00 $ 0	% 0,00 $ 0	% 0,00 $ 1.320.000
R06.1.1.3 Alquiler de Salones y/o Espacios - Salones Hoteles, laboratorios, aulas gastronomia o salones empresariales hasta 30 beneficiarios	R06.1.1.3 Alquiler de Salones y/o Espacios - Salones Hoteles, laboratorios, aulas gastronomía o salones empresariales hasta 30 beneficiarios	$ 2.000.000	% 100,00 $ 0	% 0,00 $ 0	% 0,00 $ 2.000.000

Rubro	Descripción	Cofinanciación SENA	% Contrapartida especie		% Contrapartida dinero		% Valor total
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	$ 0	% 0,00	$ 609.070	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 609.070
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	3	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 150.130	% 100,00	$ 150.130

	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida en Especie	% Especie	Contrapartida en Dinero	% Dinero	COSTO TOTAL AF
COSTO TOTAL DE LA AF	$ 5.209.500	% 74,70	$ 609.070	% 8,73	$ 1.155.630	% 16,57	$ 6.974.200

Presupuesto Transferencia de Conocimiento y Tecnología

Rubro	% de Beneficiarios	Número de beneficiarios de transferencia	Cofinanciación SENA	Porcentaje Cofinanciación	Contrapartida Especie	Porcentaje Especie	Contrapartida Dinero	Porcentaje Dinero	Valor Total
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	% 015	3	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 150.130	% 100,00	$ 150.130

Presupuesto Gastos de operación

Rubro	Cofinanciación SENA	Porcentaje Cofinanciación	Contrapartida Especie	Porcentaje Especie	Contrapartida Dinero	Porcentaje Dinero	Valor Total
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	$ 0	% 0,00	$ 609.070	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 609.070

Presupuesto Garantías

Rubro	Cofinanciación SENA	Porcentaje Cofinanciación	Contrapartida Especie	Porcentaje Especie	Contrapartida Dinero	Porcentaje Dinero	Valor Total

AF N° : 4

ACCIÓN DE FORMACIÓN : Herramientas de promoción para la comercialización directa de productos agrícolas.

Volver al Listado de AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1463#Indice-6)

Tipo de Acción de Formación

Acción de Formación

Necesidad o problema puntual detectado en la empresa/gremio, a la que se puede dar respuesta total o parcial mediante formación

Escaso conocimiento de herramientas para la comercialización directa de productos agrícolas, que fortalezcan la productividad, la competitividad y la rentabilidad del sector y mejoren las condiciones socioeconómicas de los campesinos.

Herramientas utilizadas para obtener la necesidad

Herramienta Utilizada	Muestra Poblacional
Encuesta	792

Fecha de diagnóstico

22/11/2023

Otro tipo de herramienta, cual?

N/A

La herramienta es de creación propia?

Si

La Empresa/Gremio cuenta con un plan de capacitación?

Si

Descripción de la herramienta

Durante el segundo semestre de 2023, la Unión Nacional de Comerciantes (UNDECO) realizó un diagnóstico entre sus asociados, cuyo objetivo era determinar los principales desafíos que enfrentan, necesidades e intereses, con el fin de identificar áreas de mejora, diseñar programas de apoyo, fortalecer la representación gremial y, de esta forma, definir los proyectos, iniciativas y actividades a nivel productivo, cultural, tecnológico, educativo, social y humanitario, que conforman su plan de acción 2024-2025.

El instrumento utilizado fue una encuesta estructurada con ocho (8) preguntas abiertas y una (1) cerrada, que se aplicó a los participantes en los diferentes eventos desarrollados por UNDECO, en el segundo semestre del año anterior, entre los que se destacan: la feria y rueda de negocios “se vale reactivarse” ; la jornada de formación empresarial, el bootcamp “Nuevos modelos de negocios basados en la industria 4.0 para la transformación comercial y el desarrollo productivo”; el lanzamiento de la iniciativa "Red de Tiendas Seguras" y el proyecto “la sierra vuelve a sembrar”, que contaron con la participación de más de 1.150 personas de los sectores industrial, agropecuario, comercial y de servicios, de los cuales se recogieron 985 encuestas.

El perfil de las personas participantes en estos eventos, se encuentra categorizado en 3 niveles: uno que corresponde a trabajadores de las empresas agremiadas a UNDECO y sus cadenas productivas de los niveles medio y operativo que desempeñan funciones de mercadeo, gestión administrativa, gestión comercial, promoción, atención al cliente, información y publicidad, operación y/o asesoría, entre otras. El segundo, está relacionado con emprendedores, empresarios, directivos y funcionarios de la alta gerencia; y, finalmente, el tercer perfil corresponde básicamente a campesinos (emprenderos rurales y productores agrícolas en menor escala).

El instrumento consta de ocho (8) preguntas: 1) Mencione 3 desafíos que usted considera, enfrenta su empresa o negocio en la actualidad, 2) ¿Cuáles considera que son las principales barreras para el crecimiento de su negocio? (menciones por lo menos 3), 3) ¿Cómo percibe el impacto de la tecnología en su empresa: Alto___ Medio___, Bajo___; 4), ¿Cuáles son sus principales preocupaciones en relación con la competencia local e internacional? (Relacione mínimo 3), 5) ¿Cuáles son las áreas específicas en las que le gustaría recibir formación para mejorar su negocio, 6) ¿Qué tipo de apoyo o recursos le gustaría recibir de la UNDECO?, 7) ¿Qué tipo de servicios adicionales le gustaría que UNDECO ofreciera a sus agremiados?, 8) ¿Cuáles son sus expectativas con respecto a la representación gremial y cómo cree que la UNDECO podría fortalecerla? Del mismo modo, la consulta se realizó entre los funcionarios de UNDECO con el fin de contrastar la opiniones que permitan diseñar planes internos de capacitación acordes a las necesidades detectadas. Los resultados de este último diagnóstico entre los funciones contó con un espacio de socialización y opinión, que dio como resultado la identificación de las oportunidades de mejoras en las diferentes áreas y la propuesta de alternativas de solución para ser incluidas dentro de los retos de la organización para el 2024.

De las 985 encuestas recogidas, después de un proceso de depuración de las mismas, se obtuvo un total de 792 encuestas válidas para la respectiva tabulación. Con el fin de establecer las tendencias de mayor frecuencia en las respuestas a las preguntas abiertas se utilizó la herramienta “Word Cloud Generator”, con el fin de configurar las correspondientes nubes de palabras que permitieran establecer las categorías más relevantes para el análisis y diagnóstico. El resultado para los desafíos y barreras fueron: tecnología, sostenibilidad y crecimiento empresarial, seguridad, competitividad, finanzas personales y empresariales y acceso a programas de apoyo y crédito. En cuanto necesidades o intereses de formación, la categorización correspondió a: innovación empresarial, uso de herramientas tecnológicas IA, desarrollo de proyectos productivos, nuevas estrategias de mercado y comercialización, servicio y atención al cliente, cuidado del ambiente con energías limpias y renovables, innovación y comercialización agrícola, educación financiera y técnicas de negociación.

Resumen de resultados principales del diagnóstico de necesidades de formación

De acuerdo con el análisis de los resultados se evidencia una tendencia mayoritaria en los siguientes temas: apropiación e implementación de la tecnología como un factor de desafío, pero cuyo conocimiento y costos, se convierten en una barrera de acceso y consecuente desarrollo de sus negocios; esto es coherente con el alto impacto que perciben de esta en sus empresas y las necesidades de formación, que en su mayoría, se relacionan con el uso herramientas tecnológicas, inteligencia artificial en los negocios, digitalización de procesos e innovación tecnológica. En segundo lugar, los encuestados reconocen que uno de los desafíos que enfrentan actualmente está relacionado con el desarrollo sostenible y el crecimiento de sus empresas o negocios, que se manifiesta en aspectos como: producción y oferta de productos o servicios amigables con el medio ambiente, adopción de fuentes de energía renovable y manejo de residuos y reciclaje. En tercer lugar, se encuentra la seguridad, tanto como desafío que tienen que enfrentar los empresarios, como una barrera para el crecimiento de sus negocios. Al mismo nivel se encuentra el tema de la competitividad, asociado a factores de innovación empresarial y tecnológica, nuevos modelos de negocio, gestión empresarial, capacidad de acceso y de competitividad en mercados internacionales, nuevas estrategias de mercado y comercialización y servicio al cliente; lo cual es coherente con el alto porcentaje de respuestas relacionadas con las preocupaciones respecto a la competencia nacional e internacional.

Es importante resaltar, por sus características, en los resultados de las encuestas respondidas por los emprenderos rurales y productores agrícolas en menor escala (campesinos) se destacan como principales desafíos: la tecnificación de la producción agrícola con el uso de la tecnología, la comercialización de productos agrícolas de manera directa, sin intermediarios y desarrollo de procesos agroindustriales y la posibilidad de incursionar en los mercados internacionales. Encontrándose dentro de las barreras: el acceso al conocimiento y adquisición de la tecnología pertinente, la capacidad para desarrollar proyectos productivos innovadores y la sostenibilidad de los emprendimientos. Lo cual es coherente con las preocupaciones frente a la competencia nacional e internacional y las necesidades de formación, expresadas en las preguntas 4 y 5 respectivamente, de la encuesta. Finalmente, en un menor porcentaje se encuentran temas relacionados con el manejo de las finanzas tanto a nivel personal como empresarial y acceso a programas de apoyo y crédito. En cuanto a necesidades de formación, el menor porcentaje corresponde a temas de: administración, contabilidad, técnicas de ventas, manejo de conflictos, entre otros de menor ponderación.

Finalmente, podemos mencionar que entre los aspectos relacionados con el apoyo que les gustaría recibir de UNDECO (pregunta 6), se destacan: una mayor asesoría para el mejoramiento de las diferentes áreas, procesos administrativos de las empresas, acompañamiento en las distintas gestiones ante los entes y dependencias especialmente oficiales, apoyo en la elaboración y presentación de solicitudes ante las entidades financieras. En referencia a los servicios adicionales que les gustaría que UNDECO les ofreciera (pregunta 7), presentan un mayor porcentaje de respuesta: las asesorías tributarias, asesorías financieras, apoyo en procesos de comercio exterior y oportunidades de exportación, realización de más de eventos de capacitación en diferentes áreas y actualización permanente en normativa y disposiciones relacionadas con los negocios.

En cuanto a las expectativas con respecto a la representación gremial (pregunta 8), se destacan: la creación de agrupaciones o “clusters” de acuerdo con los productos que comercializan o los servicios que prestan las empresas y negocios, mayor presencia como asociación en ciertos segmentos de comercio y crear junto con las autoridades frente de seguridad, especialmente para los comercios.

Por último, es importante mencionar que el espacio de consulta y socialización entre los funcionarios permitió identificar algunas oportunidades de mejora siendo de opinión común y de mayor relevancia las relacionadas

con el fortalecimiento de habilidades para desarrollar una comunicación asertiva que permitirá minimizar reprocesos y aportar a un buen clima laboral; optimización del proceso de atención al clientes internos y externos para prestar un mejor servicio y consolidar relaciones; procesos logísticos que requieren disminuir los tiempo de confirmación y respuesta a proveedores participantes de eventos y ferias; entre otros.

A continuación, se describen los principales resultados obtenidos en las preguntas que proporcionan información pertinente para el diagnóstico de las necesidades de formación.

Pregunta 1: desafíos relacionados con el conocimiento, uso e implementación de la tecnología, inteligencia artificial en los negocios y digitalización de procesos, 63%; desafíos relacionados con desarrollo empresarial sostenible, crecimiento socioeconómico, desarrollo y comercialización de productos o servicios ecológicos, adopción y manejo de nuevas fuentes de energía y el manejo de residuos y reciclaje, 55%; desafíos relacionados con la competitividad, nuevas ideas y modelos de negocio, innovación empresarial, acceso a nuevos mercados a nivel nacional como internacional, 51%; nuevas estrategias de mercado y comercialización centradas en el cliente y nuevas estrategias digitales de venta, servicio y atención al cliente, 47%; asociatividad, cadenas de suministros, venta de productos agrícolas de manera directa, 35%; desafíos relacionados con la seguridad ciudadana y jurídica, 28%; desafíos relacionados con el manejo formal de las finanzas, uso de herramientas financieras, modelos financieros para los negocios, 23%; desafíos en cuanto al conocimiento de programas y fuentes formales de financiación y crédito y forma de elaborar y presenta de proyectos de financiación sustentables, 18%.

Respecto a la pregunta 2: barreras relacionadas con el conocimiento, acceso y adquisición de tecnología, 58%; barreras que encuentran es la relacionada con el desconocimiento de estrategias que ayuden con el cuidado del ambiente, ellos saben que lo deben hacer, pero no tienen claras las estrategias que le permitan su aplicación o lo que representa en términos productivos, 54%; barreras relacionadas con innovación empresarial, son muchas ideas sin desarrollarse o por recursos, por falta de cultura innovadora en la empresa, 51%; barreras asociadas al desarrollo de capacidades para la gestión empresarial, conocimiento y acceso a la tecnología, sostenibilidad en el tiempo y relevo generacional, 46%; Barreras relacionadas con las capacidades administrativas de los trabajadores del campo, 60%; barreras asociadas a problemas financieros, logísticos y administrativos, 39%; otras barreras de índole personal, familiar u otros factores, 23%.

Frente a la pregunta 3, el 83% de los encuestado perciben un alto impacto de la tecnología en sus negocios, el 11% un impacto medio y 6% un bajo impacto.

En cuanto a la pregunta 4, las principales preocupaciones frente a la competencia nacional e internacional, la mayoría de las respuestas están relacionadas con la innovación tecnológica y empresarial, 73%, la creación de nuevos negocios y la generación de nuevos modelos de negocio, 63%; el acceso a nuevos mercados, 61%, y generación de valores agregados en cuanto a atención y servicios de asesoría, acompañamiento e interacción con los clientes/usuarios, 59%, comercialización de productos limpios, 48%; y aspectos relacionado con estrategias de promoción, mercadeo y venta directa de productos agrícolas, 35%.

Respecto de la pregunta 5, las principales necesidades e intereses en formación, se centran en: innovación tecnológica y empresarial, 82%; uso de herramientas tecnológicas IA, 77%; nuevas estrategias de mercado y comercialización, servicio y atención al cliente, 72%; desarrollo sostenible, medio ambiente, uso y aprovechamiento de energías limpias y renovables, 68%; desarrollo de proyectos productivos, comercialización agrícola 59%.

En relación con el análisis interno de necesidades entre los funcionarios de UNDECO, la mayoría estuvo de acuerdo en requerir formación que les permita optimizar el proceso de atención a clientes internos y externos para prestar un mejor servicio con el uso de herramientas tecnológicas, 82%; desarrollar una comunicación asertiva que contribuya a minimizar reprocesos y aportar a un buen clima laboral, 75%; adelantar procesos logísticos efectivos que disminuyan los tiempo de respuesta a proveedores de eventos y ferias; entre otros con un menor interés.

El anterior ejercicio de diagnóstico se convierte en una poderosa y, a la vez, valiosa herramienta que permite revalidar y fortalecer la misión, objetivo y fines de UNDECO como asociación, ya que los resultados obtenidos tienen un impacto directo y significativo en la definición de proyectos, programas y acciones a desarrollar en el corto y mediano plazo. Los resultados obtenidos ponen de manifiesto una serie de problemáticas y necesidades que pueden ser atendidas mediante procesos de formación que proporcionen el conocimiento y las herramientas adecuadas para potenciar y mejorar las habilidades y capacidades de los agremiados para proponer, diseñar e implementar estrategias, procesos y actividades que fortalezcan la productividad, mejoren la competitividad y permitan el crecimiento y desarrollo de las empresas, los negocios, los trabajadores y sus familias. En este orden de ideas, encontramos como necesidades prioritarias: El bajo nivel de conocimiento y apropiación de la tecnología; la falta de conocimiento en el uso e implementación de energías limpias para la transición y eficiencia energética; la baja capacidad para la innovación, el desarrollo de nuevos modelos de negocio y el emprendimiento; la escasez de herramientas cognitivas y procedimentales para la gestión empresarial, el desarrollo sostenible y sustentable, la productividad y competitividad; la poca preparación en el manejo eficiente de la producción y comercialización de productos agrícolas.

Análisis causas y efectos de la necesidad de formación detectada

Causas:
- Limitado acceso a la tecnología, que restringe la capacidad de los agricultores para familiarizarse con herramientas digitales de la promoción.
- Aislamiento y dispersión geográfica, que dificulta el acceso a capacitación y recursos sobre herramientas de promoción.
- Falta de información sobre las oportunidades de mercado y la importancia de la promoción directa, lo que lleva a una subutilización de estas herramientas por parte de los agricultores.
- Falta de habilidades digitales y de alfabetización en tecnología entre los agricultores.

Efectos:
- Los agricultores son menos competitivos en comparación con competidores que aprovechan estrategias digitales.
- Dependencia de intermediarios, afectando los precios finales de los productos agrícolas y reduciendo la rentabilidad para los agricultores.
- Limitada formación, lo que afecta la capacidad de los agricultores para llegar a nuevos clientes.
- Desconexión de las tendencias del mercado, que provocan la perdida de oportunidades para que los agricultores se adapten a estas y satisfacer las demandas cambiantes de los consumidores.

Justificación de la necesidad detectada según resultados cuantitativos y cualitativos del diagnóstico realizado y según fuentes internas o externas de información

La necesidad detectada, se sustenta en resultados cuantitativos y cualitativos de fuentes internas y/o externas que respaldan la iniciativa de llevar a cabo la acción de formación especializada "Herramientas de promoción para la comercialización directa de productos agrícolas".

Las bases del Plan Nacional de Desarrollo, Colombia potencia mundial de la vida 2022-2026, n el eje 3 derecho “derecho humano a la alimentación”, establece como uno de los indicadores de primer nivel la “Producción en cadenas agrícolas priorizadas para el Derecho Humano a la Alimentación”. Igualmente, en los indicadores de segundo nivel relacionados con el sector agrícola se plantean, entre otros, el fomento a las exportaciones agrícolas no tradicionales, fortalecer los procesos propios de producción y consumo de alimentos, donde la agricultura campesina, familiar y comunitaria juega un rol fundamental para alcanzar progresivamente la soberanía alimentaria. Así mismo, plantea que los sectores lideres en el crecimiento en los próximos años serán la agricultura, la industria y los servicios de turismo. Estas dinámicas se reflejarán en un cambio de la canasta exportadora, y una mayor generación de empleo en el mediano y largo plazo (1).

De otra parte, el CONPES 4129 de 2023, propone como uno de los objetivos de la política es: incrementar la eficiencia de cadenas logísticas agrícolas; fomentar la digitalización de cadenas de suministro. En este sentido, determina algunas líneas de acción encaminadas a cumplir estos objetivos que incluyen, entre otras: articular los instrumentos de planificación del sector y fortalecer la política de formalización de la propiedad rural; intervenir cadenas agrícolas, forestales y pecuarias para fortalecer el ordenamiento productivo, aprovechar las nuevas tecnologías, y el acceso a bienes de capital para optimizar la producción agrícola (agricultura de precisión). De la misma manera, plantea que, a nivel sectorial, el escaso aprovechamiento de herramientas tecnológicas es especialmente preocupante en el sector agropecuario. La baja apropiación tecnológica en el sector, que aportó el 7,6 % del PIB en 2021, ha obstaculizado la implementación de sistemas precisos de monitoreo y control; la adopción de técnicas agrícolas avanzadas y la integración en cadenas de suministro eficientes, lo que, a su vez, ha impactado negativamente su competitividad. En este entendido, uno de los grandes problemas a los que se enfrenta el sector agropecuario que provee de insumos a la agroindustria y a otros sectores es la comercialización de los productos. En particular, los pequeños agricultores se ven enfrentados a incertidumbres financieras por los cambios en los precios. Lo anterior, puesto que, dependiendo de las variaciones de la oferta, los márgenes de ganancia pueden ser más grandes o pequeños, y también pueden influenciar las decisiones de cultivo. Finalmente, desde la óptica sectorial, los sectores agropecuario y agroindustrial tienen grandes desafíos para la producción, comercialización y exportación de sus productos. Tanto la agroindustria como el sector agrícola tienen oportunidades de incursionar en diferentes mercados en el mundo. No obstante, cada vez en el mundo existen nuevos requerimientos para la recepción de productos, que pueden constituirse en barreras potenciales para la comercialización de los productos de tales sectores (2).

Por otro lado, dentro del complejo panorama internacional, “para 2024, se espera un crecimiento de 2,8% y para las vigencias de 2025 y 2026 se proyecta un crecimiento de la economía colombiana de 3,6% impulsado por los sectores de agricultura, industria y servicios. Estas cifras de crecimiento serían consistentes con un aumento de la productividad entre 0,1 p.p. y 0,6 p.p en el 2026. A su vez, estas metas son compatibles con una generación total de 1,7 millones de empleos, en su mayoría formales, en el período 2023-2026, una reducción de la informalidad y de la pobreza en el 2026. Se estima que los incrementos en productividad y empleo conllevarán a una tasa de inversión del 24,6 % del PIB en 2026, y a una tasa de desempleo de 8,8 %.” (p. 277). De la misma manera enfatiza en que la diversificación productiva y exportadora será complementada con una estrategia de inserción más eficiente de la industria, la agricultura y los servicios en las cadenas globales de valor. Y que las fuentes de la transformación productiva serán el sector agropecuario, la industria manufacturera, los servicios y la construcción de vivienda social y de infraestructura regional y local. Estas inversiones estimulan la producción campesina y la economía popular. En primer lugar, el crecimiento de los sectores de agricultura se elevará desde un 0,4% en 2023 a 6,0% en 2026.

El país tiene una enorme deuda histórica con aquellos trabajadores del campo que son los responsables de que tengamos nuestros alimentos disponibles diariamente, afirmación que corrobora el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE, indicando que la desigualdad en el campo puede llegar a ser dos veces mayor que en las ciudades; asimismo, según cifras de la plataforma digital gratuita, con frecuencia un campesino gana solo el 30 % de lo que realmente vale su producto (3).

La agricultura campesina es un modelo agrícola que se basa en la producción de alimentos a pequeña escala, utilizando técnicas tradicionales y respetando el medio ambiente. Este tipo de agricultura es practicado por comunidades rurales, que producen alimentos para su autoconsumo y venta local. En Colombia, la agricultura campesina es una forma de vida para muchas personas que dependen de ella para su sustento y la de sus familias. La agricultura campesina contribuye a la soberanía alimentaria de un país. La soberanía alimentaria se refiere al derecho de los pueblos a decidir sobre su propio sistema alimentario y a tener acceso a alimentos nutritivos y culturalmente apropiados. La agricultura campesina es fundamental para alcanzar este objetivo, ya que produce alimentos sanos y de calidad sin depender de grandes corporaciones y empresas transnacionales. La agricultura campesina también promueve el desarrollo rural sostenible, ya que utiliza técnicas agrícolas que respetan el medio ambiente y que no dañan los ecosistemas locales. Además, fomenta la diversidad alimentaria, ya que los campesinos producen una gran variedad de alimentos, muchos de los cuales son desconocidos para las grandes ciudades. En Colombia, la agricultura campesina es un elemento clave para la seguridad alimentaria del país. Según estadísticas del Ministerio de Agricultura, el 70% de los alimentos que consumen los colombianos provienen de la agricultura campesina. Además, esta forma de agricultura contribuye a la reducción de la pobreza y la desigualdad, ya que permite a las comunidades rurales generar ingresos y mejorar su calidad de vida. (4)

En relación con lo anterior, los emprendedores rurales y productores agrícolas en menor escala (campesinos) agremiados a UNDECO, manifiestan que los principales desafíos que enfrentan actualmente están relacionados con la asociatividad, cadenas de suministros, venta de productos agrícolas de manera directa, 35%. En coherencia con esto, el diagnóstico realizado muestra que las barreras que encuentran los campesinos para el aumento de la productividad y la competitividad tienen que ver con el acceso al conocimiento y adquisición de la tecnología pertinente, la capacidad para desarrollar proyectos productivos innovadores y la sostenibilidad de los emprendimientos, donde el 60% de los encuestados mencionan que entre las más relevantes esta, la relacionada con las capacidades administrativas de los trabajadores del campo; así como a las necesidades de formación, que para un 59% corresponden a desarrollo de proyectos productivos, comercialización agrícola. Lo anterior, evidencia la pertinencia de desarrollar acciones de formación especializadas que proporcionen conocimientos y desarrollen habilidades, especialmente en los emprendedores rurales y campesinos, que les permita la apropiación y uso de herramientas que faciliten la comercialización directa de sus productos agrícolas y mejoren sus condiciones socioeconómicas.

1. https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/portalDNP/PND-2023/2023-05-04-bases-plan-nacional-de-inversiones-2022-2026.pdf
2. https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Económicos/4129.pdf
3. https://www.semana.com/economia/empresas/articulo/de-esta-manera-campesinos-reciben-capacitaciones-gratuitas-para-fortalecer-el-agro-colombiano/202309/
4. https://colombiaverde.com.co/geografia/agricultura/agricultura-campesina-para-la-soberania-alimentaria/

Objetivo de la acción de formación

Fortalecer los conocimientos y potenciar las capacidades de los agremiados a UNDECO, particularmente emprendedores rurales y productores agrícolas (campesinos) y su cadena productiva, para la apropiación y uso de herramientas que faciliten la comercialización directa de productos agrícolas, fortalezcan la productividad, la competitividad y la rentabilidad del sector, y mejoren sus condiciones socioeconómicas.

Solo aplica para Acciones de Formació alineadas al SNC (Cualificaciones)

Nombre del catálogo	
Nombre de la cualificación	
Brecha de capital humano	

Evento de formación

Tipo de evento de formación	Taller	**Modalidad de formación**	Presencial
Tipo de ambiente de aprendizaje	Aulas básicas (Espacios físicos en fincas y talleres, Instituciones básica y media, salones comunales)		
Número de grupos	1	**Número de horas por grupo**	8
Número de beneficiarios por grupo	20	**Número de días por grupo de la AF**	1
Número de beneficiarios de la AF	20	**Número total de horas por AF**	8

Perfil Beneficiarios

Area(s) funcional(es)

Área Funcional	*Otra*
Producción	

Justificación áreas funcionales a beneficiar

Los beneficiarios de este taller particularmente emprendedores rurales, trabajadores y productores agrícolas (campesinos) y su cadena productiva, asociadas a la Unión Nacional de Comerciantes (UNDECO), que potencialmente requieren apropiar y usar herramientas de promoción para la comercialización directa de productos agrícolas, con el fin de que fortalezcan la productividad, la competitividad y la rentabilidad del sector y mejoren sus condiciones socioeconómicas.

Dada la vocación de UNDECO, de contribuir al desarrollo integral de sus agremiados y la sociedad en general y fomentar planes y proyectos, entre los que se encuentran los de formación, que aseguren un desarrollo sostenible de los diferentes sectores económicos y empresariales, se hace necesario difundir este proceso de formación entre los trabajadores rurales del sector agrario (campesinos), quienes son los responsables de la producción y distribución de productos agrícolas.

Cargo/ocupaciones/denominación

Cargo
Área producción: cargos como agricultores, conductores de tractor, veterinarios, cultivadores, horticultores, técnicos en control de plagas, jornaleros, operarios de maquinaria agrícola y demás.

Funciones

Función
Área de producción: Se encargan de la alimentación, limpieza, ordeño y de la salud de los animales. Cultivo de frutas, vegetales, flores, plantas y árboles para su posterior venta, entre otras.

Productos

Producto

Conocimientos

Conocimiento

Habilidades

Habilidad

Actitudes

Actitud

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional
MEDIO
OPERATIVO

Justificación beneficiarios de los niveles ocupacionales

Los beneficiarios de este taller serán particularmente emprendedores rurales, trabajadores y productores agrícolas (campesinos) y su cadena productiva, de los niveles ocupacionales medio y operativo, asociados a UNDECO, que potencialmente requieren apropiar y usar herramientas de promoción para la comercialización directa de productos agrícolas, con el fin de que fortalezcan la productividad, la competitividad y la rentabilidad del sector y mejoren sus condiciones socioeconómicas.

Dada la vocación de UNDECO, de contribuir al desarrollo integral de sus agremiados y la sociedad en general y fomentar planes y proyectos, entre los que se encuentran los de formación, que aseguren un desarrollo sostenible de los diferentes sectores económicos y empresariales, se hace necesario difundir este proceso de formación entre los trabadores rurales del sector agrario (campesinos), quienes son los responsables de la producción y distribución de productos agrícolas.

Número de empresas mipymes a beneficiar

10

Número de trabajadores a beneficiar de empresas mipymes

15

Justificación empresas y trabajadores de mipymes a beneficiar

UNDECO propende dentro de sus principios misionales por la unidad de los diferentes sectores de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) y una adecuada articulación entre el gremio, sus asociados y el gobierno territorial y nacional, a partir del enfoque estratégico que tenga cada empresa o negocio y su cadena productiva; entre los que se cuentan los emprendedores rurales, productores y trabajadores agrarios, de impulsar y defender la participación de la fuerza productiva local en las regiones y apoyar, promover, gestionar y desarrollar directamente o mediante convenios y/o alianzas estratégicas, entre otros, programas en educación, enfocados a concomimiento y uso de herramientas de promoción y comercialización de servicios y/o productos, entre ellos los agrícolas.

En este sentido, desarrollar un proceso de formación que permita mejorar los conocimientos y fortalecer las capacidades para el uso de herramientas de promoción en la comercialización directa de productos agrícolas que incluya a las MIPYMES, contribuye directamente al desarrollo económico sostenible, ya que estas empresas son una parte esencial de la economía y representan una gran proporción de las empresas de nuestro país; adicionalmente, mejorar su capacidad para innovar redunda en la creación de nuevos empleos y en un aumento de la productividad, beneficiando así a la comunidad y la fuerza laboral. De otro lado, mejorar las capacidades de comerciales de las MIPYMES las hace más competitivas en un entorno empresarial en constante cambio y les permite enfrentar con éxito la competencia y expandir su presencia en el mercado, diversificando sus ofertas de productos o servicios, lo que no solo aumenta sus oportunidades de ingresos, sino que también les permite satisfacer mejor las necesidades cambiantes del mercado.

Número de empresas de su cadena productiva a beneficiar

3

Número de trabajadores a beneficiar de empresas de su cadena productiva

5

Justificación empresas y beneficiarios de la cadena productiva a beneficiar

Los trabajadores que hacen parte de la cadena productiva agraria, agremiados a UNDECO, participarán en esta acción de formación, por la necesidad que tienen de mejorar y fortalecer sus conocimientos y capacidades en el uso de herramientas de promoción para la comercialización directa de productos agrícolas, esencialmente por la necesidad de identificar mejor las oportunidades y desafíos en la comercialización directa, facilitar que la promoción de los productos agrícolas se alinee con los estándares de calidad establecidos, contribuir a la comercialización efectiva, fomentar la construción de una reputación sólida en el mercado al facilitar la identificación de requerimientos y normativas, además de promover soluciones específicas para mejorar la eficiencia y la rentabilidad de la comercialización.

Desde esta perspectiva, esta acción de formación permite que los trabajadores estén en capacidad de contribuir no solo al éxito del negocio, sino que también los motiva al reconocer la importancia de su papel en la comercialización directa de productos agrícolas, gestionar de manera más autónoma la promoción y comercialización de los mismos y reducir la dependencia de intermediarios en la cadena de comercialización, lo que permitirá a los agricultores y trabajadores ser más competitivos, obtener mayores márgenes de beneficio y mejorar su rentabilidad.

otros datos

Número de trabajadores en condición de discapacidad	0	**Número de trabajadores mujeres**	9
Número de trabajadores campesinos	20	**Número de empresas BIC a beneficiar**	0

Enfoque de la Acción de formación

Formación en el trabajo

En caso de tener un enfoque Internacional*

Nombre del beneficiario de la formación internacional

Nombre de la empresa en la cual se encuentra vinculada el beneficiario de la formación internacional

Cargo del beneficiario de la formación internacional

Tiempo de vinculación a la empresa

Descripción del perfil profesional del beneficiario de la formación internacional

Proceso a impactar con la implementación de los conocimientos, habilidades y nuevas prácticas adquiridas a través de la formación internacional

Sectores y sub-sectores del beneficiario

Sector(es) a beneficiar con la AF

Primario Y Extractivo

Sub-sector(es) a beneficiar con la AF

Agropecuario

Sector(es) al que pertenece el beneficiario de la formación

Transversal

Sub-sector(es) al que pertenece el beneficiario de la formación

Transversal

Justificación Sector - Subsector

El taller "Herramientas de promoción para la comercialización directa de productos agrícolas" beneficia a trabajadores de las empresas agremiadas a UNDECO y su cadena productiva, del sector primarios y extractivo, al proporcionar herramientas de promoción para la comercialización directa, que juegan en la actualidad, un papel preponderante, especialmente en el subsector agropecuario, porque impactan positivamente la productividad, competitividad y rentabilidad agrícola, así como en las condiciones socioeconómicas de los campesinos.

Con base en lo anterior, es importante que los campesinos, emprendedores rurales y trabajadores agrarios y su cadena productiva, agremiadas a UNDECO, fortalezcan sus conocimientos, habilidades y destrezas para hacer un uso de herramientas de promoción para la comercialización directa de su productos, puedan competir de manera más efectiva en entornos cada vez más digitalizados; ofrezcan sus productos con propuestas de valor únicas y diferenciadas; diversifiquen sus ofertas y expandan su presencia en los mercados locales, regionales, nacionales e internacionales.

El enfoque del taller presencial “Herramientas de promoción para la comercialización directa de productos agrícolas” es EN EL TRABAJO, dado que busca proporcionar, a los emprendedores rurales, campesinos, productores y trabajadores del sector agrario y su cadena productiva agremiadas a UNDECO, los conocimientos esenciales para comprender cómo la comercialización directa de sus productos mejoran la productividad, competitividad y rentabilidad en sus negocios, y esto cómo puede impactar integralmente en todos los aspectos que van desde el desarrollo de habilidades y competencias para la realización efectiva de sus labores cotidianas, la promoción de estrategias de mercadeo, hasta el fortalecimiento de la relación con la cadena de suministro, dando paso a nuevas oportunidades de negocio y modelos de ingresos.

UNIDADES TEMÁTICAS

ID	8928
UT N°	1

AF N° **4**

ACCIÓN DE FORMACIÓN **Herramientas de promoción para la comercialización directa de productos agrícolas.**

UNIDAD TEMÁTICA N° **1**

UNIDAD TEMÁTICA **Generalidades de mercadeo digital para productos agrícolas.**

N° total de horas prácticas presenciales	1	**N° total de horas teóricas presenciales**	1
N° total de horas prácticas virtuales	0	**N° total de horas teóricas virtuales**	0
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática		2	

Contenidos de la UT	1.1 Conceptos básicos de mercadeo digital. 1.2 Relevancia del mercadeo digital en la comercialización agrícola. 1.3 Desarrollo de una presencia en línea efectiva, uso de redes sociales para la promoción y plataformas específicas para empresas agrícolas.
Competencias a adquirir	El participante: • Identifica los aspectos fundamentales para crear contenidos atractivos y estratégicos para plataformas digitales, que destaquen la singularidad de los productos agrícolas comercializados en la empresa. • Propone estrategias para gestionar campañas publicitarias de productos agrícolas comercializados por la empresa en plataformas y redes sociales.
Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad presencial proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. Para esta unidad, las actividades de aprendizaje se relacionan con la apropiación de conocimiento sobre los diferentes aspectos que conforman las estrategias de mercadeo digital para productos agrícolas. Se propone ejercicio de torbellino de ideas.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	2	0

ID 8929

UT N° 2

AF N° 4

ACCIÓN DE FORMACIÓN Herramientas de promoción para la comercialización directa de productos agrícolas.

UNIDAD TEMÁTICA N° 2

UNIDAD TEMÁTICA Estrategias de mercadeo digital para productos agrícolas.

N° total de horas prácticas presenciales	2	**N° total de horas teóricas presenciales**	1
N° total de horas prácticas virtuales	0	**N° total de horas teóricas virtuales**	0
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática		3	

Contenidos de la UT	2.1 Creación de valor a través de la marca. 2.2 Desarrollo de Identidad de marca como diferenciador en el mercado agrícola. 2.3 Campañas de promoción y mercadeo con enfoque en la marca de empresas agrícolas.
Competencias a adquirir	El participante: • Identifica los elementos para crear una identidad de marca distintiva para productos agrícolas de la empresa o negocio. • Comprende las características de la competencia e identifica oportunidades de posicionamiento de los productos de la empresa o negocio.
Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad presencial proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. Las actividades de aprendizaje de esta unidad están asociadas a la aplicación práctica en los contextos laborales de los participantes, de los conceptos estudiados en relación la creación de identidad y marca para productos agrícolas, así como de campañas de promoción y mercadeo. Se proponen estudio de casos.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	3	0

ID 8930

UT N° 3

AF N° 4

ACCIÓN DE FORMACIÓN Herramientas de promoción para la comercialización directa de productos agrícolas.

UNIDAD TEMÁTICA N° 3

UNIDAD TEMÁTICA Estrategias de Promoción en Mercados Locales y Comunidades.

N° total de horas prácticas presenciales	2	**N° total de horas teóricas presenciales**	0

N° total de horas prácticas virtuales	0	**N° total de horas teóricas virtuales**	0
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática	2		

Contenidos de la UT	3.1 Participación en Mercados Locales y Ferias Agrícolas. 3.2 Planificación y preparación para participar en eventos locales. 3.3 Interacción con clientes en ferias y mercados agrícolas, y colaboración con negocios locales y restaurantes.
Competencias a adquirir	El participante: • Identifica oportunidades de participación de la empresa en mercados locales, ferias agrícolas y eventos comunitarios. • Diseña e implementa programas de fidelización específicos para la comunidad y establece colaboraciones estratégicas con negocios locales y restaurantes.
Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad presencial proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. Para esta unidad del taller, por ser teórico-práctico, las actividades de aprendizaje están orientadas a la identificación de oportunidades para participar en mercados locales, ferias agrícolas y eventos comunitarios, así como para el diseño e implementa programas de fidelización específicos para la comunidad. Se propone estudio de caso, simulaciones y Peer teaching (Enseñanza entre pares).

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	2	0

ID 8931

UT N° 4

AF N° 4

ACCIÓN DE FORMACIÓN Herramientas de promoción para la comercialización directa de productos agrícolas.

UNIDAD TEMÁTICA N° 4

UNIDAD TEMÁTICA Creatividad, originalidad e iniciativa - Habilidad transversal.

N° total de horas prácticas presenciales	1	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	0	**N° total de horas teóricas virtuales**	0
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática	1		

Contenidos de la UT	4.1 Fomento de la creatividad en ambientes empresariales. 4.2 Liderazgo y empoderamiento para la creatividad y la innovación.
Competencias a adquirir	El participante: • Identifica las técnicas de generación de ideas creativas e innovadoras a nivel individual y grupal, que estimulen la productividad en la empresa.

Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad presencial proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. Para esta unidad, las actividades de aprendizaje se relacionan con la apropiación de conocimiento sobre los diferentes elementos y procesos para generar ideas creativas y originales y fomentar la creatividad en los ambientes empresariales. Se proponen discusión sobre la temática y debates en grupo.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	1	0

Proveedor de la formación - persona jurídica

El Capacitador persona jurídica contratado por UNDECO cumplirá con las siguientes condiciones:

1. Contar con cuatro (4) años de constitución legal, lo cual deberá demostrar a través del correspondiente certificado de existencia y representación legal o documento equivalente, expedido por la autoridad competente.
2. Demostrar mínimo cuatro (4) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas a entidades públicas o privadas. Esta experiencia debe acreditarse en el periodo comprendido entre los años 2010 a 2024.
3. Cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995 y/o las normas que les sean aplicables para su funcionamiento en el territorio nacional.

Material de formación

El taller “Herramientas de promoción para la comercialización directa de productos agrícolas”, se realizará en el entorno presencial de aprendizaje con materiales para desarrollar el proceso formativo cuyo contenido se enfoca en: Generalidades de mercadeo digital para productos agrícolas, Estrategias de mercadeo digital para productos agrícolas, Estrategias de promoción en mercados locales y comunidades, y Creatividad, originalidad e iniciativa. En este sentido, los materiales de formación para esta AF, consisten en: una cartilla de formación (full color) impresa, metodológicamente estructurada y coherente con la metodología teórico-practica que incluye: material guía para cada participante, material complementario para la Acción de Formación como artículos, estudios de casos y de uso, así como enlaces de acceso a información adicional, cuyo contenido cumple con una estructura de desarrollo de tal modo que facilitará el aprendizaje.

Igualmente, se plantea el uso de video de contextualización de las temáticas de las unidades, presentaciones interactivas, que muestran de manera sintetizada los contenidos de la unidad: ejercicios, tips y aspectos claves de las temáticas; documentos en formato PDF con las lecturas que amplían, profundizan y complementan los conocimientos adquiridos por el participante en el desarrollo de cada unidad.

Por otra parte, se desarrollarán, actividades asociadas a la interacción grupal para profundizar sobre las temáticas propuestas, se propondrán talleres de aplicación práctica de los conceptos vistos, estudio de casos y el uso de aplicaciones multimedias interactivas como Slido, para aprender y repasar conceptos de forma entretenida, mediante preguntas tipo test, y cautivar la atención de las personas y uso de nuevas tecnologías como base de su formación, con el objetivo de lograr que los participantes desarrollen un proceso formativo eficiente, progresivo y significativo.

Gestión del Conocimiento

Ítem Gestion Conocimiento
Infografía (Póster)

Alineación de la acción de formación

Alineación
PND - Reconocimiento e impulso a la economía campesina, popular y comunitaria

Justificación de la Alineación

Las bases del Plan Nacional de Desarrollo, Colombia potencia mundial de la vida 2022-2026, en el eje 3 derecho “derecho humano a la alimentación”, establece como uno de los indicadores de primer nivel la “Producción en cadenas agrícolas priorizadas para el Derecho Humano a la Alimentación”. Igualmente en los indicadores de segundo nivel relacionados con el sector agrícola se plantean, entre otros, el fomento a las exportaciones agrícolas no tradicionales, fortalecer los procesos propios de producción y consumo de alimentos, donde la agricultura campesina, familiar y comunitaria juega un rol fundamental. Así mismo, plantea que los sectores lideres en el crecimiento en los próximos años serán entre otros la agricultura.

De otra parte, el CONPES 4129 de 2023, propone como uno de los objetivos de la política es: incrementar la eficiencia de cadenas logísticas agrícolas; fomentar la digitalización de cadenas de suministro. En este sentido, determina algunas líneas de acción encaminadas a cumplir estos objetivos que incluyen, entre otras, la de fortalecer el ordenamiento productivo, aprovechar las nuevas tecnologías, y el acceso a bienes de capital para optimizar la producción agrícola (agricultura de precisión). De la misma manera, plantea que, a nivel sectorial, el escaso aprovechamiento de herramientas tecnológicas es especialmente preocupante en el sector agropecuario, lo que ha impactado negativamente su competitividad.

En este entendido, los sectores agropecuario y agroindustrial tienen grandes desafíos para la producción y comercialización de sus productos, que les permita la transformación, el crecimiento y el desarrollo agrario, una mayor diversificación e impacto positivo en la producción y comercialización de los productos agrícolas con valores diferenciales y agregados que fortalezcan la productividad y mejoren la competitividad del sector en el mercado actual y les permita acceder a nuevos mercados nacionales e internacionales.

Acción de formación especializada

La finalidad de la capacitación especializada para los campesinos es contribuir a mejorar las condiciones económicas y sociales de la población campesina y de la sociedad en general. Esto se canaliza a través del proceso productivo. Se trata de aumentar la productividad y rentabilidad y de promover formas asociativas que permitan retener el excedente generado en la producción, como un medio de generar empleo e ingresos para la comunidad en general. Un campesino más capacitado y organizado puede relacionarse de mejor manera con las instituciones y aprovechar sus servicios; puede contribuir en gran medida a la coordinación interinstitucional, al convertirse él en un punto de referencia común para las instituciones y al realizar un trabajo conjunto con ellas.

El taller presencial teórico práctico "Herramientas de promoción para la comercialización directa de productos agrícolas" con enfoque en el trabajo, que beneficiará a los trabajadores de UNDECO, sus agremiados y cadena productiva, es especializado porque responde a la necesidad detectada entre sus agremiados, quienes manifiestan que los principales desafíos que enfrentan, en particular los emprendedores rurales, productores agrícolas en menor escala y campesinos, están relacionados con la tecnificación de la producción agrícola, la comercialización de sus productos, el desarrollo de procesos agroindustriales y la posibilidad de incursionar en los mercados internacionales. En sentido, este taller es especializado, al permitir a productores y trabajadores beneficiarios, fortalecer sus conocimientos y potenciar sus capacidades para promocionar y comercializar sus productos de manera directa con el fin de potenciar la competitividad y la rentabilidad que les permita alcanzar el desarrollo y el crecimiento social y económico de sus negocios, trabajadores y familias.

Resultados - Impacto de la formación en el desempeño del trabajador y aplicación de conocimientos en el puesto de trabajo

Los participantes:

- Aplican estrategias para promover sus productos agrícolas directamente al consumidor, lo que redunda en un aumento en las ventas.
- Logran dar una mayor visibilidad y reconocimiento de sus marcas o productos a nivel local, construyendo una reputación sólida entre la comunidad y generando lealtad de clientes.
- Establecen relaciones más sólidas con consumidores y otros negocios locales, generando un impacto positivo en su red de contactos.
- Optimizan las campañas publicitarias en redes sociales y sitios web para llegar a su audiencia objetivo de manera más efectiva.

Resultados - Impacto de la formación en la productividad y competitividad organizacional

Impactos en la productividad:
- Mejora en la logística y distribución, generada a través de estrategias de promoción, aumentando la productividad en la cadena de suministro.
- Reducción de desperdicios de producción, gracias a una mayor precisión en la planificación de la producción y optimización en el uso de recursos.
- Optimización de procesos administrativos relacionados con ventas y mercadeo para mejorar la eficiencia operativa.

Impactos en la competitividad organizacional:
- Diferenciación de producto o marca en el mercado, mediante estrategias de promoción directa, diferenciándolos de la competencia y posicionándolos como opciones únicas en el mercado.
- Expansión de mercados y clientela, llegando a nuevos mercados y ampliando su base de clientes, lo que incrementa la competitividad de sus productos agrícolas.
- Adaptabilidad rápida a las tendencias del mercado y a las preferencias cambiantes de los consumidores, manteniendo su relevancia y competitividad en un entorno dinámico.

Indicadores de Impacto

Indicador - Mejoramiento en la empleabilidad	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores con incremento salarial despues de recibir la formación	1
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	20
Meta %	% 5,00
Indicador - Retención de trabajadores	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que continuan en sus empresas luego de recibir la formación	19
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	20

Meta %	% 95,00
Indicador - Movilidad laboral	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que cambian sus condiciones laborales luego de recibir la formación	1
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	20
Meta %	% 5,00
Indicador - Empresas beneficiarias	**Valor Indicador - Meta**
Número de empresas beneficiarias de de la acción de formación	10
Número de empresas de el(los) sector(es) que representa	1500
Meta %	% 0,67
Indicador - Trabajadores beneficiarios	**Valor Indicador - Meta**
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	20
Número total de trabajadores de la(s) empresa(s) que representa la empresa/ gremio	35000
Meta %	% 0,06

Justificación lugar de ejecución

UNDECO pretende favorecer a trabajadores rurales campesinos mediante esta formación en la zona rural de la ciudad de Santa Marta, y busca fortalecer las capacidades para la apropiación y uso de herramientas de promoción para la comercialización directa de productos agrícolas.

La acción formativa tiene una duración de 1 día calendario, sujeta al tiempo establecido por el SENA, y se realizará en 1 grupo de 20 beneficiarios.

Lugar de ejecución

Grupo Número Departamento	*Ciudad*	*Zona Rural*	*N° Beneficiarios*
1 MAGDALENA	SANTA MARTA	Sí	20

Presupuesto de la AF

Rubro	*Descripción*	*Cofinanciación SENA*	*% Contrapartida especie*		*% Contrapartida dinero*		*% Valor total*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	$ 2.131.000	% 73,99	$ 0	% 0,00	$ 749.000	% 26,01 $ 2.880.000
R05.1.3 Aplicaciones Multimedia Interactiva	R05.1.3 Aplicaciones Multimedia Interactiva	$ 15.000	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00 $ 15.000
R05.2.1.1 Material de Formación - Impreso - Impresión de cartillas, de 1 a 200 unidades	R05.2.1.1 Material de Formación - Impreso - Impresión de cartillas, de 1 a 200 unidades	$ 1.320.000	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00 $ 1.320.000
R06.1.1.1 Alquiler de Salones y/o Espacios - Aulas básicas hasta 30 beneficiarios	R06.1.1.1 Alquiler de Salones y/o Espacios - Aulas básicas hasta 30 beneficiarios	$ 416.000	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00 $ 416.000

Rubro	Descripción	Cofinanciación SENA	% Contrapartida especie		% Contrapartida dinero		% Valor total	
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	$ 0	% 0,00	$ 453.838	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 453.838
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	3	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 111.866	% 100,00	$ 111.866

	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida en Especie	% Especie	Contrapartida en Dinero	% Dinero	COSTO TOTAL AF
COSTO TOTAL DE LA AF	$ 3.882.000	% 74,70	$ 453.838	% 8,73	$ 860.866	% 16,57	$ 5.196.704

Presupuesto Transferencia de Conocimiento y Tecnología

Rubro	% de Beneficiarios	Número de beneficiarios de transferencia	Cofinanciación SENA	Porcentaje Cofinanciación	Contrapartida Especie	Porcentaje Especie	Contrapartida Dinero	Porcentaje Dinero	Valor Total
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	% 015	3	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 111.866	% 100,00	$ 111.866

Presupuesto Gastos de operación

Rubro	Cofinanciación SENA	Porcentaje Cofinanciación	Contrapartida Especie	Porcentaje Especie	Contrapartida Dinero	Porcentaje Dinero	Valor Total
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	$ 0	% 0,00	$ 453.838	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 453.838

Presupuesto Garantías

Rubro	Cofinanciación SENA	Porcentaje Cofinanciación	Contrapartida Especie	Porcentaje Especie	Contrapartida Dinero	Porcentaje Dinero	Valor Total

AF N° : 5

ACCIÓN DE FORMACIÓN : Transformación digital y su impacto en la experiencia del cliente

Volver al Listado de AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1463#Indice-6)

Tipo de Acción de Formación

Acción de Formación Alineada SNC

Necesidad o problema puntual detectado en la empresa/gremio, a la que se puede dar respuesta total o parcial mediante formación

Pocos conocimientos de las personas que ocupan cargos como auxiliares de información y servicio al cliente, sobre las herramientas digitales que se pueden utilizar para mejorar la experiencia del cliente al conocer los servicios y productos ofrecidos por las empresas.

Herramientas utilizadas para obtener la necesidad

Herramienta Utilizada	Muestra Poblacional
Encuesta	792

Fecha de diagnóstico

22/11/2023

Otro tipo de herramienta, cual?

N/A

La herramienta es de creación propia?

Si

La Empresa/Gremio cuenta con un plan de capacitación?

Si

Descripción de la herramienta

Durante el segundo semestre de 2023, la Unión Nacional de Comerciantes (UNDECO) realizó un diagnóstico entre sus asociados, cuyo objetivo era determinar los principales desafíos que enfrentan, necesidades e intereses, con el fin de identificar áreas de mejora, diseñar programas de apoyo, fortalecer la representación gremial y, de esta forma, definir los proyectos, iniciativas y actividades a nivel productivo, cultural, tecnológico, educativo, social y humanitario, que conforman su plan de acción 2024-2025.

El instrumento utilizado fue una encuesta estructurada con ocho (8) preguntas abiertas y una (1) cerrada, que se aplicó a los participantes en los diferentes eventos desarrollados por UNDECO, en el segundo semestre del año anterior, entre los que se destacan: la feria y rueda de negocios “se vale reactivarse” ; la jornada de formación empresarial, el bootcamp “Nuevos modelos de negocios basados en la industria 4.0 para la transformación comercial y el desarrollo productivo”; el lanzamiento de la iniciativa "Red de Tiendas Seguras" y el proyecto “la sierra vuelve a sembrar”, que contaron con la participación de más de 1.150 personas de los sectores industrial, agropecuario, comercial y de servicios, de los cuales se recogieron 985 encuestas.

El perfil de las personas participantes en estos eventos, se encuentra categorizado en 3 niveles: uno que corresponde a trabajadores de las empresas agremiadas a UNDECO y sus cadenas productivas de los niveles medio y operativo que desempeñan funciones de mercadeo, gestión administrativa, gestión comercial, promoción, atención al cliente, información y publicidad, operación y/o asesoría, entre otras. El segundo, está relacionado con emprendedores, empresarios, directivos y funcionarios de la alta gerencia; y, finalmente, el tercer perfil corresponde básicamente a campesinos (emprenderos rurales y productores agrícolas en menor escala).

El instrumento consta de ocho (8) preguntas: 1) Mencione 3 desafíos que usted considera, enfrenta su empresa o negocio en la actualidad, 2) ¿Cuáles considera que son las principales barreras para el crecimiento de su negocio? (menciones por lo menos 3), 3) ¿Cómo percibe el impacto de la tecnología en su empresa: Alto___ Medio___, Bajo___; 4), ¿Cuáles son sus principales preocupaciones en relación con la competencia local e internacional? (Relacione mínimo 3), 5) ¿Cuáles son las áreas específicas en las que le gustaría recibir formación para mejorar su negocio, 6) ¿Qué tipo de apoyo o recursos le gustaría recibir de la UNDECO?, 7) ¿Qué tipo de servicios adicionales le gustaría que UNDECO ofreciera a sus agremiados?, 8) ¿Cuáles son sus expectativas con respecto a la representación gremial y cómo cree que la UNDECO podría fortalecerla? Del mismo modo, la consulta se realizó entre los funcionarios de UNDECO con el fin de contrastar la opiniones que permitan diseñar planes internos de capacitación acordes a las necesidades detectadas. Los resultados de este último diagnóstico entre los funciones contó con un espacio de socialización y opinión, que dio como resultado la identificación de las oportunidades de mejoras en las diferentes áreas y la propuesta de alternativas de solución para ser incluidas dentro de los retos de la organización para el 2024.

De las 985 encuestas recogidas, después de un proceso de depuración de las mismas, se obtuvo un total de 792 encuestas válidas para la respectiva tabulación. Con el fin de establecer las tendencias de mayor frecuencia en las respuestas a las preguntas abiertas se utilizó la herramienta “Word Cloud Generator”, con el fin de configurar las correspondientes nubes de palabras que permitieran establecer las categorías más relevantes para el análisis y diagnóstico. El resultado para los desafíos y barreras fueron: tecnología, sostenibilidad y crecimiento empresarial, seguridad, competitividad, finanzas personales y empresariales y acceso a programas de apoyo y crédito. En cuanto necesidades o intereses de formación, la categorización correspondió a: innovación empresarial, uso de herramientas tecnológicas IA, desarrollo de proyectos productivos, nuevas estrategias de mercado y comercialización, servicio y atención al cliente, cuidado del ambiente con energías limpias y renovables, innovación y comercialización agrícola, educación financiera y técnicas de negociación.

Resumen de resultados principales del diagnóstico de necesidades de formación

De acuerdo con el análisis de los resultados se evidencia una tendencia mayoritaria en los siguientes temas: apropiación e implementación de la tecnología como un factor de desafío, pero cuyo conocimiento y costos, se convierten en una barrera de acceso y consecuente desarrollo de sus negocios; esto es coherente con el alto impacto que perciben de esta en sus empresas y las necesidades de formación, que en su mayoría, se relacionan con el uso herramientas tecnológicas, inteligencia artificial en los negocios, digitalización de procesos e innovación tecnológica. En segundo lugar, los encuestados reconocen que uno de los desafíos que enfrentan actualmente está relacionado con el desarrollo sostenible y el crecimiento de sus empresas o negocios, que se manifiesta en aspectos como: producción y oferta de productos o servicios amigables con el medio ambiente, adopción de fuentes de energía renovable y manejo de residuos y reciclaje. En tercer lugar, se encuentra la seguridad, tanto como desafío que tienen que enfrentar los empresarios, como una barrera para el crecimiento de sus negocios. Al mismo nivel se encuentra el tema de la competitividad, asociado a factores de innovación empresarial y tecnológica, nuevos modelos de negocio, gestión empresarial, capacidad de acceso y de competitividad en mercados internacionales, nuevas estrategias de mercado y comercialización y servicio al cliente; lo cual es coherente con el alto porcentaje de respuestas relacionadas con las preocupaciones respecto a la competencia nacional e internacional.

Es importante resaltar, por sus características, en los resultados de las encuestas respondidas por los emprenderos rurales y productores agrícolas en menor escala (campesinos) se destacan como principales desafíos: la tecnificación de la producción agrícola con el uso de la tecnología, la comercialización de productos agrícolas de manera directa, sin intermediarios y desarrollo de procesos agroindustriales y la posibilidad de incursionar en los mercados internacionales. Encontrándose dentro de las barreras: el acceso al conocimiento y adquisición de la tecnología pertinente, la capacidad para desarrollar proyectos productivos innovadores y la sostenibilidad de los emprendimientos. Lo cual es coherente con las preocupaciones frente a la competencia nacional e internacional y las necesidades de formación, expresadas en las preguntas 4 y 5 respectivamente, de la encuesta. Finalmente, en un menor porcentaje se encuentran temas relacionados con el manejo de las finanzas tanto a nivel personal como empresarial y acceso a programas de apoyo y crédito. En cuanto a necesidades de formación, el menor porcentaje corresponde a temas de: administración, contabilidad, técnicas de ventas, manejo de conflictos, entre otros de menor ponderación.

Finalmente, podemos mencionar que entre los aspectos relacionados con el apoyo que les gustaría recibir de UNDECO (pregunta 6), se destacan: una mayor asesoría para el mejoramiento de las diferentes áreas, procesos administrativos de las empresas, acompañamiento en las distintas gestiones ante los entes y dependencias especialmente oficiales, apoyo en la elaboración y presentación de solicitudes ante las entidades financieras. En referencia a los servicios adicionales que les gustaría que UNDECO les ofreciera (pregunta 7), presentan un mayor porcentaje de respuesta: las asesorías tributarias, asesorías financieras, apoyo en procesos de comercio exterior y oportunidades de exportación, realización de más de eventos de capacitación en diferentes áreas y actualización permanente en normativa y disposiciones relacionadas con los negocios.

En cuanto a las expectativas con respecto a la representación gremial (pregunta 8), se destacan: la creación de agrupaciones o “clusters” de acuerdo con los productos que comercializan o los servicios que prestan las empresas y negocios, mayor presencia como asociación en ciertos segmentos de comercio y crear junto con las autoridades frente de seguridad, especialmente para los comercios.

Por último, es importante mencionar que el espacio de consulta y socialización entre los funcionarios permitió identificar algunas oportunidades de mejora siendo de opinión común y de mayor relevancia las relacionadas

con el fortalecimiento de habilidades para desarrollar una comunicación asertiva que permitirá minimizar reprocesos y aportar a un buen clima laboral; optimización del proceso de atención al clientes internos y externos para prestar un mejor servicio y consolidar relaciones; procesos logísticos que requieren disminuir los tiempo de confirmación y respuesta a proveedores participantes de eventos y ferias; entre otros.

A continuación, se describen los principales resultados obtenidos en las preguntas que proporcionan información pertinente para el diagnóstico de las necesidades de formación.

Pregunta 1: desafíos relacionados con el conocimiento, uso e implementación de la tecnología, inteligencia artificial en los negocios y digitalización de procesos, 63%; desafíos relacionados con desarrollo empresarial sostenible, crecimiento socioeconómico, desarrollo y comercialización de productos o servicios ecológicos, adopción y manejo de nuevas fuentes de energía y el manejo de residuos y reciclaje, 55%; desafíos relacionados con la competitividad, nuevas ideas y modelos de negocio, innovación empresarial, acceso a nuevos mercados a nivel nacional como internacional, 51%; nuevas estrategias de mercado y comercialización centradas en el cliente y nuevas estrategias digitales de venta, servicio y atención al cliente, 47%; asociatividad, cadenas de suministros, venta de productos agrícolas de manera directa, 35%; desafíos relacionados con la seguridad ciudadana y jurídica, 28%; desafíos relacionados con el manejo formal de las finanzas, uso de herramientas financieras, modelos financieros para los negocios, 23%; desafíos en cuanto al conocimiento de programas y fuentes formales de financiación y crédito y forma de elaborar y presenta de proyectos de financiación sustentables, 18%.

Respecto a la pregunta 2: barreras relacionadas con el conocimiento, acceso y adquisición de tecnología, 58%; barreras que encuentran es la relacionada con el desconocimiento de estrategias que ayuden con el cuidado del ambiente, ellos saben que lo deben hacer, pero no tienen claras las estrategias que le permitan su aplicación o lo que representa en términos productivos, 54%; barreras relacionadas con innovación empresarial, son muchas ideas sin desarrollarse o por recursos, por falta de cultura innovadora en la empresa, 51%; barreras asociadas al desarrollo de capacidades para la gestión empresarial, conocimiento y acceso a la tecnología, sostenibilidad en el tiempo y relevo generacional, 46%; Barreras relacionadas con las capacidades administrativas de los trabajadores del campo, 60%; barreras asociadas a problemas financieros, logísticos y administrativos, 39%; otras barreras de índole personal, familiar u otros factores, 23%.

Frente a la pregunta 3, el 83% de los encuestado perciben un alto impacto de la tecnología en sus negocios, el 11% un impacto medio y 6% un bajo impacto.

En cuanto a la pregunta 4, las principales preocupaciones frente a la competencia nacional e internacional, la mayoría de las respuestas están relacionadas con la innovación tecnológica y empresarial, 73%, la creación de nuevos negocios y la generación de nuevos modelos de negocio, 63%; el acceso a nuevos mercados, 61%, y generación de valores agregados en cuanto a atención y servicios de asesoría, acompañamiento e interacción con los clientes/usuarios, 59%, comercialización de productos limpios, 48%; y aspectos relacionado con estrategias de promoción, mercadeo y venta directa de productos agrícolas, 35%.

Respecto de la pregunta 5, las principales necesidades e intereses en formación, se centran en: innovación tecnológica y empresarial, 82%; uso de herramientas tecnológicas IA, 77%; nuevas estrategias de mercado y comercialización, servicio y atención al cliente, 72%; desarrollo sostenible, medio ambiente, uso y aprovechamiento de energías limpias y renovables, 68%; desarrollo de proyectos productivos, comercialización agrícola 59%.

En relación con el análisis interno de necesidades entre los funcionarios de UNDECO, la mayoría estuvo de acuerdo en requerir formación que les permita optimizar el proceso de atención a clientes internos y externos para prestar un mejor servicio con el uso de herramientas tecnológicas, 82%; desarrollar una comunicación asertiva que contribuya a minimizar reprocesos y aportar a un buen clima laboral, 75%; adelantar procesos logísticos efectivos que disminuyan los tiempo de respuesta a proveedores de eventos y ferias; entre otros con un menor interés.

El anterior ejercicio de diagnóstico se convierte en una poderosa y, a la vez, valiosa herramienta que permite revalidar y fortalecer la misión, objetivo y fines de UNDECO como asociación, ya que los resultados obtenidos tienen un impacto directo y significativo en la definición de proyectos, programas y acciones a desarrollar en el corto y mediano plazo. Los resultados obtenidos ponen de manifiesto una serie de problemáticas y necesidades que pueden ser atendidas mediante procesos de formación que proporcionen el conocimiento y las herramientas adecuadas para potenciar y mejorar las habilidades y capacidades de los agremiados para proponer, diseñar e implementar estrategias, procesos y actividades que fortalezcan la productividad, mejoren la competitividad y permitan el crecimiento y desarrollo de las empresas, los negocios, los trabajadores y sus familias. En este orden de ideas, encontramos como necesidades prioritarias: El bajo nivel de conocimiento y apropiación de la tecnología; la falta de conocimiento en el uso e implementación de energías limpias para la transición y eficiencia energética; la baja capacidad para la innovación, el desarrollo de nuevos modelos de negocio y el emprendimiento; la escasez de herramientas cognitivas y procedimentales para la gestión empresarial, el desarrollo sostenible y sustentable, la productividad y competitividad; la poca preparación en el manejo eficiente de la producción y comercialización de productos agrícolas.

Análisis causas y efectos de la necesidad de formación detectada

Causas:
- Falta de conocimiento de estrategias para mejorar la experiencia del cliente
- Poca adaptación al cambio con el uso de tecnologías como aliadas para fortalecer los vínculos y mantener a los consumidores
- Falta de reorientación de las organizaciones, hacia un modelo ágil y eficaz de relación digital en la experiencia del cliente
- Falta de disponibilidad de datos de los clientes y tecnologías digitales que permitan personalizar experiencias dirigidas a diferentes usuarios, en función de su contexto, a través de diferentes canales y dispositivos

Efectos:
- No hay canales de venta ni entradas de los clientes diferentes a los canales tradicionales de venta
- Disminución en las ventas y poco impacto en los usuarios
- Baja implementación de herramientas para responder a las necesidades cambiantes y a las altas expectativas de los consumidores
- Poca conexión entre lo que ofrece y como lo ofrece el mercado y lo que busca el cliente

Justificación de la necesidad detectada según resultados cuantitativos y cualitativos del diagnóstico realizado y según fuentes internas o externas de información

La necesidad detectada, se sustenta en resultados cuantitativos y cualitativos de fuentes internas y/o externas que respaldan la iniciativa de llevar a cabo la acción de formación especializada "Transformación digital y su impacto en la experiencia del cliente".

La experiencia de cliente es el conjunto de percepciones que tienen todos los individuos que interactúan con la marca, a través de los diferentes canales y herramientas digitales, que sirven para responder a las necesidades cambiantes y a las altas expectativas de los consumidores. De esta forma, aquellas empresas que sean capaces de ofrecer una experiencia holística, innovadora y original a lo largo de todo el viaje del cliente conseguirán atraer a nuevos consumidores y fidelizar a sus clientes actuales.

Inteligencia Artificial (IA), Internet de las cosas, Realidad Virtual (RV) y Aumentada (RA) o el Big Data son solo algunas de las evidencias de los increíbles avances tecnológicos que acontecen hoy en día a una velocidad

exponencial. Nos encontramos inmersos en la era de la innovación, un entorno más VUCA (volátil, incertidumbre, complejo y ambiguo) que nunca. Los asombrosos cambios y rupturas tecnológicas implican que vivimos en un mundo de grandes oportunidades. La Cuarta Revolución Industrial se caracteriza por un amplio espectro de nuevas tecnologías que hacen converger el mundo físico con el digital, causando un impacto en todas las disciplinas, economías, industrias e incluso desafiando ideas preconcebidas sobre los consumidores.

Las empresas pueden beneficiarse de los últimos avances tecnológicos para responder a las nuevas tendencias que modifican los hábitos de los consumidores. Las expectativas de los clientes -tanto B2C como B2B- en lo referido a la calidad, rapidez de respuesta, conveniencia y facilidad de uso, están evolucionando al mismo ritmo que la innovación tecnológica. Las empresas tienen a su disposición herramientas digitales con las que ofrecer productos, servicios y experiencias punteras que les permitan reinventar su oferta para mantener su competitividad (Accenture, 2017).

De acuerdo con investigación realizada por Think Digital Report 2022, Si bien el país es el más activo por cantidad de organizaciones que están en ese proceso, el análisis llama la atención de que hay un buen número (58%) que afirma que su cultura actual no le ha permitido hacer la tarea en ese frente. En todo caso, la intención está latente y un 83% de las empresas colombianas planea iniciar su transformación digital durante el próximo año. Otro resultado que se evidencia en este informe es el de un menor nivel de éxito percibido por las empresas colombianas que desarrollan estos cambios tecnológicos. Es así como un 56% de las compañías que fueron consultadas considera que sus cambios están siendo exitosos, en tanto que el año inmediatamente anterior así respondió el 84% . El informe destaca que Colombia es el país con menor madurez digital en sus empresas. Un 78% de las organizaciones considera que su madurez es inicial a intermedia. Sin embargo, se observa un crecimiento destacado en la madurez digital de las empresas colombianas pasando de un 67% en 2021 al 78% en 2022. Igualmente, el sector privado colombiano, frente a otros países, está entre los que más demanda nuevo talento con estos fines, según el 68% de las empresas consultadas. El estudio hace un análisis sobre las herramientas tecnológicas que se adoptan en las empresas, en general. Una de las conclusiones al respecto es que la principal tendencia es el uso de las redes sociales en el caso de las compañías que apenas empiezan la transformación. Igualmente, señala que “las capacidades analíticas (Analytics) están dominando la escena, como la principal tecnología que las empresas están desarrollando para profundizar su proceso”. “En ese sentido, la presencia en capacidades analíticas (49%), plataformas de automatización (40%) y redes sociales (39%) resultaron las tecnologías más elegidas por las empresas que iniciaron su transformación, a la hora de priorizar sus inversiones”, revela la investigación. Según el estudio, un 64% de los participantes ha manifestado, que en el proceso de Transformación Digital ha sido necesario incorporar nuevo talento en la organización. El 68% de los participantes ha considerado que el nivel de preparación de los colaboradores de la empresa es bajo. El 20% los considera muy poco capacitados y el 48% algo capacitados (1).

El concepto de brindar la mejor experiencia posible al cliente es el corazón de todo negocio desde que comenzó; esto no es nuevo. Lo nuevo es utilizar la transformación digital como un medio para lograr una mayor experiencia del cliente. Sin adaptarse a las necesidades del cliente en los medios que prefiera, una empresa pierde negocio. En la experiencia del cliente, es importante entender la relación entre los auxiliares administrativos y los clientes. Los auxiliares de información y servicio al cliente, son quienes atienden clientes de manera presencial y a través de medios tecnológicos brindando información referente al portafolio de productos y servicios de la empresa u organización, tramitando solicitudes y comunicaciones con el uso de protocolos de recepción y registro de la información, por tanto, son los contactos directos que tienen tus clientes con la empresa, de allí parte la necesidad de capacitarlos para que ofrezcan un buen servicio al tratar con los clientes, explícales la importancia de su rol para el éxito de la empresa y enséñales las herramientas para hacer un buen trabajo son de vital importancia para el rendimiento de la empresa. Si el equipo no está bien entrenado o si no tiene acceso a la información adecuada, las estrategias no llegarán muy lejos. El 74% de los empleados está dispuesto a aprender nuevas habilidades o realizar capacitaciones continuas para conservar su trabajo.

En la encuesta de UNDECO, realizada durante el 2º semestre de 2023, los agremiados identifican desafíos clave. El 63% de los encuestados, manifiesta que los desafíos relacionados con el conocimiento, son el uso e implementación de la tecnología, inteligencia artificial en los negocios y digitalización de procesos. El 47% menciona nuevas estrategias de mercado y comercialización centradas en el cliente y nuevas estrategias digitales de venta, servicio y atención al cliente. Las barreras, para el 58%, relacionadas con el conocimiento, acceso y adquisición de tecnología. Las principales preocupaciones, según el 59%, están relacionadas con la generación de valor agregado en cuanto a atención y servicios de asesoría, acompañamiento e interacción con los clientes/usuarios. El 61% se preocupa por el acceso a nuevos mercados. La generación de valores agregados en atención y servicios tiene un 59%. Las necesidades de formación según el 72% de los encuestados, se centran en nuevas estrategias de mercado y comercialización, servicio y atención al cliente;. Estas respuestas subrayan la necesidad de talento humano formado, actualizado y capacitado.

Todo lo anterior, destaca la importancia de fortalecer conocimientos y potencialidades de quienes tienen contacto con los clientes a través de diferentes canales, aplicar las mejores estrategias de atracción y fidelización a sus clientes a través de múltiples canales y herramientas digitales para ofrecer una experiencia única en cada punto de contacto del viaje del cliente y consumidores empoderados, resulta en una mejora general de la productividad.

1. https://www.portafolio.co/negocios/empresas/empresas-colombianas-en-el-camino-de-la-transformacion-digital-579016

Objetivo de la acción de formación

Fortalecer los conocimientos de las personas que ocupan cargos como auxiliares de información y servicio al cliente, sobre las herramientas digitales que se pueden utilizar para mejorar la experiencia del cliente con los servicios y productos ofrecidos por las empresas.

Solo aplica para Acciones de Formació alineadas al SNC (Cualificaciones)

Nombre del catálogo	Gestión administrativa 2021
Nombre de la cualificación	Auxiliar de información y servicio al cliente
Brecha de capital humano	Brecha de Calidad

Evento de formación

Tipo de evento de formación	Taller	**Modalidad de formación**	Presencial
Tipo de ambiente de aprendizaje		Aulas básicas (Espacios físicos en fincas y talleres, Instituciones básica y media, salones comunales)	
Número de grupos	1	**Número de horas por grupo**	8
Número de beneficiarios por grupo	20	**Número de días por grupo de la AF**	1
Número de beneficiarios de la AF	20	**Número total de horas por AF**	8

Perfil Beneficiarios

Area(s) funcional(es)

Área Funcional	*Otra*
Otra	Administrativa

Justificación áreas funcionales a beneficiar

Los auxiliar de información y servicio al cliente son la clave de la atención al cliente. Son los primeros en interactuar con los clientes y pueden marcar la diferencia en la forma en que los clientes perciben una empresa. En un mercado altamente competitivo, la atención al cliente se ha convertido en una ventaja diferencial para las empresas. Los clientes buscan no solo productos y servicios de calidad, sino también una experiencia satisfactoria desde el primer contacto. Los auxiliar de información y servicio al cliente, al ser uno de los primeros punto de contacto con los clientes, tienen la responsabilidad de transmitir una imagen positiva de la empresa y ofrecer un trato amable, eficiente y personalizado.

La posibilidades que tienen en la actualidad los clientes de escoger entre distintos canales de venta sin que la experiencia se pierda, implica la interacción a través de la web, o a través de un vendedor, vía guía telefónica, por tanto, se requiere de conocimientos frente a la expansión de canales de venta y manejo de la ruta del cliente como desafío importante, que conlleva la capacidad de integrar los medios de comunicación, venta e información y al mismo tiempo desarrollar un back-office con todas las herramientas y soluciones para soportar estos cambios constantes de acuerdo a las distintas necesidades que va teniendo el cliente.

Cargo/ocupaciones/denominación

Cargo
Auxiliares administrativos; Supervisores y coordinadores de procesos de negocio empleados de servicio al cliente. Representantes de servicios especializados BPO. Empleados de ventas y servicios.

Funciones

Función
Promover portafolio de productos y servicios.

Productos

Producto

Conocimientos

Conocimiento

Habilidades

Habilidad
Pensamiento crítico

Actitudes

Actitud

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional
OPERATIVO

Justificación beneficiarios de los niveles ocupacionales

El personal auxiliar de información y servicio al cliente, podrá apoyar operativamente los procesos de comercialización y ventas, mediante el desarrollo de habilidades que le permitan la gestión de la información de los clientes y la promoción del portafolio de productos y servicios, en el ejercicio de sus funciones.

Dada la vocación de UNDECO, de contribuir al desarrollo integral de sus agremiados y la sociedad en general y fomentar planes y proyectos, entre los que se encuentran los de formación, que aseguren un desarrollo sostenible de los diferentes sectores económicos y empresariales, entre los que destaca el sector empresarial y de negocios, se hace necesario difundir este proceso de formación entre los trabadores de las áreas administrativas, quienes son los responsables hacer uso de herramientas que favorezcan la satisfacción del cliente, con la finalidad de aumentar la productividad de cara a los objetivos empresariales.

Número de empresas mipymes a beneficiar

6

Número de trabajadores a beneficiar de empresas mipymes

15

Justificación empresas y trabajadores de mipymes a beneficiar

Para las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs), atraer y retener clientes es mucho más desafiante que para sus grandes competidores. Hoy, cuando los compradores están más empoderados como nunca antes, superar sus expectativas es vital para retenerlos, mantener su lealtad a largo plazo y, con ello, impulsar el aumento de los ingresos de la empresa. Para darnos una idea de la importancia de la experiencia del cliente, basta saber que el 65% de los potenciales clientes aseguran que se convertirían en clientes a largo plazo de una marca, si ésta puede brindar experiencias positivas a lo largo del ciclo de compra, de acuerdo con datos de PwC.

La experiencia del cliente en las mipymes ha tomado relevancia en años recientes, cuando las empresas se dieron cuenta de la importancia del cliente para el éxito del negocio. Hoy, los clientes se han vuelto el núcleo de las estrategias empresariales, por lo que, además de ofrecer productos y servicios de calidad, las empresas necesitan enfocar sus esfuerzos en brindar experiencias satisfactorias. Crear experiencias del consumidor positivas, puede impulsar el crecimiento de las mipymes a través de beneficios como: aumenta la fidelización y retención de clientes, mejora la reputación de la marca, aumentando el valor de la misma, atrae a nuevos consumidores, reduce las quejas de los clientes, implementación de la transformación digital, impulsa la optimización de las estrategias, acciones y campañas de marketing y ventas, genera un mecanismo efectivo de diferenciación frente a la competencia, que influye en el proceso de decisión de compra.

Número de empresas de su cadena productiva a beneficiar

0

Número de trabajadores a beneficiar de empresas de su cadena productiva

0

Justificación empresas y beneficiarios de la cadena productiva a beneficiar

N/A

otros datos

Número de trabajadores en condición de discapacidad	0	**Número de trabajadores mujeres**	8
Número de trabajadores campesinos	0	**Número de empresas BIC a beneficiar**	0

Enfoque de la Acción de formación

Formación en el trabajo

En caso de tener un enfoque Internacional*

Nombre del beneficiario de la formación internacional

Nombre de la empresa en la cual se encuentra vinculada el beneficiario de la formación internacional

Cargo del beneficiario de la formación internacional

Tiempo de vinculación a la empresa

Descripción del perfil profesional del beneficiario de la formación internacional

Proceso a impactar con la implementación de los conocimientos, habilidades y nuevas prácticas adquiridas a través de la formación internacional

Sectores y sub-sectores del beneficiario

Sector(es) a beneficiar con la AF

Comercio

Sub-sector(es) a beneficiar con la AF

Comercio

Sector(es) al que pertenece el beneficiario de la formación

Transversal

Sub-sector(es) al que pertenece el beneficiario de la formación

Transversal

Justificación Sector - Subsector

La actividad comercial y servicios es transversal a todos los sectores y subsectores de la economía ya que su objetivo principal es poner en manos de los consumidores los bienes y/o servicios que las empresas producen sin importar el sector en el que se desarrolla, su naturaleza, tamaño o la actividad productiva a la que se dedique. En este orden de ideas, UNDECO, agremia empresas y su cadena productiva, que ejercen diversas actividades comerciales, agrícolas, industriales o de servicios y en las que la eficiente gestión del talento humano, para mejorar los entornos laborales y la productividad, identificar y abordar adecuadamente las necesidades y expectativas de los trabajadores y evitar errores en la asignación de responsabilidades, es un factor crucial para el logro de estos objetivos.

Con base en lo anterior, es importante que los trabajadores de los agremiados a UNDECO, del sector comercial y que desempeñen funciones de comercialización y venta de productos y servicios del portafolio de la empresa, fortalezcan sus conocimientos, habilidades y destrezas para implementar herramientas digitales usadas en experiencia del cliente, lo que conlleva a los trabajadores a estar a la vanguardia en los conocimientos de la experiencia del cliente para llevar a las empresas a un nivel superior de eficiencia y competitividad y generar para los clientes una experiencia tan excepcional que haga que la empresa se convierta en la primera opción a considerar.

La acción de formación “Transformación digital y su impacto en la experiencia del cliente”, está enfocada en EL TRABAJO y proporciona a los trabajadores de las empresa agremiadas a UNDECO que desempeñan funciones de auxiliar de información y servicio al cliente, los conocimientos y las herramientas para mejorar sus habilidades en los procesos . Ofrecer el portafolio de productos y servicios según las estrategias y técnicas de ventas y política comercial de la empresa, con el fin de alcanzar la eficiencia operativa, mejorar la productividad en alineación con los objetivos de la empresa o negocio.

UNIDADES TEMÁTICAS

ID 8911

UT N° 1

AF N° 5

ACCIÓN DE FORMACIÓN Transformación digital y su impacto en la experiencia del cliente

UNIDAD TEMÁTICA N° 1

UNIDAD TEMÁTICA Experiencia del Cliente y Customer Centricity.

N° total de horas prácticas presenciales	1	**N° total de horas teóricas presenciales**	1
N° total de horas prácticas virtuales	0	**N° total de horas teóricas virtuales**	0
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática	2		

Contenidos de la UT	1.1 Cultura empresarial centrada en la experiencia del cliente 1.2 Proceso de atención al cliente: vías de contacto y procesos de conocimiento del cliente. 1.3 El Cliente en el entorno digital – Percepción del cliente.
Competencias a adquirir	El participante: • Conoce al cliente, sus deseos, necesidades, actitudes y tendencia de compra del cliente para poder desarrollar estrategias que lleven a lograr su fidelización a la empresa o negocio. • Identifica la importancia que tiene aprender a comunicarse con los clientes de la empresa o negocio comprendiendo sus verdaderas motivaciones de compra.
Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad presencial proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. Para esta unidad, las actividades de aprendizaje se relacionan con la apropiación de conocimiento sobre los diferentes aspectos que conforman las estrategias de experiencia del cliente. Se propone ejercicio de torbellino de ideas.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	2	0

ID 8912

UT N° 4

AF N° 5

ACCIÓN DE FORMACIÓN Transformación digital y su impacto en la experiencia del cliente

UNIDAD TEMÁTICA N° 4

UNIDAD TEMÁTICA **Pensamiento y Análisis Crítico - Habilidad transversal**

N° total de horas prácticas presenciales	1	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	0	**N° total de horas teóricas virtuales**	0
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática	1		

Contenidos de la UT	4.1 Herramientas y técnicas de análisis crítico. 4.2 Aplicación del pensamiento crítico en el ámbito personal, profesional y laboral.
Competencias a adquirir	El participante: • Aplica el pensamiento crítico en el ámbito empresarial, evaluando estrategias, identificando oportunidades y riesgos para tomar decisiones informadas en la empresa.
Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad presencial proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. Para esta unidad, las actividades de aprendizaje se relacionan con la apropiación de conocimiento sobre pensamiento y análisis crítico en los ambientes empresariales. Se proponen discusión sobre la temática y debates en grupo.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	1	0

ID 8932

UT N° 2

AF N° **5**

ACCIÓN DE FORMACIÓN **Transformación digital y su impacto en la experiencia del cliente**

UNIDAD TEMÁTICA N° **2**

UNIDAD TEMÁTICA **Transformación digital y su impacto en la experiencia del cliente**

N° total de horas prácticas presenciales	2	**N° total de horas teóricas presenciales**	1
N° total de horas prácticas virtuales	0	**N° total de horas teóricas virtuales**	0
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática	3		

Contenidos de la UT	2.1 La Inteligencia Artificial en el cambio de la experiencia del cliente. 2.2 Los chatbots para la atención al cliente personalizada del futuro. 2.3 La importancia de los dispositivos móviles en la estrategia omnicanal. 2.4 Big Data y el Internet de las cosas en la experiencia del cliente en la empresa.

Competencias a adquirir	El participante: • Analiza el impacto de la transformación digital en la experiencia del cliente en la empresa. • Describe las principales herramientas orientadas a los clientes que se pueden utilizar con el objetivo de la mejora continua de la empresa.
Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad presencial proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. Las actividades de aprendizaje de esta unidad están asociadas a la transformación digital y su impacto en la experiencia del cliente en los contextos laborales de los participantes. Se propone realizar un conversatorio.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	3	0

ID 8933

UT N° 3

AF N° 5

ACCIÓN DE FORMACIÓN Transformación digital y su impacto en la experiencia del cliente

UNIDAD TEMÁTICA N° 3

UNIDAD TEMÁTICA Diseño de la experiencia de servicio.

N° total de horas prácticas presenciales	2	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	0	**N° total de horas teóricas virtuales**	0
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática	2		

Contenidos de la UT	3.1 El trabajo en equipo, una fortaleza en el diseño de la experiencia del cliente 3.2 Mapa del customer journey, y patrones de información sobre la experiencia del cliente. 3.3 La metodología Design Thinking para el diseño de la experiencia del cliente y en la interacción con la empresa.
Competencias a adquirir	El participante: • Identifica qué tipo de experiencia se está ofreciendo en la actualidad en la empresa y cómo puede innovar en ésta. • Comprende el recorrido completo que hace el cliente en la empresa, no solo los puntos de contacto, puede ayudar a entender la experiencia desde la perspectiva del cliente.
Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad presencial proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. Para esta unidad del taller, por ser teórico-práctico, las actividades de aprendizaje están orientadas a la identificación de la ruta del cliente a través de una experiencia única. Se propone ejercicio práctico de aprendizaje basado en problemas con Desing Thinking.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	2	0

Proveedor de la formación - persona jurídica

El Capacitador persona jurídica contratado por UNDECO cumplirá con las siguientes condiciones:

1. Contar con cuatro (4) años de constitución legal, lo cual deberá demostrar a través del correspondiente certificado de existencia y representación legal o documento equivalente, expedido por la autoridad competente.
2. Demostrar mínimo cuatro (4) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas a entidades públicas o privadas. Esta experiencia debe acreditarse en el periodo comprendido entre los años 2010 a 2024.
3. Cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995 y/o las normas que les sean aplicables para su funcionamiento en el territorio nacional.

Material de formación

El taller “Transformación digital y su impacto en la experiencia del cliente”, se realizará en el entorno presencial de aprendizaje con materiales para desarrollar el proceso formativo profundizando en: Experiencia del Cliente y Customer Centricity, Transformación digital y su impacto en la experiencia del cliente, Diseño de la experiencia de servicio, y Pensamiento y Análisis Crítico. En este sentido, los materiales de formación para esta AF, consisten en: una cartilla de formación (full color) impresa, metodológicamente estructurada y coherente con la metodología teórico-practica que incluye: material guía para cada participante, material complementario para la Acción de Formación como artículos, estudios de casos y de uso, así como enlaces de acceso a información adicional, cuyo contenido cumple con una estructura de desarrollo de tal modo que facilitará el aprendizaje

Igualmente, se plantea el uso de video de contextualización de las temáticas de las unidades, presentaciones interactivas, que presentan de manera sintetizada los contenidos de la unidad: ejercicios, tips y aspectos claves de las temáticas; documentos en formato PDF con las lecturas que amplían, profundizan y complementan los conocimientos adquiridos por el participante en el desarrollo de cada unidad.

Por otra parte, se desarrollarán, actividades asociadas a la interacción grupal para profundizar sobre las temáticas propuestas, se propondrán actividades de aplicación práctica de los conceptos vistos, estudio de casos y se usarán aplicaciones multimedia interactivas como Slido, para aprender y repasar conceptos de forma entretenida, mediante preguntas tipo test, y cautivar la atención de las personas y uso de nuevas tecnologías como base de su formación, con el objetivo de lograr que los participantes desarrollen un proceso formativo eficiente, progresivo y significativo.

Gestión del Conocimiento

Ítem Gestion Conocimiento

Infografía (Póster)

Alineación de la acción de formación

Alineación

PND - Uso y apropiación de tecnologías digitales

Justificación de la Alineación

El Plan Nacional de Desarrollo "Colombia Potencia Mundial de la Vida 2022-2026" destaca la necesidad de oportunidades en educación, formación, e inserción laboral para la transformación de las fuerzas productivas. Se busca cualificar el talento humano según las necesidades presentes y futuras. La política de reindustrialización aborda el cierre de brechas productivas, impulso a encadenamientos productivos, y fortalecimiento de capacidades humanas, promoviendo la actividad económica intensiva en conocimiento e innovación, y el uso sostenible de la biodiversidad. Se destaca la importancia de la transferencia y apropiación del conocimiento para generar impactos positivos en lo social, ambiental y económico. El Plan nacional de desarrollo en su Catalizador C. Expansión de capacidades: más y mejores oportunidades de la población para lograr sus proyectos de vida, d. Talento digital para aumentar la productividad laboral y la empleabilidad de las personas: Se diseñará e implementará una estrategia integral para promover el uso y la apropiación de las tecnologías digitales. Se propone: (i) crear programas de formación de competencias digitales por medio de soluciones público-privadas que permitan llegar a más personas en el territorio nacional con énfasis en programación, ciencia de datos y bilingüismo; (ii) preparar a la fuerza laboral por medio de la generación de incentivos para promover el desarrollo técnico, tecnológico y profesional en áreas relacionadas con las TIC, así como la alineación de la oferta de formación en habilidades digitales pertinentes con las necesidades del sector productivo (iii) eliminar las barreras que afecten la vinculación laboral en los aspectos relacionados con la certificación de competencias digitales. Igualmente, en el catalizador B. Acceso Físico a Alimentos, b. Uso de tecnologías emergentes en comercialización y cadenas logísticas
Se impulsará el comercio electrónico a través de la adopción de tecnologías digitales emergentes, generando eficiencias, seguridad y transparencia en los procesos de comercialización y en las cadenas de suministro del campo, especialmente de pequeños productores. Los flujos efectivos de datos y el intercambio de información, potenciarán una comunicación más eficaz entre proveedores, compañías y consumidores, aumentando la trazabilidad de los productos

En el mismo sentido, el CONPES 4129 de 2023 subraya la necesidad de incentivar la creación, innovación, transferencia de conocimiento, e incrementar la productividad. Para cerrar la brecha entre la demanda y oferta de capital humano en Colombia, es crucial fortalecer instituciones, capacidades humanas, y conocimientos, promoviendo la empleabilidad, la competitividad empresarial, y el crecimiento económico.

De acuerdo con lo anterior, fortalecer conocimientos y potencialidades en apropiación de tecnologías digitales de quienes gestionan la comercialización y venta de productos y servicios ofrecidos por la empresa, tiene un Impacto en desempeño y éxito empresarial. La gestión comercial a partir del uso de tecnologías para generar impacto en la experiencia del cliente, fortalece la productividad, eficiencia y productividad.

Acción de formación especializada

La construcción de relaciones con los clientes, experiencia del cliente y asociaciones beneficiosas para todos con los clientes conducen a generar oportunidades de ingresos y a tener un cliente satisfecho de transmitirá de boca en boca información sobre los productos y servicios que conducirá a nuevos negocios.

El taller presencial de metodología teórico práctica se considera especializado, dado que será una guía sobre cómo las empresas pueden innovar y evolucionar las propuestas de valor de sus productos y servicios para diferenciarse de su competencia. Se profundizará en todo este proceso, que parte del análisis de las necesidades y del comportamiento de sus consumidores, con la finalidad de conducir a las empresas hacia esta nueva dirección, con la que obtendrán una ventaja competitiva, al conseguir una alta satisfacción en el usuario final. Un punto esencial, porque la experiencia de cliente es uno de los valores más críticos para la supervivencia de una empresa.

Los productos son cada vez más comunes. Por lo tanto, una de las principales razones de la importancia de la experiencia del cliente es que estos buscan vivir situaciones distintivas y están cada vez menos influenciados por las características y funciones particulares de los productos, los consumidores quieren sentirse conectados con sus marcas favoritas y quieren que estas los conozcan, de hecho, la experiencia del cliente se ha convertido en el diferenciador competitivo más importante. por tanto, para tener éxito en este entorno, las empresas o negocios deben asegurarse de que sus iniciativas de experiencia del cliente puedan producir interacciones personalizadas y atractivas en cada uno de los puntos de contacto. Es por ello que ahora utilizan recursos en recolectar información que les permita entender a los consumidores y sus necesidades y personalizar la experiencia del cliente, con ayuda de estos datos o los análisis que resultan de ellos, será mucho más sencillo construir la experiencia del cliente correcta y al impulso de la productividad.

Resultados - Impacto de la formación en el desempeño del trabajador y aplicación de conocimientos en el puesto de trabajo

Los participantes:

- Ofrecen el portafolio de productos y servicios según protocolo de servicio al cliente, técnicas de comunicación, técnicas de ventas y política comercial.
- Identifican las características de los productos y servicios del portafolio de acuerdo con técnicas de comunicación, técnicas de ventas y protocolo de servicio al cliente.
- Reconocen los beneficios del producto o servicio de acuerdo con portafolio y técnicas de comunicación.
- Definen las estrategias digitales a implementar para generar la mejor experiencia al cliente.

Resultados - Impacto de la formación en la productividad y competitividad organizacional

Impactos en la productividad:
- Implementación de nuevas tendencias y la orientación del servicio que llevan a la organización a promover y velar por la fidelidad de sus clientes mediante una estrategia integral.
- Potenciación de la experiencia del cliente interno y/o externo, alineando la estrategia organizacional con la experiencia del cliente, involucrando a los diferentes actores de la organización.
- Mejorar la retención de clientes, la satisfacción del cliente y el potencial de ventas adicionales y cruzadas.

Impactos en la competitividad organizacional:
- Identificar la importancia de adaptarse a las cambiantes expectativas del cliente y evolucionar con el tiempo.
- La inversión en la experiencia del cliente y cultivar una imagen de marca positiva puede impulsar el crecimiento sostenido y la fidelidad del cliente.
- La aplicación de tecnologías digitales en la experiencia del cliente, genera un mecanismo efectivo de diferenciación frente a la competencia, que influye en el proceso de decisión de compra.

Indicadores de Impacto

Indicador - Mejoramiento en la empleabilidad	Valor Indicador - Meta
Número de trabajadores con incremento salarial despues de recibir la formación	1
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	20
Meta %	% 5,00
Indicador - Retención de trabajadores	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que continuan en sus empresas luego de recibir la formación	19
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	20
Meta %	% 95,00

Indicador - Movilidad laboral	Valor Indicador - Meta
Número de trabajadores beneficiarios que cambian sus condiciones laborales luego de recibir la formación	1
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	20
Meta %	% 5,00
Indicador - Empresas beneficiarias	**Valor Indicador - Meta**
Número de empresas beneficiarias de de la acción de formación	10
Número de empresas de el(los) sector(es) que representa	1500
Meta %	% 0,67
Indicador - Trabajadores beneficiarios	**Valor Indicador - Meta**
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	20
Número total de trabajadores de la(s) empresa(s) que representa la empresa/ gremio	35000
Meta %	% 0,06

Justificación lugar de ejecución

UNDECO pretende favorecer a sus miembros mediante esta formación en la ciudad de domicilio, Santa Marta, y busca fortalecer las habilidades que permitan fortalecer las competencias en comercialización y ventas a través de la experiencia del cliente con la inclusión de herramientas digitales.

La acción formativa tiene una duración de 1 día calendario, sujeta al tiempo establecido por el SENA, y se realizará en 1 grupo de 20 beneficiarios.

Lugar de ejecución

Grupo Número Departamento	*Ciudad*	*Zona Rural*	*N° Beneficiarios*
1 MAGDALENA	SANTA MARTA	No	20

Presupuesto de la AF

Rubro	*Descripción*	*Cofinanciación SENA*	*% Contrapartida especie*		*% Contrapartida dinero*		*% Valor total*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	$ 2.131.000	% 73,99	$ 0	% 0,00	$ 749.000	% 26,01 $ 2.880.000
R05.1.3 Aplicaciones Multimedia Interactiva	R05.1.3 Aplicaciones Multimedia Interactiva	$ 15.000	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00 $ 15.000
R05.2.1.1 Material de Formación - Impreso - Impresión de cartillas, de 1 a 200 unidades	R05.2.1.1 Material de Formación - Impreso - Impresión de cartillas, de 1 a 200 unidades	$ 1.320.000	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00 $ 1.320.000
R06.1.1.1 Alquiler de Salones y/o Espacios - Aulas básicas hasta 30 beneficiarios	R06.1.1.1 Alquiler de Salones y/o Espacios - Aulas básicas hasta 30 beneficiarios	$ 416.000	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00 $ 416.000
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	$ 0	% 0,00	$ 453.838	% 100,00	$ 0	% 0,00 $ 453.838

Rubro	Descripción	Cofinanciación SENA	% Contrapartida especie	% Contrapartida dinero	% Valor total
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	3	$ 0	% 0,00 $ 0	% 0,00 $ 111.867	% 100,00 $ 111.867

	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida en Especie	% Especie	Contrapartida en Dinero	% Dinero	COSTO TOTAL AF
COSTO TOTAL DE LA AF	$ 3.882.000	% 74,70	$ 453.838	% 8,73	$ 860.867	% 16,57	$ 5.196.705

Presupuesto Transferencia de Conocimiento y Tecnología

Rubro	% de Beneficiarios Número de beneficiarios de transferencia	Cofinanciación SENA	Porcentaje Cofinanciación	Contrapartida Especie	Porcentaje Especie	Contrapartida Dinero	Porcentaje Dinero	Valor Total
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	% 015 3	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 111.867	% 100,00	$ 111.867

Presupuesto Gastos de operación

Rubro	Cofinanciación SENA	Porcentaje Cofinanciación	Contrapartida Especie	Porcentaje Especie	Contrapartida Dinero	Porcentaje Dinero	Valor Total
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	$ 0	% 0,00	$ 453.838	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 453.838

Presupuesto Garantías

Rubro	Cofinanciación SENA	Porcentaje Cofinanciación	Contrapartida Especie	Porcentaje Especie	Contrapartida Dinero	Porcentaje Dinero	Valor Total

AF N° : 6

ACCIÓN DE FORMACIÓN : “AI Chatbot Generator” para la optimización del proceso de relacionamiento con clientes/usuarios.

Volver al Listado de AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1463#Indice-6)

Tipo de Acción de Formación

Acción de Formación

Necesidad o problema puntual detectado en la empresa/gremio, a la que se puede dar respuesta total o parcial mediante formación

Bajo nivel de apropiación y aplicación de herramientas tecnológicas de última generación en los procesos de relacionamiento con el cliente y/o usuario, por parte de los trabajadores y funcionarios de la Unión Nacional de Comerciantes (UNDECO), que les permita ser más eficientes en el relacionamiento y la atención a los agremiados y usuarios de los servicios que ofrece la entidad.

Herramientas utilizadas para obtener la necesidad

Herramienta Utilizada	Muestra Poblacional
Encuesta	792

Fecha de diagnóstico

22/11/2023

Otro tipo de herramienta, cual?

N/A

La herramienta es de creación propia?

Si

La Empresa/Gremio cuenta con un plan de capacitación?

Si

Descripción de la herramienta

Durante el segundo semestre de 2023, la Unión Nacional de Comerciantes (UNDECO) realizó un diagnóstico entre sus asociados, cuyo objetivo era determinar los principales desafíos que enfrentan, necesidades e intereses, con el fin de identificar áreas de mejora, diseñar programas de apoyo, fortalecer la representación gremial y, de esta forma, definir los proyectos, iniciativas y actividades a nivel productivo, cultural, tecnológico, educativo, social y humanitario, que conforman su plan de acción 2024-2025.

El instrumento utilizado fue una encuesta estructurada con ocho (8) preguntas abiertas y una (1) cerrada, que se aplicó a los participantes en los diferentes eventos desarrollados por UNDECO, en el segundo semestre del año anterior, entre los que se destacan: la feria y rueda de negocios “se vale reactivarse” ; la jornada de formación empresarial, el bootcamp “Nuevos modelos de negocios basados en la industria 4.0 para la transformación comercial y el desarrollo productivo”; el lanzamiento de la iniciativa "Red de Tiendas Seguras" y el proyecto “la sierra vuelve a sembrar”, que contaron con la participación de más de 1.150 personas de los sectores industrial, agropecuario, comercial y de servicios, de los cuales se recogieron 985 encuestas.

El perfil de las personas participantes en estos eventos, se encuentra categorizado en 3 niveles: uno que corresponde a trabajadores de las empresas agremiadas a UNDECO y sus cadenas productivas de los niveles medio y operativo que desempeñan funciones de mercadeo, gestión administrativa, gestión comercial, promoción, atención al cliente, información y publicidad, operación y/o asesoría, entre otras. El segundo, está relacionado con emprendedores, empresarios, directivos y funcionarios de la alta gerencia; y, finalmente, el tercer perfil corresponde básicamente a campesinos (emprenderos rurales y productores agrícolas en menor escala).

El instrumento consta de ocho (8) preguntas: 1) Mencione 3 desafíos que usted considera, enfrenta su empresa o negocio en la actualidad, 2) ¿Cuáles considera que son las principales barreras para el crecimiento de su negocio? (menciones por lo menos 3), 3) ¿Cómo percibe el impacto de la tecnología en su empresa: Alto___ Medio___, Bajo___; 4), ¿Cuáles son sus principales preocupaciones en relación con la competencia local e internacional? (Relacione mínimo 3), 5) ¿Cuáles son las áreas específicas en las que le gustaría recibir formación para mejorar su negocio, 6) ¿Qué tipo de apoyo o recursos le gustaría recibir de la UNDECO?, 7) ¿Qué tipo de servicios adicionales le gustaría que UNDECO ofreciera a sus agremiados?, 8) ¿Cuáles son sus expectativas con respecto a la representación gremial y cómo cree que la UNDECO podría fortalecerla? Del mismo modo, la consulta se realizó entre los funcionarios de UNDECO con el fin de contrastar la opiniones que permitan diseñar planes internos de capacitación acordes a las necesidades detectadas. Los resultados de este último diagnóstico entre los funciones contó con un espacio de socialización y opinión, que dio como resultado la identificación de las oportunidades de mejoras en las diferentes áreas y la propuesta de alternativas de solución para ser incluidas dentro de los retos de la organización para el 2024.

De las 985 encuestas recogidas, después de un proceso de depuración de las mismas, se obtuvo un total de 792 encuestas válidas para la respectiva tabulación. Con el fin de establecer las tendencias de mayor frecuencia en las respuestas a las preguntas abiertas se utilizó la herramienta “Word Cloud Generator”, con el fin de configurar las correspondientes nubes de palabras que permitieran establecer las categorías más relevantes para el análisis y diagnóstico. El resultado para los desafíos y barreras fueron: tecnología, sostenibilidad y crecimiento empresarial, seguridad, competitividad, finanzas personales y empresariales y acceso a programas de apoyo y crédito. En cuanto necesidades o intereses de formación, la categorización correspondió a: innovación empresarial, uso de herramientas tecnológicas IA, desarrollo de proyectos productivos, nuevas estrategias de mercado y comercialización, servicio y atención al cliente, cuidado del ambiente con energías limpias y renovables, innovación y comercialización agrícola, educación financiera y técnicas de negociación.

Resumen de resultados principales del diagnóstico de necesidades de formación

De acuerdo con el análisis de los resultados se evidencia una tendencia mayoritaria en los siguientes temas: apropiación e implementación de la tecnología como un factor de desafío, pero cuyo conocimiento y costos, se convierten en una barrera de acceso y consecuente desarrollo de sus negocios; esto es coherente con el alto impacto que perciben de esta en sus empresas y las necesidades de formación, que en su mayoría, se relacionan con el uso herramientas tecnológicas, inteligencia artificial en los negocios, digitalización de procesos e innovación tecnológica. En segundo lugar, los encuestados reconocen que uno de los desafíos que enfrentan actualmente está relacionado con el desarrollo sostenible y el crecimiento de sus empresas o negocios, que se manifiesta en aspectos como: producción y oferta de productos o servicios amigables con el medio ambiente, adopción de fuentes de energía renovable y manejo de residuos y reciclaje. En tercer lugar, se encuentra la seguridad, tanto como desafío que tienen que enfrentar los empresarios, como una barrera para el crecimiento de sus negocios. Al mismo nivel se encuentra el tema de la competitividad, asociado a factores de innovación empresarial y tecnológica, nuevos modelos de negocio, gestión empresarial, capacidad de acceso y de competitividad en mercados internacionales, nuevas estrategias de mercado y comercialización y servicio al cliente; lo cual es coherente con el alto porcentaje de respuestas relacionadas con las preocupaciones respecto a la competencia nacional e internacional.

Es importante resaltar, por sus características, en los resultados de las encuestas respondidas por los emprenderos rurales y productores agrícolas en menor escala (campesinos) se destacan como principales desafíos: la tecnificación de la producción agrícola con el uso de la tecnología, la comercialización de productos agrícolas de manera directa, sin intermediarios y desarrollo de procesos agroindustriales y la posibilidad de incursionar en los mercados internacionales. Encontrándose dentro de las barreras: el acceso al conocimiento y adquisición de la tecnología pertinente, la capacidad para desarrollar proyectos productivos innovadores y la sostenibilidad de los emprendimientos. Lo cual es coherente con las preocupaciones frente a la competencia nacional e internacional y las necesidades de formación, expresadas en las preguntas 4 y 5 respectivamente, de la encuesta. Finalmente, en un menor porcentaje se encuentran temas relacionados con el manejo de las finanzas tanto a nivel personal como empresarial y acceso a programas de apoyo y crédito. En cuanto a necesidades de formación, el menor porcentaje corresponde a temas de: administración, contabilidad, técnicas de ventas, manejo de conflictos, entre otros de menor ponderación.

Finalmente, podemos mencionar que entre los aspectos relacionados con el apoyo que les gustaría recibir de UNDECO (pregunta 6), se destacan: una mayor asesoría para el mejoramiento de las diferentes áreas, procesos administrativos de las empresas, acompañamiento en las distintas gestiones ante los entes y dependencias especialmente oficiales, apoyo en la elaboración y presentación de solicitudes ante las entidades financieras. En referencia a los servicios adicionales que les gustaría que UNDECO les ofreciera (pregunta 7), presentan un mayor porcentaje de respuesta: las asesorías tributarias, asesorías financieras, apoyo en procesos de comercio exterior y oportunidades de exportación, realización de más de eventos de capacitación en diferentes áreas y actualización permanente en normativa y disposiciones relacionadas con los negocios.

En cuanto a las expectativas con respecto a la representación gremial (pregunta 8), se destacan: la creación de agrupaciones o “clusters” de acuerdo con los productos que comercializan o los servicios que prestan las empresas y negocios, mayor presencia como asociación en ciertos segmentos de comercio y crear junto con las autoridades frente de seguridad, especialmente para los comercios.

Por último, es importante mencionar que el espacio de consulta y socialización entre los funcionarios permitió identificar algunas oportunidades de mejora siendo de opinión común y de mayor relevancia las relacionadas con el fortalecimiento de habilidades para desarrollar una comunicación asertiva que permitirá minimizar reprocesos y aportar a un buen clima laboral; optimización del proceso de atención al clientes internos y externos para prestar un mejor servicio y consolidar relaciones; procesos logísticos que requieren disminuir los tiempo de confirmación y respuesta a proveedores participantes de eventos y ferias; entre otros.

A continuación, se describen los principales resultados obtenidos en las preguntas que proporcionan información pertinente para el diagnóstico de las necesidades de formación.

Pregunta 1: desafíos relacionados con el conocimiento, uso e implementación de la tecnología, inteligencia artificial en los negocios y digitalización de procesos, 63%; desafíos relacionados con desarrollo empresarial sostenible, crecimiento socioeconómico, desarrollo y comercialización de productos o servicios ecológicos, adopción y manejo de nuevas fuentes de energía y el manejo de residuos y reciclaje, 55%; desafíos relacionados con la competitividad, nuevas ideas y modelos de negocio, innovación empresarial, acceso a nuevos mercados a nivel nacional como internacional, 51%; nuevas estrategias de mercado y comercialización centradas en el cliente y nuevas estrategias digitales de venta, servicio y atención al cliente, 47%; asociatividad, cadenas de suministros, venta de productos agrícolas de manera directa, 35%; desafíos relacionados con la seguridad ciudadana y jurídica, 28%; desafíos relacionados con el manejo formal de las finanzas, uso de herramientas financieras, modelos financieros para los negocios, 23%; desafíos en cuanto al conocimiento de programas y fuentes formales de financiación y crédito y forma de elaborar y presenta de proyectos de financiación sustentables, 18%.

Respecto a la pregunta 2: barreras relacionadas con el conocimiento, acceso y adquisición de tecnología, 58%; barreras que encuentran es la relacionada con el desconocimiento de estrategias que ayuden con el cuidado del ambiente, ellos saben que lo deben hacer, pero no tienen claras las estrategias que le permitan su aplicación o lo que representa en términos productivos, 54%; barreras relacionadas con innovación empresarial, son muchas ideas sin desarrollarse o por recursos, por falta de cultura innovadora en la empresa, 51%; barreras asociadas al desarrollo de capacidades para la gestión empresarial, conocimiento y acceso a la tecnología, sostenibilidad en el tiempo y relevo generacional, 46%; Barreras relacionadas con las capacidades administrativas de los trabajadores del campo, 60%; barreras asociadas a problemas financieros, logísticos y administrativos, 39%; otras barreras de índole personal, familiar u otros factores, 23%.

Frente a la pregunta 3, el 83% de los encuestado perciben un alto impacto de la tecnología en sus negocios, el 11% un impacto medio y 6% un bajo impacto.

En cuanto a la pregunta 4, las principales preocupaciones frente a la competencia nacional e internacional, la mayoría de las respuestas están relacionadas con la innovación tecnológica y empresarial, 73%, la creación de nuevos negocios y la generación de nuevos modelos de negocio, 63%; el acceso a nuevos mercados, 61%, y generación de valores agregados en cuanto a atención y servicios de asesoría, acompañamiento e interacción con los clientes/usuarios, 59%, comercialización de productos limpios, 48%; y aspectos relacionado con estrategias de promoción, mercadeo y venta directa de productos agrícolas, 35%.

Respecto de la pregunta 5, las principales necesidades e intereses en formación, se centran en: innovación tecnológica y empresarial, 82%; uso de herramientas tecnológicas IA, 77%; nuevas estrategias de mercado y comercialización, servicio y atención al cliente, 72%; desarrollo sostenible, medio ambiente, uso y aprovechamiento de energías limpias y renovables, 68%; desarrollo de proyectos productivos, comercialización agrícola 59%.

En relación con el análisis interno de necesidades entre los funcionarios de UNDECO, la mayoría estuvo de acuerdo en requerir formación que les permita optimizar el proceso de atención a clientes internos y externos para prestar un mejor servicio con el uso de herramientas tecnológicas, 82%; desarrollar una comunicación asertiva que contribuya a minimizar reprocesos y aportar a un buen clima laboral, 75%; adelantar procesos logísticos efectivos que disminuyan los tiempo de respuesta a proveedores de eventos y ferias; entre otros con un menor interés.

El anterior ejercicio de diagnóstico se convierte en una poderosa y, a la vez, valiosa herramienta que permite revalidar y fortalecer la misión, objetivo y fines de UNDECO como asociación, ya que los resultados obtenidos tienen un impacto directo y significativo en la definición de proyectos, programas y acciones a desarrollar en el corto y mediano plazo. Los resultados obtenidos ponen de manifiesto una serie de problemáticas y necesidades que pueden ser atendidas mediante procesos de formación que proporcionen el conocimiento y las herramientas adecuadas para potenciar y mejorar las habilidades y capacidades de los agremiados para proponer, diseñar e implementar estrategias, procesos y actividades que fortalezcan la productividad, mejoren la competitividad y permitan el crecimiento y desarrollo de las empresas, los negocios, los trabajadores y sus familias. En este orden de ideas, encontramos como necesidades prioritarias: El bajo nivel de conocimiento y apropiación de la tecnología; la falta de conocimiento en el uso e implementación de energías limpias para la transición y eficiencia energética; la baja capacidad para la innovación, el desarrollo de nuevos modelos de negocio y el emprendimiento; la escasez de herramientas cognitivas y procedimentales para la gestión empresarial, el desarrollo sostenible y sustentable, la productividad y competitividad; la poca preparación en el manejo eficiente de la producción y comercialización de productos agrícolas.

Análisis causas y efectos de la necesidad de formación detectada

Causas:
• Ausencia de programas de formación y actualización constante sobre las últimas tecnologías para atención y servicio al cliente entre los trabajadores y funcionarios de UNDECO.
• Falta de acceso a herramientas tecnológicas modernas y sistemas de gestión de relaciones con el cliente, como chatbot y los asistentes digitales, que limita la capacidad de los trabajadores para ofrecer una atención óptima.
• Ausencia de procesos de retroalimentación y evaluación para que los trabajadores reciban información sobre su desempeño en relación con las estrategias de servicio al cliente, lo que inhibe la mejora continua.
• Desconexión con las necesidades de los agremiados/usuarios, que impide comprenden plenamente sus necesidades, expectativas y preocupaciones.

Efectos:
• Agremiados y usuarios insatisfechos, lo que afecta negativamente la imagen y percepción de UNDECO.
• Baja retención de agremiados y disminución de la credibilidad como entidad de apoyo a los comerciantes.
• Menor participación en programas y eventos ofrecidos por UNDECO
• Impacto negativo en la Competitividad, en comparación con otras entidades que ofrecen servicios similares con un enfoque más centrado en el cliente.

Justificación de la necesidad detectada según resultados cuantitativos y cualitativos del diagnóstico realizado y según fuentes internas o externas de información

La necesidad detectada, se sustenta en resultados cuantitativos y cualitativos de fuentes internas y/o externas que respaldan la iniciativa de llevar a cabo la acción de formación especializada "AI Chatbot Generator para la optimización del proceso de relacionamiento con clientes/usuarios".

El Plan Nacional de Desarrollo, Colombia potencia mundial de la vida 2022-2026, señala que la política de reindustrialización del país debe incluir el cierre de brechas productivas, el impulso a los encadenamientos productivos para la integración regional y global, y el fortalecimiento de las capacidades humanas, así como promover la actividad económica intensiva en conocimiento e innovación, y el uso sostenible de la biodiversidad. Así mismo, plantea la necesidad de la transferencia y apropiación del conocimiento, con el fin de generar impactos positivos en los ámbitos social, ambiental y económico del país 1. En este orden de ideas, fortalecer los conocimientos y potencialidades de los trabajadores y funcionarios en nuevas herramientas tecnológicas que faciliten el relacionamiento, atención y servicio al cliente es esencial para el éxito y la sostenibilidad de las empresas y entidades. Esta transferencia de conocimiento, permite una mejor comprensión de las necesidades y expectativas de los clientes y/o usuarios, ofreciendo respuestas rápidas y soluciones efectivas. Igualmente, poseer habilidades sólidas en el relacionamiento, es un factor clave en la formación de la imagen y reputación de las organizaciones y contribuye a una percepción positiva de las mismas.
De la misma manera, el CONPES 4129 de 2023, indica que Colombia tiene una baja generación de valor agregado, un pobre desempeño en productividad, acompañado de un retroceso del aporte del sector industrial y un incipiente desarrollo del sector de servicios basados en innovación y conocimiento, por lo que es necesario incentivar la creación, innovación, transferencia de conocimiento e incrementar la productividad del país.

Derivado de lo anterior, surge la necesidad de fortalecer las instituciones, las capacidades humanas, las habilidades y conocimiento que conducen a las economías a un crecimiento de largo plazo. Así mismo, menciona que en otra instancia, se encontró que existe baja cooperación entre actores del sistema educativo y empresarial para cerrar la brecha entre la demanda y oferta de capital humano en Colombia, que permita entender cuáles son las necesidades de capital humano de los empresarios, cuáles son los conocimientos, habilidades y competencias que requieren, y cómo se puede participar activamente en estos procesos de formación para promover la empleabilidad, la competitividad empresarial y el crecimiento económico. En este sentido, el objetivo general de la política es aumentar la generación de valor agregado en la producción de bienes y servicios de los sectores económicos que componen la base productiva de la economía colombiana (2).

Por otra parte, un estudio contratado por la compañía HubSpot, especializada en tecnología para atender a usuarios de bienes y servicios, en el que participaron más de 600 encuestados entre clientes y líderes de áreas de servicio de diversas compañías, encontró que solo el 20% de los encuestados en Colombia se siente totalmente satisfecho con el servicio al cliente que recibe, mientras que el 89,3% de los líderes de experiencia aseguran que la atención y satisfacción de quienes atienden se constituye en la 'máxima prioridad', lo que evidencia "una desconexión entre lo que las compañías ofrecen y lo que los clientes perciben". "Actualmente, los equipos de atención en Colombia se enfrentan a una presión sin precedentes porque, según los empresarios encuestados, el 92% de los clientes colombianos hoy están más informados y tienen mayores expectativas que antes, así que no se puede escatimar a la hora de entregar un servicio sobresaliente". Cuando se indaga por qué se queja la gente, los consultados en las empresas dicen que la mayoría de las quejas tienen que ver con los precios de sus productos o servicios (22%), la calidad de estos (15,3%) y la atención postventa que ofrecen (14,6%); sin embargo, un 16% de los encuestados a nivel corporativo en Colombia asegura que sus compañías todavía no cuentan con programas o metodologías con las que escuchen a sus clientes y reciban retroalimentación de sus productos o servicios (3).

En relación con lo anterior, a partir de la consulta de necesidades detectadas al interior del gremio, por los funcionarios de UNDECO durante el espacio de diagnóstico y socialización, resultó importante para el 82% actualizar conocimientos y habilidades para brindar una mejor atención a clientes y usuarios para consolidar relaciones y optimizar su experiencia.
Lo anterior, evidencia la pertinencia de desarrollar acciones de formación especializadas que proporcionen conocimientos en el uso e implementación de herramientas tecnológicas que permitan optimizar el servicio y mejorar la percepción de calidad de los usuarios del gremio.

EMPRESA A INTERVENIR: UNDECO
PROCESO: Relacionamiento con el cliente/usuario, se requiere fortalecer los conocimientos y potenciar las capacidades de los trabajadores y funcionarios de UNDECO, para prestar un servicio mejorado, una eficiente atención y lograr un óptimo relacionamiento con los agremiados y usuarios de los servicios, mediante la apropiación e implementación de herramientas tecnológicas de última generación en los procesos de servicio al cliente y/o usuario.

1 https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/portalDNP/PND-2023/2023-05-04-bases-plan-nacional-de-inversiones-2022-2026.pdf.
2 https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Económicos/4129.pdf
3 https://www.portafolio.co/negocios/empresas/servicio-al-cliente-es-clave-en-empresas-pero-usuarios-no-lo-notan-563349

Objetivo de la acción de formación

Fortalecer los conocimientos y potenciar las capacidades de los trabajadores y funcionarios de UNDECO, para prestar un servicio mejorado, una eficiente atención y lograr un óptimo relacionamiento con los agremiados y usuarios de los servicios, mediante la apropiación e implementación de herramientas tecnológicas de última generación en los procesos de servicio al cliente y/o usuario.

Solo aplica para Acciones de Formació alineadas al SNC (Cualificaciones)

Nombre del catálogo	
Nombre de la cualificación	
Brecha de capital humano	

Evento de formación

Tipo de evento de formación	Maximizando tu proceso	**Modalidad de formación**	Presencial
Tipo de ambiente de aprendizaje		Puesto de trabajo real o simulado	
Número de grupos	1	**Número de horas por grupo**	24
Número de beneficiarios por grupo	10	**Número de días por grupo de la AF**	3
Número de beneficiarios de la AF	10	**Número total de horas por AF**	24

Perfil Beneficiarios

Area(s) funcional(es)

Área Funcional	*Otra*
Finanzas	
Innovación	
Marketing	
Otra	Administrativa
Recursos humanos	
Servicio al cliente	
Tecnología	
ventas	

Justificación áreas funcionales a beneficiar

La inclusión de las áreas funcionales recursos humanos, finanzas, marketing, ventas, innovación, tecnología, servicio al cliente, administrativa, en esta acción de formación permite una implementación más completa y eficaz de las nuevas tecnologías para la atención y servicio al cliente, impulsa la colaboración interdepartamental y promueve la comprensión global de cómo estas innovaciones pueden tener un impacto positivo en varios aspectos de la organización. Los trabajadores del área administrativa tienen contacto con el cliente, manejan documentación, recursos Humanos colabora para mejorar la gestión interna y garantizar la capacitación del personal, financiera evalúan la viabilidad económica, los costos y el retorno de la inversión, contribuyendo a tomar decisiones informadas. Los expertos en innovación estimulan ideas y maximizan las capacidades del IA Chatbot Generator y asistentes virtuales, identificando aplicaciones innovadoras y diseñando nuevas soluciones. La participación de ventas y marketing asegura la alineación con la estrategia, mejorando la experiencia del cliente. El equipo de servicio al cliente aporta información valiosa para la efectividad en la resolución de problemas, con la implementación de estas tecnologías. Los trabajadores de área de tecnología son esenciales para la implementación técnica y la integración adecuada de estas soluciones.

Cargo/ocupaciones/denominación

Cargo
Área de Innovación: se encuentran cargos como gestor de innovación, gestor de proyectos y demás.
Área de Ventas: se encuentran cargos como representante de ventas, director comercial, vendedor, servicios postventa, estudios comerciales, publicidad, atención al cliente y demás.
Área de Tecnología: se encuentran cargos como especialistas en manejo de datos, desarrollador web, asistencia y soporte técnico, administrador de sistemas, analista de nuevas tecnologías y demás.
Área de Marketing: se encuentran cargos como profesional, coordinador, asesor o asistente de marketing, entre otros.
Área de Servicio al cliente: representante, asesor, agente, asistente, analista de servicio al cliente, gestor de quejas y reclamos, ejecutivo de atención telefónica al cliente.
Área de finanzas: Auxiliar contable, asesor financiero, tesorero. contador, entre otros.
Área de recursos humanos: Coordinador, profesional, asesor o asistente de Talento Humano, entre otros.
Área Administrativa: se encuentran cargos como profesional, coordinador, asesor o asistente administrativo, entre otros.

Funciones

Función
Área de Innovación: Generar ideas, analizarlas y mantener el ecosistema corporativo de innovación (comité, partners, agentes de innovación), tanto a nivel interno como externo, entre otras.
Área de Marketing: representa la imagen de la empresa.
Área de Ventas: vender y establecer una conexión con el cliente, cuidar la calidad de los productos, garantizar la satisfacción del consumidor, entre otras.
Área de Tecnología: Impulsar la optimización, mejora de procesos y entrega de resultados, incrementar la calidad del producto o servicio, con el uso de herramientas tecnológicas, entre otras.
Área de Servicio al cliente: Interactúa con los clientes o usuarios para mejorar el relacionamiento, atiende consultas, procesa pedidos, atiende inquietudes y quejas, entre otros.
Área de recursos humanos: Gestión Talento Humano, reclutamiento, selección, contratación, capacitación, inducción, reinducción, bienestar, evaluación de desempeño, novedades personal.

Función

Área Administrativa: Atención de llamadas telefónicas. Recibir archivar, recibir, tramitar y verificar que cumplan con las especificaciones para su trámite.

Productos

Producto

Conocimientos

Conocimiento

Habilidades

Habilidad

Actitudes

Actitud

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional

MEDIO

OPERATIVO

Justificación beneficiarios de los niveles ocupacionales

Incluir los niveles medio y operativo no solo es estratégico para la implementación efectiva de la tecnología, sino que también asegura una adopción más amplia y exitosa, maximizando el beneficio de las herramientas en toda la organización. Los trabajadores de estos niveles, son quienes tienen un contacto más directo con los clientes, por lo que, el uso de AI Chatbot Generator y los asistentes virtuales les permitirá integrarlos eficientemente en sus tareas diarias para mejorar la interacción con los clientes y optimizar los procesos de servicio y atención. Por otra parte, los trabajadores del nivel operativo y medio a menudo tienen un conocimiento detallado de las necesidades y desafíos específicos del cliente en el día a día y son puntos clave de contacto con los clientes, por lo que su inclusión en esta Acción de Formación permitirá mejorar la calidad de su interacción con los clientes, permitiendo respuestas más rápidas y precisas, y contribuyendo así a una experiencia del cliente mejorada, además de facilitar la integración de estas herramientas en los procesos internos de la organización, lo que conduce a una mayor eficiencia operativa y ahorro de tiempo en la gestión de consultas y tareas repetitivas.

Número de empresas mipymes a beneficiar

1

Número de trabajadores a beneficiar de empresas mipymes

10

Justificación empresas y trabajadores de mipymes a beneficiar

La Asociación Unión Nacional de Comerciantes UNDECO pertenece al sector de Micro, Pequeña y Mediana Empresa - MiPymes, y sus trabajadores serán los beneficiaríamos de esta acción de formación.
Para UNDECO, la actualización de conocimientos y el fortalecimiento de habilidades de sus trabajadores es un factor clave para el crecimiento empresarial. En este sentido la asociación considera importante potenciar las capacidades de sus trabajadores para prestar un servicio mejorado, una eficiente atención y lograr un óptimo relacionamiento con sus a agremiados y usuarios mediante la implementación de herramientas tecnológicas, lo que redundará en el aumento de la productividad y la competitividad.

Número de empresas de su cadena productiva a beneficiar

0

Número de trabajadores a beneficiar de empresas de su cadena productiva

0

Justificación empresas y beneficiarios de la cadena productiva a beneficiar

N/A

otros datos

Número de trabajadores en condición de discapacidad	0	**Número de trabajadores mujeres**	5
Número de trabajadores campesinos	0	**Número de empresas BIC a beneficiar**	0

Enfoque de la Acción de formación

Formación en el trabajo

En caso de tener un enfoque Internacional*

Nombre del beneficiario de la formación internacional

Nombre de la empresa en la cual se encuentra vinculada el beneficiario de la formación internacional

Cargo del beneficiario de la formación internacional

Tiempo de vinculación a la empresa

Descripción del perfil profesional del beneficiario de la formación internacional

Proceso a impactar con la implementación de los conocimientos, habilidades y nuevas prácticas adquiridas a través de la formación internacional

Sectores y sub-sectores del beneficiario

Sector(es) a beneficiar con la AF

Servicios

Transversal

Sub-sector(es) a beneficiar con la AF

Comercio

Transversal

Sub-sector(es) a beneficiar con la AF

Servicios

Sector(es) al que pertenece el beneficiario de la formación

Transversal

Sub-sector(es) al que pertenece el beneficiario de la formación

Transversal

Justificación Sector - Subsector

Las actividades que desarrolla UNDECO, así como los servicios que presta, se enfocan especialmente en sus asociados. los cuales están conformados por empresas, comerciantes, emprendedores y personas que desarrollan procesos de comercialización de diferentes productos y/o servicios, sin importar el sector en el que se desarrollan, su naturaleza, tamaño o la actividad productiva a la que se dedican. En este orden de ideas, UNDECO, agremia empresas que ejercen diversas actividades comerciales, agrícolas, industriales o de servicios; razón por la cual, la óptima atención y relacionamiento son claves para satisfacer los requerimientos y dar respuesta oportuna y eficiente a las necesidades de los usuarios de sus servicios.
Con base en lo anterior, es importante que trabajadores y funcionarios de UNDECO fortalezcan sus conocimientos, habilidades y destrezas en herramientas que les permitan ofrecer una atención superior, que atraiga nuevos agremiados y usuarios, mejorando así su posición en el entorno empresarial y de negocios, diversifique y amplíe su portafolio de servicios y expanda su presencia a nivel local, regional y nacional.

Desarrollar la acción de formación “AI Chatbot Generator” para la optimización del proceso de relacionamiento con clientes/usuarios, está enfocada EN EL TRABAJO al proporcionar a los trabajadores y funcionarios de UNDECO, los conocimientos para el uso e implementación de herramientas tecnológicas, esenciales en la actualidad, para optimizar el relacionamiento con los agremiados y usuarios a través de una atención mejorada, y servicio eficiente y amigable, orientada a crear experiencias excepcionales, al mejoramiento continuo y la satisfacción en los servicios ofrecidos.

UNIDADES TEMÁTICAS

ID	9046
UT N°	2

AF N° **6**

ACCIÓN DE FORMACIÓN **“AI Chatbot Generator” para la optimización del proceso de relacionamiento con clientes/usuarios.**

UNIDAD TEMÁTICA N° **2**

UNIDAD TEMÁTICA **Estrategia en proceso de relacionamiento con clientes y usuarios integrando Chatbot (Creación)**

N° total de horas prácticas presenciales	6	**N° total de horas teóricas presenciales**	2
N° total de horas prácticas virtuales	0	**N° total de horas teóricas virtuales**	0
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática		8	

Contenidos de la UT	2.1 Creación de perfiles de clientes y/o usuarios según tipos de segmentación. 2.2 Herramientas para la segmentación, recopilación y análisis de datos del cliente y/o usuario. 2.3. Planteamiento de estrategia de herramienta Chatbot requerida para el relacionamiento con los clientes de UNDECO.

Competencias a adquirir	El participante: • Reconoce las diferentes formas de segmentación de clientes/usuarios y sus características, adaptándolas para la creación de cada segmento en UNDECO. • Identifica las principales Herramientas para la segmentación, recopilación y análisis de datos para crear perfiles de clientes y/o usuarios en UNDECO.
Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad presencial proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. Para esta unidad, las actividades de aprendizaje están orientadas a la identificación y uso de herramientas para la segmentación, creación de perfiles de clientes y/o usuarios y herramientas para la recopilación y análisis de datos. Se proponen estudio de caso.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	8	0

ID 9077

UT N° 1

AF N° 6

ACCIÓN DE FORMACIÓN "AI Chatbot Generator" para la optimización del proceso de relacionamiento con clientes/usuarios.

UNIDAD TEMÁTICA N° 1

UNIDAD TEMÁTICA Relacionamiento con Clientes/Usuarios (Reconocimiento y Diagnóstico)

N° total de horas prácticas presenciales	4	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	0	**N° total de horas teóricas virtuales**	0
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática	4		

Contenidos de la UT	1.1 Reconocimiento de los procesos adelantados por UNDECO. 1.2.Relacionamiento actual con los clientes. 1.3 Importancia y tendencias en estratégica del relacionamiento con los clientes. 1.4 Diagnóstico de necesidades y oportunidades de mejora en la atención al cliente.
Competencias a adquirir	El participante: • Apropia técnicas y herramientas para una comunicación efectiva, una escucha y comprender las necesidades y expectativas del usuario de UNDECO. • Reconoce y diagnóstica los aspectos clave del relacionamiento con los cliente en su área de trabajo en la empresa.
Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad presencial proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. Las actividades de aprendizaje de esta unidad están asociadas a la aplicación práctica en el contexto laborales de los participantes, de los conceptos estudiados en relación con relacionamiento con clientes y usuarios y las tendencias actuales en relacionamiento, mediante el reconocimiento de los aspectos que integran este proceso en su área de trabajo. Se proponen conversatorio entre los capacitadores y los trabajadores.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	4	0

ID 9078

UT N° 3

AF N° 6

ACCIÓN DE FORMACIÓN "AI Chatbot Generator" para la optimización del proceso de relacionamiento con clientes/usuarios.

UNIDAD TEMÁTICA N° 3

UNIDAD TEMÁTICA Aplicación de IA Chatbot Generator en los procesos de relacionamiento con el cliente/usuario en UNDECO (Implementación)

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	5
N° total de horas prácticas virtuales	0	**N° total de horas teóricas virtuales**	0
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática	5		

Contenidos de la UT	3.1 Fundamentos técnicos y características logísticas del IA Chatbot Generator. 3.2 Implementación y despliegue del IA Chatbot Generator. 3.3 Personalización y experiencia del usuario de UNDECO con IA Chatbot Generator. 3.4 Beneficios, desafíos y tendencias futuras.
Competencias a adquirir	El participante: • Identifica los aspectos técnicos y logísticos para la implementación del IA Chatbot Generator en UNDECO. • Implementa el IA Chatbot Generator para mejorar la eficiencia y la calidad de la atención al cliente/usuario en UNDECO.
Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad presencial proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. Para esta unidad, las actividades de aprendizaje se relacionan con la apropiación de conocimiento y habilidades para la implementación de la herramienta IA Chatbot Generator, en los procesos de servicio y atención al cliente. Se proponen exposiciones por parte de los capacitadores.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	5	0

ID 9079

UT N° 5

AF N° 6

ACCIÓN DE FORMACIÓN "AI Chatbot Generator" para la optimización del proceso de relacionamiento con clientes/usuarios.

UNIDAD TEMÁTICA N° 5

UNIDAD TEMÁTICA Pensamiento y Análisis Crítico - (Habilidad Transversal)

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	1
N° total de horas prácticas virtuales	0	**N° total de horas teóricas virtuales**	0
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática	1		

Contenidos de la UT	5.1 Herramientas y técnicas de análisis crítico. 5.2 Aplicación del pensamiento crítico en el ámbito profesional y laboral.
Competencias a adquirir	El participante: • Identifica los criterios para analizar y evaluar información de manera crítica. • Aplica el pensamiento crítico en el ámbito empresarial, evaluando estrategias, identificando oportunidades y riesgos para tomar decisiones informadas.
Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad presencial proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. Para esta unidad, las actividades de aprendizaje se relacionan con la apropiación de conocimiento sobre los fundamentos del pensamiento crítico y las herramientas y técnicas para el análisis crítico. Se proponen discusiones de grupo, presentaciones prácticas y lecturas complementarias de profundización.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	1	0

ID 9088

UT N° 4

AF N° 6

ACCIÓN DE FORMACIÓN “AI Chatbot Generator” para la optimización del proceso de relacionamiento con clientes/usuarios.

UNIDAD TEMÁTICA N° 4

UNIDAD TEMÁTICA Estrategias para Personalizar la Atención (Montaje)

N° total de horas prácticas presenciales	6	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	0	**N° total de horas teóricas virtuales**	0
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática	6		

Contenidos de la UT	4.1 Utilización de datos del cliente de UNDECO para mejorar la personalización. 4.2 Integración de Asistentes Virtuales en procesos de servicio al cliente. 4.3 Montaje de diálogos contextuales con IA Chatbot Generator. 4.4 Personalización de la atención mediante diferentes canales de interacción, en el puesto de trabajo.

Competencias a adquirir	El participante: • Desarrolla estrategias para identificar y comprender las características individuales de los clientes de UNDECO, para una mejor personalización. • Diseña experiencias de cliente personalizadas, con el apoyo de las nuevas tecnologías estudiadas, desde la interacción inicial hasta el seguimiento del servicio, integrando y consolidando lo aprendido en UNDECO.
Actividades de Aprendizaje	Esta acción de formación de metodología teórico práctica y la modalidad presencial proporciona actividad de aprendizaje con el propósito de afianzar la asimilación del contenido. Para esta unidad, las actividades de aprendizaje se relacionan con la aplicación práctica de las tecnologías estudiadas y el montaje de los diálogos contextuales como estrategias para personalización de la atención. Se proponen solución de casos y ejercicios prácticos.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	6	0

Proveedor de la formación - persona jurídica

El Capacitador persona jurídica contratado por UNDECO cumplirá con las siguientes condiciones:

1. Contar con cuatro (4) años de constitución legal, lo cual deberá demostrar a través del correspondiente certificado de existencia y representación legal o documento equivalente, expedido por la autoridad competente.
2. Demostrar mínimo cuatro (4) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas a entidades públicas o privadas. Esta experiencia debe acreditarse en el periodo comprendido entre los años 2010 a 2024.
3. Cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995 y/o las normas que les sean aplicables para su funcionamiento en el territorio nacional.

Material de formación

El evento de formación maximizando tu proceso en “AI Chatbot Generator” para la optimización del proceso de relacionamiento con clientes/usuarios, se realizará de manera presencial, directamente en UNDECO y su orientación es teórico-práctica. Por estas razones, los materiales de aprendizaje se combinan para proporcionar a los participantes una comprensión sólida y fortalecimiento de las habilidades prácticas para desarrollar procesos de relacionamiento con el cliente/usuario, con la ayuda de los chatbot y los asistentes virtuales. En este sentido, los materiales de formación para esta AF, consisten en: una cartilla de formación (full color) impresa, metodológicamente estructurada y coherente con la metodología teórico-practica que incluye: material guía para cada participante, material complementario para la Acción de Formación como artículos, estudios de casos y de uso, así como enlaces de acceso a información adicional, cuyo contenido cumple con una estructura de desarrollo de tal modo que facilitará el aprendizaje. Dentro de los temas a desarrollar se encuentran: Relacionamiento con Clientes/Usuarios (Reconocimiento y Diagnóstico), Estrategia en proceso de relacionamiento con clientes y usuarios integrando Chatbot (Creación), Aplicación de IA Chatbot Generator en los procesos de relacionamiento con el cliente/usuario en UNDECO (Implementación),
Estrategias para Personalizar la Atención (Montaje), Pensamiento y Análisis Crítico - (Habilidad Transversal).

Igualmente, se plantea el uso de software especializado, presentaciones interactivas y material impreso con piezas gráficas e infografías, que presentan de manera sintetizada los contenidos de la unidad; ejercicios, tips y aspectos claves de las temáticas; documentos en formato PDF con las lecturas que amplían, profundizan y complementan los conocimientos adquiridos por el participante en el desarrollo de cada unidad.

Por otra parte, se desarrollarán, actividades asociadas a la interacción grupal para profundizar sobre las temáticas propuestas, se propondrán talleres de aplicación práctica de los conceptos vistos, estudio de casos y el uso de aplicaciones multimedia interactivas como Slido, para aprender y repasar conceptos de forma entretenida, mediante preguntas tipo test, y cautivar la
atención de las personas y uso de nuevas tecnologías como base de su formación, con el objetivo de lograr que los participantes desarrollen un proceso formativo eficiente, progresivo y significativo.

Gestión del Conocimiento

Ítem Gestion Conocimiento
Infografía (Póster)

Alineación de la acción de formación

Alineación
PND - Uso y apropiación de tecnologías digitales

Justificación de la Alineación

Las bases del Plan Nacional de Desarrollo, Colombia potencia mundial de la vida 2022-2026, plantea, en sus diferentes ejes, el uso de las tecnologías digitales, emergentes y convergentes, El Plan Nacional de Desarrollo, Colombia potencia mundial de la vida 2022-2026, señala que la política de reindustrialización del país debe incluir el cierre de brechas productivas, el impulso a los encadenamientos productivos para la integración regional y global, y el fortalecimiento de las capacidades humanas, así como promover la actividad económica intensiva en conocimiento e innovación, y el uso sostenible de la biodiversidad. Así mismo, plantea la necesidad de la transferencia y apropiación del conocimiento, con el fin de generar impactos positivos en los ámbitos social, ambiental y económico del país. Igualmente, el CONPES 4129 de 2023, indica que Colombia

tiene una baja generación de valor agregado, un pobre desempeño en productividad, acompañado de un retroceso del aporte del sector industrial y un incipiente desarrollo del sector de servicios basados en innovación y conocimiento, por lo que es necesario incentivar la creación, innovación, transferencia de conocimiento e incrementar la productividad del país. De otro lado, refiere que el objetivo general de la política es aumentar la generación de valor agregado en la producción de bienes y servicios de los sectores económicos que componen la base productiva de la economía colombiana.

En este orden de ideas, fortalecer los conocimientos y potencialidades de los trabajadores y funcionarios en relacionamiento con el cliente/usuario, apoyada en tecnologías emergentes, como los chatbot, es esencial para el éxito y la sostenibilidad de las empresas y entidades. Esta transferencia de conocimiento, permite una mejor comprensión de las necesidades y expectativas de los clientes y/o usuarios, ofreciendo respuestas rápidas y soluciones efectivas. Igualmente, poseer habilidades sólidas en el relacionamiento, es un factor clave en la formación de la imagen y reputación de las organizaciones y contribuye a una percepción positiva de las mismas.

Acción de formación especializada

Un estudio contratado por la compañía HubSpot, especializada en tecnología para atender a usuarios de bienes y servicios, en el que participaron más de 600 encuestados entre clientes y líderes de áreas de servicio de diversas compañías, encontró que solo el 20% de los encuestados en Colombia se siente totalmente satisfecho con el servicio al cliente que recibe, mientras que el 89,3% de los líderes de experiencia aseguran que la atención y satisfacción de quienes atienden se constituye en la 'máxima prioridad', lo que evidencia "una desconexión entre lo que las compañías ofrecen y lo que los clientes perciben". "Actualmente, los equipos de atención en Colombia se enfrentan a una presión sin precedentes porque, según los empresarios encuestados, el 92% de los clientes colombianos hoy están más informados y tienen mayores expectativas que antes, así que no se puede escatimar a la hora de entregar un servicio sobresaliente". Cuando se indaga por qué se queja la gente, los consultados en las empresas dicen que la mayoría de las quejas tienen que ver con los precios de sus productos o servicios (22%), la calidad de estos (15,3%) y la atención postventa que ofrecen (14,6%); sin embargo, un 16% de los encuestados a nivel corporativo en Colombia asegura que sus compañías todavía no cuentan con programas o metodologías con las que escuchen a sus clientes y reciban retroalimentación de sus productos o servicios.
https://acis.org.co/portal/content/solo-el-20-de-los-colombianos-encuestados-se-siente-completamente-satisfecho-con-el-servicio

El uso de herramientas tecnológicas emergentes, como el AI Chatbot Generator" permiten aplicar la inteligencia artificial y el procesamiento del lenguaje natural para ofrecer a los clientes conversaciones similares a las humanas y brindar respuestas relevantes. En este sentido, ofrece la posibilidad de crear chatbots integrados con ChatGPT para Facebook Messenger, Instagram, WhatsApp, Telegram y para chats en vivo, permitiendo a las empresas garantizar el relacionamiento y asistencia en cualquier etapa de los proceso con los clientes, lo que no solo reduce la carga de trabajo del equipo, sino que ofrece una experiencia personalizada de relacionamiento con el cliente/usuario.

Por estas razones, UNDECO pretende beneficiar a sus trabajadores y funcionarios, con procesos de formación y actualización especializados, como lo es esta acción de formación, que les permitan fortalecer sus conocimientos y potenciar sus capacidades para optimizar el relacionamiento con sus agremiados y usuarios, mediante el uso de nuevas tecnologías, impactando positivamente la eficiencia operativa y la percepción general; además de crear experiencias positivas que fortalezcan el relacionamiento con el cliente, la imagen y reputación de la entidad.

Resultados - Impacto de la formación en el desempeño del trabajador y aplicación de conocimientos en el puesto de trabajo

Los participantes:

- Desarrollan interacciones más positivas que les permiten resolver eficientemente problemas y mejoras en el relacionamiento con el cliente.
- Implementan estrategias para aumentar la satisfacción del cliente y/o usuario, mediante un servicio mejorado y personalizado.
- Aplican nuevas tecnologías para una comunicación más proactiva y estrategias para la optimizar la atención y el servicio al cliente.

Resultados - Impacto de la formación en la productividad y competitividad organizacional

Impactos en la productividad:
- Mayor eficiencia operativa, ya que se reducirán los tiempos de respuesta y se minimizarán los esfuerzos redundantes
- Minimizar los errores y reprocesos, lo que conlleva a una mayor calidad en la prestación de servicios
- Fortalecimiento de la mentalidad de mejora continua, para impulsar la innovación y el perfeccionamiento constante de los procesos.

Impactos en la competitividad organizacional:
- Mayor diferenciación en el mercado al ofrecer un nivel superior de relacionamiento y servicio al cliente en comparación con la competencia.
- Mejora en la calidad y eficiencia en el relacionamiento con clientes, que se traduce en una mayor satisfacción.
- Mejor adaptabilidad a cambios en el entorno, en las necesidades, preferencias y expectativas de los usuarios.

Indicadores de Impacto

Indicador - Mejoramiento en la empleabilidad	Valor Indicador - Meta
Número de trabajadores con incremento salarial despues de recibir la formación	1
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	10

Meta %	% 10,00
Indicador - Retención de trabajadores	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que continuan en sus empresas luego de recibir la formación	9
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	10
Meta %	% 90,00
Indicador - Movilidad laboral	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que cambian sus condiciones laborales luego de recibir la formación	1
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	10
Meta %	% 10,00
Indicador - Empresas beneficiarias	**Valor Indicador - Meta**
Número de empresas beneficiarias de de la acción de formación	1
Número de empresas de el(los) sector(es) que representa	1500
Meta %	% 0,07
Indicador - Trabajadores beneficiarios	**Valor Indicador - Meta**
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	10
Número total de trabajadores de la(s) empresa(s) que representa la empresa/ gremio	35000
Meta %	% 0,03

Justificación lugar de ejecución

UNDECO pretende favorecer a sus miembros mediante esta formación en la ciudad de domicilio, Santa Marta, y busca fortalecer las habilidades que permitan fortalecer las competencias en relacionamiento con el cliente/usuario con la inclusión de herramientas digitales.

La acción formativa tiene una duración de 3 días calendario, sujeta al tiempo establecido por el SENA, y se realizará en 1 grupo de 10 beneficiarios.

Lugar de ejecución

Grupo Número Departamento	*Ciudad*	*Zona Rural*	*N° Beneficiarios*
1 MAGDALENA	SANTA MARTA	No	10

Presupuesto de la AF

Rubro	Descripción	Cofinanciación SENA	% Contrapartida especie		% Contrapartida dinero		% Valor total
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	$ 4.336.000	% 50,19	$ 0	% 0,00	$ 4.304.000	% 49,81 $ 8.640.000
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	$ 8.640.000	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00 $ 8.640.000
R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	R01.1.3 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de especialización	$ 8.640.000	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00 $ 8.640.000
R05.1.3 Aplicaciones Multimedia Interactiva	R05.1.3 Aplicaciones Multimedia Interactiva	$ 15.000	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00 $ 15.000
R05.2.1.1 Material de Formación - Impreso - Impresión de cartillas, de 1 a 200 unidades	R05.2.1.1 Material de Formación - Impreso - Impresión de cartillas, de 1 a 200 unidades	$ 660.000	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00 $ 660.000
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	$ 0	% 0,00	$ 2.604.840	% 100,00	$ 0	% 0,00 $ 2.604.840
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	1	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 642.066	% 100,00 $ 642.066

	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida en Especie	% Especie	Contrapartida en Dinero	% Dinero	COSTO TOTAL AF
COSTO TOTAL DE LA AF	$ 22.291.000	% 74,70	$ 2.604.840	% 8,73	$ 4.946.066	% 16,57	$ 29.841.906

Presupuesto Transferencia de Conocimiento y Tecnología

Rubro	% de Beneficiarios	Número de beneficiarios de transferencia	Cofinanciación SENA	Porcentaje Cofinanciación	Contrapartida Especie	Porcentaje Especie	Contrapartida Dinero	Porcentaje Dinero	Valor Total
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	% 010	1	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 642.066	% 100,00	$ 642.066

Presupuesto Gastos de operación

Rubro	Cofinanciación SENA	Porcentaje Cofinanciación	Contrapartida Especie	Porcentaje Especie	Contrapartida Dinero	Porcentaje Dinero	Valor Total
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	$ 0	% 0,00	$ 2.604.840	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 2.604.840

Presupuesto Garantías

Rubro	Cofinanciación SENA	Porcentaje Cofinanciación	Contrapartida Especie	Porcentaje Especie	Contrapartida Dinero	Porcentaje Dinero	Valor Total

AF N° : 7

ACCIÓN DE FORMACIÓN : Innovation as company value booster

Volver al Listado de AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1463#Indice-6)

Tipo de Acción de Formación

Acción de Formación Enfoque Internacional

Necesidad o problema puntual detectado en la empresa/gremio, a la que se puede dar respuesta total o parcial mediante formación

Herramientas utilizadas para obtener la necesidad

Herramienta Utilizada	*Muestra Poblacional*
Encuesta	792

Fecha de diagnóstico

22/11/2023

Otro tipo de herramienta, cual?

N/A

La herramienta es de creación propia?

Si

La Empresa/Gremio cuenta con un plan de capacitación?

Si

Descripción de la herramienta

Durante el segundo semestre de 2023, la Unión Nacional de Comerciantes (UNDECO) realizó un diagnóstico entre sus asociados, cuyo objetivo era determinar los principales desafíos que enfrentan, necesidades e intereses, con el fin de identificar áreas de mejora, diseñar programas de apoyo, fortalecer la representación gremial y, de esta forma, definir los proyectos, iniciativas y actividades a nivel productivo, cultural, tecnológico, educativo, social y humanitario, que conforman su plan de acción 2024-2025.

El instrumento utilizado fue una encuesta estructurada con ocho (8) preguntas abiertas y una (1) cerrada, que se aplicó a los participantes en los diferentes eventos desarrollados por UNDECO, en el segundo semestre del año anterior, entre los que se destacan: la feria y rueda de negocios “se vale reactivarse” ; la jornada de formación empresarial, el bootcamp “Nuevos modelos de negocios basados en la industria 4.0 para la transformación comercial y el desarrollo productivo”; el lanzamiento de la iniciativa "Red de Tiendas Seguras" y el proyecto “la sierra vuelve a sembrar”, que contaron con la participación de más de 1.150 personas de los sectores industrial, agropecuario, comercial y de servicios, de los cuales se recogieron 985 encuestas.

El perfil de las personas participantes en estos eventos, se encuentra categorizado en 3 niveles: uno que corresponde a trabajadores de las empresas agremiadas a UNDECO y sus cadenas productivas de los niveles medio y operativo que desempeñan funciones de mercadeo, gestión administrativa, gestión comercial, promoción, atención al cliente, información y publicidad, operación y/o asesoría, entre otras. El segundo, está relacionado con emprendedores, empresarios, directivos y funcionarios de la alta gerencia; y, finalmente, el tercer perfil corresponde básicamente a campesinos (emprenderos rurales y productores agrícolas en menor escala).

El instrumento consta de ocho (8) preguntas: 1) Mencione 3 desafíos que usted considera, enfrenta su empresa o negocio en la actualidad, 2) ¿Cuáles considera que son las principales barreras para el crecimiento de su negocio? (menciones por lo menos 3), 3) ¿Cómo percibe el impacto de la tecnología en su empresa: Alto___ Medio___, Bajo___; 4), ¿Cuáles son sus principales preocupaciones en relación con la competencia local e internacional? (Relacione mínimo 3), 5) ¿Cuáles son las áreas específicas en las que le gustaría recibir formación para mejorar su negocio, 6) ¿Qué tipo de apoyo o recursos le gustaría recibir de la UNDECO?, 7) ¿Qué tipo de servicios adicionales le gustaría que UNDECO ofreciera a sus agremiados?, 8) ¿Cuáles son sus expectativas con respecto a la representación gremial y cómo cree que la UNDECO podría fortalecerla? Del mismo modo, la consulta se realizó entre los funcionarios de UNDECO con el fin de contrastar la opiniones que permitan diseñar planes internos de capacitación acordes a las necesidades detectadas. Los resultados de este último diagnóstico entre los funciones contó con un espacio de socialización y opinión, que dio como resultado la identificación de las oportunidades de mejoras en las diferentes áreas y la propuesta de alternativas de solución para ser incluidas dentro de los retos de la organización para el 2024.

De las 985 encuestas recogidas, después de un proceso de depuración de las mismas, se obtuvo un total de 792 encuestas válidas para la respectiva tabulación. Con el fin de establecer las tendencias de mayor frecuencia en las respuestas a las preguntas abiertas se utilizó la herramienta “Word Cloud Generator”, con el fin de configurar las correspondientes nubes de palabras que permitieran establecer las categorías más relevantes para el análisis y diagnóstico. El resultado para los desafíos y barreras fueron: tecnología, sostenibilidad y crecimiento empresarial, seguridad, competitividad, finanzas personales y empresariales y acceso a programas de apoyo y crédito. En cuanto necesidades o intereses de formación, la categorización correspondió a: innovación empresarial, uso de herramientas tecnológicas IA, desarrollo de proyectos productivos, nuevas estrategias de mercado y comercialización, servicio y atención al cliente, cuidado del ambiente con energías limpias y renovables, innovación y comercialización agrícola, educación financiera y técnicas de negociación.

Resumen de resultados principales del diagnóstico de necesidades de formación

De acuerdo con el análisis de los resultados se evidencia una tendencia mayoritaria en los siguientes temas: apropiación e implementación de la tecnología como un factor de desafío, pero cuyo conocimiento y costos, se convierten en una barrera de acceso y consecuente desarrollo de sus negocios; esto es coherente con el alto impacto que perciben de esta en sus empresas y las necesidades de formación, que en su mayoría, se relacionan con el uso herramientas tecnológicas, inteligencia artificial en los negocios, digitalización de procesos e innovación tecnológica. En segundo lugar, los encuestados reconocen que uno de los desafíos que enfrentan actualmente está relacionado con el desarrollo sostenible y el crecimiento de sus empresas o negocios, que se manifiesta en aspectos como: producción y oferta de productos o servicios amigables con el medio ambiente, adopción de fuentes de energía renovable y manejo de residuos y reciclaje. En tercer lugar, se encuentra la seguridad, tanto como desafío que tienen que enfrentar los empresarios, como una barrera para el crecimiento de sus negocios. Al mismo nivel se encuentra el tema de la competitividad, asociado a factores de innovación empresarial y tecnológica, nuevos modelos de negocio, gestión empresarial, capacidad de acceso y de competitividad en mercados internacionales, nuevas estrategias de mercado y comercialización y servicio al cliente; lo cual es coherente con el alto porcentaje de respuestas relacionadas con las preocupaciones respecto a la competencia nacional e internacional.

Es importante resaltar, por sus características, en los resultados de las encuestas respondidas por los emprenderos rurales y productores agrícolas en menor escala (campesinos) se destacan como principales desafíos: la tecnificación de la producción agrícola con el uso de la tecnología, la comercialización de productos agrícolas de manera directa, sin intermediarios y desarrollo de procesos agroindustriales y la posibilidad de incursionar en los mercados internacionales. Encontrándose dentro de las barreras: el acceso al conocimiento y adquisición de la tecnología pertinente, la capacidad para desarrollar proyectos productivos innovadores y la sostenibilidad de los emprendimientos. Lo cual es coherente con las preocupaciones frente a la competencia nacional e internacional y las necesidades de formación, expresadas en las preguntas 4 y 5 respectivamente, de

la encuesta. Finalmente, en un menor porcentaje se encuentran temas relacionados con el manejo de las finanzas tanto a nivel personal como empresarial y acceso a programas de apoyo y crédito. En cuanto a necesidades de formación, el menor porcentaje corresponde a temas de: administración, contabilidad, técnicas de ventas, manejo de conflictos, entre otros de menor ponderación.

Finalmente, podemos mencionar que entre los aspectos relacionados con el apoyo que les gustaría recibir de UNDECO (pregunta 6), se destacan: una mayor asesoría para el mejoramiento de las diferentes áreas, procesos administrativos de las empresas, acompañamiento en las distintas gestiones ante los entes y dependencias especialmente oficiales, apoyo en la elaboración y presentación de solicitudes ante las entidades financieras. En referencia a los servicios adicionales que les gustaría que UNDECO les ofreciera (pregunta 7), presentan un mayor porcentaje de respuesta: las asesorías tributarias, asesorías financieras, apoyo en procesos de comercio exterior y oportunidades de exportación, realización de más de eventos de capacitación en diferentes áreas y actualización permanente en normativa y disposiciones relacionadas con los negocios.

En cuanto a las expectativas con respecto a la representación gremial (pregunta 8), se destacan: la creación de agrupaciones o “clusters” de acuerdo con los productos que comercializan o los servicios que prestan las empresas y negocios, mayor presencia como asociación en ciertos segmentos de comercio y crear junto con las autoridades frente de seguridad, especialmente para los comercios.

Por último, es importante mencionar que el espacio de consulta y socialización entre los funcionarios permitió identificar algunas oportunidades de mejora siendo de opinión común y de mayor relevancia las relacionadas con el fortalecimiento de habilidades para desarrollar una comunicación asertiva que permitirá minimizar reprocesos y aportar a un buen clima laboral; optimización del proceso de atención al clientes internos y externos para prestar un mejor servicio y consolidar relaciones; procesos logísticos que requieren disminuir los tiempo de confirmación y respuesta a proveedores participantes de eventos y ferias; entre otros.

A continuación, se describen los principales resultados obtenidos en las preguntas que proporcionan información pertinente para el diagnóstico de las necesidades de formación.

Pregunta 1: desafíos relacionados con el conocimiento, uso e implementación de la tecnología, inteligencia artificial en los negocios y digitalización de procesos, 63%; desafíos relacionados con desarrollo empresarial sostenible, crecimiento socioeconómico, desarrollo y comercialización de productos o servicios ecológicos, adopción y manejo de nuevas fuentes de energía y el manejo de residuos y reciclaje, 55%; desafíos relacionados con la competitividad, nuevas ideas y modelos de negocio, innovación empresarial, acceso a nuevos mercados a nivel nacional como internacional, 51%; nuevas estrategias de mercado y comercialización centradas en el cliente y nuevas estrategias digitales de venta, servicio y atención al cliente, 47%; asociatividad, cadenas de suministros, venta de productos agrícolas de manera directa, 35%; desafíos relacionados con la seguridad ciudadana y jurídica, 28%; desafíos relacionados con el manejo formal de las finanzas, uso de herramientas financieras, modelos financieros para los negocios, 23%; desafíos en cuanto al conocimiento de programas y fuentes formales de financiación y crédito y forma de elaborar y presenta de proyectos de financiación sustentables, 18%.

Respecto a la pregunta 2: barreras relacionadas con el conocimiento, acceso y adquisición de tecnología, 58%; barreras que encuentran es la relacionada con el desconocimiento de estrategias que ayuden con el cuidado del ambiente, ellos saben que lo deben hacer, pero no tienen claras las estrategias que le permitan su aplicación o lo que representa en términos productivos, 54%; barreras relacionadas con innovación empresarial, son muchas ideas sin desarrollarse o por recursos, por falta de cultura innovadora en la empresa, 51%; barreras asociadas al desarrollo de capacidades para la gestión empresarial, conocimiento y acceso a la tecnología, sostenibilidad en el tiempo y relevo generacional, 46%; Barreras relacionadas con las capacidades administrativas de los trabajadores del campo, 60%; barreras asociadas a problemas financieros, logísticos y administrativos, 39%; otras barreras de índole personal, familiar u otros factores, 23%.

Frente a la pregunta 3, el 83% de los encuestado perciben un alto impacto de la tecnología en sus negocios, el 11% un impacto medio y 6% un bajo impacto.

En cuanto a la pregunta 4, las principales preocupaciones frente a la competencia nacional e internacional, la mayoría de las respuestas están relacionadas con la innovación tecnológica y empresarial, 73%, la creación de nuevos negocios y la generación de nuevos modelos de negocio, 63%; el acceso a nuevos mercados, 61%, y generación de valores agregados en cuanto a atención y servicios de asesoría, acompañamiento e interacción con los clientes/usuarios, 59%, comercialización de productos limpios, 48%; y aspectos relacionado con estrategias de promoción, mercadeo y venta directa de productos agrícolas, 35%.

Respecto de la pregunta 5, las principales necesidades e intereses en formación, se centran en: innovación tecnológica y empresarial, 82%; uso de herramientas tecnológicas IA, 77%; nuevas estrategias de mercado y comercialización, servicio y atención al cliente, 72%; desarrollo sostenible, medio ambiente, uso y aprovechamiento de energías limpias y renovables, 68%; desarrollo de proyectos productivos, comercialización agrícola 59%.

En relación con el análisis interno de necesidades entre los funcionarios de UNDECO, la mayoría estuvo de acuerdo en requerir formación que les permita optimizar el proceso de atención a clientes internos y externos para prestar un mejor servicio con el uso de herramientas tecnológicas, 82%; desarrollar una comunicación asertiva que contribuya a minimizar reprocesos y aportar a un buen clima laboral, 75%; adelantar procesos logísticos efectivos que disminuyan los tiempo de respuesta a proveedores de eventos y ferias; entre otros con un menor interés.

El anterior ejercicio de diagnóstico se convierte en una poderosa y, a la vez, valiosa herramienta que permite revalidar y fortalecer la misión, objetivo y fines de UNDECO como asociación, ya que los resultados obtenidos tienen un impacto directo y significativo en la definición de proyectos, programas y acciones a desarrollar en el corto y mediano plazo. Los resultados obtenidos ponen de manifiesto una serie de problemáticas y necesidades que pueden ser atendidas mediante procesos de formación que proporcionen el conocimiento y las herramientas adecuadas para potenciar y mejorar las habilidades y capacidades de los agremiados para proponer, diseñar e implementar estrategias, procesos y actividades que fortalezcan la productividad, mejoren la competitividad y permitan el crecimiento y desarrollo de las empresas, los negocios, los trabajadores y sus familias. En este orden de ideas, encontramos como necesidades prioritarias: El bajo nivel de conocimiento y apropiación de la tecnología; la falta de conocimiento en el uso e implementación de energías limpias para la transición y eficiencia energética; la baja capacidad para la innovación, el desarrollo de nuevos modelos de negocio y el emprendimiento; la escasez de herramientas cognitivas y procedimentales para la gestión empresarial, el desarrollo sostenible y sustentable, la productividad y competitividad; la poca preparación en el manejo eficiente de la producción y comercialización de productos agrícolas.

Análisis causas y efectos de la necesidad de formación detectada

NA

Justificación de la necesidad detectada según resultados cuantitativos y cualitativos del diagnóstico realizado y según fuentes internas o externas de información

NA

Objetivo de la acción de formación

NA

Solo aplica para Acciones de Formació alineadas al SNC (Cualificaciones)

Nombre del catálogo	
Nombre de la cualificación	
Brecha de capital humano	

Evento de formación

Tipo de evento de formación	Curso	**Modalidad de formación**	Presencial
Tipo de ambiente de aprendizaje		Aula convencional (Instituciones de educación superior)	
Número de grupos	0	**Número de horas por grupo**	0
Número de beneficiarios por grupo	0	**Número de días por grupo de la AF**	0
Número de beneficiarios de la AF	1	**Número total de horas por AF**	50

Perfil Beneficiarios

Area(s) funcional(es)

Área Funcional	*Otra*

Justificación áreas funcionales a beneficiar

N/A

Cargo/ocupaciones/denominación

Cargo

Funciones

Función

Productos

Producto

Conocimientos

Conocimiento

Habilidades

Habilidad

Actitudes

Actitud

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional

Justificación beneficiarios de los niveles ocupacionales

N/A

Número de empresas mipymes a beneficiar

0

Número de trabajadores a beneficiar de empresas mipymes

0

Justificación empresas y trabajadores de mipymes a beneficiar

N/A

Número de empresas de su cadena productiva a beneficiar

0

Número de trabajadores a beneficiar de empresas de su cadena productiva

0

Justificación empresas y beneficiarios de la cadena productiva a beneficiar

N/A

otros datos

Número de trabajadores en condición de discapacidad	0	**Número de trabajadores mujeres**	0
Número de trabajadores campesinos	0	**Número de empresas BIC a beneficiar**	0

Enfoque de la Acción de formación

Formación Internacional

En caso de tener un enfoque Internacional*

Nombre del beneficiario de la formación internacional

ROSA DELIA RUEDA CAICEDO

Nombre de la empresa en la cual se encuentra vinculada el beneficiario de la formación internacional

ASOCIACION UNIÓN NACIONAL DE COMERCIANTES DE SANTA MARTA -UNDECO SANTA MARTA

Cargo del beneficiario de la formación internacional

Represente Legal

Tiempo de vinculación a la empresa

14 años

Descripción del perfil profesional del beneficiario de la formación internacional

Profesional en Gestión empresarial de la Universidad Industrial de Santander, representante gremial con más de 20 años de experiencia en el sector empresarial, comercial y social en las ciudades de Aguachica (Cesar), Santa Marta.
Como representante gremial, ha abogado por los intereses colectivos y ha contribuido al fortalecimiento del tejido empresarial en diversas instancias.

Proceso a impactar con la implementación de los conocimientos, habilidades y nuevas prácticas adquiridas a través de la formación internacional

El proceso de que se verá impactado positivamente será el de Fortalecimiento Empresarial para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMEs). Esta integración fortalecerá las capacidades individuales, básicas para la integración colectiva de procesos participativos y proyectos misionales, mejorando significativamente la eficiencia y eficacia del proceso, contribuyendo así al éxito general de iniciativas y metas organizativas.
Compromiso para aplicar de manera estratégica las nuevas prácticas adquiridas a través de la formación internacional para lograr resultados tangibles y sostenibles.

Sectores y sub-sectores del beneficiario

Sector(es) a beneficiar con la AF

Sub-sector(es) a beneficiar con la AF

Sector(es) al que pertenece el beneficiario de la formación

Sub-sector(es) al que pertenece el beneficiario de la formación

Justificación Sector - Subsector

N/A

UNIDADES TEMÁTICAS

Proveedor de la formación - persona jurídica

N/A

Material de formación

N/A

Gestión del Conocimiento

Ítem Gestion Conocimiento

Infografía (Póster)

Alineación de la acción de formación

Alineación

Justificación de la Alineación

N/A

Acción de formación especializada

N/A

Resultados - Impacto de la formación en el desempeño del trabajador y aplicación de conocimientos en el puesto de trabajo

N/A

Resultados - Impacto de la formación en la productividad y competitividad organizacional

N/A

Indicadores de Impacto

Indicador - Mejoramiento en la empleabilidad	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores con incremento salarial despues de recibir la formación	0
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	1
Meta %	% 0,00
Indicador - Retención de trabajadores	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que continuan en sus empresas luego de recibir la formación	0
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	1
Meta %	% 0,00
Indicador - Movilidad laboral	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que cambian sus condiciones laborales luego de recibir la formación	0

Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	1
Meta %	% 0,00
Indicador - Empresas beneficiarias	**Valor Indicador - Meta**
Número de empresas beneficiarias de de la acción de formación	0
Número de empresas de el(los) sector(es) que representa	0
Meta %	% 0,00
Indicador - Trabajadores beneficiarios	**Valor Indicador - Meta**
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	1
Número total de trabajadores de la(s) empresa(s) que representa la empresa/ gremio	0
Meta %	% 0,00

Justificación lugar de ejecución

N/A

Lugar de ejecución

Grupo Número Departamento	*Ciudad*	*Zona Rural*	*N° Beneficiarios*

Presupuesto de la AF

Rubro	*Descripción*	*Cofinanciación SENA*	*%*	*Contrapartida especie*	*%*	*Contrapartida dinero*	*%*	*Valor total*
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	$ 0	% 0,00	$ 4.238.657	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 4.238.657
R09 Formación Internacional	R09 Formación Internacional	$ 36.254.000	% 83,82	$ 0	% 0,00	$ 6.997.600	% 16,18	$ 43.251.600
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	2	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 1.044.785	% 100,00	$ 1.044.785

	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida en Especie	% Especie	Contrapartida en Dinero	% Dinero	COSTO TOTAL AF
COSTO TOTAL DE LA AF	$ 36.254.000	% 74,70	$ 4.238.657	% 8,73	$ 8.042.385	% 16,57	$ 48.535.042

Presupuesto Transferencia de Conocimiento y Tecnología

Rubro	*% de Beneficiarios*	*Número de beneficiarios de transferencia*	*Cofinanciación SENA*	*Porcentaje Cofinanciación*	*Contrapartida Especie*	*Porcentaje Especie*	*Contrapartida Dinero*	*Porcentaje Dinero*	*Valor Total*
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	% 200	2	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 1.044.785	% 100,00	$ 1.044.785

Presupuesto Gastos de operación

Rubro	*Cofinanciación SENA*	*Porcentaje Cofinanciación*	*Contrapartida Especie*	*Porcentaje Especie*	*Contrapartida Dinero*	*Porcentaje Dinero*	*Valor Total*
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	$ 0	% 0,00	$ 4.238.657	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 4.238.657

Presupuesto Garantías

Rubro	*Cofinanciación SENA*	*Porcentaje Cofinanciación*	*Contrapartida Especie*	*Porcentaje Especie*	*Contrapartida Dinero*	*Porcentaje Dinero*	*Valor Total*