REPORTE GENERAL DEL PROYECTO

Convocatoria	DG-0001-2024
Código Proyecto	1363
Proyecto	DG-0001-2024-AHK
Modalidad de Presentación	Gremio
Estado del Proyecto	**Radicado**
Fecha de Radicación	01/03/2024 16:41

DATOS GENERALES DE LA EMPRESA O GREMIO

DATOS DEL PROPONENTE

Nombre proponente / Empresa / Gremio	CÁMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO COLOMBO - ALEMANA	**Sigla**	AHK COLOMBIA
Nit	860006598	**Dígito de Verificación**	1
Departamento de Domicilio	BOGOTÁ D.C	**Ciudad/Municipio de Domicilio**	BOGOTÁ(BOGOTÁ D.C)
Dirección de Domicilio	CARRERA 13 # 93- 40	**Cobertura**	Nacional
Número de Teléfono	+57 (1) 651 3777	**Página Web**	https://www.ahk-colombia.com/es/
Código CIIU	9411	**Actividad Económica**	ACTIVIDADES DE ASOCIACIONES EMPRESARIALES Y DE EMPLEADORES
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?	No	**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
Telecomunicaciones

Datos representante legal de la Empresa/Gremio proponente

Tipo de Identificación	Cédula de Extranjería	**Número de Identificación**	7426681
Nombre Completo	MISCHA ALEXANDER GROH	**Cargo en la Empresa**	REPRSENTANTE LEGAL
Email	mischa.groh@ahk-colombia.com	**Teléfono**	601 6513777

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 del Proyecto	C.C.	43267494	Ana Milena Restrepo	Directora DE Internacional	3206765392	ana.restrepo@ahk-colombia.com
Persona Encargada de Sustentar el Proyecto	C.C.	52619546	Alejandra Barrios Jaramillo	Jefe de proyectos	3002129410	alejandra.barrios@ahk-colombia.com
Persona Encargada del Área de Comunicaciones	C.C.	1019046501	Paola Marcela Garzón Parra	Jefe de comunicaciones	3186985915	paola.garzon@ahk-colombia.com

GENERALIDADES DE LA EMPRESA O GREMIO

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

La Cámara de Industria y Comercio Colombo Alemana - AHK Colombia tiene como OBJETO SOCIAL y finalidades comunes:
1. El fomento y desarrollo de las relaciones comerciales, industriales, económicas y culturales entre la República de Colombia y la República Federal de Alemania, para lo cual brinda apoyo a sus afiliados y no afiliados.
2. Prestar servicios directamente o en asocio con otras empresas, asociaciones, gremios o personas jurídicas privadas o públicas, colombianas o alemanas, que impliquen la realización de las siguientes actividades, con sujeción a las disposiciones legales pertinentes: A) Actuar de portavoz de la totalidad de las empresas afiliadas. B) Apoyar a sus Afiliados y a toda empresa participe en las relaciones bilaterales en la obtención de sus intereses económicos ante las instituciones estatales y privadas colombianas, alemanas y de la Unión Europea. C) Fomentar, iniciar y promover los contactos comerciales entre círculos económicos afines de los dos países, para el fomento de las relaciones comerciales e industriales entre las empresas. D) Ofrecer informaciones económicas y asesoría en general, así como elaborar informes, estudios de mercado, conceptos de mercadeo, de financiación empresarial y demás estudios y conceptos de interés empresarial. E) Apoyar a empresas para su ingreso en un mercado, mediante la búsqueda y obtención de socios comerciales, la creación de sus estructuras de distribución, etc. F) Desarrollar y ofrecer instrumentos de apoyo para empresas de los dos países en las diferentes actividades empresariales y de acuerdo con las necesidades, tales como bolsas de empleo, cobranza, mediación en conflictos que se generen entre los participantes del intercambio económico bilateral, servir de centro arbitral de acuerdo con lo previsto en el Artículo 34 de estos Estatutos, coadyuvar en la consecución de certificados de origen, etc. G) Impulsar la venta y publicidad para sociedades feriales y gremiales, así como también organizar ferias, exposiciones, congresos, conferencias y encuentros empresariales, relacionados con la actividad ferial. H) promover, y llevar a cabo por medio de entidades autorizadas la formación profesional y continuada, para lo cual podrá apoyar por medio de esas mismas entidades autorizadas, actividades de formación profesional a nivel técnico, tecnológico o universitario. Se aclara que la presente entidad no desarrolla actividades señaladas en la ley 115 del 1994. I) Desarrollar y realizar proyectos de cooperación técnica y financiera. J) Desarrollar, producir y difundir temas económicos, comerciales, científicos, educativos y culturales, a través de todo tipo de medios como impresos, electrónicos, radio y televisión. K) Organizar y realizar actos públicos para Afiliados y terceros, tales como congresos, simposios, exposiciones y eventos culturales y sociales. L) La asunción de cualquier otra actividad permitida por la ley que sirva al propósito descrito en el artículo 2.1 de los estatutos.
3. Para la realización del fin social, la AHK Colombia puede realizar toda clase de negocios y actos que directa o indirectamente sean convenientes o necesarios. Así, en general, podrá celebrar toda clase de actos, operaciones y contratos que tengan relación directa con el objeto principal o cuya finalidad sea ejercer los derechos o cumplir las obligaciones legal o contractualmente derivadas de la existencia y el funcionamiento de la Cámara. También la Cámara podrá formar parte como socia o partícipe de toda clase de Sociedades, Consorcios y Joint Ventures, fundar nuevas personas jurídicas, aceptar y ejercer representaciones o hacer todo aquello que sirva al desarrollo del fin social.
4. La AHK Colombia realiza sus funciones en estrecha colaboración con la Asociación de Cámaras de Industria y Comercio Alemanas (DIHK - Deutsche Industrie- und Handelskammer), la Embajada de la República Federal de Alemania en Colombia, la Agencia de Cooperación para el Desarrollo de Alemania (GIZ), fundaciones alemanas presentes en Colombia tales como FESCOL, KAS y Hanns-Seidel-Stiftung, así como las demás entidades relacionadas con su trabajo en los dos países.

El objeto social de la AHK Colombia, así como sus pilares estratégicos se alinean de manera efectiva con las acciones formativas propuestas para el PFCE 2024, toda vez que están orientadas a brindar apoyo a sus afiliados y/o empresas de la cadena productiva para el fortalecimiento del talento humano con el propósito de aportar a la mejora de los indicadores de competitividad y productividad empresarial en el mediano y largo plazo. En este contexto, las acciones propuestas contribuyen directamente al fortalecimiento de la comunidad empresarial, fomentando la adopción de competencias que permiten la ampliación de las relaciones comerciales, la internacionalización y la puesta en marcha de nuevas iniciativas que promueven el desarrollo de sus procesos empresariales y los del sector al que pertenecen.

La AHK Colombia brinda a sus afiliados, empresas de sus cadenas productivas y en general a todas las empresas del país los siguientes SERVICIOS:
1. Asesoramiento para el ingreso exitoso de productos y servicios a nuevos mercados, contabilidad ajustada a la legislación colombiana, creación y registro de empresas en Colombia, acompañamiento empresarial en procesos de internacionalización de servicios/productos, creación de vínculos y oportunidades bilaterales con compromiso, innovación y transparencia para el fortalecimiento empresarial.
2. Servicios de información, informes económicos y asesoría en general, estudios de mercado y estudios de interés empresarial.
3. Consultoría especializada en temas relevantes y de gran impacto como energías renovables, formación dual, sostenibilidad, entre otros que surgen de las necesidades sectoriales.
4. Asesoría para la homologación de títulos profesionales y vocacionales para trabajar en Alemania a través del programa Pro-Recognition.
5. Desarrollo de programas para la consolidación del ecosistema startup de base tecnológica.
6. Formación empresarial, desarrollo de procesos de capacitación a través de eventos, webinars, cursos, talleres, foros, congresos y conferencias virtuales y presenciales
7. Alquiler de espacios, ya sean oficinas privadas o puestos de trabajo fijos y flexibles.
8. Asesoría y logística para la asistencia a ferias empresariales y comerciales en Alemania, donde celebran ferias líderes a nivel mundial en todos los sectores, que permitirá crear nuevos cooperaciones empresariales y establecer contactos de negocio.
9. Servicio de Expertos Jubilados: El objetivo del Servicio de Expertos Jubilados (SES) es la transferencia de conocimiento y el aprovechamiento de la experiencia profesional de personas altamente cualificadas ya jubiladas en alianza con El Senior Experten Service (SES), una organización alemana de utilidad pública para la cooperación internacional con su sede en Bonn que fomenta con expertos jubilados la educación y formación de técnicos y directivos en el mundo.

MERCADO AL QUE VAN DIRIGIDOS: La AHK Colombia al tener un carácter multisectorial y binacional, tiene un papel importante en todos los sectores de la economía colombiana. Es así como el mercado directo en Colombia contempla 248 empresas afiliadas y las empresas de su cadena productiva, las cuales se encuentran agrupadas en los siguientes sectores: 48 % servicios, 16 % sector industrial, 7% sector comercio, 6% sector tecnología, 6% sector salud, 6% sector infraestructura, 6% sector solidario, 4% sector energía, 1% sector agrícola. donde un 72% son empresas Mipyme.

De esta forma, todas las acciones de formación propuestas en este proyecto se alinean con los servicios y mercado de la AHK Colombia ya que promueven el desarrollo de las relaciones comerciales entre Alemania y Colombia. Generando espacios de formación empresarial, fomentando así la obtención de los intereses económicos de sus afiliados y no afiliados favoreciendo su competitividad y productividad, según sus necesidades y demandas del mercado.

Situación actual y proyección de la empresa/gremio

La AHK Colombia fue constituida en 1935 por iniciativa de empresarios alemanes con el fin de fomentar y fortalecer las relaciones comerciales de ambos países. Desde entonces ha apoyado a empresas tanto alemanas como colombianas para su ingreso a mercados. Es una entidad sin ánimo de lucro y de carácter corporativo y gremial multisectorial que está conformada, en Colombia, por 248 empresas afiliadas de los siguientes sectores: 48 % servicios, 16 % sector industrial, 7% sector comercio, 6% sector tecnología, 6% sector salud, 6% sector infraestructura, 6% sector solidario, 4% sector energía, 1% sector agrícola.
En la actualidad, La AHK Colombia representa y articula relaciones entre empresas afiliadas, alemanas y colombianas, promoviendo las relaciones bilaterales, favoreciendo intereses económicos ante las instituciones estatales y privadas colombianas, alemanas y de la Unión Europea, que según datos del Banco de la República (2022) en el acumulado del periodo del año 2010 a 2022, Alemania registró un flujo de inversión extranjera directa en Colombia de 1.828,6 millones USD, lo que la ubicó entre los países que más invierten en Colombia.
La AHK Colombia pertenece a la Asociación de Cámaras de Industria y Comercio de la Unión Europea (Eurocámaras), la cual está dedicada desde 1998, al fortalecimiento y la promoción conjunta del comercio entre Colombia y los países de la UE lo que ha permitido adelantar esfuerzos significativos para apoyar entidades territoriales y empresas en el proceso de internacionalización desde diferentes sectores de la economía.
La AHK Colombia cuenta con importantes alianzas en todo el mundo, tales como:
1. La Institución Alemana Germany Trade and Invest (GTAI), que brinda apoyo y acompañamiento personalizado y efectivo a empresas internacionales para establecer negocios en Alemania, a su vez, fomenta y genera contactos comerciales entre círculos económicos afines de los dos países.
2. La AHK Colombia es miembro de la Red de Cámaras Alemanas, la cual está conformada por 150 oficinas distribuidas en 93 países, que ofrecen su experiencia, conexiones y servicios tanto a las empresas alemanas como a las extranjeras reuniendo a las empresas que desarrollan relaciones económicas bilaterales activas.
3. La AHK Colombia es representante en Colombia de las organizaciones feriales más importantes de Alemania, tales como Deutsche Messe, Messe Berlin, Messe Düsseldorf, Messe München, Spielwarenmesse, Insight-X, e ICBC. Promociona y asesora la participación de empresas como expositores o visitantes en estos espacios para el desarrollo de negocios y alianzas.
4. La AHK Colombia es el representante oficial del programa Alemán del Servicio de Expertos Jubilados (SES), que promueve la transferencia de conocimiento de personas altamente cualificadas en más de 50 sectores como electrónica, maquinaria pesada, agricultura, mercadeo, administración, entre otros, para fortalecer los procesos de empresas pequeñas y medianas, instituciones públicas, comunidades, institutos educativos y organizaciones internacionales.
5. La AHK Colombia ofrece a través del programa ProRecognition promovido por el Ministerio Federal de Educación e Investigación de Alemania (BMBF) en cooperación con la Asociación de Cámaras Alemanas de Industria y Comercio (DIHK) un servicio de asesoría y acompañamiento gratuito a chilenos, colombianos, ecuatorianos, venezolanos y peruanos (https://www.ahk-colombia.com/es/servicios/formulario-prorecognition)
https://www.ahk-colombia.com/es/servicios/formulario-prorecognition
https://www.ahk-colombia.com/es/servicios/formulario-prorecognitions en su proceso de homologación de títulos y migración laboral a Alemania. Actualmente el programa se lleva a cabo en Argelia, Egipto, India, Irán, Italia, Polonia, Vietnam y desde el 2020 en Colombia en conjunto con Brasil, Bosnia y Herzegovina.
6.En alianza con EEN - Enterprise Europe Network, la cual está conformada por Cámaras de Comercio, Agencias de desarrollo, Universidades e instituciones de I+D, así como Asociaciones empresariales, se brinda apoyo a las empresas alemanas y colombianas en los procesos de internacionalización. Esta alianza facilita información y asesoramiento sobre diferentes políticas y oportunidades de negocio para la internacionalización, a través de esta se facilita la transferencia tecnológica y acceso a programas de financiación.
7. SENA esta alianza se centra en el trabajo conjunto en diferentes frentes de formación y capacitación, intercambio de tecnología y conocimiento entre Alemania y Colombia.
8. Agencia Federal de Empleo en Alemania en el marco de un acuerdo entre Alemania y Colombia . La Cámara coordina el reclutamiento de mano de obra calificada colombiana para laborar en Alemania en conjunto con la Agencia Federal de Empleo en Alemania.

A su vez, el gremio fomenta la creación y desarrollo de espacios y programas formativos como cursos, talleres, simposios, congresos, webinars y foros que apoyen y promuevan el fortalecimiento empresarial de sus afiliados y su cadena productiva, facilitando el mejoramiento de la competitividad de los diferentes sectores representados, la gestión del talento humano, la transformación tecnológica y digital, la actualización en normatividad y disposiciones gubernamentales y demás temáticas de interés de la red empresarial. A través de estas iniciativas, la AHK Colombia busca generar impulso para el crecimiento y desarrollo empresarial que permita a las compañías ser más competitivas a nivel nacional e internacional.

PROYECCIÓN: La AHK Colombia se proyecta como una gran red multidisciplinaria que conecta a Colombia y Alemania, siendo un socio estratégico para crear vínculos y oportunidades bilaterales para el fortalecimiento empresarial, el desarrollo sostenible y la transferencia de conocimiento. La Cámara cuenta con un fuerte compromiso para conectar actores, fomentar la innovación, impulsar nuevos proyectos y oportunidades, brindando asesoría y acompañamiento. El gremio impulsa la generación de conexiones y soluciones con valor agregado para los empresarios desde distintos frentes para la optimización y mejora continua de sus procesos en cumplimiento de los objetivos empresariales. Esto se alcanza, generando oportunidades de calidad orientadas a las necesidades del mercado.

En este contexto, la AHK Colombia enfoca sus esfuerzos, integrando la sostenibilidad como eje transversal y desarrollando iniciativas en los pilares de 1) Transición Energética Justa, 2) Formación Profesional & Capacitación, 3) Innovación, Transformación Digital & Startups, 4) Promoción del Comercio Bilateral y Mercados Internacionales. Este panorama permite destacar que tanto la situación actual, como la proyección de la AHK Colombia, se encuentran alineadas con las acciones formativas a desarrollar, las cuales buscan el fortalecimiento empresarial y del talento humano de las empresas afiliadas y su cadena productiva.

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

Gracias a su carácter gremial multisectorial, la AHK Colombia cuenta con afiliados y empresas de diferentes sectores de la economía nacional, lo que le permite desarrollar un papel importante en este ámbito, acompañado por las actividades de apoyo comercial y de transferencia del conocimiento que adelanta año tras año. La AHK Colombia tiene un papel fundamental en el fomento y desarrollo de las relaciones comerciales, industriales, económicas y culturales entre la República de Colombia y la República Federal de Alemania, como factor transversal a todos sus afiliados y los sectores a los que dichas empresas pertenecen. De esta forma, la AHK Colombia propicia espacios de intercambio de conocimientos y experiencia sobre los avances en los diferentes sectores que representa, sobre las posibilidades de impulsar el crecimiento de la economía del país a través de las relaciones comerciales y de cooperación con Alemania, los cuales se especifican a continuación:

1. Promueve y desarrolla consultorías sobre el potencial del mercado colombiano enfocadas a empresas alemanas interesadas en servicios y/o productos colombianos.
2. Enfoca sus esfuerzos y actividades en desarrollar programas y proyectos de cooperación con entidades oficiales y no gubernamentales, tanto de Colombia como en Alemania en temáticas como transición energética, fortalecimiento empresarial de pymes, debida diligencia en la cadena de suministro, cierre de brechas de género en el sector TI, promoción del turismo sostenible, entre otros, para apoyar la reactivación económica del país y el cumplimiento de la agenda 2030 para el desarrollo sostenible.
3. Fomenta y genera contactos comerciales entre círculos económicos afines de los dos países.
4. Genera estrategias que permiten el cierre de brechas del capital humano en todos los niveles ocupacionales, mediante la formación y actualización de conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas.
5. Realiza misiones comerciales con empresarios colombianos para conocer el mercado y la industria alemana y establecer contactos y visitar ferias y congresos in situ.
6. Brinda asistencia integral a las empresas afiliadas para realizar la búsqueda de socios comerciales en los mercados de Alemania y Colombia, para lograr así entrar a nuevos mercados y encontrar el socio adecuado según las necesidades y sector que lo represente.

A continuación, se especificarán las acciones puntuales desarrolladas que han permitido fortalecer la gestión de la AHK Colombia a nivel de diferentes POLÍTICAS PÚBLICAS, SECTORES y REGIONES y que hacen del gremio una entidad que aporta a la construcción de país. La AHK Colombia busca representar a sus afiliados y orientar acciones en pro del fortalecimiento empresarial que se traduce al fortalecimiento de los diferentes sectores de la economía:
1. Con el objetivo de fortalecer la cooperación Colombo Alemana para el proceso de transición energética, la AHK Colombia organizó junto al Ministerio de Relaciones Exteriores el espacio de conversación “150 años de relaciones Colombia-Alemania: la transición energética en el centro del debate”. https://www.cancilleria.gov.co/newsroom/news/colombia-alemaniadialogan-transicion-energetica-marco-conmemoracion-150-anos
2. Así mismo, participó activamente en el Diálogo binacional sobre la política de reindustrialización de Colombia basada en energías renovables y el desarrollo del sector del hidrógeno verde, espacio en el que se inauguró el Centro Regional de Formación en Energías Renovables (CERFER), iniciativa liderada por la AHK Colombia.
https://www.cancilleria.gov.co/newsroom/news/dialogo-binacional-politica-reindustrializacion-colombia-basada-energias-renovables
3. Durante 2022, la AHK Colombia participó en el diálogo de construcción de la Hoja de Ruta de la Transición Energética Justa convocado por el Ministerio de Minas y Energía de Colombia, visibilizando las oportunidades de la relación entre el empresariado alemán y colombiano para contribuir a las metas propuestas. https://www.linkedin.com/posts/minenergia_transici%C3%B3n-energ%C3%A9tica-justa-activity-7009641209904168960-WMSZ?utm_source=share&utm_medium=member_desktop
4. La AHK Colombia, en el año 2022 en alianza con la Gobernación del Meta, el Diálogo Sectorial de Turismo de Alemania y GIZ- Agencia de Cooperación Internacional de Alemania, desarrollaron el proyecto "Meta Sostenible" que permitió el fortalecimiento de capacidades de 101 prestadores de servicios turísticos en turismo sostenible y economía circular (tomado de: https://meta.gov.co/noticias/con-apoyo-alem%C3%A1n,-el-turismo-sostenible-se-fortaleci%C3%B3-en-el-meta/1688/).
5. La AHK Colombia, en alianza con el SENA, FIBS RILLL, Renewables Academy, RENAC y el Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) desarrollaron el proyecto “ReCo: Exploración de las necesidades de formación en el sector de las energías renovables en Colombia” el cual llevó a cabo un análisis de las necesidades de formación profesional del talento humano cualificado en el sector de las energías renovables (ER) en Colombia e identificó posibilidades de cooperación en materia de formación profesional entre actores alemanes y colombianos. Dichas recomendaciones fueron entregadas a diversas instituciones del gobierno de Colombia para orientar la toma de decisiones. https://www.fibs.eu/es/referencias/proyectos/proyecto/reco-exploracion-de-las-necesidades-de-formacion-en-el-sector-de-las-energias-renovables-en-colomb/
6. En 2022, en alianza con el SENA y Bildungswerk der Sächsischen Wirtschaft (BSW Sachsen) se desarrolló el proyecto "formatos de cualificación en energía eólica" que permitió la capacitación en energía eólica de instructores de diversas regionales del SENA pertenecientes a la red de conocimiento energía eléctrica, así mismo, se adelantó la asesoría para el diseño de un curso complementario sobre energía eólica y la adopción de la cualificación en energía eólica como componente del programa “Técnico en Montaje y Mantenimiento de Sistemas de Generación y Almacenamiento de Energía”.
7. Durante 2022 se desarrolló la iniciativa "Startup challenge" que contó con la participación de 75 empresas de cuatro departamentos del país (Tolima, Cundinamarca, Santander, Antioquia) y permitió a la empresa ganadora perteneciente al sector agrotech, visitar el Hub Tecnológico de Múnich en Bayern, donde se desarrollaron visitas a clústeres tecnológicos y se adelantar reuniones de matchmaking con potenciales partners tecnológicos. (https://www.linkedin.com/posts/ahkcolombia_startup-challenge-colombia-activity-6983459899607285760 8MZcutm_source=share&utm_medium=member_desktop).
8. En el año 2022 la AHK Colombia ejecutó 14 acciones de formación en 12 departamentos en el marco del Programa de Formación continua Especializada del SENA, contando con empresas de múltiples sectores, logrando capacitar a más de 2870 beneficiarios a nivel nacional en temáticas de interés sectorial.
9. La Cooperación Alemana para el desarrollo – GIZ en Colombia junto con las Cámaras de comercio alemanas, asociaciones gremiales, empresas y partners locales desarrollan el Programa Internacional de Fomento del Hidrógeno H2Uppp del Ministerio Federal de Economía y Acción por el Clima de Alemania (BMWK), el cual promueve proyectos y el desarrollo del mercado del hidrógeno verde en determinados países en desarrollo y emergentes como parte de la Estrategia Nacional del Hidrógeno, el cual tiene como objetivo identificar, preparar y acompañar la ejecución de proyectos de producción y aprovechamiento de hidrógeno verde y las aplicaciones de power to-X, así como sensibilizar y transferir conocimientos para el desarrollo de proyectos relacionados con el hidrógeno verde. De este modo se pueden identificar junto con los países contraparte procesos de producción y aprovechamiento económicamente eficientes y posibles oportunidades de proyectos a lo largo de la cadena de valor, así como desarrollar modelos de negocio (Tomado de https://www.ahk-colombia.com/es/infocenter/translate-to-espanol-h2uppp-programa-internacional-de-fomento-del-hidrogeno)
10. La Cámara de Industria y Comercio Colombo-Alemana cuenta con doce mesas sectoriales que consisten en espacios colaborativos entre diferentes sectores en los cuales se desarrollan actividades que promueven la actualización del entorno legal y comercial de cada sector , el intercambio de ideas para nuevas oportunidades de negocio, tendencias innovadoras del mercado en su sector, casos de éxito de empresas alemanas líderes de cada sector y se generan contactos estratégicos de la industria de Colombia y Alemania . Actualmente se cuentan con las siguientes mesas: Infraestructura; Salud; Finanzas; Recursos humanos; Complience; Innovación; Transición energética bilateral y mercados internacionales; Cannabis medicinal e industrial; Pyme; Seguridad y Naval, marítima y fluvial. (tomado de https://www.ahk-colombia.com/es/afiliados/translate-to-espanol-mesas-sectoriales-conectando-industrias)
11. En el marco de la alianza de cooperación triangular Colombia Alemania México, la AHK Colombia desarrolla procesos de la socialización de estándares nacionales, regionales e internacionales de Derechos Humanos en las cadenas de suministro, la difusión de buenas prácticas y monitoreo del cumplimiento de los estándares de cadenas de suministro y derechos humanos vigentes, el fortalecimiento institucional de Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) en el respeto de derechos humanos en el marco de su política fortalecida de integridad empresarial y desarrollar campañas de sensibilización, información y capacitación para aumentar las capacidades institucionales de las PYMES (https://www.ahk-colombia.com/es/infocenter/translate-to-espanol-cooperacion-triangular-aprendizajes-del-sector-privado-en-colombia-mexico-y-alemania-sobre-el-respeto-de-los-derechos-humanos-en-las-cadenas-de-suministro).
12. En alianza con Corpoguajira, El SENA, la Universidad de la Guajira y Alcaldía de Riohacha, se desarrolla el proyecto “Prevent Plastics- Economía Circular para Plásticos” el cual busca sensibilizar y desarrollar capacidades en la gestión integral de residuos para un grupo objetivo del departamento de La Guajira (entidades y población local), que pueda mejorar sus condiciones de vida a través del proyecto. A su vez, busca desarrollar capacidades y pilotear un pequeño modelo de negocio para el reciclaje de plásticos, donde los participantes transforman los residuos plásticos en nuevos productos o materias primas secundarias que puedan comercializarse.

13. Durante el 2024 se trabajará junto con DENA (Agencia Nacional de Energie en Alemania) en el desarrollo del CERFER (Centro Regional de Formación en Energías Renovables). Esta planificado desarrollar una primera oferta educativa en temas de transición energética justa.

Es así como el papel de la AHK Colombia se alinea con las acciones de formación a desarrollar y orienta sus acciones al fortalecimiento empresarial y a promover la internacionalización de la economía como eje fundamental del desarrollo económico del país. Las acciones desarrolladas por parte de la AHK Colombia a nivel nacional, se alinean con las políticas públicas de: energías renovables, turismo sostenible, economía circular y tecnología, entre otras, evidenciando el trabajo realizado en favor de las empresas colombiana.

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

Los RETOS ESTRATÉGICOS vinculados a la formación, de la AHK Colombia son:
1. Promover la transferencia de conocimiento entre Colombia y Alemania a través de una oferta de capacitación y formación alineada a las necesidades empresariales, así como a apoyar los procesos de transformación digital y tecnológica y de transición energética.
2. Propiciar el cierre de brechas del capital humano en todos los niveles ocupacionales, mediante la formación y actualización de conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas para aumentar el rendimiento productivo en pro del beneficio estratégico y aumento de la competitividad a nivel nacional e internacional de las empresas afiliadas y sus trabajadores, en todos los sectores de la economía.
3. Facilitar espacios de intercambio de conocimiento y experiencia sobre los avances en los diferentes sectores que representa, sobre las posibilidades de impulsar el crecimiento de la economía del país a través de las relaciones comerciales y de cooperación con Alemania.
4. Promover escenarios de formación y capacitación generadores de oportunidades para mujeres y MiPymes, con el fin de fortalecer la competitividad y desarrollo empresarial.
5. Potencializar a las empresas afiliadas a través de la creación de nuevos vínculos, oportunidades bilaterales, relaciones comerciales, industriales, económicas y culturales entre la República de Colombia y la República Federal de Alemania, con compromiso, innovación y transparencia para el fortalecimiento empresarial, el desarrollo sostenible y la transferencia de conocimiento.
6. Mejorar la experiencia de los grupos de interés por medio del fortalecimiento de la propuesta de valor formativa y de capacitación, transversal a las necesidades empresariales en los diferentes sectores económicos del país y el reconocimiento del mercado.
7. Ampliar la oferta de eventos y acciones formativas orientados al cumplimiento y puesta en marcha en temas de sostenibilidad, green skills y temas a lo largo de los pilares estratégicos de la AHK Colombia: Transición Energética Justa, emprendimiento, Innovación, Transformación Digital & Startups, Comercio Bilateral y Mercados Internacionales y sostenibilidad.
8. Posicionar la AHK como referente importante en los pilares estratégicos y de interés.
9. En el ámbito de la formación dual (a nivel técnico, tecnólogo), la AHK tiene como reto introducir el modelo A, B, C en Colombia (un modelo de la casa matriz de la AHK). La certificación A permite al egresado colombiano obtener el permiso de trabajo en Alemania. Además, la AHK sigue trabajando en el proyecto de formación dual financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) que tiene como objetivo introducir dos profesiones de formación dual en la región amazónica.
10. La AHK apunta a llevar el programa universitario dual https://www.dhla.org/ que tiene actualmente 15 universidades en cuatro países latinoamericanos (México, Brasil, Colombia y Ecuador), ocho programas universitarios y más de 2.500 estudiantes matriculados a países como Chile, Argentina y Perú. Más allá se trabajará en la internacionalización y la movilidad estudiantil, así como también en la incorporación de programas duales en temas de transformación.

El proyecto de formación presentado busca dar respuesta parcial a los retos propuestos por la AHK Colombia en materia de formación, logrando así aportar e impulsar el crecimiento empresarial, aumentar la competitividad y propender por un crecimiento de la economía del país por medio de la transferencia de conocimiento. El alcance del proyecto propicia el cierre de brechas del capital humano, crea espacios de intercambio de conocimiento y de experiencias, fortaleciendo a las empresas y fomentando la sinergia entre ellas

con el objetivo de dar respuesta a los retos estratégicos, la AHK Colombia desarrolla y favorece la creación de espacios formativos, y cuenta con una amplia EXPERIENCIA EN LA FORMACIÓN/CAPACITACIÓN, la cual hace parte importante del objeto social y que se especificará a continuación:
1. Desde hace 20 años, con apoyo de la cooperación alemana se instauró la Red Duale Hoschschule Latinoamérica (Red DHLA) coordinada por la AHK Colombia, a través de la cual se impulsa el modelo de educación dual superior alemán en la región y se ofertan programas bajo este modelo. La Red DHLA cuenta con presencia en 5 países (Colombia, México, Ecuador, Brasil y Alemania) y participación de 15 Universidades, dentro de ellas, cuatro Universidades en Colombia. (https://www.dhla.org/)
2. Con el propósito de aportar al cierre de brecha de género en del sector TIC, la AHK impulsó el proyecto de formación virtual "Mujeres Digitales" en alianza con el SENA. Durante 2021 se desarrolló la segunda versión que contó con 365 horas de formación para el fortalecimiento de competencias en lenguajes de programación a través de la metodología conocida a nivel mundial como Bootcamp, formación en habilidades blandas y conexión con el mundo laboral con importantes empresas del país. Se logró la certificación de 48 mujeres.
3. En el año 2021, se desarrolló el Programa de Formación Continua Especializada, el cual logró certificar 1.488 personas en 12 departamentos, llevando a cabo más de 752 horas de formación en modalidad, virtual y Presencial Asistida por Tecnologías (PAT). Este proceso adelantó acciones de formación en temáticas como: Gestión de tu marca en la redBranding; Viabilidad de proyectos y negocios en las empresas; Plan de Internacionalización de negocios en la era digital; Transformación digital empresarial en la revolución 4.0; Implementación de un modelo de gestión de la innovación en la empresa; Liderazgo estratégico para la gestión de equipos de alto desempeño; y Técnicas de venta B2B de alto impacto en entornos digitales.
4. Durante el año 2022, se desarrollaron diferentes eventos virtuales y presenciales con el objetivo de realizar un intercambio y transferencia de conocimiento en temas de interés para la comunidad de afiliados y su cadena de valor. Con participación de más de 800 personas, se llevaron a cabo webinars que abordaron temáticas como productividad, logística, sostenibilidad, inteligencia artificial e innovación. Así mismo, se realizó el IV foro de innovación con participación de más de 300 asistentes, en el que se llevaron a cabo paneles y presentaciones
alrededor de las energías renovables, eficiencia energética, hidrógeno verde, big data, industria 4.0 y digitalización, este evento contó con el apoyo de empresas e instituciones como Siemens, Aerzen, Allianz, Bosch, Grupo de Energía de Bogotá, BASF, Porsche el Ministerio de Minas Energía e INNPULSA.
5. Durante 2022, La AHK-Colombia, en alianza con la Gobernación del Meta y la cooperación alemana, desarrolló un proceso de formación de 100 horas para fortalecer a los prestadores de servicios de micro, pequeñas y medianas empresas del sector turístico del departamento del Meta en la aplicación de conceptos de turismo sostenible y economía circular, así mismo, el proyecto consolidó un semillero de multiplicadores de conocimiento, con participación del SENA. Este proyecto fue el primer piloto de la política nacional de turismo sostenible en el departamento del Meta y entregó lecciones aprendidas y recomendaciones al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para el diseño de acciones de fortalecimiento de capacidades para prestadores de servicios turísticos. https://meta.gov.co/noticias/con-apoyo-alem%C3%A1n,-el-turismo-sostenible-se-fortaleci%C3%B3-en-el-meta/1688
6. Desde el año 2022, en alianza con la Fundación AFOS y la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia, se adelanta el proyecto "Alianza para la Formación" a través del cual se desarrollan espacios formativos con el objetivo de incrementar la empleabilidad de los jóvenes y la competitividad empresarial en los sectores de la economía digital y turismo en Medellín y Antioquia. En este contexto, Junto con Cesde y Comfama se desarrolló en el 2022, el programa en Desarrollo de Software y Turismo en modalidad dual, en donde participan más de 80 jóvenes en los procesos de formación.
(https://drive.google.com/file/d/194phZi9iVDEd3jM1n1FZEyobFevO-yzX/view)
7. En el año 2022, se desarrolló el Programa de Formación Continua Especializada con el cual se logró certificar 2874 personas en 12 departamentos, llevando a cabo más de 1900 horas de formación en modalidad, virtual y Presencial Asistida por Tecnologías (PAT). Las temáticas de formación abordaron las siguientes temáticas: Customer Experience, transformación de modelos organizacionales, cultura innovadora en los equipos de trabajo, marketing digital, Liderazgo, Design thinking, Growth mindset, Go to market, metodologías ágiles, analítica del talento, gestión organizacional inclusiva, industria 4.0, Venta consultiva.
8. En el 2023 la Cámara lanzó su propia academia de formación y capacitación, la AHK Academy, promoviendo espacios formativos, CURSOS, TALLERES Y WEBINARS tales como: Train of Trainers gratuito en derechos humanos en el marco de la cooperación triangular Colombia Alemania México; Curso gratuito logística 4.0; Curso gratuito logística; Curso taller de Inteligencia Artificial para líderes empresariales; Curso certificado experto en finanzas verdes de la Frankfurt School; Cómo preparar su startup para presentarse a una ronda de inversión.; Mujeres en IT: participación de las mujeres en la industria IT; Agrotecnología en el marco de CAMPESENA; WEBINAR AHK Talks: Una nueva era de soluciones de innovación y tecnología; Declaración de renta para extranjeros residentes y no residentes; con ProRecognition se desarrollaron las siguientes acciones formativas: webinar Descubre tu camino profesional en Alemania; Taller Elabora tu Hoja de Vida en alemán ; Taller Hoja de vida; y Taller Entrevista de trabajo. Eventos formativos en el que se capacitaron a más de 543 trabajadores de empresas afiliadas y sus cadenas productivas. En 2024 se ampliará el programa de cursos que se orientan en temas de sostenibilidad, green skills y temas enmarcados pilares estratégicos de la AHK y las necesidades de los afiliados.

9. La AHK Colombia participa activamente en la mesa sectorial de telecomunicaciones del SENA.

La experiencia en formación de AHK Colombia se alinea perfectamente con los restos estratégicos de capacitación del gremio, y las acciones formativas del presente proyecto, guiando los temas a lo largo de los pilares estratégicos de la AHK. Estos pilares incluyen la Transición Energética Justa, Formación Profesional y Capacitación, Innovación, Transformación Digital y Startups, Comercio Bilateral y Mercados Internacionales, todos enfocados en contribuir al desarrollo sostenible de Colombia.

Además, las iniciativas apuntan a fomentar la transferencia de conocimiento entre Colombia y Alemania, ofreciendo programas de capacitación y formación que se ajustan a las necesidades empresariales y promueven el crecimiento conjunto.

Sector(es) al que pertenece la Empresa/Gremio

Sector

Servicios

SubSector(es) al que pertenece la Empresa/Gremio

Sub Sector

Servicios

Sector(es) que representa la Empresa/Gremio

Sector

Transversal

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

Sub Sector

Transversal

DESCRIPCIONES GENERALES DEL PROYECTO

Objetivo general del proyecto

El propósito central del proyecto es fortalecer las competencias de los colaboradores de la CÁMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO COLOMBO ALEMANA, de sus empresas afiliadas y de sus cadenas productivas para incidir positivamente en su desarrollo productivo y competitividad empresarial, impactando positivamente a nivel sectorial, de manera que se cumpla con el objetivo de fomentar las relaciones comerciales entre Colombia y Alemania.
Lo que se busca alcanzar al finalizar la ejecución del proyecto es dar respuesta a las necesidades de formación identificadas en materia de innovación tecnológica, metodológica y de procesos, así como el fortalecimiento del talento humano y los equipos de trabajo como eje transversal para el crecimiento empresarial y fortalecimiento de las diferentes áreas de la organización. Lo anterior para dar respuesta parcial a los retos estratégicos establecidos por la AHK Colombia en materia de formación.
Esto se logrará desarrollando las acciones formativas propuestas en cuanto a: Gestión eficaz de amenazas cibernéticas en el entorno empresarial; Liderazgo consciente para la consolidación de resultados impactantes; Gestión del cliente en el mundo Digital; Optimización de procesos y de negocios, mediante tecnologías avanzadas ; Agilísimo y gestión flexible y adaptativa de equipo de trabajo; Mejoramiento de procesos agro-productivos con criterios de sostenibilidad; Inteligencia artificial para impulsar la estrategia de negocio; Emprendimiento corporativo: promoviendo una cultura de innovación para el éxito empresarial; Neuroventas consultivas, descifrando al cliente; Data Thinking para el desarrollo empresarial; Optimización tecnológica de operaciones comerciales en una empresa de gases; UX efectivo para la autogestión en el sector seguros; Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva.
Al finalizar la ejecución del proyecto los beneficiarios habrán fortalecido sus competencias técnicas específicas y sus competencias transversales, de acuerdo con la estructura de cada acción de formación, pudiendo incidir positiva y efectivamente en la mejora de su desempeño laboral y contribuyendo a que las empresas avancen en el incremento de la productividad 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
2	Liderazgo consciente para la consolidación de resultados impactantes	Virtual	Curso	4	40	400	$ 348.754.000	$ 0	$ 116.261.000	$ 465.015.000	$ 29.063
3	Gestión del cliente en el mundo Digital	Virtual	Curso	4	40	400	$ 348.754.000	$ 0	$ 116.261.000	$ 465.015.000	$ 29.063
4	Optimización de procesos y de negocios, mediante tecnologías avanzadas	Presencial asistida por tecnologías-PAT	Curso	10	20	250	$ 181.580.360	$ 11.145.100	$ 49.386.000	$ 242.111.460	$ 48.422
5	Agilismo y gestión flexible y adaptativa de equipo de trabajo	Presencial asistida por tecnologías-PAT	Curso	10	20	250	$ 181.580.360	$ 11.145.100	$ 49.386.000	$ 242.111.460	$ 48.422
6	Mejoramiento de procesos agro-productivos con criterios de sostenibilidad	Presencial	Taller	3	8	75	$ 19.248.360	$ 296.000	$ 6.569.900	$ 26.114.260	$ 43.523
7	Inteligencia artificial para impulsar la estrategia de negocio	Presencial	Taller	7	16	175	$ 98.844.760	$ 4.721.500	$ 28.231.200	$ 131.797.460	$ 47.070
9	Neuroventas consultivas, descifrando al cliente	Presencial	Taller	9	16	180	$ 180.420.560	$ 10.321.600	$ 49.846.200	$ 240.588.360	$ 83.537
11	Optimización tecnológica de operaciones comerciales en una empresa de gases	Presencial	Bootcamp	2	16	40	$ 64.241.740	$ 3.877.000	$ 17.538.640	$ 85.657.380	$ 133.839
12	UX efectivo para la autogestión en el sector seguros	Presencial	Maximizando tu proceso	1	24	15	$ 48.408.532	$ 2.112.588	$ 14.030.580	$ 64.551.700	$ 179.310
13	Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva	Presencial Híbrida	Foro	1	2	400	$ 51.162.220	$ 2.637.000	$ 14.423.500	$ 68.222.720	$ 85.278
14	Innovation as company value booster	Presencial	Curso	0	0	1	$ 34.037.200	$ 0	$ 11.351.700	$ 45.388.900	$ 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	202	2186	$ 1.557.032.092		$ 46.255.888		$ 473.285.720	

Presupuesto Total del Proyecto

	Cofinanciación SENA	Contrapartida especie	Contrapartida dinero	Valor total proyecto
Total Presupuesto Proyecto	$ 1.557.032.092	$ 46.255.888	$ 473.285.720	$ 2.076.573.700

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
R01.1.2 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional titulado	$ 6.808.800	% 100,00	$ 0	% 000,00	$ 0	% 000,00	$ 6.808.800
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	$ 61.388.000	% 076,75	$ 0	% 000,00	$ 18.599.200	% 023,25	$ 79.987.200
R01.2.3 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de especialización	$ 95.940.200	% 078,38	$ 0	% 000,00	$ 26.459.800	% 021,62	$ 122.400.000
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	$ 388.147.400	% 078,96	$ 0	% 000,00	$ 103.424.240	% 021,04	$ 491.571.640
R01.3.1.1 Honorarios Lider - Lider mundial	$ 19.858.000	% 075,78	$ 0	% 000,00	$ 6.346.200	% 024,22	$ 26.204.200
R01.3.1.2 Honorarios Lider - Lider nacional	$ 7.614.300	% 078,30	$ 0	% 000,00	$ 2.110.200	% 021,70	$ 9.724.500
R02.1 Alojamiento, Manutención y Transporte Local - Capacitador nacional	$ 10.622.400	% 078,72	$ 0	% 000,00	$ 2.872.000	% 021,28	$ 13.494.400
R02.2 Alojamiento, Manutención y Transporte Local - Capacitador internacional - Lider mundial - Lider nacional	$ 16.008.140	% 071,01	$ 0	% 000,00	$ 6.536.480	% 028,99	$ 22.544.620
R04 Tiquetes Aéreos, Terrestres Intermunicipales y/o Fluvial	$ 53.252.000	% 100,00	$ 0	% 000,00	$ 0	% 000,00	$ 53.252.000
R05.1.2 Material de Formación - Digital - Libro electrónico - digital (No aplica para Conferencias ni Foros)	$ 50.408.000	% 077,44	$ 0	% 000,00	$ 14.688.000	% 022,56	$ 65.096.000
R05.1.3 Aplicaciones Multimedia Interactiva	$ 242.880	% 100,00	$ 0	% 000,00	$ 0	% 000,00	$ 242.880
R05.2.1.1 Material de Formación - Impreso - Impresión de cartillas, de 1 a 200 unidades	$ 4.000.000	% 077,52	$ 0	% 000,00	$ 1.160.000	% 022,48	$ 5.160.000
R05.2.2 Material de Formación - Impreso - Diagramación de Cartillas y Folletos	$ 20.560	% 100,00	$ 0	% 000,00	$ 0	% 000,00	$ 20.560
R05.2.3.1 Material de Formación - Impreso - Folleto, de 1 a 200 unidades	$ 200.200	% 100,00	$ 0	% 000,00	$ 0	% 000,00	$ 200.200
R06.1.1.1 Alquiler de Salones y/o Espacios - Aulas básicas hasta 30 beneficiarios	$ 1.278.000	% 100,00	$ 0	% 000,00	$ 0	% 000,00	$ 1.278.000
R06.1.1.3 Alquiler de Salones y/o Espacios - Salones Hoteles, laboratorios, aulas gastronomia o salones empresariales hasta 30 beneficiarios	$ 54.425.300	% 075,33	$ 0	% 000,00	$ 17.819.500	% 024,67	$ 72.244.800
R06.1.3 Alquiler de Salones y/o Espacios - Auditorio entre 101 y 199 beneficiarios	$ 1.424.000	% 100,00	$ 0	% 000,00	$ 0	% 000,00	$ 1.424.000
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	$ 138.396.712	% 074,47	$ 46.255.888	% 024,89	$ 1.184.200	% 000,64	$ 185.836.800
R08.2 Formación Virtual - Curso 40 horas	$ 612.960.000	% 074,33	$ 0	% 000,00	$ 211.736.000	% 025,67	$ 824.696.000
R09 Formación Internacional	$ 34.037.200	% 078,70	$ 0	% 000,00	$ 9.214.400	% 021,30	$ 43.251.600
R10.2.1 Promoción y Divulgación - Backing	$ 0	% 000,00	$ 0	% 000,00	$ 333.640	% 100,00	$ 333.640
R10.2.3 Promoción y Divulgación - Punto de registro	$ 0	% 000,00	$ 0	% 000,00	$ 1.136.360	% 100,00	$ 1.136.360
R10.3 Garantías	$ 0	% 000,00	$ 0	% 000,00	$ 3.698.600	% 100,00	$ 3.698.600
R10.4 Alimentación y Transporte para Beneficiarios del Sector Agropecuario	$ 0	% 000,00	$ 0	% 000,00	$ 3.375.000	% 100,00	$ 3.375.000
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	$ 0	% 000,00	$ 0	% 000,00	$ 42.591.900	% 100,00	$ 42.591.900
TOTAL	**$ 1.557.032.092**	**% 074,98**	**$ 46.255.888**	**% 002,23**	**$ 473.285.720**	**% 022,79**	**$ 2.076.573.700**

ACCIONES DE FORMACIÓN

AF N° Accion de Formación	*Detalle AF*
2 Liderazgo consciente para la consolidación de resultados impactantes	IR AL DETALLE DE LA AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1363#AF-6340)
3 Gestión del cliente en el mundo Digital	IR AL DETALLE DE LA AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1363#AF-6341)
4 Optimización de procesos y de negocios, mediante tecnologías avanzadas	IR AL DETALLE DE LA AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1363#AF-6342)
5 Agilismo y gestión flexible y adaptativa de equipo de trabajo	IR AL DETALLE DE LA AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1363#AF-6343)
6 Mejoramiento de procesos agro-productivos con criterios de sostenibilidad	IR AL DETALLE DE LA AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1363#AF-6344)
7 Inteligencia artificial para impulsar la estrategia de negocio	IR AL DETALLE DE LA AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1363#AF-6345)

AF N° Accion de Formación	Detalle AF
9 Neuroventas consultivas, descifrando al cliente	IR AL DETALLE DE LA AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1363#AF-6367)
11 Optimización tecnológica de operaciones comerciales en una empresa de gases	IR AL DETALLE DE LA AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1363#AF-6369)
12 UX efectivo para la autogestión en el sector seguros	IR AL DETALLE DE LA AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1363#AF-6370)
13 Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva	IR AL DETALLE DE LA AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1363#AF-6371)
14 Innovation as company value booster	IR AL DETALLE DE LA AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1363#AF-6373)

AF N° : 2

ACCIÓN DE FORMACIÓN : Liderazgo consciente para la consolidación de resultados impactantes

Volver al Listado de AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1363#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

Fortalecer las competencias de los perfiles de liderazgo de las empresas, que les permita construir relaciones sólidas y establecer alianzas estratégicas para mantener una reputación positiva en el mercado. Los datos estadísticos recogidos en las encuestas aplicadas se encontró que el tema "Liderazgo e influencia social" obtuvo una puntuación promedio de 4.2/5 y el 33% de los participantes la valoraron de mayor interés. Lo que refleja una alta importancia en trabajar por desarrollar habilidades y competencias en los equipos de trabajo para guiar y potencializar a otros en un entorno organizacional. Entendiendo que no solo mejora el rendimiento y la productividad, sino que también fortalece la resiliencia y la capacidad de adaptación frente a los desafíos en un entorno empresarial en constante cambio. A esta necesidad se le dará respuesta parcial por medio de la acción de formación propuesta.

Herramientas utilizadas para obtener la necesidad

Herramienta Utilizada	Muestra Poblacional
Encuesta	16
Encuesta	238
Entrevista	2

Fecha de diagnóstico

21/12/2023

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

La Cámara de Industria y Comercio colombo alemana -AHK diseñó y aplicó una herramienta integral de recolección de información para el diagnóstico de necesidades de formación con el objetivo de identificar aquellas necesidades puntuales de formación y capacitación de las empresas afiliadas de AHK Colombia, y de las empresas y trabajadores de su cadena productiva. Lo anterior, para diseñar acciones de formación del PFCE 2024 ajustadas a dichas necesidades. A continuación se describe la herramienta:

La Herramienta integral de recolección de información para diagnóstico de necesidades, se conformó así:

PARTE 1. ENCUESTA DE DETECCIÓN DE NECESIDADES AFILIADOS PFCE

1. Datos básicos, como: Nombres, apellidos, cargo, empresa, teléfono de contacto, correo electrónico, ciudad, departamento.

2. Necesidades por área funcional: En este segmento, los participantes debían determinar el grado de relevancia (Siendo 1-Menos relevante y 5-Más relevante), de los 7 desafíos relacionados por áreas para impactar, las cuales fueron:
- Área de Dirección/Estrategia: Data Driven Management: Utilizar datos para tomar decisiones estratégicas más informadas y eficaces. Smart Companies: Transformar la empresa en una organización más ágil y eficiente en la ejecución de estrategias. Sustentabilidad: Abordar los desafíos ambientales y sociales para garantizar la viabilidad a largo plazo de la empresa.
- Área de Marketing: Utilizar herramientas de automatización y segmentación de clientes para optimizar las operaciones de marketing. Utilizar las redes sociales para marketing de manera estratégica. Adaptarse a las regulaciones de privacidad y asegurar una gestión adecuada de los datos del cliente. Aplicar realidad virtual, realidad aumentada y realidad mixta para crear experiencias únicas que agreguen valor al cliente. Mejorar la experiencia del usuario y enfocarse en la fidelización del cliente para aumentar la retención y la satisfacción. Atraer y retener clientes de manera efectiva.
- Área de Ventas: Transformación digital del proceso de ventas. Automatización de datos para control del ciclo de ventas. Definición de cuadro de mando del proceso de ventas. Fortalecimiento de equipos comerciales de alto rendimiento. Diseño e implementación de planes comerciales altamente efectivos.
- Área de Producción y Operaciones: Gestión más flexible y adaptativa de proyectos y operaciones. Reducir el desperdicio y mejorar la eficiencia en los procesos operativos. Generar procesos de economía circular. Aumentar la agilidad y la eficiencia en la cadena de suministro y la producción. Aumentar la eficiencia, reducir errores y acelerar la producción. Automatización procesos mediante IA (Inteligencia artificial)
- Área Financiera: Financiación alternativa, búsqueda de nuevas fuentes de financiación, la economía colaborativa. Viabilizar la internacionalización de la empresa desde la perspectiva financiera. Transmitir la información relevante a las diferentes áreas de la organización. Transformación digital de procesos financieros, administrativos y contables en la empresa. Gestión integral de riesgos y seguridad informática.
- Área de Recursos Humanos (RRHH): Gestión inclusiva en las organizaciones. Abordar la gestión de equipos en entornos de trabajo que combinan la presencia física y el trabajo remoto, garantizando la eficiencia y la colaboración. Feedback 360: Implementar un proceso de retroalimentación integral que promueva el crecimiento y el desarrollo de los empleados, así como la mejora del rendimiento. Herramientas y estrategias para mejorar la productividad laboral. Diseñar planes de formación efectivos. Reclutamiento inteligente: Mejorar el proceso de selección de talento.
- Área de Tecnología: Competencias digitales: Abordar la brecha de habilidades digitales y fomentar la adaptación a un entorno tecnológico en constante cambio. Blockchain: Resolver problemas de transparencia y trazabilidad en la cadena de suministro y la gestión de datos a través de la tecnología blockchain. Herramientas para áreas funcionales de la empresa: Resolver problemas específicos en diferentes áreas funcionales, aprovechando herramientas tecnológicas especializadas. Industria 4.0, IoT, RPA y Robótica Inteligente: Solucionar desafíos relacionados con la automatización y la optimización de procesos industriales y de negocios mediante tecnologías avanzadas. Ciberseguridad: Abordar la protección de datos y sistemas contra amenazas cibernéticas para garantizar la integridad y la confidencialidad de la información.

2. Áreas en función de los intereses estratégicos: los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 10 necesidades relacionadas: Economía campesina, asociatividad y cooperativismo. Gestión ambiental, biodiversidad, economía circular. Educación, diversidad cultural, enfoque de género y seguridad alimentaria. Salud, cuidado, servicios y medicamentos. Transición energética y energías alternativas. Servicios TIC y apropiación digital. Crecimiento empresarial, logística e infraestructura. Desarrollo agroindustrial. Turismo, arte y deporte. Servicios tecnológicos para industria militar

3. Necesidades en función de las Habilidades transversales: los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 10 temáticas relacionadas: Aprendizaje activo y estrategias de aprendizaje, Creatividad, originalidad e iniciativa, Liderazgo e influencia social, Resiliencia, tolerancia al estrés y flexibilidad, Resolución de problemas complejos, Pensamiento y análisis crítico, Uso, control y monitoreo de la tecnología, Diseño y programación de tecnología, Razonamiento, solución de problemas y generación de ideas, Pensamiento analítico e innovación.

4. Otras áreas para impactar y otras Habilidades transversales: cada uno de los participantes de la encuesta podría incluir temáticas puntuales en cada uno de los segmentos.

5. Preferencia en modelo de aprendizaje: Se preguntó el grado de interés en las opciones de modelo de Bootcamp, mejorando tu proceso y puesto de trabajo real.

6. Metodología de recolección de datos: La Encuesta de detección de necesidades diseñada en Google Forms fue enviada a la base de afiliados de proyectos formativos previos de AHK Colombia, por medio de correo electrónico. Cada uno de los participantes debía diligenciar cada uno de los campos allí requeridos. Esta información fue consolidada en una hoja de Excel, la cual se tabuló y analizó.

PARTE 2. ENCUESTA DE DETECCIÓN DE NECESIDADES PARA participantes
Formato: Google Forms.

1. Datos básicos: Nombres, apellidos, cargo, empresa, teléfono de contacto, correo electrónico, ciudad, departamento.
2. La encuesta se centró en las áreas prioritarias de formación continua o necesidades de formación: en esta parte de la encuesta, los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 11 áreas relacionadas:
- Estrategias innovadoras de ciberseguridad en el ámbito empresarial
- Venta consultiva, potenciado equipos comerciales de alto impacto en el sector TI
- Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva
- Data Thinking para el desarrollo empresarial
- Productividad en las ventas: técnicas de programación neurolingüística aplicadas
- Intraemprendimiento en empresas innovadoras: emprendimiento corporativo para crear nuevos productos y servicios
- Customer Relationship Management y gestión de eventos
- Marketing de Influencia para empresarios
- Inteligencia emocional para la competitividad empresarial
- Gestión de clientes en el mundo digital
- Inteligencia artificial para impulsar la estrategia de negocio

3- Pregunta abierta: Otras áreas y temas de interés para la formación continua: Cada uno de los participantes de la encuesta podría incluir temáticas puntuales, según su necesidad o la de su empresa.
4. Preferencia en la modalidad de formación: Se preguntó el grado de interés en las opciones de modalidad de Presencial, Videoconferencia (sincrónica) y Virtual (asincrónica).
5. Preferencias en la franja horaria: Aquí se dieron diferentes opciones de franja horaria, en cuanto a días y horas.
6. Metodología de recolección de datos: La Encuesta de detección de necesidades diseñada en Google Forms fue enviada a la base de participantes de proyectos formativos previos de AHK Colombia, por medio de campaña de mailing y mensajes de WhatsApp. Cada uno de los participantes debía diligenciar cada uno de los campos allí requeridos, y dar envío al formulario. Esta información fue consolidada en una hoja de Excel, la cual se tabuló y analizó.

PARTE 3. ENTREVISTAS A AFILIADOS

Se conto con la participación de 7 empresas afiliadas para el desarrollo de reuniones, con el firme objetivo de identificar sus necesidades de formación y que a la mismas se les diera respuesta parcial por medio de las acciones formativas a desarrollar. En estas reuniones se logro identificar necesidades puntuales y posibles temáticas para el desarrollo de las AFs, las cuales se presentan en los resultados.

Resumen de resultados principales del diagnóstico de necesidades de formación

La detección de las necesidades de formación a través de las herramientas de participantes y afiliados reveló áreas prioritarias que buscan atención mediante las acciones de formación del PFCE 2024. Gracias a los datos cualitativos y cuantitativos fue posible identificar aquellas necesidades relevantes, las cuales se relacionan a continuación:

Encuesta de participantes:
Encabezando la lista de necesidades se encuentra "Inteligencia Artificial para impulsar la estrategia de negocio", con un promedio de 4,18/5 y un porcentaje de mayor interés del 57,14% de participantes interesados, destacando la necesidad de optimizar procesos, anticipar tendencias y tomar decisiones informadas, impulsando la eficiencia y la competitividad empresarial. En segundo lugar, la "Gestión de clientes en el mundo digital" se posiciona con un promedio de 4,06/5 y un 52,10% de mayor interés, reflejando la importancia de implementar estrategias y herramientas digitales para fortalecer relaciones y maximizar la satisfacción del cliente en entornos online. La "Inteligencia emocional para la competitividad empresarial" ocupa el tercer puesto, con un promedio de 4,08/5 y un 51,68% de mayor interés, esta temática resalta la importancia de habilidades emocionales en el ámbito empresarial para potenciar la competitividad. En cuanto a "Marketing de Influencia para empresarios", obtiene un promedio de 3,95/5 y un 50,84% de mayor interés, indicando la creciente relevancia del marketing de influencia en la estrategia empresarial. El “Intraemprendimiento en empresas innovadoras", con un promedio de 3,91/5 y un 44,96% de interés se ubica en quinto lugar, destaca la importancia de fomentar el espíritu emprendedor dentro de las empresas para la creación de nuevos productos y servicios. En el sexto lugar, "Customer Relationship Management y gestión de eventos" logra un promedio de 3,88/5 y un 44,96% de interés, resaltando la necesidad de gestionar de manera efectiva las relaciones con los clientes y eventos empresariales. La "Productividad en las ventas: técnicas de programación neurolingüística aplicadas" obtiene un promedio de 3,92/5 y un séptimo puesto con un 43,28% de mayor interés, subrayando la relevancia de técnicas específicas para mejorar la eficiencia en el proceso de ventas. "Data Thinking para el desarrollo empresarial" se sitúa en el octavo lugar, con un promedio de 3,84/5 y un 40,34% de mayor interés, indicando la importancia de la aplicación estratégica de datos en el desarrollo empresarial para estimular la innovación y potenciar el crecimiento de la empresa. Por otra parte, la "Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva" ocupa el noveno puesto, con un promedio de 3,8/5 y un 38,24% de interés, subrayando la creciente importancia de la sostenibilidad en la estrategia empresarial y como una apuesta diferenciadora que atrae a consumidores conscientes y fortalece la posición competitiva en el mercado. En décimo lugar, "Venta consultiva, potenciando equipos comerciales de alto impacto en el sector TI", con un promedio de 3,59/5 y un 34,03% de mayor interés, resalta la necesidad de estrategias de venta consultiva en el sector de Tecnologías de la Información. Finalmente, "Estrategias innovadoras de ciberseguridad en el ámbito empresarial", con un promedio de 3,39/5 y un 33,61% de interés, destaca la importancia de adoptar enfoques innovadores para garantizar la ciberseguridad en el entorno empresarial.

Encuesta de afiliados:
Adicionalmente se detallan las temáticas o necesidades evaluadas en las encuestas de formación de afiliados de la Cámara de Industria y Comercio Colombo Alemana -AHK Colombia , junto con los puntajes promedio de interés y el porcentaje de afiliados que identificaron las necesidades para el gremio calificando de 1 a 5. A continuación, se describen las necesidades en las 9 áreas funcionales.

-En la necesidad por área funcional de Dirección estratégica: se encontró en primer lugar que la “Sustentabilidad” Abordar los desafíos ambientales y sociales para garantizar la viabilidad a largo plazo de la empresa, obtuvo un promedio de 3,8/5 y un 26,67% de mayor interés. Seguido de “Smart Companies” Transformar la empresa en una organización más ágil y eficiente en la ejecución de estrategias, obtuvo un promedio de 4,13/5 y un 26,67% de mayor interés. Por último “Data Driven Management” Utilizar datos para tomar decisiones estratégicas más informadas y eficaces, obtuvo un promedio de 4/5 y un 20,00% de mayor interés.

-Por su parte en la necesidad de área funcional de Marketing se encontraron 6 temas de mayor relevancia para atender con las acciones de formación: con los más altos resultados obtenidos se encuentra “Atraer y retener clientes de manera efectiva” obtuvo un promedio de 4,6/5 y un porcentaje de mayor interés del 60,00 resaltando la importancia de implementar estrategias que no solo cautiven a nuevos clientes, sino que también fomenten la fidelidad a largo plazo mediante experiencias y servicios excepcionales. Por su parte el tema de “Mejorar la experiencia del usuario y enfocarse en la fidelización del cliente para aumentar la retención y la satisfacción” logra un promedio de 4,27/5 y un 46,67 de porcentaje de mayor interés. Por su parte el tema de “Aplicar realidad virtual, realidad aumentada y realidad mixta para crear experiencias únicas que agreguen valor al cliente" obtuvo un promedio de 3,4/5 y 33,33% de mayor interés. “Adaptarse a las regulaciones de privacidad y asegurar una gestión adecuada de los datos del cliente” se posicionó en el 4 lugar con un promedio de 3,8/5 y un 33,33% de mayor interés. Seguido por el tema de “Utilizar las redes sociales para marketing de manera estratégica” obtuvo un promedio de 4/5 y un 33,33% de mayor interés. Finalmente “Utilizar herramientas de automatización y segmentación de clientes para optimizar las operaciones de marketing” se ubicó en última posición con un promedio de 3,67/5 y el 26,67% de interés. Es importante señalar que ninguno de los anteriores temas obtuvo porcentajes de menos interés.
-En el área funcional de Ventas: se destacaron 5 temas ubicando a "Diseño e implementación de planes comerciales altamente efectivos" en primer lugar con un promedio de 4,27/5 y un 53,33% de mayor interés destacando la necesidad de planificar estrategias, que se adapten a la ejecución precisa para alcanzar y superar los objetivos comerciales de una empresa. El "Fortalecimiento de equipos comerciales de alto rendimiento" es el segundo tema con el mayor promedio de 3,8/5 y un 46,67% de mayor interés lo que implica el desarrollo de habilidades, la promoción de la colaboración y la implementación de estrategias que optimicen la eficiencia y el éxito de los equipos en el entorno empresarial. Por su parte la "Definición de cuadro de mando del proceso de ventas" es el tema que se ubica en el tercer puesto con un promedio de 3,4/5 y un 26,67% de mayor interés lo que significa saber estructurar visual y analíticamente indicadores clave que permiten evaluar y gestionar eficientemente cada etapa del proceso de ventas. La "Automatización de datos para control del ciclo de ventas" se refiere a conocer la utilización de herramientas tecnológicas que gestionan de manera eficiente la información relacionada con todas las fases del proceso de ventas, este tema obtuvo un promedio de 3,47/5 y un 20,00% de mayor interés. Con el menor promedio de 3,27/5 y un 6,67% de mayor interés se posiciona en último lugar el tema "Transformación digital del proceso de ventas" que implica la integración de tecnologías y estrategias digitales para mejorar la eficiencia, agilidad y experiencia del cliente a lo largo de todas las etapas del ciclo de ventas. Es importante agregar que como tema adicional propuesto en la aplicación de herramientas a los afiliados sugieren el tema de "Búsqueda de alternativas de ventas" lo que quiere decir la exploración para diversificar y optimizar las oportunidades comerciales, adaptándose a las cambiantes demandas y preferencias del mercado, obtuvo un promedio de 1,73/5 y un porcentaje de 66,67% de menor interés.
-En el área funcional de Producción y operaciones: se destaca el tema "Automatización procesos mediante IA (Inteligencia artificial)" sobre la importancia del uso de algoritmos y capacidades autónomas para ejecutar tareas y tomar decisiones de manera eficiente, acelerando y optimizando los procesos empresariales que obtuvo un promedio 3,47/5 y el 26, 67% de mayor interés y ubicándose en primer lugar. Seguido del tema

"Aumentar la eficiencia, reducir errores y acelerar la producción" que nos lleva a implementar medidas y tecnologías que optimicen los procesos, minimicen fallos y mejoren la rapidez en la entrega de productos o servicios, este tema obtuvo un promedio de 3,73/5 y un 26,67 en porcentaje de mayor interés. En tercer lugar, se encuentra la temática “Aumentar la agilidad y la eficiencia en la cadena de suministro y la producción” con un promedio de 3,67/5 y el 20,00% de mayor interés que se refiere la implementación de estrategias y tecnologías que permitan una respuesta rápida y efectiva a las demandas del mercado, optimizando los procesos para garantizar una producción eficiente. En tercer lugar, se encuentra "Generar procesos de economía circular" que significa establecer sistemas y prácticas empresariales que promueven la reutilización, reciclaje y maximización del uso de recursos, con el objetivo de minimizar residuos y contribuir a un ciclo sostenible, obtuvo un promedio del 3,53/5 y un 13,33% de mayor interés. En cuarto lugar, se encuentra el tema "Reducir el desperdicio y mejorar la eficiencia en los procesos operativos" con un promedio del 3,8/5 y un porcentaje de mayor interés del 13,33% siendo este último el mismo que para el tema “Gestión más flexible y adaptativa de proyectos y operaciones" que se ubica en quinto lugar con un promedio de 3,93/5.

-En el área funcional Financiera: se destaca como primer tema de mayor relevancia la "Gestión integral de riesgos y seguridad informática" obteniendo los más altos resultados con un promedio de 4/5 y el 33,33% de mayor interés, este asunto sugiere un enfoque completo para identificar, evaluar y mitigar los riesgos asociados a la seguridad de la información, garantizando la protección de datos y sistemas de manera efectiva en un entorno empresarial. El 26,67% de mayor interés en es mismo que obtuvieron los temas que se ubican en los puestos 2 y 3 siendo "Transformación digital de procesos financieros, administrativos y contables en la empresa" y "Transmitir la información relevante a las diferentes áreas de la organización" con un promedio de 3,73/5 y 3,93/5 respectivamente. Por su parte "Viabilizar la internacionalización de la empresa desde la perspectiva financiera" se ubica en el cuarto lugar con un promedio de 3,67/5 y el 13,33% de mayor interés. También se encontró el tema "Financiación alternativa, búsqueda de nuevas fuentes de financiación, la economía colaborativa" con un promedio de 3,73/5 y un 6,67% de mayor interés. Por último, se sugirió como tema adicional las "Finanzas en el exterior" con un promedio de 1,8/5 pero ningún porcentaje de mayor interés.

-En el área funcional de Recursos Humanos: el "Reclutamiento inteligente: Mejorar el proceso de selección de talento" se ubica en primer lugar porque implica la optimización en el proceso de selección de talento mediante la aplicación estratégica de tecnologías y herramientas innovadoras, con el objetivo de identificar y atraer candidatos de manera más eficiente y precisa, este tema obtuvo un promedio de 4,13/5 y un 40,00 % de mayor interés, siendo este último porcentaje el mismo para el tema del segundo lugar que es "Diseñar planes de formación efectivos" con un promedio de 4,2/5 que sugiere desarrollar estrategias educativas y programas de aprendizaje que se ajusten a las necesidades específicas de los participantes. En tercer lugar, se encuentra "Herramientas y estrategias para mejorar la productividad laboral" con un promedio de 4,07/5, este tema se refiere a la adopción de recursos tecnológicos y enfoques organizativos que optimicen la eficiencia y el rendimiento en el entorno de trabajo. Por su parte el tema "Feedback 360: Implementar un proceso de retroalimentación integral que promueva el crecimiento y el desarrollo de los empleados, así como la mejora del rendimiento" se ubica en cuarto lugar con el mismo porcentaje de mayor interés del 33,33% y un promedio de 4,27/5. Los temas "Abordar la gestión de equipos en entornos de trabajo que combinan la presencia física y el trabajo remoto, garantizando la eficiencia y la colaboración" y "Gestión inclusiva en las organizaciones" obtuvieron un promedio de 3,67/5 y 3,73/5 respectivamente y el mismo 20,00% de mayor interés.

-En el área funcional del Tecnología se obtuvo 5 temas que se destacan que lo encabeza "Ciberseguridad: Abordar la protección de datos y sistemas contra amenazas cibernéticas para garantizar la integridad y la confidencialidad de la información" con un promedio de 4,47/5 y un 60,00% de mayor interés, a este tema le sigue "Industria 4.0, IoT, RPA y Robótica Inteligente: Solucionar desafíos relacionados con la automatización y la optimización de procesos industriales y de negocios mediante tecnologías avanzadas" con un promedio de 4/5 y el segundo mayor porcentaje de interés con el 40,00. En tercer lugar, se encuentra el tema "Herramientas para áreas funcionales de la empresa: Resolver problemas específicos en diferentes áreas funcionales, aprovechando herramientas tecnológicas especializadas" con un promedio de 3,87/5 y el 26,67 de porcentaje de interés. La cuarta posición está "Blockchain: Resolver problemas de transparencia y trazabilidad en la cadena de suministro y la gestión de datos a través de la tecnología blockchain" con un promedio del 3,47/5 y el 20,00% de mayor interés que es el mismo que ocupa el quinto y último tema que se denomina "Competencias digitales: Abordar la brecha de habilidades digitales y fomentar la adaptación a un entorno tecnológico en constante cambio con un promedio de 3,8/5.

-En el área funcional de Habilidades transversales se encontró el tema "Pensamiento y análisis crítico" en el primer lugar con un promedio de 4,3/5 y un porcentaje de mayor interés del 60,00% seguido del tema "Razonamiento, solución de problemas y generación de ideas" en segundo lugar con un promedio del 4,3/5 y un 53,33% de mayor interés, le sigue en tercer lugar el tema "Pensamiento analítico e innovación" con un promedio del 4,3/5 y el 53,33% de mayor interés. En cuarto lugar, se encuentra el tema "Resolución de problemas complejos" con un promedio de 4,1/5 y un 46,67% de interés, en quinta posición se encuentra el tema "Liderazgo e influencia social" con promedio de 4,2/5 y el 33,33% de mayor interés, por su parte el tema "Resiliencia, tolerancia al estrés y flexibilidad" se ubica en sexta posición con un promedio del 4,1/5 y un 33,33% de interés. Los temas 7 y 8 "Creatividad, originalidad e iniciativa" y "Aprendizaje activo y estrategias de aprendizaje" obtuvieron un promedio de 4,1/5 y 3,9/5 respectivamente alcanzando el mismo 26, 67% de mayor interés. Asimismo, los temas 9 y 10 con igual porcentaje de interés del 13,33% obtuvieron un promedio de 3,3/5 en "Diseño y programación de tecnología" y un promedio de 3,5/5 en el tema "Uso, control y monitoreo de la tecnología".

-En el área funcional de Intereses estratégicos: Se encontraron 9 temáticas de mayor relevancia que fueron detectadas por las herramientas de encuesta aplicada a los afiliados de la AHK, siendo el tema "Crecimiento empresarial, logística e infraestructura" el de mayor promedio con un 3,9/5 y un 33,33% de mayor interés, seguido por "Transición energética y energías alternativas" que obtuvo un promedio del 3,3/5 y un 33,33% de mayor interés. Por otro lado, el tema "Turismo, arte y deporte" logra un promedio del 2,5/5 con un 20,00% de interés, así como "Gestión ambiental, biodiversidad, economía circular" con un promedio del 3,4/5 y un 20,00% de interés. Por otro lado la temática "Desarrollo agroindustrial" logra un promedio del 2,6/5 y un 13,33% de interés, luego se registró con un promedio del 3,1% y un 13,33% de interés el tema "Servicios tecnológicos para industria militar", le sigue "Salud, cuidado, servicios y medicamentos" con un promedio 3,0/5 y el 13,33% de interés, siendo este último el mismo porcentaje para el tema "Educación, diversidad cultural, enfoque de género y seguridad alimentaria" que logra un promedio del 3,1/5 y 13,33% de interés. Concluyendo con las temáticas de interés se encuentran la "Economía campesina, asociatividad y cooperativismo" con un promedio del 2,2/5 y el 6,67% de interés, y para finalizar con el tema "Servicios tecnológicos para industria militar" con un promedio de 2,1/5 y 0% de interés.

3. Entrevistas con afiliados AHK. A continuación se relacionan los resultados principales que serán objeto de desarrollo de acciones formativas en el presente proyecto:

ALLIANZ: Allianz es una empresa líder en el sector de servicios financieros y seguros, con una larga historia de éxito, una amplia gama de productos y servicios, un enfoque en la innovación y la tecnología, un compromiso con la sostenibilidad y una reputación sólida a nivel mundial.

La necesidad identificada hace referencia diseñar una experiencia del usuario fluida, eficiente y satisfactoria que permita a los usuarios realizar tareas de autogestión de manera independiente y sin complicaciones dentro de un sistema determinado. Actualmente Allianz cuenta con una app enfocada en el ramo de salud, que a la fecha ya tiene 6 años de implementada pero no ha logrado el nivel de usabilidad y reconocimiento por parte de los clientes quienes la han valorado con 2.4 ptos./ 5 (con solo 45 reseñas) y 2.5 ptos / 5 (con solo 178 opiniones) en las tiendas de IOS y Android respectivamente, a pesar que desde ella pueden consultar el directorio médico, agendar citas en centros médicos propios y telemedicina para el asegurado y su núcleo familiar, solicitar reembolsos, solicitar autorizaciones, solicitar certificado de viaje, visualizar los carnets del seguro de salud, entre otras. Lo anterior los puede llevar a: Estar desactualizados frente a la competencia, Riesgo de fuga de clientes por falta de tecnología amigable, Incremento de PQRS por las fallas constantes del APP actual. Por lo tanto, buscan Lograr que la nueva APP sea una herramienta para clientes de autogestión en algunos procesos y que reemplace la APP actual que está dirigida solamente a clientes de Salud, ampliando sus funcionalidades a los ramos de Autos, Hogar y Vida. Con esta herramienta buscan ponernos al día en el mercado en cuanto a servicio, transaccionalidad y experiencia del cliente ya que se eliminarían muchos procesos en los que alargan el tiempo de espera para poderle dar una solución o respuesta a sus consultas. Además, se busca que también sea una fuente de actualización de datos directamente por el cliente, para mejorar su contactabilidad.

Messer: Messer Group GmbH, conocida comúnmente como Messer, es una empresa multinacional especializada en gases industriales y medicinales, opera en más de 35 países en Europa, Asia, América del Norte y América del Sur. La empresa tiene una extensa red de plantas de producción, centros de distribución y puntos de venta en todo el mundo para atender las necesidades de sus clientes.

Identifican un problema de desarrollo tecnológico productivo para el área comercial, indican que, en el actual escenario empresarial, la competencia en la industria de gases industriales y medicinales se intensifica, especialmente en términos de costos. La empresa se enfrenta al desafío crítico de mantener su competitividad en un mercado donde los bajos costos de la competencia están ejerciendo presión sobre los márgenes. Por lo tanto, Identificaron la necesidad de optimizar las operaciones comerciales para enfrentase a esta situación y garantizar la sostenibilidad a largo plazo de la empresa.

Análisis causas y efectos de la necesidad de formación detectada

CAUSAS: Las causas que dan origen a esta necesidad/problema son:
1) Falta de habilidades de liderazgo es uno de los principales impedimentos para la construcción de relaciones sólidas y estratégicas. La consultora Gallup (2022) afirmó que el 70% de la falta de compromiso del equipo está determinado por el jefe y el Foro económico Mundial en un informe del 2021 afirmó que un 86% de los colaboradores evidencia una falta de liderazgo en sus empresas.
2) Entorno Laboral toxico. Para la Organización Mundial de la Salud (OMS) (2021), el 75% de los trabajadores sufren de estrés relacionado con el trabajo y el 41% de las personas que trabaja en casa se sienten estresadas
3) Falta de reconocimiento y motivación dificultan la construcción de relaciones solidas. De a cuerdo a Computrabajo (Julio, 2023) un 62% de las empresas han aumentado el índice de rotación, y las principales causas son: Mejor salario (80%); Desarrollo profesional (36% y equilibrio entre vida laboral y trabajo (33%)

EFECTOS: Si no se lleva a cabo esta acción de formación el impacto será negativo porque :

1) Se incrementará la pérdida de ventas. Se estima la pérdida anual de ventas del 7% para las empresas, en caso de no desarrollar las habilidades de los lideres (CareerBuilder – 2019)
2) Disminuirá la productividad de los líderes y los equipos de trabajo. En un estudio de la Asociación de Internet MX y OCC Mundial indicó que el 32% de los participantes no termina sus tareas y lo hace fuera de horario establecido.
3) Se incrementará la inestabilidad en el equipo. Según Global Leadership ForeCast 2021 79% de los empleados dejan su trabajo por falta de reconocimiento lo que provoca lagunas de relaciones y obstaculiza el crecimiento.

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

Luego de analizar los datos recopilados mediante las herramientas de diagnóstico aplicadas por este gremio y que además se soportan en datos cualitativos y cuantitativos, se identificó una necesidad puntual y fundamental de las empresas encuestadas y su talento humano. Esta necesidad hace referencia a "fortalecer las competencias de los perfiles de liderazgo de las empresas, que les permita construir relaciones sólidas y establecer alianzas estratégicas para mantener una reputación positiva en el mercado". Fuentes secundarias indican que los líderes de las organizaciones deben abordar los procesos de transformación desde la cultura y para ello se hace necesario hacer una evaluación y desarrollo de estilos de liderazgo efectivos que apoye el logro de los objetivos (tomado de https://revistas.unimilitar.edu.co/index.php/rfce/article/view/4588/3539.). Los datos estadísticos recogidos en las encuestas aplicadas refieren que el tema "Liderazgo e influencia social" obtuvo una puntuación promedio de 4.2/5 y el 33% de los participantes la valoraron de mayor interés. Lo que refleja un alto interés de desarrollar habilidades y competencias en los lideres, para guiar y potencializar a los equipos de trabajo en un entorno organizacional, entendiendo que no solo mejora el rendimiento y la productividad, sino que también fortalece la resiliencia y la capacidad de adaptación frente a los desafíos en un entorno empresarial en constante cambio. A su vez, en un mundo que requiere líderes con mayor responsabilidad y compromiso, el liderazgo consciente emerge como una poderosa filosofía que va más allá del éxito financiero. Hoy ya no solo se trata de lograr buenos resultados, sino de construir procesos que promuevan el florecimiento de las personas; un cambio de enfoque en el que la riqueza de una empresa sea entendida en términos humanos, tal como plantea Raj Sisodia, cofundador del capitalismo consciente (tomado de https://egresados.exatec.tec.mx/blog/liderazgo-consciente-crea-cambios-positivos-en-tu-empresa). La acción de formación propuesta por la AHK Colombia busca dar respuesta parcial a la necesidad detectada.

Objetivo de la acción de formación

Fortalecer las competencias de los participantes para el ejercicio del liderazgo consciente, con el fin de potenciar su capacidad para generar resultados impactantes en sus equipos y organizaciones, a través de un enfoque basado en la autoconciencia, la empatía, la atención plena y la ética. Esta acción de formación impulsará el crecimiento organizacional a partir de la promoción del cumplimiento de los objetivos estratégicos y operativos de la empresa.

Esta acción de formación da respuesta parcial a la necesidad detectada y a los retos de formación de la AHK Colombia.

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**	Virtual
Tipo de ambiente de aprendizaje		Aula virtual	
Número de grupos	4	**Número de horas por grupo**	40
Número de beneficiarios por grupo	100	**Número de días por grupo de la AF**	20
Número de beneficiarios de la AF	400	**Número total de horas por AF**	160

Perfil Beneficiarios

Area(s) funcional(es)

Área Funcional	*Otra*
Dirección	
Finanzas	
Innovación	
Marketing	
Otra	
Producción	
Recursos humanos	
Servicio al cliente	
Tecnología	
contabilidad	
ventas	

Justificación áreas funcionales a beneficiar

Las áreas funcionales propuestas son responsables del éxito de los procesos de Dirección, Innovación, Marketing, Finanzas, Contabilidad, Producción, Recursos Humanos, Servicio al cliente, IT, Ventas y Operaciones en las empresas beneficiarias, por tanto al ser beneficiarias de la acción de formación Liderazgo Consiente para la consolidación de resultados impactantes, evidenciarán una mejora en su productividad y competitividad, debido a que los lideres serán más conscientes de la importancia de establecer relaciones sólidas, fomentar la colaboración entre las diferentes áreas, tomar decisiones equilibradas entre lo emocional y lo racional, y alinear estratégicamente las acciones de los diferentes equipos organizacionales.

Las relaciones de estas áreas funcionales con la acción de formación se ven mejoradas de manera integral. El liderazgo consciente mejora la comunicación, fomenta la innovación, optimiza el uso de los recursos y promueve un entorno laboral saludable que favorece el compromiso y la retención del talento humano, e impulsa una gestión operativa efectiva y orientada a resultados.

Cargo/ocupaciones/denominación

Cargo
Director comercial
Director de marketing
Director de operaciones
Director de recursos humanos
Lideres de área

Cargo
Gerentes de área
Gerente de marketing
Gerente de producción
Director ejecutivo
Director financiero
Director de tecnología
Responsables de procesos
Gerente comercial
Supervisores de equipo
Coordinadores de proyecto
Jefes de departamento
Líderes de equipo
Especialista en recursos humanos
Especialista en finanzas
Subdirectores
Emprendedores autónomos
Director de Ventas
Director de Producción
Líderes de área
Responsables de procesos
Encargados de coordinar las actividades que se desarrollan en el nivel operativo
Directores
Jefes de área
Coordinadores de equipos

Funciones

Función
Establecer la dirección estratégica de la organización
Impulsar de la innovación y la creatividad en todas las áreas de la empresa
Generar estrategias de marketing y ventas
Optimizar los procesos y recursos
Promover una cultura organizacional saludable
Ejemplificar las habilidades de liderazgo para la construcción organizacional positiva

Función

Generar un impacto positivo en los resultados generales de la empresa y contribuir al logro de los resultados propuestos.

Productos

Producto

Conocimientos

Conocimiento

Habilidades

Habilidad

Actitudes

Actitud

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional

ALTA DIRECCIÓN

MEDIO

Justificación beneficiarios de los niveles ocupacionales

Se incluye el nivel medio como beneficiario de esta acción de formación porque este nivel se involucra directamente en la implementación de estrategias y políticas definidas por la alta dirección, así como en la coordinación y supervisión de equipos operativos y siendo responsable de la consolidación de la cultura organizacional como un factor diferenciador del mercado y la ejecución de las tareas claves en la empresa. De esta manera la acción de formación les permitirá mejorar su desempeño especialmente relacionado con la gestión de equipos, la toma de decisiones, la comunicación efectiva, establecer un claro y robusto sistema de motivación y reconocimiento que contribuya al logro de los objetivos organizacionales.

Se incluye el nivel alta dirección como beneficiario de esta acción de formación porque este nivel se involucra directamente en establecer la visión, la estrategia y los objetivos de la empresa, así como de tomar decisiones clave que impactan en toda la organización y siendo responsable de la cultura, los resultados generales y el sostenimiento en la empresa. De esta manera la acción de formación les permitirá mejorar su desempeño especialmente relacionado con el liderazgo enfocado en la gente, la gestión del cambio y la toma de decisiones estratégicas, lo que contribuirá a alinear los esfuerzos de toda la empresa hacia el logro de resultados impactantes.

La inclusión de los niveles nivel alta dirección, y nivel medio permitirá a las empresas abordar desde distintas perspectivas la problemática a resolver con esta acción de formación porque combina las habilidades y perspectivas de ambos niveles jerárquicos garantizando una alineación completa de la estructura de dirección, lo que asegura que todos los niveles jerárquicos estén alineados y capacitados para impulsar el cambio y la obtención de resultados impactantes.

Número de empresas mipymes a beneficiar

97

Número de trabajadores a beneficiar de empresas mipymes

292

Justificación empresas y trabajadores de mipymes a beneficiar

De acuerdo con las estadísticas de AHK Colombia, el 72% de sus empresas afiliadas y cadena productiva pertenecen al tamaño empresarial de MIPYME, por esta razón, para el gremio es de gran importancia que los trabajadores de empresas MIPYME resulten beneficiados con esta acción de formación, ya que la capacitación es crucial para el crecimiento, la competitividad y la sostenibilidad de dichas empresas. Les permite adaptarse a un entorno empresarial en constante cambio, innovar, mejorar la productividad y desarrollar el talento interno, todo lo cual contribuye a su éxito a largo plazo. Es así como esta acción de formación aportará a este

proceso de fortalecimiento y crecimiento preparándolos para el ejercicio del liderazgo consciente, con el fin de potenciar su capacidad para generar resultados impactantes en sus equipos y organizaciones, a través de un enfoque basado en la autoconciencia, la empatía, la atención plena y la ética.

Número de empresas de su cadena productiva a beneficiar

101

Número de trabajadores a beneficiar de empresas de su cadena productiva

304

Justificación empresas y beneficiarios de la cadena productiva a beneficiar

La acción formativa beneficiará a trabajadores y a empresas de la cadena productiva para favorecer el desarrollo productivo y competitividad de todos los eslabones de la cadena de valor del sector al que pertenezca cada afiliado, debido a que dentro del objeto social de la CÁMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO COLOMBO ALEMANA está el fomento y desarrollo de las relaciones comerciales, industriales, económicas y culturales entre la República de Colombia y la República Federal de Alemania, para lo cual brinda apoyo a sus afiliados y no afiliados.
Una cadena productiva es un sistema constituido por un conjunto de actores internos y externos al entorno de la empresa, que comprende todas las etapas de la cadena de valor, relacionadas entre sí por una sucesión de operaciones de producción, transformación y comercialización de productos y/o servicios en un entorno determinado, que implica relaciones con productores, proveedores, clientes, distribuidores, entre otros, permitiendo sinergias que facilitan la creación de ventajas competitivas, razón por la cual brindar espacios de formación de calidad a dichas empresas, lejos de verse como acciones independientes, se verá como una herramienta que contribuirá en la generación de valor, y el fortalecimiento mutuo. Es así como al fortalecer una cadena se refiere a establecer medios a lo largo de una organización y de la cadena productiva que permitan que una organización sea más rentable y competitiva.

otros datos

Número de trabajadores en condición de discapacidad	0	**Número de trabajadores mujeres**	228
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

Transversal

Sub-sector(es) a beneficiar con la AF

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 AHK Colombia al tener un carácter multisectorial y binacional, tiene un papel importante en todos los sectores de la economía colombiana. Es así como sus empresas afiliadas y las empresas de su cadena productiva se encuentran agrupadas en los siguientes sectores: 48% servicios, 16% sector industrial, 7% sector comercio, 6% sector tecnología, 6% sector salud, 6% sector infraestructura, 6% sector solidario, 4% sector energía, 1% sector agrícola. Es así como sus empresas afiliadas desarrollan actividades productivas en distintos sectores y subsectores de la economía. Por esta razón esta acción de formación beneficia a trabajadores de sectores transversales y subsectores transversales con la temática "Liderazgo consciente para la consolidación de resultados impactantes", la cual es fundamental para el fortalecimiento empresarial de todas las empresas, sin importar el sector.

UNIDADES TEMÁTICAS

ID 8705

UT N° 1

AF N° 2

ACCIÓN DE FORMACIÓN Liderazgo consciente para la consolidación de resultados impactantes

UNIDAD TEMÁTICA N° 1

UNIDAD TEMÁTICA Introducción al liderazgo consciente

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	2	**N° total de horas teóricas virtuales**	2
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	- Definición y principios del liderazgo consciente. - Importancia del liderazgo consciente en la construcción de relaciones estratégicas. - El liderazgo consciente en el entorno empresarial actual. - Beneficios de la autoconciencia en el liderazgo - Como aplicar la autoconciencia en mi vida personal y profesional
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de reconocer la importancia de la autoconciencia en el liderazgo y la generación de resultados impactantes en la empresa.
Actividades de Aprendizaje	Consulta Pública Ejemplificación Fotomontaje Historieta Reportaje

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	16	0

ID 8706

UT N° 2

AF N° 2

ACCIÓN DE FORMACIÓN Liderazgo consciente para la consolidación de resultados impactantes

UNIDAD TEMÁTICA N° 2

UNIDAD TEMÁTICA Autoconocimiento y autogestión

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	4	**N° total de horas teóricas virtuales**	4
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	- Importancia del autoconocimiento y la autogestión en el liderazgo - Todo comienza respondiendo ¿Quién soy? Proceso de autoevaluación - Herramientas para desarrollar el autoconocimiento y la autogestión emocional. - El gobierno de las emociones, técnicas de autogestión emocional - Técnicas de atención plena para mejorar la toma de decisiones y la resolución de problemas. - Ejercicios de aplicación practica
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de reconocer y gestionar las propias emociones y pensamientos para liderar de manera efectiva los equipos de trabajo en el entorno laboral.

Actividades de Aprendizaje	Auto-explicación Descubriendo mis emociones Sesión bibliográfica Línea del tiempo Análisis de datos Rueda de la vida

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	32	0

ID 8726

UT N° 5

AF N° 2

ACCIÓN DE FORMACIÓN Liderazgo consciente para la consolidación de resultados impactantes

UNIDAD TEMÁTICA N° 5

UNIDAD TEMÁTICA Ética y responsabilidad social

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	4	**N° total de horas teóricas virtuales**	4
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	- Importancia de la ética y la responsabilidad social en el liderazgo consciente. - Impacto del liderazgo Consciente en el contexto social y ambiental - Desarrollo de una cultura organizacional basada en valores éticos y compromiso con la sociedad. - Del liderazgo consciente al Liderazgo responsable - Retos y desafíos.
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de comprometerse con la ética y la responsabilidad social en la toma de decisiones y acciones de liderazgo, favoreciendo el logro de la estrategia organizacional.
Actividades de Aprendizaje	Actividad de aprendizaje: Dilemas éticos - Debate Juego de roles Análisis de contenido Valoración de decisiones Análisis y consensos Estudio de una noticia falsa.

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	32	0

ID 8727

UT N° 3

AF N° 2

ACCIÓN DE FORMACIÓN Liderazgo consciente para la consolidación de resultados impactantes

UNIDAD TEMÁTICA N° 3

UNIDAD TEMÁTICA La empatía y las relaciones interpersonales en el contexto del liderazgo consciente

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	4	**N° total de horas teóricas virtuales**	4
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	- Las 3 dimensiones de la empatía en el liderazgo y beneficios en el contexto empresarial. - Estrategias para desarrollar la empatía y mejorar la comunicación interpersonal. - Fomentar una cultura de inclusión - Cómo abordar los conflictos de manera constructiva - El liderazgo de servicio, una herramienta para construir relaciones y alianzas.
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de comprender las necesidades y perspectivas de los demás y establecer relaciones de confianza en la empresa.
Actividades de Aprendizaje	Juego del espejo Juego de roles Carta de gratitud La caja de los sentimientos.

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	32	0

ID 8728

UT N° 4

AF N° 2

ACCIÓN DE FORMACIÓN Liderazgo consciente para la consolidación de resultados impactantes

UNIDAD TEMÁTICA N° 4

UNIDAD TEMÁTICA Liderazgo Inspirador y Motivación

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	4	**N° total de horas teóricas virtuales**	4
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	- Estilos de liderazgo inspirador - Teorías de la motivación y su impacto en el equipo. - Técnicas para inspirar y motivar a los colaboradores hacia la consecución de objetivos compartidos. - La importancia de una cultura de reconocimiento, motivación y apoyo - El desarrollo del talento y el crecimiento personal como generador de resultados impactantes.
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de inspirar y motivar a los equipos hacia la consecución de resultados impactantes y estratégicos en las organizaciones.
Actividades de Aprendizaje	Lluvia de ideas El protagonista-role play Historias de éxito Testimonio Viaje al futuro.

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	32	0

ID 8747

UT N° 6

AF N° 2

ACCIÓN DE FORMACIÓN Liderazgo consciente para la consolidación de resultados impactantes

UNIDAD TEMÁTICA N° 6

UNIDAD TEMÁTICA Creatividad, originalidad e iniciativa

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	2	**N° total de horas teóricas virtuales**	2
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	- Fomento de la creatividad en equipos. - Fortalecer las relaciones y las alianzas de manera creativa - Comunicación efectiva en las relaciones y las alianzas - Gestionando de manera creativa la incertidumbre.
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de establecer relaciones sólidas y construir alianzas estratégicas basadas en la creatividad, la originalidad y la iniciativa, en el contexto del liderazgo consciente para lograr resultados impactantes en la empresa.
Actividades de Aprendizaje	Lluvia de ideas Juego de roles Desafío de la construcción Dibujo a ciegas Historias Inspiradoras.

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	16	0

Proveedor de la formación - persona jurídica

La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto es Adalid Inmark Colombia SAS, cuya actividad principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559(otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560(actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área, cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social. ADALID INMARK COLOMBIA SAS, hace parte del Grupo Empresarial ASPASIA, y cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz con una trayectoria de 20 años en España y Chile; conformada por sus entidades adscritas ADALID SC, Instituto Europa y la escuela de negocios Europea Talento & Innovación, del cual forma parte, quienes en su conjunto aportan el diseño curricular de las acciones de formación, sus expertos internacionales, material didáctico y formativo. ADALID INMARK COLOMBIA acredita nueve (9) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. Adicionalmente cuenta con nueve (9) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados), a entidades públicas o privadas.

Material de formación

Se garantizará la puesta a disposición de los beneficiarios los recursos educativos digitales en el aula virtual, destinada para la realización de este evento de formación. El material, de producción reciente (MENOR A 2 AÑOS), reunirá los medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan las actividades de enseñanza-aprendizaje en la modalidad virtual. Guardará coherencia con los objetivos de la formación, perfil de los beneficiarios y estará metodológicamente estructurado de modo que facilite la transferencia de conocimiento. Los contenidos incluidos en el aula virtual corresponden directamente con cada una de las seis unidades temáticas y se presenta de manera coherente con el contenido:

UNIDAD TEMÁTICA 1. Introducción al liderazgo consciente
UNIDAD TEMÁTICA 2. Autoconocimiento y autogestión
UNIDAD TEMÁTICA 3. La empatía y las relaciones interpersonales en el contexto del liderazgo consciente
UNIDAD TEMÁTICA 4.Liderazgo Inspirador y Motivación
UNIDAD TEMÁTICA 5.Ética y responsabilidad social
UNIDAD TEMÁTICA 6. Creatividad, originalidad e iniciativa

Los participantes encontrarán debidamente identificadas las unidades y cada uno de sus contenidos pudiendo así adquirir la base teórica para el desarrollo de las actividades prácticas propuestas y que incluyen: autoevaluaciones, ejercicios de relación de conceptos, ejercicios multimedia, entre otros. Incluye textos descriptivos, teniendo en cuenta que la formación tiene una duración de 40 horas. Se incluirá como mínimo 2 infografías ya sea informativas o didácticas, 4 actividades interactivas desarrolladas por medio de paquetes interactivos y audiovisuales, que pondrán a prueba el conocimiento adquirido en cada unidad temática por parte de cada uno de los beneficiarios, como mínimo 4 recursos audiovisuales, en los cuales el experto desarrollará temas claves de la unidad temática que corresponda y/o contextualización que se pueda aplicar según lo evidenciado en el transcurso del curso. A su vez se contará con un paquete Scorm como herramienta para el aprendizaje del participante en donde podrá encontrar el contenido que relaciona todos los temas propuestos en la formación

APLICACIONES MULTIMEDIA INTERACTIVAS: Nuestra plataforma de formación se enriquece con la inclusión de aplicaciones multimedia interactivas. La experiencia formativa se enriquece con la utilización de aplicaciones multimedia interactivas, software que incorpora contenidos tales como imágenes, vídeo, animaciones y sonido y que además proporciona medios para interactuar fácilmente con el usuario, destinadas a facilitar un aprendizaje profundo y dinámico.

El material cumplirá con la normativa vigente en cuanto a propiedad intelectual y con todas las características relacionadas en el Anexo 15. GUÍA DE RECURSOS DIDÁCTICOS EN EL PROGRAMA DE FORMACIÓN CONTINUA

ESPECIALIZADA DEL SENA.

Se certificará la entrega y uso del material de formación descrito.

Gestión del Conocimiento

Ítem Gestion Conocimiento

Infografía (Póster)

Alineación de la acción de formación

Alineación

PND - Convergencia regional

PND - Crecimiento empresarial

Justificación de la Alineación

La presente acción formativa y sus contenidos se encuentran alineados con los componentes del Plan Nacional de Desarrollo “Colombia potencia mundial de la vida 2022 – 2026”, específicamente: "Crecimiento empresarial”, y "Convergencia regional". Estos componentes fomentan un entorno propicio para el desarrollo de las empresas y establecen medidas para fortalecer la competitividad del sector empresarial colombiano, fomentando la innovación, la productividad y el crecimiento empresarial.

En cuanto al componente de convergencia regional, el cual se enfoca y busca reducir las disparidades económicas y sociales entre las diferentes regiones del país, promoviendo un desarrollo más equitativo y sostenible de la sociedad y se establecen acciones para impulsar el crecimiento económico y empresarial en las regiones menos desarrolladas, lo anterior teniendo en cuenta la cobertura geográfica nacional de la AF, llegando a departamentos y municipios de Bajo Índice de Competitividad.

Es así como la presente acción formativa se orienta al cumplimiento de dichos componentes por medio del fortalecimiento de las competencias de los participantes para el ejercicio del liderazgo consciente, con el fin de potenciar su capacidad para generar resultados impactantes en sus equipos y organizaciones.

Acción de formación especializada

Esta es una acción de formación especializada porque es un proceso de formación teórico-práctico que desarrolla el concepto de aprendizaje durante toda la vida, dirigido a mejorar las competencias laborales, actualizar y profundizar conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas de los trabajadores en los niveles establecidos en esta acción de formación, permitiendo su aplicación en el contexto laboral inmediato, armonizando el mejoramiento del perfil laboral con la necesidad de aumentar la productividad y competitividad empresarial. Lo anterior, gracias al fortalecimiento de competencias para el ejercicio del liderazgo consciente, con el fin de potenciar su capacidad para generar resultados impactantes en sus equipos y organizaciones, a través de un enfoque basado en la autoconciencia, la empatía, la atención plena y la ética

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

Durante el desarrollo de la acción formativa los capacitadores verificarán el avance de lo que el trabajador aprendió y aplicará en su puesto de trabajo, a partir del momento de finalizar la acción de formación, mediante observaciones y calificaciones que consignarán en la matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Se asocia un resultado de aprendizaje a cada unidad temática, evidenciando la alineación de cada resultado con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del beneficiario.
Los resultados definidos como parámetro de referencia del proceso de formación son:

Resultado 1. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de reconocer la importancia de la autoconciencia en el liderazgo y la generación de resultados impactantes 1) incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque la autoconciencia permite identificar las fortalezas y áreas de mejora personales, comprender las motivaciones y propositos y genera una mayor empatía entre los integrantes del equipo) y favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como la comunicación, la retroalimentación, el manejo de conflictos y la toma de decisiones estratégicas.

Resultado 2. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de reconocer y gestionar las propias emociones y pensamientos para liderar de manera efectiva. 1) incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque el líder, al ser consciente de sus emociones logra una visión más objetiva de las situaciones de presión, se logra comunicar más empáticamente con sus equipos y responde de manera más consciente y reflexiva ante las situaciones propias del trabajo y favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como la gestión del estrés, mejora la comunicación, lidera reuniones de manera efectiva y su estilo de negociación se hace más eficaz, tranquilo y enfocado

Resultado 3. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de comprender las necesidades y perspectivas de los demás y establecer relaciones de confianza 1) incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque genera un ambiente de trabajo colaborativo y saludable, fomenta un dialogo abierto, puede construir equipos diversos e inclusivos dándole valor a cada participante y emplea el servicio para establecer relaciones y alianzas estratégicas sólidas y favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como el liderazgo de equipos colaborativos, la resolución de conflictos, fomenta la

inclusión, y se relaciona adecuadamente con los diferentes stakeholders involucrados.

Resultado 4. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de inspirar y motivar a los equipos hacia la consecución de resultados impactantes 1) incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque está en capacidad de adaptar si estilo de liderazgo según la situación, impulsa el comportamiento hacia la consecución de objetivos, genera un sentido de propósito, mantiene la cohesión de los equipos a la visión estratégica de la empresa y genera un ambiente de exigencia, motivación y reconocimiento y favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como la motivación de los equipos, facilita el diseño de planes de desarrollo y crecimiento del talento que lo rodea, establece programas de reconocimiento y diseña estrategias de innovación e intra emprendimiento.

Resultado 5. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de comprometerse con la ética y la responsabilidad social en la toma de decisiones y acciones de liderazgo. 1) incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque La toma de decisiones se la hará de manera más consciente, basada en principios éticos, considerando el entorno social, el medio ambiente y fomentando practicas responsables y sostenibles y favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como la toma de decisiones éticas, fomentar una cultura organizacional saludable, abordar desafíos éticos de manera proactiva y diseñar estrategias de sostenibilidad y cuidado del medio ambiente.

Resultado 6. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de establecer relaciones sólidas y construir alianzas estratégicas en el contexto del liderazgo consciente para lograr resultados impactantes. 1) incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque promueve la generación de nuevas ideas y la creatividad, , fortalece las relaciones, aprende a ver lo positivo de cada situación y gestiona de manera adecuada los procesos de cambio, y favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como mejora la coordinación de los equipos, promueve la comunicación clara, consolida las relaciones y mantiene la competitividad para el éxito organizacional.

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

Los dos principales resultados de impacto de la formación en la PRODUCTIVIDAD y que están directamente relacionados con esta acción de formación son:
a) Fortalece los diferentes estilos de liderazgo: La capacitación en liderazgo consciente permite a los participantes optimizar los procesos, reducir los tiempos de ejecución de tareas y minimizar los errores, lo que se traduce en mejores relaciones entre las diferentes áreas de trabajo, lo que trae una mayor productividad a nivel operativo.
b) Consolidar el trabajo colaborativo en un ambiente laboral saludable. Al desarrollar habilidades de comunicación, empatía y gestión de conflictos, los participantes pueden fomentar un ambiente de trabajo colaborativo y cohesionado, lo que impulsa la productividad al facilitar la realización de proyectos y la consecución de objetivos conjuntos.

Los dos principales resultados puntuales de impacto de la formación en la COMPETITIVIDAD ORGANIZACIONAL y que están directamente relacionados con esta acción de formación son:
a) Diferenciación en el mercado: La implementación de prácticas de liderazgo consciente y el desarrollo de una cultura organizacional basada en valores éticos y responsabilidad social pueden ayudar a la empresa a destacarse en un mercado cada vez más competitivo, atrayendo a clientes y talentos que valoran el compromiso social y ambiental.
b) Innovación y adaptabilidad: La formación en liderazgo consciente fomenta la creatividad, impulsa el crecimiento sostenido y rentable, aumenta la facilita de adaptación al cambio y la búsqueda continua de mejoras, lo que permite a la empresa innovar en sus productos, servicios y procesos, manteniéndose relevante y competitiva en un entorno empresarial dinámico.

Indicadores de Impacto

Indicador - Mejoramiento en la empleabilidad	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores con incremento salarial despues de recibir la formación	20
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	400
Meta %	% 5,00
Indicador - Retención de trabajadores	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que continuan en sus empresas luego de recibir la formación	360

Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	400
Meta %	% 90,00
Indicador - Movilidad laboral	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que cambian sus condiciones laborales luego de recibir la formación	20
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	400
Meta %	% 5,00
Indicador - Empresas beneficiarias	**Valor Indicador - Meta**
Número de empresas beneficiarias de de la acción de formación	135
Número de empresas de el(los) sector(es) que representa	248
Meta %	% 54,44
Indicador - Trabajadores beneficiarios	**Valor Indicador - Meta**
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	400
Número total de trabajadores de la(s) empresa(s) que representa la empresa/ gremio	20000
Meta %	% 2,00

Justificación lugar de ejecución

La AHK Colombia tal y como consta en sus estatutos, desarrolla sus actividades de apoyo comercial y de transferencia del conocimiento en el ámbito nacional, y por su carácter gremial multisectorial, cuenta con afiliados y empresas pertenecientes a la cadena productiva de sus empresas afiliadas, y con aliados a nivel nacional que incluyen Cámaras de Comercio locales, entidades territoriales, asociaciones, entre otros. Con los que trabaja aunando esfuerzos para lograr un propósito común generalmente enfocado en el fortalecimiento empresarial, razón por la cual desarrolla gestión en todo el territorio nacional. La relación de los beneficiarios con los lugares de ejecución planteados, obedece y se justifica en que son trabajadores de empresas afiliadas y de empresas pertenecientes a la cadena productiva de la AHK Colombia, que tienen sus sedes en las ciudades mencionadas y en las cuales se priorizó la necesidad de formación propuesta, así como colaboradores de aliados estratégicos que hacen parte de la red multisectorial que el gremio ha establecido en distintas regiones geográficas en virtud de su objeto social y objetivos misionales, que incluyen, para el caso, los departamentos incorporados en esta acción de formación.

Lugar de ejecución

Departamento	***N° Beneficiarios***
CASANARE	25
SANTANDER	25
CALDAS	25
ATLÁNTICO	50

Departamento	*N° Beneficiarios*
META	25
BOGOTÁ D.C	50
VALLE DEL CAUCA	50
HUILA	25
CUNDINAMARCA	25
MAGDALENA	25
BOLÍVAR	25
ANTIOQUIA	50

Presupuesto de la AF

Rubro	*Descripción*	*Cofinanciación SENA*	*%*	*Contrapartida especie*	*%*	*Contrapartida dinero*	*%*	*Valor total*
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	Gastos de Operación del Proyecto 10%	$ 42.274.000	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 42.274.000
R08.2 Formación Virtual - Curso 40 horas	Formación Virtual - Curso 40 horas	$ 306.480.000	% 74,33	$ 0	% 0,00	$ 105.868.000	% 25,67	$ 412.348.000
R10.3 Garantías	Garantías	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 860.200	% 100,00	$ 860.200
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	80	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 9.532.800	% 100,00	$ 9.532.800

	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida en Especie	% Especie	Contrapartida en Dinero	% Dinero	COSTO TOTAL AF
COSTO TOTAL DE LA AF	$ 348.754.000	% 75,00	$ 0	% 0,00	$ 116.261.000	% 25,00	$ 465.015.000

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	% 020 80	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 9.532.800	% 100,00	$ 9.532.800

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%	$ 42.274.000	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 42.274.000

Presupuesto Garantías

Rubro	*Cofinanciación SENA*	*Porcentaje Cofinanciación*	*Contrapartida Especie*	*Porcentaje Especie*	*Contrapartida Dinero*	*Porcentaje Dinero*	*Valor Total*
R10.3 Garantías	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 860.200	% 100,00	$ 860.200

AF N° : 3

ACCIÓN DE FORMACIÓN : Gestión del cliente en el mundo Digital

Volver al Listado de AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1363#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

Captar la atención de nuevos clientes, así como mantener y fomentar la lealtad de los clientes existentes de manera exitosa. Los resultados que se obtuvieron en la encuesta aplicada a los participantes y afiliados refieren un interés puntual de "Atraer y retener clientes de manera efectiva" la cual obtuvo una puntuación promedio de 4,6/5 y el 60% de los participantes la valoraron de mayor interés. Además, se evidenció un interés en "mejorar la experiencia del usuario y enfocarse en la fidelización del cliente para mejorar la retención" con una puntuación promedio de 4.27/5 y donde el 46.7% de los participantes la valoraron de mayor interés. De la misma forma, las encuestas también arrojaron datos respecto al interés de "Gestión de clientes en el mundo digital", que alcanzó una puntuación promedio de 4.06/5 y el 52 % de los participantes la valoraron de mayor interés. A esta necesidad se le dará respuesta parcial por medio de la acción de formación propuesta.

Herramientas utilizadas para obtener la necesidad

Herramienta Utilizada	*Muestra Poblacional*
Encuesta	16
Encuesta	238
Entrevista	2

Fecha de diagnóstico

21/12/2023

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

La Cámara de Industria y Comercio colombo alemana -AHK diseñó y aplicó una herramienta integral de recolección de información para el diagnóstico de necesidades de formación con el objetivo de identificar aquellas necesidades puntuales de formación y capacitación de las empresas afiliadas de AHK Colombia, y de las empresas y trabajadores de su cadena productiva. Lo anterior, para diseñar acciones de formación del PFCE 2024 ajustadas a dichas necesidades. A continuación se describe la herramienta:

La Herramienta integral de recolección de información para diagnóstico de necesidades, se conformó así:

PARTE 1. ENCUESTA DE DETECCIÓN DE NECESIDADES AFILIADOS PFCE

1. Datos básicos, como: Nombres, apellidos, cargo, empresa, teléfono de contacto, correo electrónico, ciudad, departamento.

2. Necesidades por área funcional: En este segmento, los participantes debían determinar el grado de relevancia (Siendo 1-Menos relevante y 5-Más relevante), de los 7 desafíos relacionados por áreas para impactar, las cuales fueron:
- Área de Dirección/Estrategia: Data Driven Management: Utilizar datos para tomar decisiones estratégicas más informadas y eficaces. Smart Companies: Transformar la empresa en una organización más ágil y eficiente en la ejecución de estrategias. Sustentabilidad: Abordar los desafíos ambientales y sociales para garantizar la viabilidad a largo plazo de la empresa.
- Área de Marketing: Utilizar herramientas de automatización y segmentación de clientes para optimizar las operaciones de marketing. Utilizar las redes sociales para marketing de manera estratégica. Adaptarse a las regulaciones de privacidad y asegurar una gestión adecuada de los datos del cliente. Aplicar realidad virtual, realidad aumentada y realidad mixta para crear experiencias únicas que agreguen valor al cliente. Mejorar la experiencia del usuario y enfocarse en la fidelización del cliente para aumentar la retención y la satisfacción. Atraer y retener clientes de manera efectiva.
- Área de Ventas: Transformación digital del proceso de ventas. Automatización de datos para control del ciclo de ventas. Definición de cuadro de mando del proceso de ventas. Fortalecimiento de equipos comerciales de alto rendimiento. Diseño e implementación de planes comerciales altamente efectivos.
- Área de Producción y Operaciones: Gestión más flexible y adaptativa de proyectos y operaciones. Reducir el desperdicio y mejorar la eficiencia en los procesos operativos. Generar procesos de economía circular. Aumentar la agilidad y la eficiencia en la cadena de suministro y la producción. Aumentar la eficiencia, reducir errores y acelerar la producción. Automatización procesos mediante IA (Inteligencia artificial)
- Área Financiera: Financiación alternativa, búsqueda de nuevas fuentes de financiación, la economía colaborativa. Viabilizar la internacionalización de la empresa desde la perspectiva financiera. Transmitir la información relevante a las diferentes áreas de la organización. Transformación digital de procesos financieros, administrativos y contables en la empresa. Gestión integral de riesgos y seguridad informática.
- Área de Recursos Humanos (RRHH): Gestión inclusiva en las organizaciones. Abordar la gestión de equipos en entornos de trabajo que combinan la presencia física y el trabajo remoto, garantizando la eficiencia y la colaboración. Feedback 360: Implementar un proceso de retroalimentación integral que promueva el crecimiento y el desarrollo de los empleados, así como la mejora del rendimiento. Herramientas y estrategias para

mejorar la productividad laboral. Diseñar planes de formación efectivos. Reclutamiento inteligente: Mejorar el proceso de selección de talento.
- Área de Tecnología: Competencias digitales: Abordar la brecha de habilidades digitales y fomentar la adaptación a un entorno tecnológico en constante cambio. Blockchain: Resolver problemas de transparencia y trazabilidad en la cadena de suministro y la gestión de datos a través de la tecnología blockchain. Herramientas para áreas funcionales de la empresa: Resolver problemas específicos en diferentes áreas funcionales, aprovechando herramientas tecnológicas especializadas. Industria 4.0, IoT, RPA y Robótica Inteligente: Solucionar desafíos relacionados con la automatización y la optimización de procesos industriales y de negocios mediante tecnologías avanzadas. Ciberseguridad: Abordar la protección de datos y sistemas contra amenazas cibernéticas para garantizar la integridad y la confidencialidad de la información.

2. Áreas en función de los intereses estratégicos: los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 10 necesidades relacionadas: Economía campesina, asociatividad y cooperativismo. Gestión ambiental, biodiversidad, economía circular. Educación, diversidad cultural, enfoque de género y seguridad alimentaria. Salud, cuidado, servicios y medicamentos. Transición energética y energías alternativas. Servicios TIC y apropiación digital. Crecimiento empresarial, logística e infraestructura. Desarrollo agroindustrial. Turismo, arte y deporte. Servicios tecnológicos para industria militar

3. Necesidades en función de las Habilidades transversales: los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 10 temáticas relacionadas: Aprendizaje activo y estrategias de aprendizaje, Creatividad, originalidad e iniciativa, Liderazgo e influencia social, Resiliencia, tolerancia al estrés y flexibilidad, Resolución de problemas complejos, Pensamiento y análisis crítico, Uso, control y monitoreo de la tecnología, Diseño y programación de tecnología, Razonamiento, solución de problemas y generación de ideas, Pensamiento analítico e innovación.

4. Otras áreas para impactar y otras Habilidades transversales: cada uno de los participantes de la encuesta podría incluir temáticas puntuales en cada uno de los segmentos.

5. Preferencia en modelo de aprendizaje: Se preguntó el grado de interés en las opciones de modelo de Bootcamp, mejorando tu proceso y puesto de trabajo real.

6. Metodología de recolección de datos: La Encuesta de detección de necesidades diseñada en Google Forms fue enviada a la base de afiliados de proyectos formativos previos de AHK Colombia, por medio de correo electrónico. Cada uno de los participantes debía diligenciar cada uno de los campos allí requeridos. Esta información fue consolidada en una hoja de Excel, la cual se tabuló y analizó.

PARTE 2. ENCUESTA DE DETECCIÓN DE NECESIDADES PARA participantes
Formato: Google Forms.

1. Datos básicos: Nombres, apellidos, cargo, empresa, teléfono de contacto, correo electrónico, ciudad, departamento.
2. La encuesta se centró en las áreas prioritarias de formación continua o necesidades de formación: en esta parte de la encuesta, los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 11 áreas relacionadas:
- Estrategias innovadoras de ciberseguridad en el ámbito empresarial
- Venta consultiva, potenciado equipos comerciales de alto impacto en el sector TI
- Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva
- Data Thinking para el desarrollo empresarial
- Productividad en las ventas: técnicas de programación neurolingüística aplicadas
- Intraemprendimiento en empresas innovadoras: emprendimiento corporativo para crear nuevos productos y servicios
- Customer Relationship Management y gestión de eventos
- Marketing de Influencia para empresarios
- Inteligencia emocional para la competitividad empresarial
- Gestión de clientes en el mundo digital
- Inteligencia artificial para impulsar la estrategia de negocio

3- Pregunta abierta: Otras áreas y temas de interés para la formación continua: Cada uno de los participantes de la encuesta podría incluir temáticas puntuales, según su necesidad o la de su empresa.
4. Preferencia en la modalidad de formación: Se preguntó el grado de interés en las opciones de modalidad de Presencial, Videoconferencia (sincrónica) y Virtual (asincrónica).
5. Preferencias en la franja horaria: Aquí se dieron diferentes opciones de franja horaria, en cuanto a días y horas.
6. Metodología de recolección de datos: La Encuesta de detección de necesidades diseñada en Google Forms fue enviada a la base de participantes de proyectos formativos previos de AHK Colombia, por medio de campaña de mailing y mensajes de WhatsApp. Cada uno de los participantes debía diligenciar cada uno de los campos allí requeridos, y dar envío al formulario. Esta información fue consolidada en una hoja de Excel, la cual se tabuló y analizó.

PARTE 3. ENTREVISTAS A AFILIADOS

Se conto con la participación de 7 empresas afiliadas para el desarrollo de reuniones, con el firme objetivo de identificar sus necesidades de formación y que a la mismas se les diera respuesta parcial por medio de las acciones formativas a desarrollar. En estas reuniones se logro identificar necesidades puntuales y posibles temáticas para el desarrollo de las AFs, las cuales se presentan en los resultados.

Resumen de resultados principales del diagnóstico de necesidades de formación

La detección de las necesidades de formación a través de las herramientas de participantes y afiliados reveló áreas prioritarias que buscan atención mediante las acciones de formación del PFCE 2024. Gracias a los datos cualitativos y cuantitativos fue posible identificar aquellas necesidades relevantes, las cuales se relacionan a continuación:

Encuesta de participantes:
Encabezando la lista de necesidades se encuentra "Inteligencia Artificial para impulsar la estrategia de negocio", con un promedio de 4,18/5 y un porcentaje de mayor interés del 57,14% de participantes interesados, destacando la necesidad de optimizar procesos, anticipar tendencias y tomar decisiones informadas, impulsando la eficiencia y la competitividad empresarial. En segundo lugar, la "Gestión de clientes en el mundo digital" se posiciona con un promedio de 4,06/5 y un 52,10% de mayor interés, reflejando la importancia de implementar estrategias y herramientas digitales para fortalecer relaciones y maximizar la satisfacción del cliente en entornos online. La "Inteligencia emocional para la competitividad empresarial" ocupa el tercer puesto, con un promedio de 4,08/5 y un 51,68% de mayor interés, esta temática resalta la importancia de habilidades emocionales en el ámbito empresarial para potenciar la competitividad. En cuanto a "Marketing de Influencia para empresarios", obtiene un promedio de 3,95/5 y un 50,84% de mayor interés, indicando la creciente relevancia del marketing de influencia en la estrategia empresarial. El “Intraemprendimiento en empresas innovadoras", con un promedio de 3,91/5 y un 44,96% de interés se ubica en quinto lugar, destaca la importancia

de fomentar el espíritu emprendedor dentro de las empresas para la creación de nuevos productos y servicios. En el sexto lugar, "Customer Relationship Management y gestión de eventos" logra un promedio de 3,88/5 y un 44,96% de interés, resaltando la necesidad de gestionar de manera efectiva las relaciones con los clientes y eventos empresariales. La "Productividad en las ventas: técnicas de programación neurolingüística aplicadas" obtiene un promedio de 3,92/5 y un séptimo puesto con un 43,28% de mayor interés, subrayando la relevancia de técnicas específicas para mejorar la eficiencia en el proceso de ventas. "Data Thinking para el desarrollo empresarial" se sitúa en el octavo lugar, con un promedio de 3,84/5 y un 40,34% de mayor interés, indicando la importancia de la aplicación estratégica de datos en el desarrollo empresarial para estimular la innovación y potenciar el crecimiento de la empresa. Por otra parte, la "Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva" ocupa el noveno puesto, con un promedio de 3,8/5 y un 38,24% de interés, subrayando la creciente importancia de la sostenibilidad en la estrategia empresarial y como una apuesta diferenciadora que atrae a consumidores conscientes y fortalece la posición competitiva en el mercado. En décimo lugar, "Venta consultiva, potenciando equipos comerciales de alto impacto en el sector TI", con un promedio de 3,59/5 y un 34,03% de mayor interés, resalta la necesidad de estrategias de venta consultiva en el sector de Tecnologías de la Información. Finalmente, "Estrategias innovadoras de ciberseguridad en el ámbito empresarial", con un promedio de 3,39/5 y un 33,61% de interés, destaca la importancia de adoptar enfoques innovadores para garantizar la ciberseguridad en el entorno empresarial.

Encuesta de afiliados:
Adicionalmente se detallan las temáticas o necesidades evaluadas en las encuestas de formación de afiliados de la Cámara de Industria y Comercio Colombo Alemana -AHK Colombia , junto con los puntajes promedio de interés y el porcentaje de afiliados que identificaron las necesidades para el gremio calificando de 1 a 5. A continuación, se describen las necesidades en las 9 áreas funcionales.

-En la necesidad por área funcional de Dirección estratégica: se encontró en primer lugar que la “Sustentabilidad” Abordar los desafíos ambientales y sociales para garantizar la viabilidad a largo plazo de la empresa, obtuvo un promedio de 3,8/5 y un 26,67% de mayor interés. Seguido de “Smart Companies” Transformar la empresa en una organización más ágil y eficiente en la ejecución de estrategias, obtuvo un promedio de 4,13/5 y un 26,67% de mayor interés. Por último “Data Driven Management” Utilizar datos para tomar decisiones estratégicas más informadas y eficaces, obtuvo un promedio de 4/5 y un 20,00% de mayor interés.

-Por su parte en la necesidad de área funcional de Marketing se encontraron 6 temas de mayor relevancia para atender con las acciones de formación: con los más altos resultados obtenidos se encuentra “Atraer y retener clientes de manera efectiva” obtuvo un promedio de 4,6/5 y un porcentaje de mayor interés del 60,00 resaltando la importancia de implementar estrategias que no solo cautiven a nuevos clientes, sino que también fomenten la fidelidad a largo plazo mediante experiencias y servicios excepcionales. Por su parte el tema de “Mejorar la experiencia del usuario y enfocarse en la fidelización del cliente para aumentar la retención y la satisfacción” logra un promedio de 4,27/5 y un 46,67 de porcentaje de mayor interés. Por su parte el tema de “Aplicar realidad virtual, realidad aumentada y realidad mixta para crear experiencias únicas que agreguen valor al cliente" obtuvo un promedio de 3,4/5 y 33,33% de mayor interés. “Adaptarse a las regulaciones de privacidad y asegurar una gestión adecuada de los datos del cliente” se posicionó en el 4 lugar con un promedio de 3,8/5 y un 33,33% de mayor interés. Seguido por el tema de “Utilizar las redes sociales para marketing de manera estratégica” obtuvo un promedio de 4/5 y un 33,33% de mayor interés. Finalmente “Utilizar herramientas de automatización y segmentación de clientes para optimizar las operaciones de marketing” se ubicó en última posición con un promedio de 3,67/5 y el 26,67% de interés. Es importante señalar que ninguno de los anteriores temas obtuvo porcentajes de menos interés.
-En el área funcional de Ventas: se destacaron 5 temas ubicando a "Diseño e implementación de planes comerciales altamente efectivos" en primer lugar con un promedio de 4,27/5 y un 53,33% de mayor interés destacando la necesidad de planificar estrategias, que se adapten a la ejecución precisa para alcanzar y superar los objetivos comerciales de una empresa. El "Fortalecimiento de equipos comerciales de alto rendimiento" es el segundo tema con el mayor promedio de 3,8/5 y un 46,67% de mayor interés lo que implica el desarrollo de habilidades, la promoción de la colaboración y la implementación de estrategias que optimicen la eficiencia y el éxito de los equipos en el entorno empresarial. Por su parte la "Definición de cuadro de mando del proceso de ventas" es el tema que se ubica en el tercer puesto con un promedio de 3,4/5 y un 26,67% de mayor interés lo que significa saber estructurar visual y analíticamente indicadores clave que permiten evaluar y gestionar eficientemente cada etapa del proceso de ventas. La "Automatización de datos para control del ciclo de ventas" se refiere a conocer la utilización de herramientas tecnológicas que gestionan de manera eficiente la información relacionada con todas las fases del proceso de ventas, este tema obtuvo un promedio de 3,47/5 y un 20,00% de mayor interés. Con el menor promedio de 3,27/5 y un 6,67% de mayor interés se posiciona en último lugar el tema "Transformación digital del proceso de ventas" que implica la integración de tecnologías y estrategias digitales para mejorar la eficiencia, agilidad y experiencia del cliente a lo largo de todas las etapas del ciclo de ventas. Es importante agregar que como tema adicional propuesto en la aplicación de herramientas a los afiliados sugieren el tema de "Búsqueda de alternativas de ventas" lo que quiere decir la exploración para diversificar y optimizar las oportunidades comerciales, adaptándose a las cambiantes demandas y preferencias del mercado, obtuvo un promedio de 1,73/5 y un porcentaje de 66,67% de menor interés.
-En el área funcional de Producción y operaciones: se destaca el tema "Automatización procesos mediante IA (Inteligencia artificial)" sobre la importancia del uso de algoritmos y capacidades autónomas para ejecutar tareas y tomar decisiones de manera eficiente, acelerando y optimizando los procesos empresariales que obtuvo un promedio 3,47/5 y el 26, 67% de mayor interés y ubicándose en primer lugar. Seguido del tema "Aumentar la eficiencia, reducir errores y acelerar la producción" que nos lleva a implementar medidas y tecnologías que optimicen los procesos, minimicen fallos y mejoren la rapidez en la entrega de productos o servicios, este tema obtuvo un promedio de 3,73/5 y un 26,67 en porcentaje de mayor interés. En tercer lugar, se encuentra la temática “Aumentar la agilidad y la eficiencia en la cadena de suministro y la producción” con un promedio de 3,67/5 y el 20,00% de mayor interés que se refiere la implementación de estrategias y tecnologías que permitan una respuesta rápida y efectiva a las demandas del mercado, optimizando los procesos para garantizar una producción eficiente. En tercer lugar, se encuentra "Generar procesos de economía circular" que significa establecer sistemas y prácticas empresariales que promueven la reutilización, reciclaje y maximización del uso de recursos, con el objetivo de minimizar residuos y contribuir a un ciclo sostenible, obtuvo un promedio del 3,53/5 y un 13,33% de mayor interés. En cuarto lugar, se encuentra el tema "Reducir el desperdicio y mejorar la eficiencia en los procesos operativos" con un promedio del 3,8/5 y un porcentaje de mayor interés del 13,33% siendo este último el mismo que para el tema “Gestión más flexible y adaptativa de proyectos y operaciones" que se ubica en quinto lugar con un promedio de 3,93/5.

-En el área funcional Financiera: se destaca como primer tema de mayor relevancia la "Gestión integral de riesgos y seguridad informática" obteniendo los más altos resultados con un promedio de 4/5 y el 33,33% de mayor interés, este asunto sugiere un enfoque completo para identificar, evaluar y mitigar los riesgos asociados a la seguridad de la información, garantizando la protección de datos y sistemas de manera efectiva en un entorno empresarial. El 26,67% de mayor interés en es mismo que obtuvieron los temas que se ubican en los puestos 2 y 3 siendo "Transformación digital de procesos financieros, administrativos y contables en la empresa" y "Transmitir la información relevante a las diferentes áreas de la organización" con un promedio de 3,73/5 y 3,93/5 respectivamente. Por su parte "Viabilizar la internacionalización de la empresa desde la perspectiva financiera" se ubica en el cuarto lugar con un promedio de 3,67/5 y el 13,33% de mayor interés. También se encontró el tema "Financiación alternativa, búsqueda de nuevas fuentes de financiación, la economía colaborativa" con un promedio de 3,73/5 y un 6,67% de mayor interés. Por último, se sugirió como tema adicional las "Finanzas en el exterior" con un promedio de 1,8/5 pero ningún porcentaje de mayor interés.

-En el área funcional de Recursos Humanos: el "Reclutamiento inteligente: Mejorar el proceso de selección de talento" se ubica en primer lugar porque implica la optimización en el proceso de selección de talento mediante la aplicación estratégica de tecnologías y herramientas innovadoras, con el objetivo de identificar y atraer candidatos de manera más eficiente y precisa, este tema obtuvo un promedio de 4,13/5 y un 40,00 % de mayor interés, siendo este último porcentaje el mismo para el tema del segundo lugar que es "Diseñar planes de formación efectivos" con un promedio de 4,2/5 que sugiere desarrollar estrategias educativas y programas de aprendizaje que se ajusten a las necesidades específicas de los participantes. En tercer lugar, se encuentra "Herramientas y estrategias para mejorar la productividad laboral" con un promedio de 4,07/5, este tema se refiere a la adopción de recursos tecnológicos y enfoques organizativos que optimicen la eficiencia y el rendimiento en el entorno de trabajo. Por su parte el tema "Feedback 360: Implementar un proceso de retroalimentación integral que promueva el crecimiento y el desarrollo de los empleados, así como la mejora del rendimiento" se ubica en cuarto lugar con el mismo porcentaje de mayor interés del 33,33% y un promedio de 4,27/5. Los temas "Abordar la gestión de equipos en entornos de trabajo que combinan la presencia física y el trabajo remoto, garantizando la eficiencia y la colaboración" y "Gestión inclusiva en las organizaciones" obtuvieron un promedio de 3,67/5 y 3,73/5 respectivamente y el mismo 20,00% de mayor interés.

-En el área funcional del Tecnología se obtuvo 5 temas que se destacan que lo encabeza "Ciberseguridad: Abordar la protección de datos y sistemas contra amenazas cibernéticas para garantizar la integridad y la confidencialidad de la información" con un promedio de 4,47/5 y un 60,00% de mayor interés, a este tema le sigue "Industria 4.0, IoT, RPA y Robótica Inteligente: Solucionar desafíos relacionados con la automatización y la optimización de procesos industriales y de negocios mediante tecnologías avanzadas" con un promedio de 4/5 y el segundo mayor porcentaje de interés con el 40,00. En tercer lugar, se encuentra el tema "Herramientas para áreas funcionales de la empresa: Resolver problemas específicos en diferentes áreas funcionales, aprovechando herramientas tecnológicas especializadas" con un promedio de 3,87/5 y el 26,67 de porcentaje de interés. La cuarta posición está "Blockchain: Resolver problemas de transparencia y trazabilidad en la cadena de suministro y la gestión de datos a través de la tecnología blockchain" con un promedio del 3,47/5 y el 20,00% de mayor interés que es el mismo que ocupa el quinto y último tema que se denomina "Competencias digitales: Abordar la brecha de habilidades digitales y fomentar la adaptación a un entorno tecnológico en constante cambio con un promedio de 3,8/5.

-En el área funcional de Habilidades transversales se encontró el tema "Pensamiento y análisis crítico" en el primer lugar con un promedio de 4,3/5 y un porcentaje de mayor interés del 60,00% seguido del tema "Razonamiento, solución de problemas y generación de ideas" en segundo lugar con un promedio del 4,3/5 y un 53,33% de mayor interés, le sigue en tercer lugar el tema "Pensamiento analítico e innovación" con un promedio del 4,3/5 y el 53,33% de mayor interés. En cuarto lugar, se encuentra el tema "Resolución de problemas complejos" con un promedio de 4,1/5 y un 46,67% de interés, en quinta posición se encuentra el tema "Liderazgo e influencia social" con promedio de 4,2/5 y el 33,33% de mayor interés, por su parte el tema "Resiliencia, tolerancia al estrés y flexibilidad" se ubica en sexta posición con un promedio del 4,1/5 y un 33,33% de interés. Los temas 7 y 8 "Creatividad, originalidad e iniciativa" y "Aprendizaje activo y estrategias de aprendizaje" obtuvieron un promedio de 4,1/5 y 3,9/5 respectivamente alcanzando el mismo 26, 67% de mayor interés. Asimismo, los temas 9 y 10 con igual porcentaje de interés del 13,33% obtuvieron un promedio de 3,3/5 en "Diseño y programación de tecnología" y un promedio de 3,5/5 en el tema "Uso, control y monitoreo de la tecnología".

-En el área funcional de Intereses estratégicos: Se encontraron 9 temáticas de mayor relevancia que fueron detectadas por las herramientas de encuesta aplicada a los afiliados de la AHK, siendo el tema "Crecimiento empresarial, logística e infraestructura" el de mayor promedio con un 3,9/5 y un 33,33% de mayor interés, seguido por "Transición energética y energías alternativas" que obtuvo un promedio del 3,3/5 y un 33,33% de mayor interés. Por otro lado, el tema "Turismo, arte y deporte" logra un promedio del 2,5/5 con un 20,00% de interés, así como "Gestión ambiental, biodiversidad, economía circular" con un promedio del 3,4/5 y un 20,00% de interés. Por otro lado la temática "Desarrollo agroindustrial" logra un promedio del 2,6/5 y un 13,33% de interés, luego se registró con un promedio del 3,1% y un 13,33% de interés el tema "Servicios tecnológicos para industria militar", le sigue "Salud, cuidado, servicios y medicamentos" con un promedio 3,0/5 y el 13,33% de interés, siendo este último el mismo porcentaje para el tema "Educación, diversidad cultural, enfoque de género y seguridad alimentaria" que logra un promedio del 3,1/5 y 13,33% de interés. Concluyendo con las temáticas de interés se encuentran la "Economía campesina, asociatividad y cooperativismo" con un promedio del 2,2/5 y el 6,67% de interés, y para finalizar con el tema "Servicios tecnológicos para industria militar" con un promedio de 2,1/5 y 0% de interés.

3. Entrevistas con afiliados AHK. A continuación se relacionan los resultados principales que serán objeto de desarrollo de acciones formativas en el presente proyecto:

ALLIANZ: Allianz es una empresa líder en el sector de servicios financieros y seguros, con una larga historia de éxito, una amplia gama de productos y servicios, un enfoque en la innovación y la tecnología, un compromiso con la sostenibilidad y una reputación sólida a nivel mundial.

La necesidad identificada hace referencia diseñar una experiencia del usuario fluida, eficiente y satisfactoria que permita a los usuarios realizar tareas de autogestión de manera independiente y sin complicaciones dentro de un sistema determinado. Actualmente Allianz cuenta con una app enfocada en el ramo de salud, que a la fecha ya tiene 6 años de implementada pero no ha logrado el nivel de usabilidad y reconocimiento por parte de los clientes quienes la han valorado con 2.4 ptos./ 5 (con solo 45 reseñas) y 2.5 ptos / 5 (con solo 178 opiniones) en las tiendas de IOS y Android respectivamente, a pesar que desde ella pueden consultar el directorio médico, agendar citas en centros médicos propios y telemedicina para el asegurado y su núcleo familiar, solicitar reembolsos, solicitar autorizaciones, solicitar certificado de viaje, visualizar los carnets del seguro de salud, entre otras. Lo anterior los puede llevar a: Estar desactualizados frente a la competencia, Riesgo de fuga de clientes por falta de tecnología amigable, Incremento de PQRS por las fallas constantes del APP actual. Por lo tanto, buscan Lograr que la nueva APP sea una herramienta para clientes de autogestión en algunos procesos y que reemplace la APP actual que está dirigida solamente a clientes de Salud, ampliando sus funcionalidades a los ramos de Autos, Hogar y Vida. Con esta herramienta buscan ponernos al día en el mercado en cuanto a servicio, transaccionalidad y experiencia del cliente ya que se eliminarían muchos procesos en los que alargan el tiempo de espera para poderle dar una solución o respuesta a sus consultas. Además, se busca que también sea una fuente de actualización de datos directamente por el cliente, para mejorar su contactabilidad.

Messer: Messer Group GmbH, conocida comúnmente como Messer, es una empresa multinacional especializada en gases industriales y medicinales, opera en más de 35 países en Europa, Asia, América del Norte y América del Sur. La empresa tiene una extensa red de plantas de producción, centros de distribución y puntos de venta en todo el mundo para atender las necesidades de sus clientes.

Identifican un problema de desarrollo tecnológico productivo para el área comercial, indican que, en el actual escenario empresarial, la competencia en la industria de gases industriales y medicinales se intensifica, especialmente en términos de costos. La empresa se enfrenta al desafío crítico de mantener su competitividad en un mercado donde los bajos costos de la competencia están ejerciendo presión sobre los márgenes. Por lo tanto, Identificaron la necesidad de optimizar las operaciones comerciales para enfrentase a esta situación y garantizar la sostenibilidad a largo plazo de la empresa.

Análisis causas y efectos de la necesidad de formación detectada

CAUSAS
Las causas que dan origen a esta necesidad/problema son:
1) Falta de habilidades digitales específicas entre los empleados y directivos para gestionar y analizar la interacción con los clientes en plataformas digitales. Según el Foro Económico Mundial (2020), para 2025, el 97% de las empresas aseguran que necesitarán empleados con habilidades digitales, pero actualmente existe un déficit significativo en competencias digitales.
2) Desconocimiento de las técnicas y herramientas más adecuadas para captar y retener clientes en un ambiente digital. La OCDE (2019) destaca que la adaptación a las tecnologías digitales requiere de la implementación de nuevos métodos que muchas empresas aún no dominan.
3) Carencia de una estrategia clara para impulsar la fidelización del cliente en el mundo digital. Según un informe de Bain & Company (2021), las empresas con mejor dominio de las herramientas digitales aumentan sus tasas de retención de clientes en un 5%, lo cual evidencia la importancia de tener una estrategia bien definida.

EFECTOS
Si no se lleva a cabo la acción de formación, el impacto será negativo porque se mantendrán:
1) Disminución de la competitividad en el mercado digital. La OCDE (2019) advierte que la falta de adaptación a las economías digitales pone en riesgo la sostenibilidad y el crecimiento de las empresas en el mercado global.

2) Pérdida de clientes actuales ante la ausencia de una experiencia de usuario optimizada. Deloitte (2020) informa que el 80% de los consumidores están dispuestos a pagar más por una mejor experiencia de cliente.
3) Reducción de la capacidad de las empresas para atraer nuevos clientes. Según McKinsey & Company (2021), las empresas que no implementan estrategias digitales efectivas ven limitado su acceso a nuevos segmentos de mercado, lo que compromete su expansión futura.

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

Las acciones de formación propuestas por la AHK Colombia buscan dar respuesta parcial a las necesidades que fueron detectadas luego de analizar los datos recopilados mediante las herramientas de diagnóstico diseñadas y aplicadas por este gremio y que además se soportan en datos cualitativos y cuantitativos. La necesidad identificada se refiere a la importancia de implementar estrategias y tácticas eficaces para captar la atención de nuevos clientes, así como mantener y fomentar la lealtad de los clientes existentes de manera exitosa. Los resultados que se obtuvieron en la encuesta aplicada a los participantes y afiliados refieren un interés puntual de "Atraer y retener clientes de manera efectiva" la cual obtuvo una puntuación promedio de 4,6/5 y el 60% de los participantes la valoraron de mayor interés. Además, se evidencio un interés en "mejorar la experiencia del usuario y enfocarse en la fidelización del cliente para mejorar la retención" con una puntuación promedio de 4.27/5 y donde el 46.7% de los participantes la valoraron de mayor interés. De la misma forma, las encuestas arrojaron datos respecto al interés de "Gestión de clientes en el mundo digital", que alcanzó una puntuación promedio de 4.06/5 y el 52 % de los participantes la valoraron de mayor interés. Según estudios "los clientes existentes tienen un 50% más de probabilidades de probar nuevos productos y gastar 31 % más que los clientes nuevos. Por ello, es importante que las empresas se esfuercen más en retener y fidelizar a sus consumidores, ya que un 44 % de las compañías se concentran más en la adquisición de clientes frente a tan solo un 18 % que se enfoca en la retención" (Tomado de: https://blog.hubspot.es/service/estrategias-retencion-clientes). Para los expertos, una correcta gestión y seguimiento de clientes supone numerosas ventajas: tiene muchas más posibilidades de conseguir que ese mismo cliente vuelva a contratar con la empresa; permite a la empresa proyectar una mejor imagen de sí misma, por lo que los consumidores la percibirán de forma más positiva; aumento significativo de las ventas; evita a los trabajadores dedicar más tiempo de la cuenta a las peticiones de clientes insatisfechos, mejorando así la eficiencia del equipo de trabajo (Tomado de https://blog.qualylife.com.co/gestion-clientes-importancia/#:~:text=La%20gesti%C3%B3n%20de%20clientes%20permite,y%20crear%20estrategias%20de%20fidelizaci%C3%B3n.). De esta forma, se evidencia una brecha de pertinencia existente, donde las habilidades, conocimientos o competencias que tienen los trabajadores en el mundo empresarial, no están acorde de las necesidades del mismo.

Objetivo de la acción de formación

Fortalecer las competencias de los participantes para diseñar e implementar estrategias digitales enfocadas en el cliente, para optimizar la adquisición, retención y fidelización, mejorando la experiencia de usuario en entornos digitales. Los participantes podrán contribuir al incremento de los ingresos empresariales a partir de nuevos modelos de gestión de clientes.

Esta acción de formación da respuesta parcial a la necesidad detectada y a los retos de formación de la AHK Colombia.

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

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

Evento de formación

Tipo de evento de formación	Curso	**Modalidad de formación**	Virtual
Tipo de ambiente de aprendizaje		Aula virtual	
Número de grupos	4	**Número de horas por grupo**	40
Número de beneficiarios por grupo	100	**Número de días por grupo de la AF**	20

Número de beneficiarios de la AF	400	**Número total de horas por AF**	160

Perfil Beneficiarios

Area(s) funcional(es)

Área Funcional	*Otra*
Servicio al cliente	
ventas	

Justificación áreas funcionales a beneficiar

Las áreas funcionales propuestas, Ventas y Servicio al Cliente, son responsables del éxito en los procesos de adquisición, retención y fidelización de clientes en las empresas beneficiarias. Por tanto, al ser beneficiarias de la acción de formación "Gestión del Cliente en el Mundo Digital", evidenciarán una mejora en su productividad y competitividad porque aprenderán a implementar estrategias digitales efectivas y utilizar herramientas tecnológicas avanzadas para interactuar con los clientes. Esto se traduce en un aumento de ventas y una mejora significativa en la calidad del servicio al cliente.

La relación de estas áreas funcionales con la acción de formación es directa y esencial:

Para el área de Ventas, la formación proporcionará conocimientos y habilidades necesarias para optimizar los canales digitales en la captación de nuevos clientes y en el desarrollo de una comunicación más efectiva que impulse la conversión y la fidelización. Estos profesionales aprenderán a analizar datos de clientes, identificar oportunidades de venta en canales digitales, y personalizar ofertas para diferentes segmentos de mercado.

Para el área de Servicio al Cliente, la formación enfatizará la importancia de construir y mantener relaciones sólidas con los clientes a través de la gestión efectiva de interacciones digitales. Los participantes adquirirán habilidades para utilizar plataformas de CRM (Customer Relationship Management), aplicar técnicas de servicio al cliente en redes sociales y otros canales digitales, y emplear análisis de datos para mejorar la experiencia del cliente y anticipar sus necesidades.

En ambos casos, el vínculo entre las áreas funcionales y la acción de formación responde a la necesidad de adaptarse a las demandas del mercado actual, donde la digitalización de los procesos se ha vuelto indispensable para atraer y retener clientes. Al finalizar la formación, los trabajadores de las áreas de Ventas y Servicio al Cliente no solo comprenderán, sino que serán capaces de aplicar efectivamente, estrategias digitales que beneficien tanto a su desarrollo profesional como al crecimiento del negocio en el competitivo entorno digital.

Cargo/ocupaciones/denominación

Cargo
Auxiliares administrativos
Auxiliares de admisiones
Auxiliares de documentación
Auxiliares de fotocopiado en oficina
Auxiliares de radicación
Oficinistas
Oficinista general
Auxiliares de gestión del riesgo de desastre
Auxiliares de oficina
Oficinista
Radicador de documentos
Auxiliar de actas (O&G) (Res.2616/2016)

Funciones

Función
Recepcionar y registrar solicitudes y comunicaciones de la unidad administrativa
Tramitar solicitudes y comunicaciones de la unidad administrativa
Brindar atención a clientes internos y externos de la organización de manera presencial y a través de medios tecnológicos
Promover portafolio de productos y servicios

Productos

Producto

Conocimientos

Conocimiento
Manejo de TIC

Habilidades

Habilidad

Actitudes

Actitud

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional
MEDIO
OPERATIVO

Justificación beneficiarios de los niveles ocupacionales

Se incluye el nivel operativo como beneficiario de esta acción de formación porque este nivel se involucra directamente en la interacción cotidiana con los clientes a través de canales digitales y siendo responsable de ejecutar las estrategias de servicio al cliente y ventas en la empresa. De esta manera, la acción de formación les permitirá mejorar su desempeño especialmente relacionado con la optimización de la experiencia del cliente en el entorno digital. Adquirirán habilidades en el uso de herramientas digitales para la gestión de relaciones con clientes, lo que es esencial para mejorar la retención y la satisfacción del cliente.

Se incluye el nivel medio como beneficiario de esta acción de formación porque este nivel se involucra directamente en la supervisión y gestión de equipos de ventas y servicio al cliente, y siendo responsable de diseñar e implementar las estrategias que estos equipos llevarán a cabo. La formación les permitirá mejorar su capacidad para liderar la transformación digital en sus áreas, comprendiendo cómo implementar tecnologías y estrategias digitales que potencien la adquisición y fidelización de clientes. Esto incluye la interpretación de análisis de datos para la toma de decisiones estratégicas y la mejora continua de la experiencia del cliente.

La inclusión de los niveles operativo y medio permitirá a las empresas abordar desde distintas perspectivas la problemática a resolver con esta acción de formación. Al capacitar tanto a quienes tienen un contacto directo con el cliente como a quienes lideran y toman decisiones estratégicas, se garantiza una implementación efectiva de las herramientas y estrategias digitales aprendidas, desde la conceptualización hasta la ejecución. Esto creará una cultura más unificada en torno a la mejora de la gestión del cliente en el mundo digital, vital para adaptarse a las demandas del mercado actual y mejorar la competitividad de la empresa.

Número de empresas mipymes a beneficiar

97

Número de trabajadores a beneficiar de empresas mipymes

292

Justificación empresas y trabajadores de mipymes a beneficiar

De acuerdo con las estadísticas de AHK Colombia, el 72% de sus empresas afiliadas y cadena productiva pertenecen al tamaño empresarial de MIPYME, por esta razón, para el gremio es de gran importancia que los trabajadores de empresas MIPYME resulten beneficiados con esta acción de formación, ya que la capacitación es crucial para el crecimiento, la competitividad y la sostenibilidad de dichas empresas. Les permite adaptarse a un entorno empresarial en constante cambio, innovar, mejorar la productividad y desarrollar el talento interno, todo lo cual contribuye a su éxito a largo plazo. Es así como esta acción de formación aportará a este proceso de fortalecimiento y crecimiento preparándolos para diseñar e implementar de estrategias digitales enfocadas en el cliente, para optimizar la adquisición, retención y fidelización, mejorando la experiencia de usuario en entornos digitales.

Número de empresas de su cadena productiva a beneficiar

101

Número de trabajadores a beneficiar de empresas de su cadena productiva

304

Justificación empresas y beneficiarios de la cadena productiva a beneficiar

La acción formativa beneficiará a trabajadores y a empresas de la cadena productiva para favorecer el desarrollo productivo y competitividad de todos los eslabones de la cadena de valor del sector al que pertenezca cada afiliado, debido a que dentro del objeto social de la CÁMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO COLOMBO ALEMANA está el fomento y desarrollo de las relaciones comerciales, industriales, económicas y culturales entre la República de Colombia y la República Federal de Alemania, para lo cual brinda apoyo a sus afiliados y no afiliados.
Una cadena productiva es un sistema constituido por un conjunto de actores internos y externos al entorno de la empresa, que comprende todas las etapas de la cadena de valor, relacionadas entre sí por una sucesión de operaciones de producción, transformación y comercialización de productos y/o servicios en un entorno determinado, que implica relaciones con productores, proveedores, clientes, distribuidores, entre otros, permitiendo sinergias que facilitan la creación de ventajas competitivas, razón por la cual brindar espacios de formación de calidad a dichas empresas, lejos de verse como acciones independientes, se verá como una herramienta que contribuirá en la generación de valor, y el fortalecimiento mutuo. Es así como al fortalecer una cadena se refiere a establecer medios a lo largo de una organización y de la cadena productiva que permitan que una organización sea más rentable y competitiva.

otros datos

Número de trabajadores en condición de discapacidad	0	**Número de trabajadores mujeres**	228
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

Transversal

Sub-sector(es) a beneficiar con la AF

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 AHK Colombia al tener un carácter multisectorial y binacional, tiene un papel importante en todos los sectores de la economía colombiana. Es así como sus empresas afiliadas y las empresas de su cadena productiva se encuentran agrupadas en los siguientes sectores: 48 % servicios, 16 % sector industrial, 7% sector comercio, 6% sector tecnología, 6% sector salud, 6% sector infraestructura, 6% sector solidario, 4% sector energía, 1% sector agrícola. Es así como sus empresas afiliadas desarrollan actividades productivas en distintos sectores y subsectores de la economía. Por esta razón esta acción de formación beneficia a trabajadores de sectores transversales y subsectores transversales con la temática "La Gestión del cliente en el mundo Digital", la cual es fundamental para el fortalecimiento empresarial de todas las empresas, sin importar el sector.

UNIDADES TEMÁTICAS

ID 8731

UT N° 1

AF N° 3

ACCIÓN DE FORMACIÓN Gestión del cliente en el mundo Digital

UNIDAD TEMÁTICA N° 1

UNIDAD TEMÁTICA Introducción a la gestión del cliente en el mundo digital

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	2	**N° total de horas teóricas virtuales**	2
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	- Evolución del comportamiento del cliente y su impacto en las estrategias digitales. - Conceptos clave de la gestión del cliente en el ámbito digital. - Importancia de la digitalización en la captación y retención de clientes. - Visión general de las herramientas digitales para la gestión de clientes.
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de: analizar las tendencias digitales y comprender su impacto en la gestión del cliente, utilizando conceptos clave de digitalización y herramientas tecnológicas en el contexto de la mejora de la competitividad empresarial; estando alineada con la competencia "260102029 Tramitar requerimientos del usuario de acuerdo con procedimiento técnico y protocolo de servicio" ya que los protocolos de servicio incorporan los conceptos de digitalización.
Actividades de Aprendizaje	Torbellino de ideas sobre los retos actuales en la gestión de clientes digitales. Análisis grupal de estudios de caso sobre transformación digital exitosa en la gestión del cliente. Creación de mapas mentales que relacionen la digitalización con la experiencia del cliente. Foro asincrónico sobre las herramientas digitales emergentes en la gestión del cliente.

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	16	0

ID 8732

UT N° 2

AF N° 3

ACCIÓN DE FORMACIÓN Gestión del cliente en el mundo Digital

UNIDAD TEMÁTICA N° 2

UNIDAD TEMÁTICA Estrategias de adquisición de clientes en canales digitales

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	4	**N° total de horas teóricas virtuales**	4
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	- Principios del SEO y SEM para la captación de nuevos clientes. - Uso efectivo de las redes sociales y el marketing de contenido para atraer clientes. - Estrategias para la conversión de visitantes en clientes. - Medición y análisis de la eficacia de las campañas digitales.
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de: diseñar y ejecutar estrategias efectivas de adquisición de clientes en canales digitales, aplicando principios de SEO, SEM y marketing de contenido para incrementar la visibilidad y atracción de nuevos clientes en un mercado competitivo, estando alineado con la competencia de "210601020 Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa", que contempla los medios tecnológicos en la relación con clientes.
Actividades de Aprendizaje	Diseño y simulación de una campaña de marketing digital utilizando principios de SEO y SEM. Taller asincrónico de creación de contenido para redes sociales enfocado en captar la atención de nuevos clientes. Role play en el diseño de una estrategia multicanal para la adquisición de clientes. Análisis de métricas de una campaña digital existente para identificar áreas de mejora. Discusiones grupales sobre el impacto de diferentes estrategias de adquisición digital.

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	32	0

ID 8733

UT N° 3

AF N° 3

ACCIÓN DE FORMACIÓN Gestión del cliente en el mundo Digital

UNIDAD TEMÁTICA N° 3

UNIDAD TEMÁTICA Mejora de la experiencia del usuario y diseño de interacciones

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	4	**N° total de horas teóricas virtuales**	4
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	- Fundamentos del diseño de experiencia del usuario (UX) para sitios web y aplicaciones móviles. - Personalización de la experiencia del cliente basada en el análisis de datos. - Estrategias para aumentar la interacción y participación del cliente en plataformas digitales. -Herramientas y prácticas para el monitoreo de la satisfacción del cliente.
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de: crear interfaces digitales centradas en el usuario, implementando prácticas de diseño UX y personalización basadas en datos, para optimizar la experiencia de usuario en plataformas digitales, alineándose con la competencia de "210601020 Atender clientes de acuerdo con procedimiento de servicio y normativa" que contempla el uso de medios tecnológicos en la relación con clientes.
Actividades de Aprendizaje	Trabajo colaborativo de diseño UX aplicado a un sitio web o aplicación móvil. Juego de roles en la personalización de la experiencia de usuario. Crítica grupal de experiencias de usuario en sitios web conocidos. Sesiones de brainstorming sobre innovación en diseño de interacciones.

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	32	0

ID 8734

UT N° 5

AF N° 3

ACCIÓN DE FORMACIÓN Gestión del cliente en el mundo Digital

UNIDAD TEMÁTICA N° 5

UNIDAD TEMÁTICA Análisis de datos para la toma de decisiones

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	4	**N° total de horas teóricas virtuales**	4
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	- Herramientas y técnicas avanzadas para la recopilación y análisis de datos de clientes. - Interpretación de métricas digitales para la optimización de estrategias de gestión de clientes. - Uso de insights del cliente para la innovación en productos/servicios. - Aplicación de análisis predictivo en la toma de decisiones estratégicas.
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de: interpretar datos de clientes para la toma de decisiones estratégicas, empleando herramientas de análisis y métricas digitales para mejorar la gestión del cliente y la planificación de acciones en el entorno empresarial; alineándose con la competencia de "260101034 Monitorear al cliente de acuerdo con metodologías de evaluación y seguimiento", porque implican la recopilación, análisis y aplicación de datos de clientes para mejorar la gestión del cliente y la planificación de acciones en el entorno empresarial.
Actividades de Aprendizaje	Taller asincrónico de análisis de datos y métricas digitales usando herramientas específicas. Ejercicio práctico de interpretación de datos para una decisión estratégica. Creación de dashboards para el monitoreo del comportamiento del cliente. Estudio de caso sobre el uso de análisis predictivo en marketing. Discusión grupal sobre la ética en el análisis de datos del cliente.

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	32	0

ID 8735

UT N° 6

AF N° 3

ACCIÓN DE FORMACIÓN Gestión del cliente en el mundo Digital

UNIDAD TEMÁTICA N° 6

UNIDAD TEMÁTICA Uso, control y monitoreo de la tecnología

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	2	**N° total de horas teóricas virtuales**	2
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	-Uso, control y monitoreo de la tecnología en la gestión de clientes. - Selección de herramientas tecnológicas para el seguimiento y análisis del comportamiento del cliente. - Implementación de sistemas de gestión de información del cliente. - Estrategias para asegurar la privacidad y seguridad de los datos del cliente. - Prácticas de control y monitoreo para la mejora continua en la gestión del cliente.
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de: implementar y monitorear sistemas tecnológicos para la gestión eficaz del cliente, aplicando protocolos de seguridad y privacidad para asegurar la protección de datos en todas las interacciones digitales con los clientes, alineándose con la competencia de "260101034 Monitorear al cliente de acuerdo con metodologías de evaluación y seguimiento" al centrarse en la implementación de herramientas y procesos que permitan un monitoreo efectivo, seguro y ético de las interacciones digitales con los clientes.
Actividades de Aprendizaje	Taller sobre la selección e implementación de tecnologías para la gestión del cliente. Ejercicio de mapeo de procesos para el monitoreo de interacciones con el cliente. Simulación de medidas de control y seguridad de la información del cliente. Creación de protocolos para la verificación y seguimiento de la tecnología. Discusión de casos reales sobre crisis de gestión del cliente y cómo la tecnología ayudó a resolverlos.

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	16	0

ID 8749

UT N° 4

AF N° 3

ACCIÓN DE FORMACIÓN Gestión del cliente en el mundo Digital

UNIDAD TEMÁTICA N° 4

UNIDAD TEMÁTICA Fidelización y retención de clientes en el entorno digital

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	4	**N° total de horas teóricas virtuales**	4
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	- Desarrollo de programas de lealtad digital efectivos. - Implementación de CRM digital para una gestión efectiva de relaciones con el cliente. -Técnicas de engagement digital para aumentar la retención de clientes. - Casos de estudio sobre estrategias exitosas de fidelización de clientes.

Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de: desarrollar programas de lealtad y estrategias de retención digital, utilizando sistemas de CRM y análisis de datos para fortalecer la relación con el cliente y aumentar la lealtad y retención en el contexto de la economía digital; alineándose con la competencia de "260101034 Monitorear al cliente de acuerdo con metodologías de evaluación y seguimiento" ya que el monitoreo permite una evaluación continua, un seguimiento personalizado, el diseño de programas de lealtad efectivos, la identificación de puntos de contacto clave y el análisis de métricas de rendimiento para mejorar la relación con el cliente y aumentar la lealtad y retención en el contexto de la economía digital.
Actividades de Aprendizaje	Diseño de un programa de lealtad digital. Ejercicios de role play en la gestión de CRM para la fidelización de clientes. Análisis de datos para identificar patrones de comportamiento del cliente que fomenten la retención. Desarrollo de un plan de comunicaciones digitales para incrementar el engagement del cliente. Foro asincrónico sobre estrategias efectivas de fidelización online.

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	32	0

Proveedor de la formación - persona jurídica

La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto es Adalid Inmark Colombia SAS, cuya actividad principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559(otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560(actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área, cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social. ADALID INMARK COLOMBIA SAS, hace parte del Grupo Empresarial ASPASIA, y cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz con una trayectoria de 20 años en España y Chile; conformada por sus entidades adscritas ADALID SC, Instituto Europa y la escuela de negocios Europea Talento & Innovación, del cual forma parte, quienes en su conjunto aportan el diseño curricular de las acciones de formación, sus expertos internacionales, material didáctico y formativo. ADALID INMARK COLOMBIA acredita nueve (9) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. Adicionalmente cuenta con nueve (9) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados), a entidades públicas o privadas.

Material de formación

Se garantizará la puesta a disposición de los beneficiarios los recursos educativos digitales en el aula virtual, destinada para la realización de este evento de formación. El material, de producción reciente (MENOR A 2 AÑOS), reunirá los medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan las actividades de enseñanza-aprendizaje en la modalidad virtual. Guardará coherencia con los objetivos de la formación, perfil de los beneficiarios y estará metodológicamente estructurado de modo que facilite la transferencia de conocimiento. Los contenidos incluidos en el aula virtual corresponden directamente con cada una de las seis unidades temáticas y se presenta de manera coherente con el contenido:

UNIDAD TEMÁTICA 1. Introducción a la gestión del cliente en el mundo digital
UNIDAD TEMÁTICA 2. Estrategias de adquisición de clientes en canales digitales
UNIDAD TEMÁTICA 3. Mejora de la experiencia del usuario y diseño de interacciones
UNIDAD TEMÁTICA 4. Fidelización y retención de clientes en el entorno digital
UNIDAD TEMÁTICA 5. Análisis de datos para la toma de decisiones
UNIDAD TEMÁTICA 6. Uso, control y monitoreo de la tecnología

Los participantes encontrarán debidamente identificadas las unidades y cada uno de sus contenidos pudiendo así adquirir la base teórica para el desarrollo de las actividades prácticas propuestas y que incluyen: autoevaluaciones, ejercicios de relación de conceptos, ejercicios multimedia, entre otros. Incluye textos descriptivos, teniendo en cuenta que la formación tiene una duración de 40 horas. Se incluirá como mínimo 2 infografías ya sea informativas o didácticas, 4 actividades interactivas desarrolladas por medio de paquetes interactivos y audiovisuales, que pondrán a prueba el conocimiento adquirido en cada unidad temática por parte de cada uno de los beneficiarios, como mínimo 4 recursos audiovisuales, en los cuales el experto desarrollará temas claves de la unidad temática que corresponda y/o contextualización que se pueda aplicar según lo evidenciado en el transcurso del curso. A su vez se contará con un paquete Scorm como herramienta para el aprendizaje del participante en donde podrá encontrar el contenido que relaciona todos los temas propuestos en la formación

APLICACIONES MULTIMEDIA INTERACTIVAS: Nuestra plataforma de formación se enriquece con la inclusión de aplicaciones multimedia interactivas. La experiencia formativa se enriquece con la utilización de aplicaciones multimedia interactivas, software que incorpora contenidos tales como imágenes, vídeo, animaciones y sonido y que además proporciona medios para interactuar fácilmente con el usuario, destinadas a facilitar un aprendizaje profundo y dinámico.

El material cumplirá con la normativa vigente en cuanto a propiedad intelectual y con todas las características relacionadas en el Anexo 15. GUÍA DE RECURSOS DIDÁCTICOS EN EL PROGRAMA DE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA DEL SENA.

Se certificará la entrega y uso del material de formación descrito.

Gestión del Conocimiento

Ítem Gestion Conocimiento

Infografía (Póster)

Alineación de la acción de formación

Alineación

PND - Crecimiento empresarial

PND - Convergencia regional

PND - Uso y apropiación de tecnologías digitales

Justificación de la Alineación

La presente acción formativa y sus contenidos se encuentran alineados con los componentes del Plan Nacional de Desarrollo "Colombia potencia mundial de la vida 2022 – 2026", específicamente: "Crecimiento empresarial", "Convergencia regional" y "Uso de apropiación de tecnologías digitales".

Estos componentes fomentan un entorno propicio para el desarrollo de las empresas y establecen medidas para fortalecer la competitividad del sector empresarial colombiano, fomentando la innovación, la productividad y el crecimiento empresarial.

En cuanto a la convergencia regional, en el Plan Nacional de Desarrollo, así como la AF, buscan reducir las disparidades económicas y sociales entre las diferentes regiones del país, promoviendo un desarrollo más equitativo y sostenible de la sociedad y se establecen acciones para impulsar el crecimiento económico y empresarial en las regiones menos desarrolladas, lo anterior teniendo en cuenta la cobertura geográfica nacional de la AF, llegando a departamentos y municipios de Bajo Índice de Competitividad.

y por último, pero no menos importante, el componente relacionado con el uso y aprovechamiento de las tecnologías digitales, que es un componente transversal del Plan Nacional de Desarrollo "Colombia Potencia Mundial de la Vida 2022-2026", y busca aprovechar el potencial de la revolución digital para impulsar el desarrollo económico, social y tecnológico del país.

Es así como la presente acción formativa se orienta al cumplimiento de dichos componentes por medio del fortalecimiento de competencias de los participantes para diseñar e implementar de estrategias digitales enfocadas en el cliente, para optimizar la adquisición, retención y fidelización, mejorando la experiencia de usuario en entornos digitales.

Acción de formación especializada

Esta es una acción de formación especializada porque es un proceso de formación teórico-práctico que desarrolla el concepto de aprendizaje durante toda la vida, dirigido a mejorar las competencias laborales, actualizar y profundizar conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas de los trabajadores en los niveles establecidos en esta acción de formación, permitiendo su aplicación en el contexto laboral inmediato, armonizando el mejoramiento del perfil laboral con la necesidad de aumentar la productividad y competitividad empresarial. Lo anterior, gracias al fortalecimiento de competencias para diseñar e implementar de estrategias digitales enfocadas en el cliente, para optimizar la adquisición, retención y fidelización, mejorando la experiencia de usuario en entornos digitales.

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

Durante el desarrollo de la acción formativa los capacitadores verificarán el avance de lo que el trabajador aprendió y aplicará en su puesto de trabajo, a partir del momento de finalizar la acción de formación, mediante observaciones y calificaciones que consignarán en la matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Cada resultado se alinea con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del beneficiario. Los resultados definidos como parámetro de referencia del proceso de formación son:

Resultado 1. La selección de la información está de acuerdo con procedimiento técnico.
Resultado 2. La priorización del requerimiento está acorde con protocolo de servicio.
Resultado 3. El escalamiento del requerimiento cumple con protocolo de servicio.
Resultado 4. La priorización de acciones está acorde tipo de requerimiento y protocolo de servicio
Resultado 5. El accionamiento de dispositivos está acorde con procedimiento técnico.

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

Los dos principales resultados puntuales de impacto de la formación en la PRODUCTIVIDAD y que están directamente con esta acción de formación son:

a) Incremento de la eficiencia en la gestión de las relaciones con el cliente: Los trabajadores aplicarán habilidades digitales avanzadas y técnicas de análisis de datos para anticipar y satisfacer las necesidades de los clientes de manera proactiva, reduciendo el tiempo de respuesta y elevando la calidad del servicio. Esto permitirá a la empresa gestionar un mayor volumen de interacciones con los clientes sin sacrificar la calidad, mejorando así las tasas de satisfacción y lealtad del cliente.

b) Optimización del uso de recursos en campañas de marketing digital: La formación permitirá a los trabajadores desarrollar y ejecutar campañas más dirigidas y efectivas, empleando análisis de datos para identificar y capturar segmentos de mercado con mayor precisión. Esto redundará en una mejor asignación de presupuestos de marketing, incrementando el ROI (retorno de la inversión) de las campañas y reduciendo los costes por adquisición de nuevos clientes.

Los dos principales resultados puntuales de impacto de la formación en la COMPETITIVIDAD ORGANIZACIONAL y que están directamente con esta acción de formación son:

a) Mejora en la diferenciación frente a competidores: La implementación de estrategias digitales innovadoras para la gestión del cliente permitirá a la empresa destacarse frente a su competencia, ofreciendo experiencias de cliente superiores y personalizadas. Al enfocarse en la satisfacción y fidelización del cliente, la empresa no solo retendrá a sus clientes actuales sino que también atraerá nuevos clientes a través de recomendaciones positivas, mejorando su posición en el mercado.

b) Capacidad para adaptarse rápidamente a cambios en el mercado: Los trabajadores adquirirán competencias para entender y utilizar herramientas digitales avanzadas, lo cual permite a la empresa responder rápidamente a las tendencias emergentes y las demandas cambiantes de los consumidores. Esta agilidad en la adaptación a los cambios del mercado es crucial para mantener la competitividad en entornos de rápida evolución, asegurando la relevancia y el crecimiento sostenido de la empresa.

Los resultados de productividad y competitividad empresarial están alineados con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del beneficiario propuestos, asegurando que la inversión en la formación de los trabajadores se traduzca en beneficios tangibles tanto para los empleados como para la organización en su conjunto, mejorando su posición en el mercado y asegurando su sostenibilidad a largo plazo.

Indicadores de Impacto

Indicador - Mejoramiento en la empleabilidad	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores con incremento salarial despues de recibir la formación	20
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	400
Meta %	% 5,00
Indicador - Retención de trabajadores	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que continuan en sus empresas luego de recibir la formación	360
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	400
Meta %	% 90,00
Indicador - Movilidad laboral	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que cambian sus condiciones laborales luego de recibir la formación	20
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	400
Meta %	% 5,00
Indicador - Empresas beneficiarias	**Valor Indicador - Meta**
Número de empresas beneficiarias de de la acción de formación	135
Número de empresas de el(los) sector(es) que representa	248

Meta %	% 54,44
Indicador - Trabajadores beneficiarios	**Valor Indicador - Meta**
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	400
Número total de trabajadores de la(s) empresa(s) que representa la empresa/ gremio	20000
Meta %	% 2,00

Justificación lugar de ejecución

La AHK Colombia tal y como consta en sus estatutos, desarrolla sus actividades de apoyo comercial y de transferencia del conocimiento en el ámbito nacional, y por su carácter gremial multisectorial, cuenta con afiliados y empresas pertenecientes a la cadena productiva de sus empresas afiliadas, y con aliados a nivel nacional que incluyen Cámaras de Comercio locales, entidades territoriales, asociaciones, entre otros. Con los que trabaja aunando esfuerzos para lograr un propósito común generalmente enfocado en el fortalecimiento empresarial, razón por la cual desarrolla gestión en todo el territorio nacional. La relación de los beneficiarios con los lugares de ejecución planteados, obedece y se justifica en que son trabajadores de empresas afiliadas y de empresas pertenecientes a la cadena productiva de la AHK Colombia, que tienen sus sedes en las ciudades mencionadas y en las cuales se priorizó la necesidad de formación propuesta, así como colaboradores de aliados estratégicos que hacen parte de la red multisectorial que el gremio ha establecido en distintas regiones geográficas en virtud de su objeto social y objetivos misionales, que incluyen, para el caso, los departamentos incorporados en esta acción de formación.

Lugar de ejecución

Departamento	*N° Beneficiarios*
CASANARE	25
HUILA	25
META	25
ANTIOQUIA	50
BOGOTÁ D.C	50
SANTANDER	25
CALDAS	25
VALLE DEL CAUCA	50
ATLÁNTICO	50
CUNDINAMARCA	25
MAGDALENA	25
BOLÍVAR	25

Presupuesto de la AF

Rubro	*Descripción*	*Cofinanciación SENA*	*%*	*Contrapartida especie*	*%*	*Contrapartida dinero*	*%*	*Valor total*
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	Gastos de Operación del Proyecto 10%	$ 42.274.000	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 42.274.000
R08.2 Formación Virtual - Curso 40 horas	Formación Virtual - Curso 40 horas	$ 306.480.000	% 74,33	$ 0	% 0,00	$ 105.868.000	% 25,67	$ 412.348.000
R10.3 Garantías	Garantías	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 860.200	% 100,00	$ 860.200

Rubro	Descripción	Cofinanciación SENA	%	Contrapartida especie	%	Contrapartida dinero	%	Valor total
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	80	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 9.532.800	% 100,00	$ 9.532.800

	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida en Especie	% Especie	Contrapartida en Dinero	% Dinero	COSTO TOTAL AF
COSTO TOTAL DE LA AF	$ 348.754.000	% 75,00	$ 0	% 0,00	$ 116.261.000	% 25,00	$ 465.015.000

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	% 020 80	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 9.532.800	% 100,00	$ 9.532.800

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%	$ 42.274.000	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 42.274.000

Presupuesto Garantías

Rubro	Cofinanciación SENA	Porcentaje Cofinanciación	Contrapartida Especie	Porcentaje Especie	Contrapartida Dinero	Porcentaje Dinero	Valor Total
R10.3 Garantías	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 860.200	% 100,00	$ 860.200

AF N° : 4

ACCIÓN DE FORMACIÓN : Optimización de procesos y de negocios, mediante tecnologías avanzadas

Volver al Listado de AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1363#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

Uso e integración de las tecnologías avanzadas en las empresas, con el objetivo de modernizar y mejorar la eficiencia en los procesos organizacionales mediante la automatización, la conectividad y el análisis de datos. Todo en pro de la mejora de la productividad y la competitividad empresarial. En ese sentido el resultado de la encuesta encontró que las temáticas "Industria 4.0, Iot y RPA y robótica inteligente: solucionar desafíos relacionados con la automatización de procesos industriales" y de "negocios mediante tecnologías avanzadas" obtuvieron una puntuación promedio de 4/5 y el 40% de los participantes los valoraron de mayor interés. A esta necesidad se le dará respuesta parcial por medio de la acción de formación propuesta.

Herramientas utilizadas para obtener la necesidad

Herramienta Utilizada	Muestra Poblacional
Encuesta	16
Encuesta	238
Entrevista	2

Fecha de diagnóstico

21/12/2023

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

La Cámara de Industria y Comercio colombo alemana -AHK diseñó y aplicó una herramienta integral de recolección de información para el diagnóstico de necesidades de formación con el objetivo de identificar aquellas necesidades puntuales de formación y capacitación de las empresas afiliadas de AHK Colombia, y de las empresas y trabajadores de su cadena productiva. Lo anterior, para diseñar acciones de formación del PFCE 2024 ajustadas a dichas necesidades. A continuación se describe la herramienta:

La Herramienta integral de recolección de información para diagnóstico de necesidades, se conformó así:

PARTE 1. ENCUESTA DE DETECCIÓN DE NECESIDADES AFILIADOS PFCE

1. Datos básicos, como: Nombres, apellidos, cargo, empresa, teléfono de contacto, correo electrónico, ciudad, departamento.

2. Necesidades por área funcional: En este segmento, los participantes debían determinar el grado de relevancia (Siendo 1-Menos relevante y 5-Más relevante), de los 7 desafíos relacionados por áreas para impactar, las cuales fueron:
- Área de Dirección/Estrategia: Data Driven Management: Utilizar datos para tomar decisiones estratégicas más informadas y eficaces. Smart Companies: Transformar la empresa en una organización más ágil y eficiente en la ejecución de estrategias. Sustentabilidad: Abordar los desafíos ambientales y sociales para garantizar la viabilidad a largo plazo de la empresa.
- Área de Marketing: Utilizar herramientas de automatización y segmentación de clientes para optimizar las operaciones de marketing. Utilizar las redes sociales para marketing de manera estratégica. Adaptarse a las regulaciones de privacidad y asegurar una gestión adecuada de los datos del cliente. Aplicar realidad virtual, realidad aumentada y realidad mixta para crear experiencias únicas que agreguen valor al cliente. Mejorar la experiencia del usuario y enfocarse en la fidelización del cliente para aumentar la retención y la satisfacción. Atraer y retener clientes de manera efectiva.
- Área de Ventas: Transformación digital del proceso de ventas. Automatización de datos para control del ciclo de ventas. Definición de cuadro de mando del proceso de ventas. Fortalecimiento de equipos comerciales de alto rendimiento. Diseño e implementación de planes comerciales altamente efectivos.
- Área de Producción y Operaciones: Gestión más flexible y adaptativa de proyectos y operaciones. Reducir el desperdicio y mejorar la eficiencia en los procesos operativos. Generar procesos de economía circular. Aumentar la agilidad y la eficiencia en la cadena de suministro y la producción. Aumentar la eficiencia, reducir errores y acelerar la producción. Automatización procesos mediante IA (Inteligencia artificial)
- Área Financiera: Financiación alternativa, búsqueda de nuevas fuentes de financiación, la economía colaborativa. Viabilizar la internacionalización de la empresa desde la perspectiva financiera. Transmitir la información relevante a las diferentes áreas de la organización. Transformación digital de procesos financieros, administrativos y contables en la empresa. Gestión integral de riesgos y seguridad informática.
- Área de Recursos Humanos (RRHH): Gestión inclusiva en las organizaciones. Abordar la gestión de equipos en entornos de trabajo que combinan la presencia física y el trabajo remoto, garantizando la eficiencia y la colaboración. Feedback 360: Implementar un proceso de retroalimentación integral que promueva el crecimiento y el desarrollo de los empleados, así como la mejora del rendimiento. Herramientas y estrategias para mejorar la productividad laboral. Diseñar planes de formación efectivos. Reclutamiento inteligente: Mejorar el proceso de selección de talento.
- Área de Tecnología: Competencias digitales: Abordar la brecha de habilidades digitales y fomentar la adaptación a un entorno tecnológico en constante cambio. Blockchain: Resolver problemas de transparencia y trazabilidad en la cadena de suministro y la gestión de datos a través de la tecnología blockchain. Herramientas para áreas funcionales de la empresa: Resolver problemas específicos en diferentes áreas funcionales, aprovechando herramientas tecnológicas especializadas. Industria 4.0, IoT, RPA y Robótica Inteligente: Solucionar desafíos relacionados con la automatización y la optimización de procesos industriales y de negocios mediante tecnologías avanzadas. Ciberseguridad: Abordar la protección de datos y sistemas contra amenazas cibernéticas para garantizar la integridad y la confidencialidad de la información.

2. Áreas en función de los intereses estratégicos: los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 10 necesidades relacionadas: Economía campesina, asociatividad y cooperativismo. Gestión ambiental, biodiversidad, economía circular. Educación, diversidad cultural, enfoque de género y seguridad alimentaria. Salud, cuidado, servicios y medicamentos. Transición energética y energías alternativas. Servicios TIC y apropiación digital. Crecimiento empresarial, logística e infraestructura. Desarrollo agroindustrial. Turismo, arte y deporte. Servicios tecnológicos para industria militar

3. Necesidades en función de las Habilidades transversales: los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 10 temáticas relacionadas: Aprendizaje activo y estrategias de aprendizaje, Creatividad, originalidad e iniciativa, Liderazgo e influencia social, Resiliencia, tolerancia al estrés y flexibilidad, Resolución de problemas complejos, Pensamiento y análisis crítico, Uso, control y monitoreo de la tecnología, Diseño y programación de tecnología, Razonamiento, solución de problemas y generación de ideas, Pensamiento analítico e innovación.

4. Otras áreas para impactar y otras Habilidades transversales: cada uno de los participantes de la encuesta podría incluir temáticas puntuales en cada uno de los segmentos.

5. Preferencia en modelo de aprendizaje: Se preguntó el grado de interés en las opciones de modelo de Bootcamp, mejorando tu proceso y puesto de trabajo real.

6. Metodología de recolección de datos: La Encuesta de detección de necesidades diseñada en Google Forms fue enviada a la base de afiliados de proyectos formativos previos de AHK Colombia, por medio de correo electrónico. Cada uno de los participantes debía diligenciar cada uno de los campos allí requeridos. Esta información fue consolidada en una hoja de Excel, la cual se tabuló y analizó.

PARTE 2. ENCUESTA DE DETECCIÓN DE NECESIDADES PARA participantes
Formato: Google Forms.

1. Datos básicos: Nombres, apellidos, cargo, empresa, teléfono de contacto, correo electrónico, ciudad, departamento.
2. La encuesta se centró en las áreas prioritarias de formación continua o necesidades de formación: en esta parte de la encuesta, los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-

Mayor interés), de las 11 áreas relacionadas:
- Estrategias innovadoras de ciberseguridad en el ámbito empresarial
- Venta consultiva, potenciado equipos comerciales de alto impacto en el sector TI
- Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva
- Data Thinking para el desarrollo empresarial
- Productividad en las ventas: técnicas de programación neurolingüística aplicadas
- Intraemprendimiento en empresas innovadoras: emprendimiento corporativo para crear nuevos productos y servicios
- Customer Relationship Management y gestión de eventos
- Marketing de Influencia para empresarios
- Inteligencia emocional para la competitividad empresarial
- Gestión de clientes en el mundo digital
- Inteligencia artificial para impulsar la estrategia de negocio

3- Pregunta abierta: Otras áreas y temas de interés para la formación continua: Cada uno de los participantes de la encuesta podría incluir temáticas puntuales, según su necesidad o la de su empresa.
4. Preferencia en la modalidad de formación: Se preguntó el grado de interés en las opciones de modalidad de Presencial, Videoconferencia (sincrónica) y Virtual (asincrónica).
5. Preferencias en la franja horaria: Aquí se dieron diferentes opciones de franja horaria, en cuanto a días y horas.
6. Metodología de recolección de datos: La Encuesta de detección de necesidades diseñada en Google Forms fue enviada a la base de participantes de proyectos formativos previos de AHK Colombia, por medio de campaña de mailing y mensajes de WhatsApp. Cada uno de los participantes debía diligenciar cada uno de los campos allí requeridos, y dar envío al formulario. Esta información fue consolidada en una hoja de Excel, la cual se tabuló y analizó.

PARTE 3. ENTREVISTAS A AFILIADOS

Se conto con la participación de 7 empresas afiliadas para el desarrollo de reuniones, con el firme objetivo de identificar sus necesidades de formación y que a la mismas se les diera respuesta parcial por medio de las acciones formativas a desarrollar. En estas reuniones se logro identificar necesidades puntuales y posibles temáticas para el desarrollo de las AFs, las cuales se presentan en los resultados.

Resumen de resultados principales del diagnóstico de necesidades de formación

La detección de las necesidades de formación a través de las herramientas de participantes y afiliados reveló áreas prioritarias que buscan atención mediante las acciones de formación del PFCE 2024. Gracias a los datos cualitativos y cuantitativos fue posible identificar aquellas necesidades relevantes, las cuales se relacionan a continuación:

Encuesta de participantes:
Encabezando la lista de necesidades se encuentra "Inteligencia Artificial para impulsar la estrategia de negocio", con un promedio de 4,18/5 y un porcentaje de mayor interés del 57,14% de participantes interesados, destacando la necesidad de optimizar procesos, anticipar tendencias y tomar decisiones informadas, impulsando la eficiencia y la competitividad empresarial. En segundo lugar, la "Gestión de clientes en el mundo digital" se posiciona con un promedio de 4,06/5 y un 52,10% de mayor interés, reflejando la importancia de implementar estrategias y herramientas digitales para fortalecer relaciones y maximizar la satisfacción del cliente en entornos online. La "Inteligencia emocional para la competitividad empresarial" ocupa el tercer puesto, con un promedio de 4,08/5 y un 51,68% de mayor interés, esta temática resalta la importancia de habilidades emocionales en el ámbito empresarial para potenciar la competitividad. En cuanto a "Marketing de Influencia para empresarios", obtiene un promedio de 3,95/5 y un 50,84% de mayor interés, indicando la creciente relevancia del marketing de influencia en la estrategia empresarial. El “Intraemprendimiento en empresas innovadoras", con un promedio de 3,91/5 y un 44,96% de interés se ubica en quinto lugar, destaca la importancia de fomentar el espíritu emprendedor dentro de las empresas para la creación de nuevos productos y servicios. En el sexto lugar, "Customer Relationship Management y gestión de eventos" logra un promedio de 3,88/5 y un 44,96% de interés, resaltando la necesidad de gestionar de manera efectiva las relaciones con los clientes y eventos empresariales. La "Productividad en las ventas: técnicas de programación neurolingüística aplicadas" obtiene un promedio de 3,92/5 y un séptimo puesto con un 43,28% de mayor interés, subrayando la relevancia de técnicas específicas para mejorar la eficiencia en el proceso de ventas. "Data Thinking para el desarrollo empresarial" se sitúa en el octavo lugar, con un promedio de 3,84/5 y un 40,34% de mayor interés, indicando la importancia de la aplicación estratégica de datos en el desarrollo empresarial para estimular la innovación y potenciar el crecimiento de la empresa. Por otra parte, la "Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva" ocupa el noveno puesto, con un promedio de 3,8/5 y un 38,24% de interés, subrayando la creciente importancia de la sostenibilidad en la estrategia empresarial y como una apuesta diferenciadora que atrae a consumidores conscientes y fortalece la posición competitiva en el mercado. En décimo lugar, "Venta consultiva, potenciando equipos comerciales de alto impacto en el sector TI", con un promedio de 3,59/5 y un 34,03% de mayor interés, resalta la necesidad de estrategias de venta consultiva en el sector de Tecnologías de la Información. Finalmente, "Estrategias innovadoras de ciberseguridad en el ámbito empresarial", con un promedio de 3,39/5 y un 33,61% de interés, destaca la importancia de adoptar enfoques innovadores para garantizar la ciberseguridad en el entorno empresarial.

Encuesta de afiliados:
Adicionalmente se detallan las temáticas o necesidades evaluadas en las encuestas de formación de afiliados de la Cámara de Industria y Comercio Colombo Alemana -AHK Colombia , junto con los puntajes promedio de interés y el porcentaje de afiliados que identificaron las necesidades para el gremio calificando de 1 a 5. A continuación, se describen las necesidades en las 9 áreas funcionales.

-En la necesidad por área funcional de Dirección estratégica: se encontró en primer lugar que la “Sustentabilidad” Abordar los desafíos ambientales y sociales para garantizar la viabilidad a largo plazo de la empresa, obtuvo un promedio de 3,8/5 y un 26,67% de mayor interés. Seguido de “Smart Companies” Transformar la empresa en una organización más ágil y eficiente en la ejecución de estrategias, obtuvo un promedio de 4,13/5 y un 26,67% de mayor interés. Por último “Data Driven Management” Utilizar datos para tomar decisiones estratégicas más informadas y eficaces, obtuvo un promedio de 4/5 y un 20,00% de mayor interés.

-Por su parte en la necesidad de área funcional de Marketing se encontraron 6 temas de mayor relevancia para atender con las acciones de formación: con los más altos resultados obtenidos se encuentra “Atraer y retener clientes de manera efectiva” obtuvo un promedio de 4,6/5 y un porcentaje de mayor interés del 60,00 resaltando la importancia de implementar estrategias que no solo cautiven a nuevos clientes, sino que también fomenten la fidelidad a largo plazo mediante experiencias y servicios excepcionales. Por su parte el tema de “Mejorar la experiencia del usuario y enfocarse en la fidelización del cliente para aumentar la retención y la satisfacción” logra un promedio de 4,27/5 y un 46,67 de porcentaje de mayor interés. Por su parte el tema de “Aplicar realidad virtual, realidad aumentada y realidad mixta para crear experiencias únicas que agreguen valor al cliente" obtuvo un promedio de 3,4/5 y 33,33% de mayor interés. “Adaptarse a las regulaciones de privacidad y asegurar una gestión adecuada de los datos del cliente” se posicionó en el 4 lugar con un promedio de 3,8/5 y un 33,33% de mayor interés. Seguido por el tema de “Utilizar las redes sociales para marketing de manera estratégica” obtuvo un promedio de 4/5 y un 33,33% de mayor interés. Finalmente “Utilizar herramientas de automatización y segmentación de clientes para optimizar las operaciones de marketing” se ubicó en última posición con un promedio de 3,67/5 y el 26,67% de interés. Es importante señalar que ninguno de los anteriores temas obtuvo porcentajes de menos interés.

-En el área funcional de Ventas: se destacaron 5 temas ubicando a "Diseño e implementación de planes comerciales altamente efectivos" en primer lugar con un promedio de 4,27/5 y un 53,33% de mayor interés destacando la necesidad de planificar estrategias, que se adapten a la ejecución precisa para alcanzar y superar los objetivos comerciales de una empresa. El "Fortalecimiento de equipos comerciales de alto rendimiento" es el segundo tema con el mayor promedio de 3,8/5 y un 46,67% de mayor interés lo que implica el desarrollo de habilidades, la promoción de la colaboración y la implementación de estrategias que optimicen la eficiencia y el éxito de los equipos en el entorno empresarial. Por su parte la "Definición de cuadro de mando del proceso de ventas" es el tema que se ubica en el tercer puesto con un promedio de 3,4/5 y un 26,67% de mayor interés lo que significa saber estructurar visual y analíticamente indicadores clave que permiten evaluar y gestionar eficientemente cada etapa del proceso de ventas. La "Automatización de datos para control del ciclo de ventas" se refiere a conocer la utilización de herramientas tecnológicas que gestionan de manera eficiente la información relacionada con todas las fases del proceso de ventas, este tema obtuvo un promedio de 3,47/5 y un 20,00% de mayor interés. Con el menor promedio de 3,27/5 y un 6,67% de mayor interés se posiciona en último lugar el tema "Transformación digital del proceso de ventas" que implica la integración de tecnologías y estrategias digitales para mejorar la eficiencia, agilidad y experiencia del cliente a lo largo de todas las etapas del ciclo de ventas. Es importante agregar que como tema adicional propuesto en la aplicación de herramientas a los afiliados sugieren el tema de "Búsqueda de alternativas de ventas" lo que quiere decir la exploración para diversificar y optimizar las oportunidades comerciales, adaptándose a las cambiantes demandas y preferencias del mercado, obtuvo un promedio de 1,73/5 y un porcentaje de 66,67% de menor interés.
-En el área funcional de Producción y operaciones: se destaca el tema "Automatización procesos mediante IA (Inteligencia artificial)" sobre la importancia del uso de algoritmos y capacidades autónomas para ejecutar tareas y tomar decisiones de manera eficiente, acelerando y optimizando los procesos empresariales que obtuvo un promedio 3,47/5 y el 26, 67% de mayor interés y ubicándose en primer lugar. Seguido del tema "Aumentar la eficiencia, reducir errores y acelerar la producción" que nos lleva a implementar medidas y tecnologías que optimicen los procesos, minimicen fallos y mejoren la rapidez en la entrega de productos o servicios, este tema obtuvo un promedio de 3,73/5 y un 26,67 en porcentaje de mayor interés. En tercer lugar, se encuentra la temática “Aumentar la agilidad y la eficiencia en la cadena de suministro y la producción” con un promedio de 3,67/5 y el 20,00% de mayor interés que se refiere la implementación de estrategias y tecnologías que permitan una respuesta rápida y efectiva a las demandas del mercado, optimizando los procesos para garantizar una producción eficiente. En tercer lugar, se encuentra "Generar procesos de economía circular" que significa establecer sistemas y prácticas empresariales que promueven la reutilización, reciclaje y maximización del uso de recursos, con el objetivo de minimizar residuos y contribuir a un ciclo sostenible, obtuvo un promedio del 3,53/5 y un 13,33% de mayor interés. En cuarto lugar, se encuentra el tema "Reducir el desperdicio y mejorar la eficiencia en los procesos operativos" con un promedio del 3,8/5 y un porcentaje de mayor interés del 13,33% siendo este último el mismo que para el tema “Gestión más flexible y adaptativa de proyectos y operaciones" que se ubica en quinto lugar con un promedio de 3,93/5.

-En el área funcional Financiera: se destaca como primer tema de mayor relevancia la "Gestión integral de riesgos y seguridad informática" obteniendo los más altos resultados con un promedio de 4/5 y el 33,33% de mayor interés, este asunto sugiere un enfoque completo para identificar, evaluar y mitigar los riesgos asociados a la seguridad de la información, garantizando la protección de datos y sistemas de manera efectiva en un entorno empresarial. El 26,67% de mayor interés en es mismo que obtuvieron los temas que se ubican en los puestos 2 y 3 siendo "Transformación digital de procesos financieros, administrativos y contables en la empresa" y "Transmitir la información relevante a las diferentes áreas de la organización" con un promedio de 3,73/5 y 3,93/5 respectivamente. Por su parte "Viabilizar la internacionalización de la empresa desde la perspectiva financiera" se ubica en el cuarto lugar con un promedio de 3,67/5 y el 13,33% de mayor interés. También se encontró el tema "Financiación alternativa, búsqueda de nuevas fuentes de financiación, la economía colaborativa" con un promedio de 3,73/5 y un 6,67% de mayor interés. Por último, se sugirió como tema adicional las "Finanzas en el exterior" con un promedio de 1,8/5 pero ningún porcentaje de mayor interés.

-En el área funcional de Recursos Humanos: el "Reclutamiento inteligente: Mejorar el proceso de selección de talento" se ubica en primer lugar porque implica la optimización en el proceso de selección de talento mediante la aplicación estratégica de tecnologías y herramientas innovadoras, con el objetivo de identificar y atraer candidatos de manera más eficiente y precisa, este tema obtuvo un promedio de 4,13/5 y un 40,00 % de mayor interés, siendo este último porcentaje el mismo para el tema del segundo lugar que es "Diseñar planes de formación efectivos" con un promedio de 4,2/5 que sugiere desarrollar estrategias educativas y programas de aprendizaje que se ajusten a las necesidades específicas de los participantes. En tercer lugar, se encuentra "Herramientas y estrategias para mejorar la productividad laboral" con un promedio de 4,07/5, este tema se refiere a la adopción de recursos tecnológicos y enfoques organizativos que optimicen la eficiencia y el rendimiento en el entorno de trabajo. Por su parte el tema "Feedback 360: Implementar un proceso de retroalimentación integral que promueva el crecimiento y el desarrollo de los empleados, así como la mejora del rendimiento" se ubica en cuarto lugar con el mismo porcentaje de mayor interés del 33,33% y un promedio de 4,27/5. Los temas "Abordar la gestión de equipos en entornos de trabajo que combinan la presencia física y el trabajo remoto, garantizando la eficiencia y la colaboración" y "Gestión inclusiva en las organizaciones" obtuvieron un promedio de 3,67/5 y 3,73/5 respectivamente y el mismo 20,00% de mayor interés.

-En el área funcional del Tecnología se obtuvo 5 temas que se destacan que lo encabeza "Ciberseguridad: Abordar la protección de datos y sistemas contra amenazas cibernéticas para garantizar la integridad y la confidencialidad de la información" con un promedio de 4,47/5 y un 60,00% de mayor interés, a este tema le sigue "Industria 4.0, IoT, RPA y Robótica Inteligente: Solucionar desafíos relacionados con la automatización y la optimización de procesos industriales y de negocios mediante tecnologías avanzadas" con un promedio de 4/5 y el segundo mayor porcentaje de interés con el 40,00. En tercer lugar, se encuentra el tema "Herramientas para áreas funcionales de la empresa: Resolver problemas específicos en diferentes áreas funcionales, aprovechando herramientas tecnológicas especializadas" con un promedio de 3,87/5 y el 26,67 de porcentaje de interés. La cuarta posición está "Blockchain: Resolver problemas de transparencia y trazabilidad en la cadena de suministro y la gestión de datos a través de la tecnología blockchain" con un promedio del 3,47/5 y el 20,00% de mayor interés que es el mismo que ocupa el quinto y último tema que se denomina "Competencias digitales: Abordar la brecha de habilidades digitales y fomentar la adaptación a un entorno tecnológico en constante cambio con un promedio de 3,8/5.

-En el área funcional de Habilidades transversales se encontró el tema "Pensamiento y análisis crítico" en el primer lugar con un promedio de 4,3/5 y un porcentaje de mayor interés del 60,00% seguido del tema "Razonamiento, solución de problemas y generación de ideas" en segundo lugar con un promedio del 4,3/5 y un 53,33% de mayor interés, le sigue en tercer lugar el tema "Pensamiento analítico e innovación" con un promedio del 4,3/5 y el 53,33% de mayor interés. En cuarto lugar, se encuentra el tema "Resolución de problemas complejos" con un promedio de 4,1/5 y un 46,67% de interés, en quinta posición se encuentra el tema "Liderazgo e influencia social" con promedio de 4,2/5 y el 33,33% de mayor interés, por su parte el tema "Resiliencia, tolerancia al estrés y flexibilidad" se ubica en sexta posición con un promedio del 4,1/5 y un 33,33% de interés. Los temas 7 y 8 "Creatividad, originalidad e iniciativa" y "Aprendizaje activo y estrategias de aprendizaje" obtuvieron un promedio de 4,1/5 y 3,9/5 respectivamente alcanzando el mismo 26, 67% de mayor interés. Asimismo, los temas 9 y 10 con igual porcentaje de interés del 13,33% obtuvieron un promedio de 3,3/5 en "Diseño y programación de tecnología" y un promedio de 3,5/5 en el tema "Uso, control y monitoreo de la tecnología".

-En el área funcional de Intereses estratégicos: Se encontraron 9 temáticas de mayor relevancia que fueron detectadas por las herramientas de encuesta aplicada a los afiliados de la AHK, siendo el tema "Crecimiento empresarial, logística e infraestructura" el de mayor promedio con un 3,9/5 y un 33,33% de mayor interés, seguido por "Transición energética y energías alternativas" que obtuvo un promedio del 3,3/5 y un 33,33% de mayor interés. Por otro lado, el tema "Turismo, arte y deporte" logra un promedio del 2,5/5 con un 20,00% de interés, así como "Gestión ambiental, biodiversidad, economía circular" con un promedio del 3,4/5 y un 20,00% de interés. Por otro lado la temática "Desarrollo agroindustrial" logra un promedio del 2,6/5 y un 13,33% de interés, luego se registró con un promedio del 3,1% y un 13,33% de interés el tema "Servicios tecnológicos para industria militar", le sigue "Salud, cuidado, servicios y medicamentos" con un promedio 3,0/5 y el 13,33% de interés, siendo este último el mismo porcentaje para el tema "Educación, diversidad cultural, enfoque de género y seguridad alimentaria" que logra un promedio del 3,1/5 y 13,33% de interés. Concluyendo con las temáticas de interés se encuentran la "Economía campesina, asociatividad y cooperativismo" con un promedio del 2,2/5 y el 6,67% de interés, y para finalizar con el tema "Servicios tecnológicos para industria militar" con un promedio de 2,1/5 y 0% de interés.

3. Entrevistas con afiliados AHK. A continuación se relacionan los resultados principales que serán objeto de desarrollo de acciones formativas en el presente proyecto:

ALLIANZ: Allianz es una empresa líder en el sector de servicios financieros y seguros, con una larga historia de éxito, una amplia gama de productos y servicios, un enfoque en la innovación y la tecnología, un compromiso con la sostenibilidad y una reputación sólida a nivel mundial.

La necesidad identificada hace referencia diseñar una experiencia del usuario fluida, eficiente y satisfactoria que permita a los usuarios realizar tareas de autogestión de manera independiente y sin complicaciones dentro de un sistema determinado. Actualmente Allianz cuenta con una app enfocada en el ramo de salud, que a la fecha ya tiene 6 años de implementada pero no ha logrado el nivel de usabilidad y reconocimiento por parte de los clientes quienes la han valorado con 2.4 ptos./ 5 (con solo 45 reseñas) y 2.5 ptos / 5 (con solo 178 opiniones) en las tiendas de IOS y Android respectivamente, a pesar que desde ella pueden consultar el directorio médico, agendar citas en centros médicos propios y telemedicina para el asegurado y su núcleo familiar, solicitar reembolsos, solicitar autorizaciones, solicitar certificado de viaje, visualizar los carnets del seguro de salud, entre otras. Lo anterior los puede llevar a: Estar desactualizados frente a la competencia, Riesgo de fuga de clientes por falta de tecnología amigable, Incremento de PQRS por las fallas constantes del APP actual. Por lo tanto, buscan Lograr que la nueva APP sea una herramienta para clientes de autogestión en algunos procesos y que reemplace la APP actual que está dirigida solamente a clientes de Salud, ampliando sus funcionalidades a los ramos de Autos, Hogar y Vida. Con esta herramienta buscan ponernos al día en el mercado en cuanto a servicio, transaccionalidad y experiencia del cliente ya que se eliminarían muchos procesos en los que alargan el tiempo de espera para poderle dar una solución o respuesta a sus consultas. Además, se busca que también sea una fuente de actualización de datos directamente por el cliente, para mejorar su contactabilidad.

Messer: Messer Group GmbH, conocida comúnmente como Messer, es una empresa multinacional especializada en gases industriales y medicinales, opera en más de 35 países en Europa, Asia, América del Norte y América del Sur. La empresa tiene una extensa red de plantas de producción, centros de distribución y puntos de venta en todo el mundo para atender las necesidades de sus clientes.

Identifican un problema de desarrollo tecnológico productivo para el área comercial, indican que, en el actual escenario empresarial, la competencia en la industria de gases industriales y medicinales se intensifica, especialmente en términos de costos. La empresa se enfrenta al desafío crítico de mantener su competitividad en un mercado donde los bajos costos de la competencia están ejerciendo presión sobre los márgenes. Por lo tanto, Identificaron la necesidad de optimizar las operaciones comerciales para enfrentase a esta situación y garantizar la sostenibilidad a largo plazo de la empresa.

Análisis causas y efectos de la necesidad de formación detectada

CAUSAS: Las causas que dan origen a esta necesidad/problema son:
1. La falta de capacitación en tecnologías avanzadas ha sido identificada por el Informe Global de Habilidades del Foro Económico Mundial 2021 como una barrera significativa para la adopción de tecnologías emergentes. La carencia de habilidades digitales en el personal limita la implementación eficiente de soluciones tecnológicas en los procesos empresariales.
2. Según un informe del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) de 2020, la ausencia de una estrategia clara para la implementación de tecnologías disruptivas es una causa fundamental de ineficiencias en las empresas. La falta de alineación de objetivos y la carencia de un plan integral dificultan la integración exitosa de tecnologías avanzadas.
3. La resistencia cultural a la adopción tecnológica, identificada por la OCDE en su estudio sobre Transformación Digital en 2021, ha generado una brecha entre las aspiraciones de innovación y la realidad operativa. La falta de una cultura organizacional receptiva a la tecnología impide el aprovechamiento pleno de las oportunidades de la cuarta revolución industrial.

EFECTOS: Si no se lleva a cabo la acción de formación en "Optimización de procesos y de negocios, mediante tecnologías avanzadas", el impacto será negativo porque:
1. Persistirá la ineficiencia operativa, afectando la productividad y calidad de los procesos, lo que podría traducirse en pérdidas de eficiencia y competitividad.
2. La carencia de una estrategia integral de implementación de tecnologías avanzadas mantendrá las barreras para la adopción exitosa, resultando en procesos descoordinados y falta de alineación con los objetivos organizativos.
3. La resistencia cultural seguirá siendo un obstáculo, limitando la capacidad de la empresa para adaptarse a las demandas cambiantes del entorno empresarial y aprovechar plenamente las innovaciones tecnológicas disponibles.

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

Luego de analizar los datos recopilados mediante las herramientas de diagnóstico aplicadas por este gremio y que además se soporta en datos cualitativos y cuantitativos, se identifico la necesidad puntual de "fortalecer las capacidades que promuevan el uso e integración de las tecnologías avanzadas en las empresas". Esta necesidad surge con el objetivo de modernizar y mejorar la eficiencia en los procesos industriales mediante la automatización, la conectividad y el análisis de datos, todo en pro de la mejora de la productividad y la competitividad empresarial. En ese sentido el resultado de la encuesta encontró que los temas "Industria 4.0, Iot y RPA" y "robótica inteligente: solucionar desafíos relacionados con la automatización de procesos industriales y de negocios mediante tecnologías avanzada" obtuvieron una puntuación promedio de 4/5 y el 40% de los participantes los valoraron de mayor interés. Según estudios, el desarrollo de la Industria 4.0 influye fuertemente en la sociedad moderna y tiene manifestaciones positivas que son importantes de reconocer. Por un lado, la Industria 4.0 permite crear nuevos bienes, estimulando así el aumento del nivel de vida de la población. Además, promueve la eficiencia operativa logrando automatizar procesos repetitivos y optimizar tareas, lo que reduce el tiempo y los recursos necesarios para completarlas y mejora la productividad, permitiendo a los empleados trabajar de manera más eficiente y colaborativa (Tomado de: https://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-124767_recurso_1.pdf). Los expertos coinciden en que la optimización de procesos y de negocios mediante tecnologías avanzadas es fundamental para mejorar la eficiencia operativa, reducir costos, mejorar la calidad, aumentar la agilidad y fomentar la innovación en las empresas, lo que a su vez contribuye a su éxito y competitividad en el mercado (Tomado de https://www.sydle.com/es/blog/que-es-optimizacion-de-procesos-6126ac39b060f57604039a57). La acción de formación propuesta por la AHK Colombia busca dar respuesta parcial a la necesidad detectada.

Objetivo de la acción de formación

Capacitar a los trabajadores en la identificación, adopción y aplicación eficiente de tecnologías avanzadas en los procesos empresariales. A través de esta acción formativa, se busca dotar a los participantes de las habilidades necesarias para comprender las tecnologías emergentes, desarrollar estrategias efectivas de implementación, y fomentar una cultura organizacional receptiva a la innovación tecnológica, impulsando así su crecimiento empresarial de manera sostenible y efectiva en un entorno tecnológico dinámico y cambiante.

Esta acción de formación da respuesta parcial a la necesidad detectada y a los retos de formación de la AHK Colombia.

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 asistida por tecnologías-PAT
Tipo de ambiente de aprendizaje		Plataforma o herramienta tecnológica	
Número de grupos	10	**Número de horas por grupo**	20
Número de beneficiarios por grupo	25	**Número de días por grupo de la AF**	10
Número de beneficiarios de la AF	250	**Número total de horas por AF**	200

Perfil Beneficiarios

Area(s) funcional(es)

Área Funcional	*Otra*
Dirección	
Finanzas	
Innovación	
Marketing	
Otra	Administración
Otra	Mercadeo y ventas
Producción	
Recursos humanos	
Servicio al cliente	
Tecnología	

Justificación áreas funcionales a beneficiar

Las áreas funcionales propuestas son Dirección, Finanzas, Innovación, Marketing, Producción, Recursos Humanos, Administración, Servicio al cliente, Tecnología, Mercadeo y Ventas, son vitales para el éxito empresarial. La formación en Optimización de procesos y de negocios, mediante tecnologías avanzadas, claves para el crecimiento empresarial, mejorará su productividad y competitividad al dotarles de habilidades clave para aprovechar las tecnologías emergentes.

La formación asegurará el liderazgo estratégico en la implementación de prácticas basadas en la cuarta revolución digital y evidenciará una mejora en su productividad y competitividad porque estarán más preparadas para abordar los desafíos de la transformación digital de la siguiente manera. En la dirección, la formación permitirá a la alta gerencia liderar la transformación digital, alineando objetivos organizativos con las capacidades tecnológicas, impulsando así una toma de decisiones más informada y estratégica. En finanzas, la formación dotará al área con habilidades para analizar grandes conjuntos de datos, optimizar procesos financieros y utilizar herramientas de analítica empresarial, mejorando la productividad en la toma de decisiones financieras. En el área de administración se logrará desarrollar procesos de planificación, organización, dirección y control de la empresa para lograr sus objetivos estratégicos y operativos, de manera efectiva. En innovación, la formación facilitará la identificación y aplicación de soluciones tecnológicas, fortaleciendo la capacidad de la empresa para mantenerse a la vanguardia y mejorando la eficiencia en la generación de ideas innovadoras. En marketing, la formación dotará al área de marketing con habilidades para aplicar tecnologías avanzadas en la gestión de campañas y análisis de mercado, mejorando la productividad y eficacia en la captación y retención de clientes. En producción, la formación proporcionará habilidades para implementar tecnologías avanzadas en los

procesos de fabricación, mejorando la productividad y la capacidad de adaptación a la demanda del mercado. En Recursos Humanos, la formación facilitará la aplicación de tecnologías en la gestión del talento, reclutamiento y desarrollo organizacional, mejorando la eficiencia en la gestión del capital humano. En servicio al cliente, la formación integrará tecnologías avanzadas en la atención al cliente y gestión de relaciones, mejorando la eficiencia en la resolución de consultas y la personalización del servicio. En tecnología, la formación fortalecerá el conocimiento en inteligencia artificial y vigilancia tecnológica, permitiendo liderar la adopción estratégica y segura de tecnologías avanzadas. En mercadeo y ventas, la formación dotará al área con habilidades para aplicar tecnologías avanzadas en la gestión de clientes y análisis de datos de mercado, mejorando la eficacia en la captación y retención de clientes.

Cargo/ocupaciones/denominación

Cargo
Jefes de área
Directores
Subdirectores
Coordinadores de equipos
Líderes de área
Responsables de procesos
Auxiliares
Profesionales
Emprendedores autónomos
Directores de innovación y estrategia tecnológica
Gerentes de transformación digital
Coordinadores de proyectos tecnológicos
Líderes de implementación tecnológica
Coordinadores de procesos digitales
Responsables de desarrollo y capacidades tecnológicas
Analistas
Técnicos
Administrativos
Operadores de sistemas tecnológicos
Analistas de datos
Técnicos en automatización
Encargados de coordinar las actividades que se desarrollan en el nivel operativo

Funciones

Función
Identificar las oportunidades de implementación de tecnologías avanzadas en los procesos y negocios
Coordinar e implementar soluciones tecnológicas de manera práctica y coherente con la estrategia organizativa
Desarrollar estrategias efectivas para la adopción y aplicación eficiente de las tecnologías avanzadas
Superar la resistencia al cambio a nivel operativo y aprovechar plenamente las capacidades de las nuevas tecnologías

Función

Contribuir activamente a la optimización general de los procesos empresariales mediante la aplicación efectiva de las habilidades tecnológicas adquiridas

Identificar, planificar, implementar y gestionar tecnologías avanzas en los procesos empresariales

Productos

Producto

Conocimientos

Conocimiento

Habilidades

Habilidad

Actitudes

Actitud

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional

ALTA DIRECCIÓN

MEDIO

OPERATIVO

Justificación beneficiarios de los niveles ocupacionales

Se incluye el nivel de alta dirección como beneficiario de esta acción de formación porque este nivel se involucra directamente en la elaboración de políticas y estrategias tecnológicas, siendo responsable de liderar la transformación digital en la empresa. De esta manera, la acción de formación les permitirá mejorar su desempeño, especialmente en la toma de decisiones estratégicas relacionadas con la implementación efectiva de tecnologías avanzadas.

En el nivel medio, se beneficiará a líderes de área, responsables de procesos y coordinadores de actividades a nivel operativo. Esta acción de formación es crucial para este nivel, ya que estarán a cargo de liderar la implementación práctica de soluciones tecnológicas, asegurando la coherencia entre la estrategia y la ejecución operativa. La formación les permitirá coordinar eficientemente las actividades relacionadas con la transformación digital y tomar decisiones informadas para mejorar los procesos y la productividad en sus áreas específicas.

En el nivel operativo, se beneficiarán los trabajadores con cargos que realizan de manera eficaz las tareas rutinarias programadas previamente por el nivel medio. Esta acción de formación es esencial para dotar a estos trabajadores de habilidades tecnológicas, mejorando así su eficacia en las tareas diarias y permitiéndoles adaptarse a nuevas herramientas. Contribuirán activamente a la optimización general de los procesos empresariales mediante la aplicación efectiva de las habilidades adquiridas, impulsando la productividad y la competitividad de la organización.

La inclusión de los niveles de alta gerencia, medio y operativo permitirá a las empresas abordar desde distintas perspectivas la problemática a resolver con esta acción de formación porque la alta gerencia, al adquirir conocimientos avanzados sobre estrategias de implementación tecnológica y liderazgo en la transformación digital, consolidará su rol como impulsores clave del cambio. La combinación de estos conocimientos técnicos en el nivel operativo con la capacidad estratégica y de toma de decisiones del nivel medio asegurará una implementación efectiva de las tecnologías emergentes en todos los niveles de la empresa, fortaleciendo la integración de la inteligencia artificial y la vigilancia tecnológica en las operaciones diarias.

Número de empresas mipymes a beneficiar

61

Número de trabajadores a beneficiar de empresas mipymes

184

Justificación empresas y trabajadores de mipymes a beneficiar

De acuerdo con las estadísticas de AHK Colombia, el 72% de sus empresas afiliadas y cadena productiva pertenecen al tamaño empresarial de MIPYME, por esta razón, para el gremio es de gran importancia que los trabajadores de empresas MIPYME resulten beneficiados con esta acción de formación, ya que la capacitación es crucial para el crecimiento, la competitividad y la sostenibilidad de dichas empresas. Les permite adaptarse a un entorno empresarial en constante cambio, innovar, mejorar la productividad y desarrollar el talento interno, todo lo cual contribuye a su éxito a largo plazo. Es así como esta acción de formación aportará a este proceso de fortalecimiento y crecimiento preparándolos para comprender las tecnologías emergentes, desarrollar estrategias efectivas de implementación, y fomentar una cultura organizacional receptiva a la innovación tecnológica, impulsando así su crecimiento empresarial de manera sostenible y efectiva en un entorno tecnológico dinámico y cambiante.

Número de empresas de su cadena productiva a beneficiar

64

Número de trabajadores a beneficiar de empresas de su cadena productiva

191

Justificación empresas y beneficiarios de la cadena productiva a beneficiar

La acción formativa beneficiara a trabajadores y a empresas de la cadena productiva para favorecer el desarrollo productivo y competitividad de todos los eslabones de la cadena de valor del sector al que pertenezca cada afiliado, debido a que dentro del objeto social de la CÁMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO COLOMBO ALEMANA está el fomento y desarrollo de las relaciones comerciales, industriales, económicas y culturales entre la República de Colombia y la República Federal de Alemania, para lo cual brinda apoyo a sus afiliados y no afiliados.
Una cadena productiva es un sistema constituido por un conjunto de actores internos y externos al entorno de la empresa, que comprende todas las etapas de la cadena de valor, relacionadas entre sí por una sucesión de operaciones de producción, transformación y comercialización de productos y/o servicios en un entorno determinado, que implica relaciones con productores, proveedores, clientes, distribuidores, entre otros, permitiendo sinergias que facilitan la creación de ventajas competitivas, razón por la cual brindar espacios de formación de calidad a dichas empresas, lejos de verse como acciones independientes, se verá como una herramienta que contribuirá en la generación de valor, y el fortalecimiento mutuo. Es así como al fortalecer una cadena se refiere a establecer medios a lo largo de una organización y de la cadena productiva que permitan que una organización sea más rentable y competitiva.

otros datos

Número de trabajadores en condición de discapacidad	0	**Número de trabajadores mujeres**	143
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

Transversal

Sub-sector(es) a beneficiar con la AF

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 AHK Colombia al tener un carácter multisectorial y binacional, tiene un papel importante en todos los sectores de la economía colombiana. Es así como sus empresas afiliadas y las empresas de su cadena productiva se encuentran agrupadas en los siguientes sectores: 48 % servicios, 16 % sector industrial, 7% sector comercio, 6% sector tecnología, 6% sector salud, 6% sector infraestructura, 6% sector solidario, 4% sector energía, 1% sector agrícola. Es así como sus empresas afiliadas desarrollan actividades productivas en distintos sectores y subsectores de la economía. Por esta razón esta acción de formación beneficia a trabajadores de sectores transversales y subsectores transversales con la temática "Optimización de procesos y de negocios, mediante tecnologías avanzadas", la cual es fundamental para el fortalecimiento empresarial de todas las empresas, sin importar el sector.

UNIDADES TEMÁTICAS

ID	8744
UT N°	1

AF N° **4**

ACCIÓN DE FORMACIÓN **Optimización de procesos y de negocios, mediante tecnologías avanzadas**

UNIDAD TEMÁTICA N° **1**

UNIDAD TEMÁTICA **Introducción a la Cuarta Revolución Industrial**

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

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	- Definición y características de la Cuarta Revolución Industrial. - Principales tecnologías disruptivas: inteligencia artificial, internet de las cosas (IoT), robótica. - Impacto de la Cuarta Revolución Industrial en los modelos de negocio. - Casos de estudio de empresas exitosos en la transformación digital. - Desafíos y oportunidades de la optimización de procesos y de negocios en el contexto de la Cuarta Revolución Industrial.
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de: Comprender las implicaciones de la cuarta revolución industrial en los procesos empresariales, identificar oportunidades de innovación y cambio disruptivo, aplicar estrategias para adaptarse y liderar en un entorno digital dinámico.
Actividades de Aprendizaje	Mapa Mental Pensamiento de Diseño Técnica de aprendizaje SQA (saber-asimilar-descubrir) Testimonio Ejemplificación.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	40	0

ID 8745

UT N° 5

AF N° 4

ACCIÓN DE FORMACIÓN Optimización de procesos y de negocios, mediante tecnologías avanzadas

UNIDAD TEMÁTICA N° 5

UNIDAD TEMÁTICA Transformación cultural y gestión del cambio tecnológico

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**	0
N° total de horas prácticas PAT	1	**N° total de horas teóricas PAT**	1
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	-Adaptación organizacional a la innovación tecnológica. -Desarrollo de estrategias para una gestión del cambio efectiva. -Liderazgo en un entorno de transformación digital. -Impacto de la transformación en la cultura organizacional.
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de diseñar e implementar estrategias de gestión del cambio para la transformación digital en las empresas.

Actividades de Aprendizaje	Mapa Mental Pensamiento de Diseño Ejemplificación Diálogos Simultaneas Taller Medios Sociales Trabajo Cooperativo.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	20	0

ID 8763

UT N° 2

AF N° 4

ACCIÓN DE FORMACIÓN Optimización de procesos y de negocios, mediante tecnologías avanzadas

UNIDAD TEMÁTICA N° 2

UNIDAD TEMÁTICA Estrategias de implementación tecnológica para procesos y negocios eficientes

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**	0
N° total de horas prácticas PAT	2	**N° total de horas teóricas PAT**	2
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	- Evaluación de la madurez digital de la empresa. - Desarrollo de estrategias para la adopción de tecnologías avanzadas. - Integración de soluciones tecnológicas en la estrategia empresarial. - Casos de éxito en la implementación de estrategias digitales. - Medición de resultados, en entornos tecnológicos cambiantes.
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de: Evaluar la aplicación estratégica de tecnologías avanzadas en la toma de decisiones, implementar políticas para alinear la estrategia empresarial con la transformación digital, liderar el cambio hacia una dirección organizacional centrada en la innovación y la eficiencia, en el sector empresarial.
Actividades de Aprendizaje	Mapa Mental Pensamiento de Diseño Ejemplificación Diálogos Simultaneas Taller Medios Sociales Trabajo Cooperativo

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	40	0

ID 8764

UT N° 3

AF N° 4

ACCIÓN DE FORMACIÓN Optimización de procesos y de negocios, mediante tecnologías avanzadas

UNIDAD TEMÁTICA N° 3

UNIDAD TEMÁTICA Automatización y Robótica en Procesos Empresariales

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**	0
N° total de horas prácticas PAT	2	**N° total de horas teóricas PAT**	2
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	- Aplicaciones prácticas de la automatización y robótica. - Diseño e implementación de procesos automatizados. - Integración de robots y su impacto en la productividad. - Ética y responsabilidad social en la automatización. - Evaluación de la eficacia de los sistemas automatizados.
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de: identificar oportunidades de mejora, diseñar e implementar sistemas automatizados, evaluar su impacto en la productividad y la ética, y realizar ajustes para optimizar los procesos organizacionales en busca de una mayor eficiencia y competitividad en el ámbito empresarial
Actividades de Aprendizaje	Mapa Mental Pensamiento de Diseño Ejemplificación Diálogos Simultaneas Taller Medios Sociales Trabajo Cooperativo.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	40	0

ID 8765

UT N° 4

AF N° 4

ACCIÓN DE FORMACIÓN Optimización de procesos y de negocios, mediante tecnologías avanzadas

UNIDAD TEMÁTICA N° 4

UNIDAD TEMÁTICA Big Data y analítica empresarial para la optimización de procesos y de negocios

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**	0
N° total de horas prácticas PAT	2	**N° total de horas teóricas PAT**	2
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	-Utilización de grandes volúmenes de datos para la toma de decisiones. -Herramientas y técnicas de análisis de datos para la optimización de procesos y de negocios. -Aplicaciones prácticas de analítica empresarial y mejora continua. -Seguridad y privacidad en el manejo de datos. -Casos de éxito en la implementación de estrategias basadas en analítica.
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de: Implementar sistemas de automatización y control en procesos de producción, optimizar la cadena de suministro utilizando tecnologías avanzadas, evaluar el impacto de la tecnología en la eficiencia y calidad de los procesos productivos y de las líneas de negocio, en el ámbito empresarial.
Actividades de Aprendizaje	Mapa Mental Pensamiento de Diseño Ejemplificación Diálogos Simultaneas Taller Medios Sociales Trabajo Cooperativo.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	40	0

ID 8766

UT N° 6

AF N° 4

ACCIÓN DE FORMACIÓN Optimización de procesos y de negocios, mediante tecnologías avanzadas

UNIDAD TEMÁTICA N° 6

UNIDAD TEMÁTICA Uso, control y monitoreo de la tecnología

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**	0
N° total de horas prácticas PAT	1	**N° total de horas teóricas PAT**	1
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	-Fundamentos del uso, control y monitoreo de la tecnología en la empresa. -Principios de la seguridad cibernética. -Diseño de planes de control y monitoreo. -Claves para el buen uso de la tecnología en la empresa
Competencias a adquirir	Los participantes estarán en capacidad de proponer un plan básico de uso, control y monitoreo de la tecnología a partir de la aplicación de principios de seguridad cibernética, en el ámbito empresarial.
Actividades de Aprendizaje	Mapa Mental Pensamiento de Diseño Técnica de aprendizaje SQA (saber-asimilar-descubrir) Testimonio Ejemplificación.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	20	0

Proveedor de la formación - persona jurídica

La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto es Adalid Inmark Colombia SAS, cuya actividad principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559(otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560(actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área, cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social. ADALID INMARK COLOMBIA SAS, hace parte del Grupo Empresarial ASPASIA, y cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz con una trayectoria de 20 años en España y Chile; conformada por sus entidades adscritas ADALID SC, Instituto Europa y la escuela de negocios Europea Talento & Innovación, del cual forma parte, quienes en su conjunto aportan el diseño curricular de las acciones de formación, sus expertos internacionales, material didáctico y formativo. ADALID INMARK COLOMBIA acredita nueve (9) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. Adicionalmente cuenta con nueve (9) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados), a entidades públicas o privadas.

Material de formación

Se contará con cartilla digital , que se entregará de forma electrónica con el fin de que los beneficiarios tengan acceso a descargar dicho material para su uso. El material de producción reciente, (MENOS DE 2 AÑOS) reunirá los medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan las actividades de enseñanza-aprendizaje en la modalidad PAT, y guardará coherencia con los objetivos de la formación, perfil de los beneficiarios y estará metodológicamente estructurado de modo que facilite la transferencia de conocimiento. Los contenidos incluidos corresponden directamente con cada una de las seis unidades temáticas, cumpliendo con la normativa vigente en cuanto a propiedad intelectual:

UNIDAD TEMATICA 1 Introducción a la Cuarta Revolución Industrial
UNIDAD TEMATICA 2 Estrategias de Implementación Tecnológica para procesos y negocios eficientes
UNIDAD TEMATICA 3 Automatización y Robótica en Procesos Empresariales
UNIDAD TEMATICA 4 Big Data y Analítica Empresarial para la optimización de procesos y negocios
UNIDAD TEMATICA 5 Transformación cultural y gestión del cambio tecnológico
UNIDAD TEMATICA 6 Uso, control y monitoreo de la tecnología

Los participantes encontrarán debidamente identificadas las unidades y cada uno de sus contenidos pudiendo así adquirir la base teórica para el desarrollo de las actividades prácticas propuestas y que incluyen: autoevaluaciones, ejercicios de relación de conceptos, entre otros. Incluyen textos descriptivos, cuadros de ampliación, documentación complementaria e infografías.

APLICACIONES MULTIMEDIA INTERACTIVAS: Durante las sesiones de formación PAT el experto invitará a los participantes a trabajar en aplicaciones multimedia interactivas .La experiencia formativa se enriquece con la utilización de aplicaciones multimedia interactivas, software que incorpora contenidos tales como imágenes, vídeo, animaciones y sonido y que además proporciona medios para interactuar fácilmente con el usuario,

destinadas a facilitar un aprendizaje profundo y dinámico.

El material cumplirá con la normativa vigente en cuanto a propiedad intelectual y con todas las características relacionadas en el Anexo 15. GUÍA DE RECURSOS DIDÁCTICOS EN EL PROGRAMA DE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA DEL SENA.

Se certificará la entrega y uso del material de formación descrito.

Gestión del Conocimiento

Ítem Gestion Conocimiento

Infografía (Póster)

Alineación de la acción de formación

Alineación

PND - Uso y apropiación de tecnologías digitales

PND - Convergencia regional

PND - Crecimiento empresarial

Justificación de la Alineación

La presente acción formativa y sus contenidos se encuentran alineados con los componentes del Plan Nacional de Desarrollo "Colombia potencia mundial de la vida 2022 – 2026", específicamente: "Crecimiento empresarial", "Uso y apropiación de tecnologías digitales" y "Convergencia regional".

Estos componentes fomentan un entorno propicio para el desarrollo de las empresas y establecen medidas para fortalecer la competitividad del sector empresarial colombiano, fomentando la innovación, la productividad y el crecimiento empresarial.

En cuanto a la convergencia regional, en el Plan Nacional de Desarrollo, así como la AF, busca reducir las disparidades económicas y sociales entre las diferentes regiones del país, promoviendo un desarrollo más equitativo y sostenible de la sociedad y se establecen acciones para impulsar el crecimiento económico y empresarial en las regiones menos desarrolladas, lo anterior teniendo en cuenta la cobertura geográfica nacional de la AF, llegando a departamentos y municipios de Bajo Índice de Competitividad.

Y por último, pero no menos importante, los componentes relacionados con el uso y aprovechamiento de las tecnologías digitales, que es un componente transversal del Plan Nacional de Desarrollo "Colombia Potencia Mundial de la Vida 2022-2026", que busca aprovechar el potencial de la revolución digital para impulsar el desarrollo económico, social y tecnológico del país.

Es así como la presente acción formativa se orienta al cumplimiento de dichos componentes por medio del fortalecimiento de las competencias para la identificación, adopción y aplicación eficiente de tecnologías avanzadas en los procesos empresariales.

Acción de formación especializada

Esta es una acción de formación especializada porque es un proceso de formación teórico-práctico que desarrolla el concepto de aprendizaje durante toda la vida, dirigido a mejorar las competencias laborales, actualizar y profundizar conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas de los trabajadores en los niveles establecidos en esta acción de formación, permitiendo su aplicación en el contexto laboral inmediato, armonizando el mejoramiento del perfil laboral con la necesidad de aumentar la productividad y competitividad empresarial. Lo anterior, gracias al fortalecimiento de competencias para la identificación, adopción y aplicación eficiente de tecnologías avanzadas en los procesos empresariales.

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

Durante el desarrollo de la acción formativa, los capacitadores verificarán el avance de lo que el trabajador aprendió y aplicará en su puesto de trabajo, a partir del momento de finalizar la acción de formación, mediante observaciones y calificaciones que consignarán en la matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Se asocia un resultado de aprendizaje a cada unidad temática, evidenciando la alineación de cada resultado con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del beneficiario. Los resultados definidos como parámetro de referencia del proceso de formación son:
Resultado 1: El 85% de los beneficiarios están en capacidad de identificar oportunidades de implementación de tecnologías avanzadas, incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque promueve una visión estratégica de la transformación digital y favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como la identificación proactiva de soluciones tecnológicas, la evaluación de su impacto en los procesos y la generación de propuestas para su implementación.
Resultado 2: El 85% de los beneficiarios están en capacidad de desarrollar estrategias efectivas para la adopción y aplicación eficiente de tecnologías avanzadas, incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque fortalece sus habilidades de planificación estratégica y favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como la definición de planes de implementación, la asignación eficiente de recursos y la evaluación continua de la efectividad de las estrategias.
Resultado 3: El 85% incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador de coordinar e implementar soluciones tecnológicas de manera práctica y coherente con la estrategia organizativa, incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque mejora sus habilidades de gestión y favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como la supervisión efectiva de la

implementación, la resolución de desafíos operativos y la adaptación continua a las necesidades organizativas.
Resultado 4: El 85% incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador liderar la resistencia al cambio a nivel operativo y aprovechan plenamente las capacidades de las nuevas tecnologías, incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque fortalece su capacidad de adaptación y favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como la facilitación del cambio cultural, la promoción de la colaboración en equipos y la resolución proactiva de desafíos operativos.
Resultado 5: El 85 incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador por que contribuyen activamente a la optimización general de los procesos empresariales mediante la aplicación efectiva de las habilidades tecnológicas adquiridas, incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque fortalece su capacidad para generar mejoras continuas y favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como la identificación de áreas de mejora, la implementación de soluciones eficientes y la medición constante del rendimiento.
Resultado 6: El 85% incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador por que pueden tomar decisiones informadas para mejorar los procesos y la productividad en sus áreas específicas, incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque potencia su capacidad de toma de decisiones y favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como la evaluación crítica de procesos existentes, la identificación de oportunidades de mejora y la implementación efectiva de soluciones tecnológicas.

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

Los dos principales resultados puntuales de impacto de la formación en la PRODUCTIVIDAD y que están directamente relacionados con esta acción de formación son: a) Mejora en la eficiencia operativa: La formación proporcionará a los trabajadores las habilidades necesarias para identificar y aplicar soluciones tecnológicas eficientes, optimizando los procesos y reduciendo los tiempos de ejecución de tareas. b) Aumento en la calidad de los procesos: Los conocimientos adquiridos permitirán a los beneficiarios implementar prácticas avanzadas en la gestión de procesos, mejorando la capacidad de innovar en la producción y reduciendo los errores operativos.

Los dos principales resultados puntuales de impacto de la formación en la COMPETITIVIDAD ORGANIZACIONAL y que están directamente relacionados con esta acción de formación son: a) Mayor capacidad de innovación tecnológica: La formación dotará a la empresa con profesionales capacitados en la adopción de tecnologías avanzadas, permitiéndole innovar constantemente en sus procesos y productos, manteniéndose a la vanguardia en el mercado. b) Adaptabilidad a los cambios del entorno empresarial: Los beneficiarios, al superar la resistencia al cambio y adquirir habilidades tecnológicas, contribuirán a que la empresa se adapte de manera más rápida y eficiente a las demandas cambiantes del mercado, mejorando su posición competitiva.

Los resultados de productividad y competitividad empresarial están alineados con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del beneficiario propuestos. La mejora en la eficiencia operativa y la calidad de los procesos contribuirá directamente a la optimización de los recursos y a la producción de bienes y servicios de mayor valor.

Indicadores de Impacto

Indicador - Mejoramiento en la empleabilidad	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores con incremento salarial despues de recibir la formación	13
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	250
Meta %	% 5,20
Indicador - Retención de trabajadores	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que continuan en sus empresas luego de recibir la formación	225
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	250
Meta %	% 90,00
Indicador - Movilidad laboral	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que cambian sus condiciones laborales luego de recibir la formación	13
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	250
Meta %	% 5,20

Indicador - Empresas beneficiarias	Valor Indicador - Meta
Número de empresas beneficiarias de de la acción de formación	85
Número de empresas de el(los) sector(es) que representa	248
Meta %	% 34,27
Indicador - Trabajadores beneficiarios	**Valor Indicador - Meta**
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	250
Número total de trabajadores de la(s) empresa(s) que representa la empresa/ gremio	20000
Meta %	% 1,25

Justificación lugar de ejecución

La AHK Colombia tal y como consta en sus estatutos, desarrolla sus actividades de apoyo comercial y de transferencia del conocimiento en el ámbito nacional, y por su carácter gremial multisectorial, cuenta con afiliados y empresas pertenecientes a la cadena productiva de sus empresas afiliadas, y con aliados a nivel nacional que incluyen Cámaras de Comercio locales, entidades territoriales, asociaciones, entre otros. Con los que trabaja aunando esfuerzos para lograr un propósito común generalmente enfocado en el fortalecimiento empresarial, razón por la cual desarrolla gestión en todo el territorio nacional. La relación de los beneficiarios con los lugares de ejecución planteados, obedece y se justifica en que son trabajadores de empresas afiliadas y de empresas pertenecientes a la cadena productiva de la AHK Colombia, que tienen sus sedes en las ciudades mencionadas y en las cuales se priorizó la necesidad de formación propuesta, así como colaboradores de aliados estratégicos que hacen parte de la red multisectorial que el gremio ha establecido en distintas regiones geográficas en virtud de su objeto social y objetivos misionales, que incluyen, para el caso, los departamentos incorporados en esta acción de formación.

Lugar de ejecución

Departamento	*N° Beneficiarios*
ANTIOQUIA	25
BOGOTÁ D.C	25
SANTANDER	25
VALLE DEL CAUCA	25
CASANARE	25
HUILA	25
ATLÁNTICO	25
META	25
CUNDINAMARCA	25
MAGDALENA	25

Presupuesto de la AF

Rubro	*Descripción*	*Cofinanciación SENA*	*%*	*Contrapartida especie*	*%*	*Contrapartida dinero*	*%*	*Valor total*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	$ 170.685.000	% 79,51	$ 0	% 0,00	$ 43.975.000	% 20,49	$ 214.660.000
R05.1.3 Aplicaciones Multimedia Interactiva	Aplicaciones Multimedia Interactiva	$ 30.360	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 30.360
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	Gastos de Operación del Proyecto 10%	$ 10.865.000	% 49,36	$ 11.145.100	% 50,64	$ 0	% 0,00	$ 22.010.100

Rubro	Descripción	Cofinanciación SENA	%	Contrapartida especie	%	Contrapartida dinero	%	Valor total
R10.3 Garantías	Garantías	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 447.800	% 100,00	$ 447.800
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	50	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 4.963.200	% 100,00	$ 4.963.200

	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida en Especie	% Especie	Contrapartida en Dinero	% Dinero	COSTO TOTAL AF
COSTO TOTAL DE LA AF	$ 181.580.360	% 75,00	$ 11.145.100	% 4,60	$ 49.386.000	% 20,40	$ 242.111.460

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	% 020	50	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 4.963.200	% 100,00	$ 4.963.200

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%	$ 10.865.000	% 49,36	$ 11.145.100	% 50,64	$ 0	% 0,00	$ 22.010.100

Presupuesto Garantías

Rubro	Cofinanciación SENA	Porcentaje Cofinanciación	Contrapartida Especie	Porcentaje Especie	Contrapartida Dinero	Porcentaje Dinero	Valor Total
R10.3 Garantías	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 447.800	% 100,00	$ 447.800

AF N° : 5

ACCIÓN DE FORMACIÓN : Agilismo y gestión flexible y adaptativa de equipo de trabajo

Volver al Listado de AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1363#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

Implementación de herramientas y procesos innovadores que le permitan a las empresas y a sus colaboradores adaptarse rápidamente a los cambios del mercado y generar una mayor capacidad de respuesta a aquellos cambios en el entorno empresarial. Como resultados estadísticos se obtuvo en primer lugar el tema "Smart companies: Transformar la empresa en una organización más ágil y eficiente en la ejecución de estrategias" con una puntuación promedio de 4,13/5 y donde el 26.6% de los participantes la valoraron de mayor interés. A su vez, se evidencia un interés importante en "Gestión más flexible y adaptativa de proyectos y operaciones", con un promedio 3,93/5 y donde el 13% de los participantes la valoraron de mayor interés. A esta necesidad se le dará respuesta parcial por medio de la acción de formación propuesta.

Herramientas utilizadas para obtener la necesidad

Herramienta Utilizada	Muestra Poblacional
Encuesta	16
Encuesta	238
Entrevista	2

Fecha de diagnóstico

21/12/2023

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

La Cámara de Industria y Comercio colombo alemana -AHK diseñó y aplicó una herramienta integral de recolección de información para el diagnóstico de necesidades de formación con el objetivo de identificar aquellas necesidades puntuales de formación y capacitación de las empresas afiliadas de AHK Colombia, y de las empresas y trabajadores de su cadena productiva. Lo anterior, para diseñar acciones de formación del PFCE 2024 ajustadas a dichas necesidades. A continuación se describe la herramienta:

La Herramienta integral de recolección de información para diagnóstico de necesidades, se conformó así:

PARTE 1. ENCUESTA DE DETECCIÓN DE NECESIDADES AFILIADOS PFCE

1. Datos básicos, como: Nombres, apellidos, cargo, empresa, teléfono de contacto, correo electrónico, ciudad, departamento.

2. Necesidades por área funcional: En este segmento, los participantes debían determinar el grado de relevancia (Siendo 1-Menos relevante y 5-Más relevante), de los 7 desafíos relacionados por áreas para impactar, las cuales fueron:
- Área de Dirección/Estrategia: Data Driven Management: Utilizar datos para tomar decisiones estratégicas más informadas y eficaces. Smart Companies: Transformar la empresa en una organización más ágil y eficiente en la ejecución de estrategias. Sustentabilidad: Abordar los desafíos ambientales y sociales para garantizar la viabilidad a largo plazo de la empresa.
- Área de Marketing: Utilizar herramientas de automatización y segmentación de clientes para optimizar las operaciones de marketing. Utilizar las redes sociales para marketing de manera estratégica. Adaptarse a las regulaciones de privacidad y asegurar una gestión adecuada de los datos del cliente. Aplicar realidad virtual, realidad aumentada y realidad mixta para crear experiencias únicas que agreguen valor al cliente. Mejorar la experiencia del usuario y enfocarse en la fidelización del cliente para aumentar la retención y la satisfacción. Atraer y retener clientes de manera efectiva.
- Área de Ventas: Transformación digital del proceso de ventas. Automatización de datos para control del ciclo de ventas. Definición de cuadro de mando del proceso de ventas. Fortalecimiento de equipos comerciales de alto rendimiento. Diseño e implementación de planes comerciales altamente efectivos.
- Área de Producción y Operaciones: Gestión más flexible y adaptativa de proyectos y operaciones. Reducir el desperdicio y mejorar la eficiencia en los procesos operativos. Generar procesos de economía circular. Aumentar la agilidad y la eficiencia en la cadena de suministro y la producción. Aumentar la eficiencia, reducir errores y acelerar la producción. Automatización procesos mediante IA (Inteligencia artificial)
- Área Financiera: Financiación alternativa, búsqueda de nuevas fuentes de financiación, la economía colaborativa. Viabilizar la internacionalización de la empresa desde la perspectiva financiera. Transmitir la información relevante a las diferentes áreas de la organización. Transformación digital de procesos financieros, administrativos y contables en la empresa. Gestión integral de riesgos y seguridad informática.
- Área de Recursos Humanos (RRHH): Gestión inclusiva en las organizaciones. Abordar la gestión de equipos en entornos de trabajo que combinan la presencia física y el trabajo remoto, garantizando la eficiencia y la colaboración. Feedback 360: Implementar un proceso de retroalimentación integral que promueva el crecimiento y el desarrollo de los empleados, así como la mejora del rendimiento. Herramientas y estrategias para mejorar la productividad laboral. Diseñar planes de formación efectivos. Reclutamiento inteligente: Mejorar el proceso de selección de talento.
- Área de Tecnología: Competencias digitales: Abordar la brecha de habilidades digitales y fomentar la adaptación a un entorno tecnológico en constante cambio. Blockchain: Resolver problemas de transparencia y trazabilidad en la cadena de suministro y la gestión de datos a través de la tecnología blockchain. Herramientas para áreas funcionales de la empresa: Resolver problemas específicos en diferentes áreas funcionales, aprovechando herramientas tecnológicas especializadas. Industria 4.0, IoT, RPA y Robótica Inteligente: Solucionar desafíos relacionados con la automatización y la optimización de procesos industriales y de negocios mediante tecnologías avanzadas. Ciberseguridad: Abordar la protección de datos y sistemas contra amenazas cibernéticas para garantizar la integridad y la confidencialidad de la información.

2. Áreas en función de los intereses estratégicos: los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 10 necesidades relacionadas: Economía campesina, asociatividad y cooperativismo. Gestión ambiental, biodiversidad, economía circular. Educación, diversidad cultural, enfoque de género y seguridad alimentaria. Salud, cuidado, servicios y medicamentos. Transición energética y energías alternativas. Servicios TIC y apropiación digital. Crecimiento empresarial, logística e infraestructura. Desarrollo agroindustrial. Turismo, arte y deporte. Servicios tecnológicos para industria militar

3. Necesidades en función de las Habilidades transversales: los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 10 temáticas relacionadas: Aprendizaje activo y estrategias de aprendizaje, Creatividad, originalidad e iniciativa, Liderazgo e influencia social, Resiliencia, tolerancia al estrés y flexibilidad, Resolución de problemas complejos, Pensamiento y análisis crítico, Uso, control y monitoreo de la tecnología, Diseño y programación de tecnología, Razonamiento, solución de problemas y generación de ideas, Pensamiento analítico e innovación.

4. Otras áreas para impactar y otras Habilidades transversales: cada uno de los participantes de la encuesta podría incluir temáticas puntuales en cada uno de los segmentos.

5. Preferencia en modelo de aprendizaje: Se preguntó el grado de interés en las opciones de modelo de Bootcamp, mejorando tu proceso y puesto de trabajo real.

6. Metodología de recolección de datos: La Encuesta de detección de necesidades diseñada en Google Forms fue enviada a la base de afiliados de proyectos formativos previos de AHK Colombia, por medio de correo electrónico. Cada uno de los participantes debía diligenciar cada uno de los campos allí requeridos. Esta información fue consolidada en una hoja de Excel, la cual se tabuló y analizó.

PARTE 2. ENCUESTA DE DETECCIÓN DE NECESIDADES PARA participantes
Formato: Google Forms.

1. Datos básicos: Nombres, apellidos, cargo, empresa, teléfono de contacto, correo electrónico, ciudad, departamento.

2. La encuesta se centró en las áreas prioritarias de formación continua o necesidades de formación: en esta parte de la encuesta, los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 11 áreas relacionadas:
- Estrategias innovadoras de ciberseguridad en el ámbito empresarial
- Venta consultiva, potenciado equipos comerciales de alto impacto en el sector TI
- Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva
- Data Thinking para el desarrollo empresarial
- Productividad en las ventas: técnicas de programación neurolingüística aplicadas
- Intraemprendimiento en empresas innovadoras: emprendimiento corporativo para crear nuevos productos y servicios
- Customer Relationship Management y gestión de eventos
- Marketing de Influencia para empresarios
- Inteligencia emocional para la competitividad empresarial
- Gestión de clientes en el mundo digital
- Inteligencia artificial para impulsar la estrategia de negocio

3- Pregunta abierta: Otras áreas y temas de interés para la formación continua: Cada uno de los participantes de la encuesta podría incluir temáticas puntuales, según su necesidad o la de su empresa.
4. Preferencia en la modalidad de formación: Se preguntó el grado de interés en las opciones de modalidad de Presencial, Videoconferencia (sincrónica) y Virtual (asincrónica).
5. Preferencias en la franja horaria: Aquí se dieron diferentes opciones de franja horaria, en cuanto a días y horas.
6. Metodología de recolección de datos: La Encuesta de detección de necesidades diseñada en Google Forms fue enviada a la base de participantes de proyectos formativos previos de AHK Colombia, por medio de campaña de mailing y mensajes de WhatsApp. Cada uno de los participantes debía diligenciar cada uno de los campos allí requeridos, y dar envío al formulario. Esta información fue consolidada en una hoja de Excel, la cual se tabuló y analizó.

PARTE 3. ENTREVISTAS A AFILIADOS

Se conto con la participación de 7 empresas afiliadas para el desarrollo de reuniones, con el firme objetivo de identificar sus necesidades de formación y que a la mismas se les diera respuesta parcial por medio de las acciones formativas a desarrollar. En estas reuniones se logro identificar necesidades puntuales y posibles temáticas para el desarrollo de las AFs, las cuales se presentan en los resultados.

Resumen de resultados principales del diagnóstico de necesidades de formación

La detección de las necesidades de formación a través de las herramientas de participantes y afiliados reveló áreas prioritarias que buscan atención mediante las acciones de formación del PFCE 2024. Gracias a los datos cualitativos y cuantitativos fue posible identificar aquellas necesidades relevantes, las cuales se relacionan a continuación:

Encuesta de participantes:
Encabezando la lista de necesidades se encuentra "Inteligencia Artificial para impulsar la estrategia de negocio", con un promedio de 4,18/5 y un porcentaje de mayor interés del 57,14% de participantes interesados, destacando la necesidad de optimizar procesos, anticipar tendencias y tomar decisiones informadas, impulsando la eficiencia y la competitividad empresarial. En segundo lugar, la "Gestión de clientes en el mundo digital" se posiciona con un promedio de 4,06/5 y un 52,10% de mayor interés, reflejando la importancia de implementar estrategias y herramientas digitales para fortalecer relaciones y maximizar la satisfacción del cliente en entornos online. La "Inteligencia emocional para la competitividad empresarial" ocupa el tercer puesto, con un promedio de 4,08/5 y un 51,68% de mayor interés, esta temática resalta la importancia de habilidades emocionales en el ámbito empresarial para potenciar la competitividad. En cuanto a "Marketing de Influencia para empresarios", obtiene un promedio de 3,95/5 y un 50,84% de mayor interés, indicando la creciente relevancia del marketing de influencia en la estrategia empresarial. El “Intraemprendimiento en empresas innovadoras", con un promedio de 3,91/5 y un 44,96% de interés se ubica en quinto lugar, destaca la importancia de fomentar el espíritu emprendedor dentro de las empresas para la creación de nuevos productos y servicios. En el sexto lugar, "Customer Relationship Management y gestión de eventos" logra un promedio de 3,88/5 y un 44,96% de interés, resaltando la necesidad de gestionar de manera efectiva las relaciones con los clientes y eventos empresariales. La "Productividad en las ventas: técnicas de programación neurolingüística aplicadas" obtiene un promedio de 3,92/5 y un séptimo puesto con un 43,28% de mayor interés, subrayando la relevancia de técnicas específicas para mejorar la eficiencia en el proceso de ventas. "Data Thinking para el desarrollo empresarial" se sitúa en el octavo lugar, con un promedio de 3,84/5 y un 40,34% de mayor interés, indicando la importancia de la aplicación estratégica de datos en el desarrollo empresarial para estimular la innovación y potenciar el crecimiento de la empresa. Por otra parte, la "Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva" ocupa el noveno puesto, con un promedio de 3,8/5 y un 38,24% de interés, subrayando la creciente importancia de la sostenibilidad en la estrategia empresarial y como una apuesta diferenciadora que atrae a consumidores conscientes y fortalece la posición competitiva en el mercado. En décimo lugar, "Venta consultiva, potenciando equipos comerciales de alto impacto en el sector TI", con un promedio de 3,59/5 y un 34,03% de mayor interés, resalta la necesidad de estrategias de venta consultiva en el sector de Tecnologías de la Información. Finalmente, "Estrategias innovadoras de ciberseguridad en el ámbito empresarial", con un promedio de 3,39/5 y un 33,61% de interés, destaca la importancia de adoptar enfoques innovadores para garantizar la ciberseguridad en el entorno empresarial.

Encuesta de afiliados:
Adicionalmente se detallan las temáticas o necesidades evaluadas en las encuestas de formación de afiliados de la Cámara de Industria y Comercio Colombo Alemana -AHK Colombia , junto con los puntajes promedio de interés y el porcentaje de afiliados que identificaron las necesidades para el gremio calificando de 1 a 5. A continuación, se describen las necesidades en las 9 áreas funcionales.

-En la necesidad por área funcional de Dirección estratégica: se encontró en primer lugar que la “Sustentabilidad” Abordar los desafíos ambientales y sociales para garantizar la viabilidad a largo plazo de la empresa, obtuvo un promedio de 3,8/5 y un 26,67% de mayor interés. Seguido de “Smart Companies” Transformar la empresa en una organización más ágil y eficiente en la ejecución de estrategias, obtuvo un promedio de 4,13/5 y un 26,67% de mayor interés. Por último “Data Driven Management” Utilizar datos para tomar decisiones estratégicas más informadas y eficaces, obtuvo un promedio de 4/5 y un 20,00% de mayor interés.

-Por su parte en la necesidad de área funcional de Marketing se encontraron 6 temas de mayor relevancia para atender con las acciones de formación: con los más altos resultados obtenidos se encuentra “Atraer y retener clientes de manera efectiva” obtuvo un promedio de 4,6/5 y un porcentaje de mayor interés del 60,00 resaltando la importancia de implementar estrategias que no solo cautiven a nuevos clientes, sino que también fomenten la fidelidad a largo plazo mediante experiencias y servicios excepcionales. Por su parte el tema de “Mejorar la experiencia del usuario y enfocarse en la fidelización del cliente para aumentar la retención y la satisfacción” logra un promedio de 4,27/5 y un 46,67 de porcentaje de mayor interés. Por su parte el tema de “Aplicar realidad virtual, realidad aumentada y realidad mixta para crear experiencias únicas que agreguen valor al cliente" obtuvo un promedio de 3,4/5 y 33,33% de mayor interés. “Adaptarse a las regulaciones de privacidad y asegurar una gestión adecuada de los datos del cliente” se posicionó en el 4 lugar con un promedio de 3,8/5 y un 33,33% de mayor interés. Seguido por el tema de “Utilizar las redes sociales para marketing de manera estratégica” obtuvo un promedio de 4/5 y un 33,33% de mayor interés. Finalmente “Utilizar herramientas de automatización y segmentación de clientes para optimizar las operaciones de marketing” se ubicó en última posición con un promedio de 3,67/5 y el 26,67% de interés. Es importante señalar que ninguno

de los anteriores temas obtuvo porcentajes de menos interés.

-En el área funcional de Ventas: se destacaron 5 temas ubicando a "Diseño e implementación de planes comerciales altamente efectivos" en primer lugar con un promedio de 4,27/5 y un 53,33% de mayor interés destacando la necesidad de planificar estrategias, que se adapten a la ejecución precisa para alcanzar y superar los objetivos comerciales de una empresa. El "Fortalecimiento de equipos comerciales de alto rendimiento" es el segundo tema con el mayor promedio de 3,8/5 y un 46,67% de mayor interés lo que implica el desarrollo de habilidades, la promoción de la colaboración y la implementación de estrategias que optimicen la eficiencia y el éxito de los equipos en el entorno empresarial. Por su parte la "Definición de cuadro de mando del proceso de ventas" es el tema que se ubica en el tercer puesto con un promedio de 3,4/5 y un 26,67% de mayor interés lo que significa saber estructurar visual y analíticamente indicadores clave que permiten evaluar y gestionar eficientemente cada etapa del proceso de ventas. La "Automatización de datos para control del ciclo de ventas" se refiere a conocer la utilización de herramientas tecnológicas que gestionan de manera eficiente la información relacionada con todas las fases del proceso de ventas, este tema obtuvo un promedio de 3,47/5 y un 20,00% de mayor interés. Con el menor promedio de 3,27/5 y un 6,67% de mayor interés se posiciona en último lugar el tema "Transformación digital del proceso de ventas" que implica la integración de tecnologías y estrategias digitales para mejorar la eficiencia, agilidad y experiencia del cliente a lo largo de todas las etapas del ciclo de ventas. Es importante agregar que como tema adicional propuesto en la aplicación de herramientas a los afiliados sugieren el tema de "Búsqueda de alternativas de ventas" lo que quiere decir la exploración para diversificar y optimizar las oportunidades comerciales, adaptándose a las cambiantes demandas y preferencias del mercado, obtuvo un promedio de 1,73/5 y un porcentaje de 66,67% de menor interés.

-En el área funcional de Producción y operaciones: se destaca el tema "Automatización procesos mediante IA (Inteligencia artificial)" sobre la importancia del uso de algoritmos y capacidades autónomas para ejecutar tareas y tomar decisiones de manera eficiente, acelerando y optimizando los procesos empresariales que obtuvo un promedio 3,47/5 y el 26, 67% de mayor interés y ubicándose en primer lugar. Seguido del tema "Aumentar la eficiencia, reducir errores y acelerar la producción" que nos lleva a implementar medidas y tecnologías que optimicen los procesos, minimicen fallos y mejoren la rapidez en la entrega de productos o servicios, este tema obtuvo un promedio de 3,73/5 y un 26,67 en porcentaje de mayor interés. En tercer lugar, se encuentra la temática “Aumentar la agilidad y la eficiencia en la cadena de suministro y la producción” con un promedio de 3,67/5 y el 20,00% de mayor interés que se refiere la implementación de estrategias y tecnologías que permitan una respuesta rápida y efectiva a las demandas del mercado, optimizando los procesos para garantizar una producción eficiente. En tercer lugar, se encuentra "Generar procesos de economía circular" que significa establecer sistemas y prácticas empresariales que promueven la reutilización, reciclaje y maximización del uso de recursos, con el objetivo de minimizar residuos y contribuir a un ciclo sostenible, obtuvo un promedio del 3,53/5 y un 13,33% de mayor interés. En cuarto lugar, se encuentra el tema "Reducir el desperdicio y mejorar la eficiencia en los procesos operativos" con un promedio del 3,8/5 y un porcentaje de mayor interés del 13,33% siendo este último el mismo que para el tema “Gestión más flexible y adaptativa de proyectos y operaciones" que se ubica en quinto lugar con un promedio de 3,93/5.

-En el área funcional Financiera: se destaca como primer tema de mayor relevancia la "Gestión integral de riesgos y seguridad informática" obteniendo los más altos resultados con un promedio de 4/5 y el 33,33% de mayor interés, este asunto sugiere un enfoque completo para identificar, evaluar y mitigar los riesgos asociados a la seguridad de la información, garantizando la protección de datos y sistemas de manera efectiva en un entorno empresarial. El 26,67% de mayor interés en es mismo que obtuvieron los temas que se ubican en los puestos 2 y 3 siendo "Transformación digital de procesos financieros, administrativos y contables en la empresa" y "Transmitir la información relevante a las diferentes áreas de la organización" con un promedio de 3,73/5 y 3,93/5 respectivamente. Por su parte "Viabilizar la internacionalización de la empresa desde la perspectiva financiera" se ubica en el cuarto lugar con un promedio de 3,67/5 y el 13,33% de mayor interés. También se encontró el tema "Financiación alternativa, búsqueda de nuevas fuentes de financiación, la economía colaborativa" con un promedio de 3,73/5 y un 6,67% de mayor interés. Por último, se sugirió como tema adicional las "Finanzas en el exterior" con un promedio de 1,8/5 pero ningún porcentaje de mayor interés.

-En el área funcional de Recursos Humanos: el "Reclutamiento inteligente: Mejorar el proceso de selección de talento" se ubica en primer lugar porque implica la optimización en el proceso de selección de talento mediante la aplicación estratégica de tecnologías y herramientas innovadoras, con el objetivo de identificar y atraer candidatos de manera más eficiente y precisa, este tema obtuvo un promedio de 4,13/5 y un 40,00 % de mayor interés, siendo este último porcentaje el mismo para el tema del segundo lugar que es "Diseñar planes de formación efectivos" con un promedio de 4,2/5 que sugiere desarrollar estrategias educativas y programas de aprendizaje que se ajusten a las necesidades específicas de los participantes. En tercer lugar, se encuentra "Herramientas y estrategias para mejorar la productividad laboral" con un promedio de 4,07/5, este tema se refiere a la adopción de recursos tecnológicos y enfoques organizativos que optimicen la eficiencia y el rendimiento en el entorno de trabajo. Por su parte el tema "Feedback 360: Implementar un proceso de retroalimentación integral que promueva el crecimiento y el desarrollo de los empleados, así como la mejora del rendimiento" se ubica en cuarto lugar con el mismo porcentaje de mayor interés del 33,33% y un promedio de 4,27/5. Los temas "Abordar la gestión de equipos en entornos de trabajo que combinan la presencia física y el trabajo remoto, garantizando la eficiencia y la colaboración" y "Gestión inclusiva en las organizaciones" obtuvieron un promedio de 3,67/5 y 3,73/5 respectivamente y el mismo 20,00% de mayor interés.

-En el área funcional del Tecnología se obtuvo 5 temas que se destacan que lo encabeza "Ciberseguridad: Abordar la protección de datos y sistemas contra amenazas cibernéticas para garantizar la integridad y la confidencialidad de la información" con un promedio de 4,47/5 y un 60,00% de mayor interés, a este tema le sigue "Industria 4.0, IoT, RPA y Robótica Inteligente: Solucionar desafíos relacionados con la automatización y la optimización de procesos industriales y de negocios mediante tecnologías avanzadas" con un promedio de 4/5 y el segundo mayor porcentaje de interés con el 40,00. En tercer lugar, se encuentra el tema "Herramientas para áreas funcionales de la empresa: Resolver problemas específicos en diferentes áreas funcionales, aprovechando herramientas tecnológicas especializadas" con un promedio de 3,87/5 y el 26,67 de porcentaje de interés. La cuarta posición está "Blockchain: Resolver problemas de transparencia y trazabilidad en la cadena de suministro y la gestión de datos a través de la tecnología blockchain" con un promedio del 3,47/5 y el 20,00% de mayor interés que es el mismo que ocupa el quinto y último tema que se denomina "Competencias digitales: Abordar la brecha de habilidades digitales y fomentar la adaptación a un entorno tecnológico en constante cambio con un promedio de 3,8/5.

-En el área funcional de Habilidades transversales se encontró el tema "Pensamiento y análisis crítico" en el primer lugar con un promedio de 4,3/5 y un porcentaje de mayor interés del 60,00% seguido del tema "Razonamiento, solución de problemas y generación de ideas" en segundo lugar con un promedio del 4,3/5 y un 53,33% de mayor interés, le sigue en tercer lugar el tema "Pensamiento analítico e innovación" con un promedio del 4,3/5 y el 53,33% de mayor interés. En cuarto lugar, se encuentra el tema "Resolución de problemas complejos" con un promedio de 4,1/5 y un 46,67% de interés, en quinta posición se encuentra el tema "Liderazgo e influencia social" con promedio de 4,2/5 y el 33,33% de mayor interés, por su parte el tema "Resiliencia, tolerancia al estrés y flexibilidad" se ubica en sexta posición con un promedio del 4,1/5 y un 33,33% de interés. Los temas 7 y 8 "Creatividad, originalidad e iniciativa" y "Aprendizaje activo y estrategias de aprendizaje" obtuvieron un promedio de 4,1/5 y 3,9/5 respectivamente alcanzando el mismo 26, 67% de mayor interés. Asimismo, los temas 9 y 10 con igual porcentaje de interés del 13,33% obtuvieron un promedio de 3,3/5 en "Diseño y programación de tecnología" y un promedio de 3,5/5 en el tema "Uso, control y monitoreo de la tecnología".

-En el área funcional de Intereses estratégicos: Se encontraron 9 temáticas de mayor relevancia que fueron detectadas por las herramientas de encuesta aplicada a los afiliados de la AHK, siendo el tema "Crecimiento empresarial, logística e infraestructura" el de mayor promedio con un 3,9/5 y un 33,33% de mayor interés, seguido por "Transición energética y energías alternativas" que obtuvo un promedio del 3,3/5 y un 33,33% de mayor interés. Por otro lado, el tema "Turismo, arte y deporte" logra un promedio del 2,5/5 con un 20,00% de interés, así como "Gestión ambiental, biodiversidad, economía circular" con un promedio del 3,4/5 y un 20,00% de interés. Por otro lado la temática "Desarrollo agroindustrial" logra un promedio del 2,6/5 y un 13,33% de interés, luego se registró con un promedio del 3,1% y un 13,33% de interés el tema "Servicios tecnológicos para industria militar", le sigue "Salud, cuidado, servicios y medicamentos" con un promedio 3,0/5 y el 13,33% de interés, siendo este último el mismo porcentaje para el tema "Educación, diversidad cultural, enfoque de género y seguridad alimentaria" que logra un promedio del 3,1/5 y 13,33% de interés. Concluyendo con las temáticas de interés se encuentran la "Economía campesina, asociatividad y cooperativismo" con un promedio del 2,2/5 y el 6,67% de interés, y para finalizar con el tema "Servicios tecnológicos para industria militar" con un promedio de 2,1/5 y 0% de interés.

3. Entrevistas con afiliados AHK. A continuación se relacionan los resultados principales que serán objeto de desarrollo de acciones formativas en el presente proyecto:

ALLIANZ: Allianz es una empresa líder en el sector de servicios financieros y seguros, con una larga historia de éxito, una amplia gama de productos y servicios, un enfoque en la innovación y la tecnología, un compromiso con la sostenibilidad y una reputación sólida a nivel mundial.

La necesidad identificada hace referencia diseñar una experiencia del usuario fluida, eficiente y satisfactoria que permita a los usuarios realizar tareas de autogestión de manera independiente y sin complicaciones dentro de un sistema determinado. Actualmente Allianz cuenta con una app enfocada en el ramo de salud, que a la fecha ya tiene 6 años de implementada pero no ha logrado el nivel de usabilidad y reconocimiento por parte de los clientes quienes la han valorado con 2.4 ptos./ 5 (con solo 45 reseñas) y 2.5 ptos / 5 (con solo 178 opiniones) en las tiendas de IOS y Android respectivamente, a pesar que desde ella pueden consultar el directorio médico, agendar citas en centros médicos propios y telemedicina para el asegurado y su núcleo familiar, solicitar reembolsos, solicitar autorizaciones, solicitar certificado de viaje, visualizar los carnets del seguro de salud, entre otras. Lo anterior los puede llevar a: Estar desactualizados frente a la competencia, Riesgo de fuga de clientes por falta de tecnología amigable, Incremento de PQRS por las fallas constantes del APP actual. Por lo tanto, buscan Lograr que la nueva APP sea una herramienta para clientes de autogestión en algunos procesos y que reemplace la APP actual que está dirigida solamente a clientes de Salud, ampliando sus funcionalidades a los ramos de Autos, Hogar y Vida. Con esta herramienta buscan ponernos al día en el mercado en cuanto a servicio, transaccionalidad y experiencia del cliente ya que se eliminarían muchos procesos en los que alargan el tiempo de espera para poderle dar una solución o respuesta a sus consultas. Además, se busca que también sea una fuente de actualización de datos directamente por el cliente, para mejorar su contactabilidad.

Messer: Messer Group GmbH, conocida comúnmente como Messer, es una empresa multinacional especializada en gases industriales y medicinales, opera en más de 35 países en Europa, Asia, América del Norte y América del Sur. La empresa tiene una extensa red de plantas de producción, centros de distribución y puntos de venta en todo el mundo para atender las necesidades de sus clientes.

Identifican un problema de desarrollo tecnológico productivo para el área comercial, indican que, en el actual escenario empresarial, la competencia en la industria de gases industriales y medicinales se intensifica, especialmente en términos de costos. La empresa se enfrenta al desafío crítico de mantener su competitividad en un mercado donde los bajos costos de la competencia están ejerciendo presión sobre los márgenes. Por lo tanto, Identificaron la necesidad de optimizar las operaciones comerciales para enfrentase a esta situación y garantizar la sostenibilidad a largo plazo de la empresa.

Análisis causas y efectos de la necesidad de formación detectada

CAUSAS: Las causas que dan origen a esta necesidad/problema son:
1. Según un informe de Deloitte 2019, las empresas con estructuras rígidas y jerárquicas presentan una baja del 70% en innovación, un aumento del 60% en problemas de movilización de personal, y tienden a perder competitividad en su mercado.
2. Según la guía de herramientas de proyectos del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) 2018, un gran número de empresas carece de las habilidades y conocimientos necesarios para adoptar prácticas en proyectos ágiles. La ausencia de formación en metodologías en proyectos y liderazgo adaptativo contribuye a la resistencia al cambio y a la adopción de enfoques más flexibles.
3. Según el Foro Económico Mundial 2024, la gobernanza "ágil" no se limita a coordinar instituciones, sino que implica un enfoque prospectivo para anticipar desafíos. Esto destaca la necesidad de formación en agilidad, esencial para liderar eficazmente en entornos dinámicos.

EFECTOS: Si no se lleva a cabo la acción de formación Inteligencia artificial y vigilancia tecnológica el impacto será negativo porque:
1. Las empresas que no adoptan prácticas ágiles experimentan una disminución en su capacidad para competir en mercados dinámicos.
2. La falta de adaptabilidad impacta negativamente en la capacidad de las empresas para satisfacer las expectativas cambiantes de los clientes. La falta de agilidad en las organizaciones limita su capacidad para innovar.
3. La escasez de una cultura que fomente la experimentación y la rápida implementación de nuevas ideas contribuye a la obsolescencia y la falta de relevancia en el mercado.
4. La falta de flexibilidad y agilidad en el trabajo puede llevar a la desmotivación de los empleados. La resistencia al cambio y la falta de oportunidades para contribuir de manera significativa pueden provocar una mayor rotación de personal, afectando la estabilidad y la continuidad del talento en la empresa.

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

Luego de analizar los datos recopilados mediante las herramientas de diagnóstico aplicadas por este gremio y que además se soporta en datos cualitativos y cuantitativos. se identifico la necesidad puntual de "implementar herramientas y procesos innovadores que le permitan a las empresas y a sus colaboradores adaptarse rápidamente a los cambios del mercado y generar una mayor capacidad de respuesta a aquellos cambios en el entorno empresarial". Como resultados estadísticos se obtuvo en primer lugar, el tema "Smart companies: Transformar la empresa en una organización más ágil y eficiente en la ejecución de estrategias" con una puntuación promedio de 4,13/5 y donde el 26.6% de los participantes la valoraron de mayor interés. A su vez, se evidencia in interés importante en "Gestión más flexible y adaptativa de proyectos y operaciones" con un promedio 3,93/5 y 13% de los participantes la valoraron de mayor interés. Según estudios, la relación entre transformar una empresa en una organización ágil y eficiente en la ejecución de estrategias y una gestión más flexible y adaptativa de proyectos y operaciones radica en su enfoque común hacia la eficiencia, la adaptabilidad y la mejora continua para lograr mejores resultados empresariales (Tomado de https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/65695/). Además, según expertos, es importante y básico capacitar a los equipos en metodologías innovadoras que promuevan la adaptación (Tomado de: https://es.linkedin.com/pulse/la-empresa-%C3%A1gil-innovadora-y-flexible-competimex-s-c.). En este contexto, es necesario adoptar herramientas y metodologías ágiles que permitan una entrega continua y una mejora constante, así como una mayor colaboración y adaptación rápida a los cambios. La agilidad empresarial es fundamental para mantenerse competitivo en el mercado actual y adaptarse rápidamente a los cambios, y allí involucrar a todos los miembros del equipo en el proceso de mejora continua, se fomenta una cultura de innovación y colaboración que mejora la productividad y el rendimiento general de la organización (Tomado de https://www.linkedin.com/pulse/adoptemos-la-agilidad-empresarial-y-mantengamos-en-el-s%C3%A1nchez-l%C3%B3pez/?originalSubdomain=es). La acción de formación propuesta por la AHK Colombia busca dar respuesta parcial a la necesidad detectada.

Objetivo de la acción de formación

Capacitar a los participantes para identificar, adoptar y aplicar eficientemente las metodologías y prácticas clave de Business Agility, proporcionando los conocimientos necesarios para integrar de manera efectiva la agilidad en las operaciones empresariales. Al finalizar la formación, los participantes serán capaces de comprender, aplicar y liderar iniciativas ágiles en sus respectivas organizaciones, superando las barreras de estructuras organizacionales rígidas, adquiriendo habilidades ágiles y fomentando una cultura que favorezca la adaptabilidad y la innovación. Este objetivo busca solucionar parcialmente la falta de flexibilidad y agilidad identificada, permitiendo a las empresas y gremios responder de manera efectiva a los desafíos cambiantes del entorno empresarial y mejorar su capacidad para competir, innovar y prosperar a largo plazo.

Esta acción de formación da respuesta parcial a la necesidad detectada y a los retos de formación de la AHK Colombia.

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 asistida por tecnologías-PAT
Tipo de ambiente de aprendizaje		Plataforma o herramienta tecnológica	
Número de grupos	10	**Número de horas por grupo**	20
Número de beneficiarios por grupo	25	**Número de días por grupo de la AF**	10
Número de beneficiarios de la AF	250	**Número total de horas por AF**	200

Perfil Beneficiarios

Area(s) funcional(es)

Área Funcional	*Otra*
Dirección	
Innovación	
Marketing	
Otra	Mercadeo
Producción	
Recursos humanos	
Servicio al cliente	
Tecnología	
ventas	

Justificación áreas funcionales a beneficiar

Las áreas funcionales propuestas son responsables del éxito de los procesos de agilísimo y gestión flexible y adaptativa en las empresas beneficiarias. Al ser beneficiarias de la acción de formación Ágil Empresarial: Integrando la Agilidad en el Mundo de los Negocios, evidenciarán una mejora en su productividad y competitividad porque se fortalecerán con las habilidades y conocimientos necesarios para liderar y ejecutar cambios ágiles en sus respectivas áreas. En áreas de dirección: Al recibir formación en agilidad, la dirección adquirirá la capacidad de liderar cambios estratégicos de manera ágil, mejorando la adaptación de la empresa a entornos cambiantes y aumentando su competitividad. En Innovación: La adopción de métodos ágiles facilitará la implementación eficiente de nuevas ideas, promoviendo la innovación y fortaleciendo la capacidad de la empresa para mantenerse competitiva en el mercado. En Marketing: La capacitación en agilidad mejorará la respuesta del área de marketing a las tendencias del mercado, optimizando la ejecución de estrategias y aumentando la competitividad de la empresa en el ámbito comercial. En Producción: La formación contribuirá a optimizar la producción mediante prácticas ágiles, mejorando la eficiencia y reduciendo tiempos de entrega, aumentando así la competitividad de la empresa en la industria. En Recursos Humanos: Con enfoques ágiles, Recursos Humanos facilitará la adaptación a cambios organizacionales y retendrá talento, promoviendo un entorno laboral más productivo y competitivo. En Servicio al cliente: La acción de formación mejorará la capacidad de brindar un servicio ágil, personalizado y acorde a las demandas cambiantes de los clientes, elevando la competitividad

en la satisfacción del cliente. En Tecnología: Al adoptar metodologías ágiles, los equipos tecnológicos acelerarán el desarrollo de soluciones, mejorando la eficiencia y la competitividad en la entrega de productos y servicios digitales. Y en Mercadeo y Ventas: La aproximación ágil en estrategias de mercadeo y ventas permitirá adaptarse rápidamente a cambios en la demanda, mejorando la competitividad en la captación y retención de clientes.

Cargo/ocupaciones/denominación

Cargo
Directores
Jefes de área
Gerentes generales
Gerentes financieros
Directores financieros
Gerentes de innovación y desarrollo
Gerentes de producto
Profesionales
Técnicos
Subdirectores
Coordinadores de equipos
Emprendedores autónomos
Gerentes de tecnología(CEO CFO CTO)
Directores de marketing
Gerentes de producción y operaciones
Directores de recursos humanos y gerentes de talento
Auxiliares
Analistas
Administrativos
Ejecutivos de ventas
Representantes de mercadeo
Representantes de servicio al cliente y coordinadores
Desarrolladores e ingenieros de software
Líderes de área
Responsables de procesos
Encargados de coordinar las actividades que se desarrollan en el nivel operativo

Funciones

Función
Elaboración de políticas y estrategias (Nivel Directivo)

Función
Coordinación y supervisión de actividades (Líderes de Área, Responsables de Procesos)
Implementación de estrategias y políticas organizacionales (Líderes de Área, Responsables de Procesos)
Ejecución de tareas rutinarias y programadas (Nivel Operativo)
Toma de decisiones a nivel estratégico (Nivel Directivo)
Aplicar prácticas ágiles en todos los niveles jerárquicos
Mejoramiento en el rendimiento laboral, la eficiencia operativa y la posición competitiva de la empresa en el mercado.
Liderar y ejecutar cambios ágiles en sus respectivas áreas.

Productos

Producto

Conocimientos

Conocimiento

Habilidades

Habilidad

Actitudes

Actitud

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional
ALTA DIRECCIÓN
MEDIO
OPERATIVO

Justificación beneficiarios de los niveles ocupacionales

Los niveles ocupacionales que se beneficiaran de la formación incluyen: el nivel alta dirección como beneficiario de esta acción de formación porque este nivel se involucra directamente en la elaboración de políticas y estrategias, siendo responsable de la toma de decisiones a nivel estratégico en la empresa. De esta manera, la acción de formación les permitirá mejorar su desempeño especialmente relacionado con la integración de enfoques ágiles en la formulación de políticas y en la toma de decisiones estratégicas, promoviendo una dirección más dinámica y adaptativa.

Se incluye el nivel medio como beneficiario de esta acción de formación porque este nivel se involucra directamente en la coordinación y supervisión de actividades, siendo responsable de la implementación de estrategias y políticas en niveles intermedios de la empresa. De esta manera, la acción de formación les permitirá mejorar su desempeño especialmente relacionado con la aplicación de métodos ágiles en la coordinación y supervisión, fortaleciendo la capacidad de adaptación de la empresa en niveles intermedios.

La inclusión de los niveles operativo, medio y alta dirección permitirá a las empresas abordar desde distintas perspectivas la problemática a resolver con esta acción de formación porque cada nivel aporta elementos clave para una implementación efectiva de prácticas ágiles. El nivel operativo garantiza la ejecución eficiente, el nivel medio la coordinación intermedia, y la alta dirección la formulación de estrategias, asegurando así una adopción integral y cohesionada de la agilidad en la organización.

Número de empresas mipymes a beneficiar

61

Número de trabajadores a beneficiar de empresas mipymes

184

Justificación empresas y trabajadores de mipymes a beneficiar

De acuerdo con las estadísticas de AHK Colombia, el 72% de sus empresas afiliadas y cadena productiva pertenecen al tamaño empresarial de MIPYME, por esta razón, para el gremio es de gran importancia que los trabajadores de empresas MIPYME resulten beneficiados con esta acción de formación, ya que la capacitación es crucial para el crecimiento, la competitividad y la sostenibilidad de dichas empresas. Les permite adaptarse a un entorno empresarial en constante cambio, innovar, mejorar la productividad y desarrollar el talento interno, todo lo cual contribuye a su éxito a largo plazo. Es así como esta acción de formación aportará a este proceso de fortalecimiento y crecimiento preparándolos para comprender, aplicar y liderar iniciativas ágiles en sus respectivas organizaciones, superando las barreras de estructuras organizacionales rígidas, adquiriendo habilidades ágiles y fomentando una cultura que favorezca la adaptabilidad y la innovación.

Número de empresas de su cadena productiva a beneficiar

64

Número de trabajadores a beneficiar de empresas de su cadena productiva

191

Justificación empresas y beneficiarios de la cadena productiva a beneficiar

La acción formativa beneficiara a trabajadores y a empresas de la cadena productiva para favorecer el desarrollo productivo y competitividad de todos los eslabones de la cadena de valor del sector al que pertenezca cada afiliado, debido a que dentro del objeto social de la CÁMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO COLOMBO ALEMANA está el fomento y desarrollo de las relaciones comerciales, industriales, económicas y culturales entre la República de Colombia y la República Federal de Alemania, para lo cual brinda apoyo a sus afiliados y no afiliados.
Una cadena productiva es un sistema constituido por un conjunto de actores internos y externos al entorno de la empresa, que comprende todas las etapas de la cadena de valor, relacionadas entre sí por una sucesión de operaciones de producción, transformación y comercialización de productos y/o servicios en un entorno determinado, que implica relaciones con productores, proveedores, clientes, distribuidores, entre otros, permitiendo sinergias que facilitan la creación de ventajas competitivas, razón por la cual brindar espacios de formación de calidad a dichas empresas, lejos de verse como acciones independientes, se verá como una herramienta que contribuirá en la generación de valor, y el fortalecimiento mutuo. Es así como al fortalecer una cadena se refiere a establecer medios a lo largo de una organización y de la cadena productiva que permitan que una organización sea más rentable y competitiva.

otros datos

Número de trabajadores en condición de discapacidad	0	**Número de trabajadores mujeres**	143
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

Transversal

Sub-sector(es) a beneficiar con la AF

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 AHK Colombia al tener un carácter multisectorial y binacional, tiene un papel importante en todos los sectores de la economía colombiana. Es así como sus empresas afiliadas y las empresas de su cadena productiva se encuentran agrupadas en los siguientes sectores: 48 % servicios, 16 % sector industrial, 7% sector comercio, 6% sector tecnología, 6% sector salud, 6% sector infraestructura, 6% sector solidario, 4% sector energía, 1% sector agrícola. Es así como sus empresas afiliadas desarrollan actividades productivas en distintos sectores y subsectores de la economía . Por esta razón esta acción de formación beneficia a trabajadores de sectores transversales y subsectores transversales con la temática "Agilísimo y gestión flexible y adaptativa de equipo de trabajo", la cual es fundamental para el fortalecimiento empresarial de todas las empresas, sin importar el sector.

UNIDADES TEMÁTICAS

ID	8746
UT N°	1

AF N° **5**

ACCIÓN DE FORMACIÓN **Agilismo y gestión flexible y adaptativa de equipo de trabajo**

UNIDAD TEMÁTICA N° **1**

UNIDAD TEMÁTICA **Agilidad Empresarial: Desarrollando la Adaptabilidad Organizacional**

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**	0
N° total de horas prácticas PAT	2	**N° total de horas teóricas PAT**	2
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	- Introducción a la Agilidad Empresarial - Metodologías Ágiles Aplicadas - Cambio Cultural y Liderazgo Ágil - Herramientas y Técnicas para la Agilidad - Casos Prácticos y Ejemplos Empresariales
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de: Desarrollar estrategias para implementar prácticas ágiles, promoviendo la adaptabilidad organizacional y mejorando la capacidad de respuesta ante cambios empresariales.
Actividades de Aprendizaje	Mapa Mental Pensamiento de Diseño Técnica de aprendizaje SQA (saber-asimilar-descubrir) Testimonio Ejemplificación.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	40	0

ID 8787

UT N° 2

AF N° 5

ACCIÓN DE FORMACIÓN Agilismo y gestión flexible y adaptativa de equipo de trabajo

UNIDAD TEMÁTICA N° 2

UNIDAD TEMÁTICA Analizando la Complejidad: Estrategias para Entornos Cambiantes

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**	0
N° total de horas prácticas PAT	2	**N° total de horas teóricas PAT**	2
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	- Diagnóstico de la Complejidad Empresarial - Estrategias de Simplificación y Focalización - Toma de Decisiones en Entornos Complejos - Gestión de Cambios en Entornos Dinámicos - Innovación y Adaptación Continua

Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de: Diagnosticar la complejidad en entornos empresariales, aplicar estrategias de simplificación y tomar decisiones efectivas para enfrentar desafíos en contextos cambiantes.
Actividades de Aprendizaje	Mapa Mental Pensamiento de Diseño Ejemplificación Diálogos Simultáneos Taller Medios Sociales Trabajo Cooperativo.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	40	0

ID 8789

UT N° 3

AF N° 5

ACCIÓN DE FORMACIÓN Agilismo y gestión flexible y adaptativa de equipo de trabajo

UNIDAD TEMÁTICA N° 3

UNIDAD TEMÁTICA Diseño de Estructuras Organizacionales Flexibles y Adaptativas

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**	0
N° total de horas prácticas PAT	2	**N° total de horas teóricas PAT**	2
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	- Análisis de Estructuras Organizacionales Tradicionales - Diseño de Estructuras Ágiles - Roles y Responsabilidades Adaptativos - Cultura Organizacional Ágil
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de: Diseñar estructuras organizacionales ágiles, redefinir roles y promover una cultura que favorezca la flexibilidad y la colaboración en la organización.
Actividades de Aprendizaje	Mapa Mental Pensamiento de Diseño Ejemplificación Diálogos Simultáneos Taller Medios Sociales Trabajo Cooperativo.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	40	0

ID 8791

UT N° 4

AF N° 5

ACCIÓN DE FORMACIÓN Agilismo y gestión flexible y adaptativa de equipo de trabajo

UNIDAD TEMÁTICA N° 4

UNIDAD TEMÁTICA Explorando el ADN de la Empresa Ágil: Un Enfoque Holístico

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**	0
N° total de horas prácticas PAT	2	**N° total de horas teóricas PAT**	2
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	- Cimientos de la Agilidad Empresarial - Integración de Procesos Ágiles - Cultura de Colaboración y Comunicación - Medición y Evaluación del Desempeño Ágil - Gestión de Riesgos y Resiliencia Empresarial
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de: Comprender y aplicar los fundamentos de la agilidad empresarial, integrar procesos ágiles de manera coherente, y evaluar el desempeño mediante indicadores adaptados a entornos ágiles.
Actividades de Aprendizaje	Mapa Mental Pensamiento de Diseño Ejemplificación Diálogos Simultáneos Taller Medios Sociales Trabajo Cooperativo.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	40	0

ID 8792

UT N° 5

AF N° 5

ACCIÓN DE FORMACIÓN Agilismo y gestión flexible y adaptativa de equipo de trabajo

UNIDAD TEMÁTICA N° 5

UNIDAD TEMÁTICA Enfoque Estratégico en la Generación de Valor en la Empresa Ágil

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**	0
N° total de horas prácticas PAT	1	**N° total de horas teóricas PAT**	1
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	- El Valor como Motor Empresarial - Desarrollo de Productos y Servicios Centrados en el Valor - Agilidad en la Cadena de Suministro - Experiencia del Cliente y Retroalimentación Ágil - Innovación Estratégica.
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de: Desarrollar estrategias centradas en la generación de valor, aplicar agilidad y promover la innovación estratégica para mantener la relevancia en el mercado.
Actividades de Aprendizaje	Mapa Mental Pensamiento de Diseño Ejemplificación Diálogos Simultáneos Taller Medios Sociales Trabajo Cooperativo.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	20	0

ID 8794

UT N° 6

AF N° 5

ACCIÓN DE FORMACIÓN Agilismo y gestión flexible y adaptativa de equipo de trabajo

UNIDAD TEMÁTICA N° 6

UNIDAD TEMÁTICA Liderazgo e influencia social

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**	0
N° total de horas prácticas PAT	1	**N° total de horas teóricas PAT**	1

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	- Rol del Líder Ágil - Motivación y Compromiso de Equipos Ágiles - Comunicación Efectiva y Gestión de Conflictos - Empoderamiento y Desarrollo del Talento - Ética y Responsabilidad Social.
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de: Desempeñar el rol de líder ágil, ejercer una influencia positiva en la cultura organizacional, motivar y empoderar equipos, gestionar conflictos y tomar decisiones éticas y socialmente responsables.
Actividades de Aprendizaje	Mapa Mental Pensamiento de Diseño Técnica de aprendizaje SQA (saber-asimilar-descubrir) Testimonio Ejemplificación.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	20	0

Proveedor de la formación - persona jurídica

La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto es Adalid Inmark Colombia SAS, cuya actividad principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559(otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560(actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área, cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social. ADALID INMARK COLOMBIA SAS, hace parte del Grupo Empresarial ASPASIA, y cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz con una trayectoria de 20 años en España y Chile; conformada por sus entidades adscritas ADALID SC, Instituto Europa y la escuela de negocios Europea Talento & Innovación, del cual forma parte, quienes en su conjunto aportan el diseño curricular de las acciones de formación, sus expertos internacionales, material didáctico y formativo. ADALID INMARK COLOMBIA acredita nueve (9) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. Adicionalmente cuenta con nueve (9) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados), a entidades públicas o privadas.

Material de formación

Se contará con cartilla digital, que se entregará de forma electrónica con el fin de que los beneficiarios tengan acceso a descargar dicho material para su uso. El material de producción reciente, (MENOS DE 2 AÑOS) reunirá los medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan las actividades de enseñanza-aprendizaje en la modalidad PAT, y guardará coherencia con los objetivos de la formación, perfil de los beneficiarios y estará metodológicamente estructurado de modo que facilite la transferencia de conocimiento. Los contenidos incluidos corresponden directamente con cada una de las seis unidades temáticas, cumpliendo con la normativa vigente en cuanto a propiedad intelectual:

UNIDAD TEMATICA 1. Agilidad Empresarial: Desarrollando la Adaptabilidad Organizacional
UNIDAD TEMATICA 2. Analizando la Complejidad: Estrategias para Entornos Cambiantes
UNIDAD TEMATICA 3. Diseño de Estructuras Organizacionales Flexibles y Adaptativas
UNIDAD TEMATICA 4. Explorando el ADN de la Empresa Ágil: Un Enfoque Holístico
UNIDAD TEMATICA 5. Enfoque Estratégico en la Generación de Valor en la Empresa Ágil
UNIDAD TEMATICA 6 . Liderazgo e influencia social

Los participantes encontrarán debidamente identificadas las unidades y cada uno de sus contenidos pudiendo así adquirir la base teórica para el desarrollo de las actividades prácticas propuestas y que incluyen: autoevaluaciones, ejercicios de relación de conceptos, entre otros. Incluyen textos descriptivos, cuadros de ampliación, documentación complementaria e infografías.

APLICACIONES MULTIMEDIA INTERACTIVAS: Durante las sesiones de formación PAT el experto invitará a los participantes a trabajar en aplicaciones multimedia interactivas .La experiencia formativa se enriquece con la utilización de aplicaciones multimedia interactivas, software que incorpora contenidos tales como imágenes, vídeo, animaciones y sonido y que además proporciona medios para interactuar fácilmente con el usuario, destinadas a facilitar un aprendizaje profundo y dinámico.

El material cumplirá con la normativa vigente en cuanto a propiedad intelectual y con todas las características relacionadas en el Anexo 15. GUÍA DE RECURSOS DIDÁCTICOS EN EL PROGRAMA DE FORMACIÓN CONTINUA

ESPECIALIZADA DEL SENA.

Se certificará la entrega y uso del material de formación descrito.

Gestión del Conocimiento

Ítem Gestion Conocimiento

Infografía (Póster)

Alineación de la acción de formación

Alineación

PND - Crecimiento empresarial

PND - Convergencia regional

Justificación de la Alineación

La presente acción formativa y sus contenidos se encuentran alineados con los componentes del Plan Nacional de Desarrollo "Colombia potencia mundial de la vida 2022 – 2026", específicamente: "Crecimiento empresarial", y "Convergencia regional".

Estos componentes fomentan un entorno propicio para el desarrollo de las empresas y establecen medidas para fortalecer la competitividad del sector empresarial colombiano, fomentando la innovación, la productividad y el crecimiento empresarial.

En cuanto a la convergencia regional, en el Plan Nacional de Desarrollo, así como la AF, busca reducir las disparidades económicas y sociales entre las diferentes regiones del país, promoviendo un desarrollo más equitativo y sostenible de la sociedad y se establecen acciones para impulsar el crecimiento económico y empresarial en las regiones menos desarrolladas, lo anterior teniendo en cuenta la cobertura geográfica nacional de la AF, llegando a departamentos y municipios de Bajo Índice de Competitividad.

Es así como la presente acción formativa se orienta al cumplimiento de dichos componentes por medio del fortalecimiento de las competencias de los participantes para identificar, adoptar y aplicar eficientemente las metodologías y prácticas clave de Business Agility, proporcionando los conocimientos necesarios para integrar de manera efectiva la agilidad en las operaciones empresariales.

Acción de formación especializada

Esta es una acción de formación especializada porque es un proceso de formación teórico-práctico que desarrolla el concepto de aprendizaje durante toda la vida, dirigido a mejorar las competencias laborales, actualizar y profundizar conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas de los trabajadores en los niveles establecidos en esta acción de formación, permitiendo su aplicación en el contexto laboral inmediato, armonizando el mejoramiento del perfil laboral con la necesidad de aumentar la productividad y competitividad empresarial. Lo anterior, gracias al fortalecimiento de competencias para identificar, adoptar y aplicar eficientemente las metodologías y prácticas clave de Business Agility, proporcionando los conocimientos necesarios para integrar de manera efectiva la agilidad en las operaciones empresariales.

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

Durante el desarrollo de la acción formativa, los capacitadores verificarán el avance de lo que el trabajador aprendió y aplicará en su puesto de trabajo, a partir del momento de finalizar la acción de formación, mediante observaciones y calificaciones que consignarán en la matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Se evidencia la alineación de cada resultado con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del beneficiario.

Resultado 1: El 85% de los beneficiarios están en capacidad de desarrollar estrategias para implementar prácticas ágiles, promoviendo la adaptabilidad organizacional y mejorando la capacidad de respuesta ante cambios empresariales. Además, favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como la planificación ágil de proyectos, la identificación de obstáculos de forma proactiva, la mejora continua de procesos y la comunicación efectiva en entornos ágiles.
Resultado 2: El 85% de los beneficiarios están en capacidad de diagnosticar la complejidad en entornos empresariales, aplicar estrategias de simplificación y tomar decisiones efectivas para enfrentar desafíos en contextos cambiantes. Además, favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como liderar eficazmente la implementación de prácticas ágiles, facilitar la colaboración y motivar a los miembros del equipo.
Resultado 3: El 85% de los beneficiarios están en capacidad de diseñar estructuras organizacionales ágiles, redefinir roles y promover una cultura que favorezca la flexibilidad y la colaboración en la organización. Además, favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como, resistencia, promover la adopción de enfoques ágiles y facilitar la transición hacia una cultura más flexible.
Resultado 4: El 85% El participante estará en capacidad de desarrollar estrategias centradas en la generación de valor, aplicar agilidad y promover la innovación estratégica para mantener la relevancia en el mercado. Además, favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como, la utilización eficazmente herramientas ágiles para la gestión de proyectos, comunicación colaborativa y seguimiento de resultados.
Resultado 5: El 85% El participante estará en capacidad de desarrollar estrategias centradas en la generación de valor, aplicar agilidad y promover la innovación estratégica para mantener la relevancia en el mercado. Además, favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como, la formulación de estrategias, decisiones estratégicas y ajustes rápidos ante cambios en el entorno empresarial.

Resultado 6: El 85% El participante estará en capacidad de: Desempeñar el rol de líder ágil, ejercer una influencia positiva en la cultura organizacional, motivar y empoderar equipos, gestionar conflictos y tomar decisiones éticas y socialmente responsables. Además, favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como priorizar actividades, minimizar desperdicios de tiempo y mantener una productividad sostenible en entornos ágiles.

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

Los dos principales resultados puntuales de impacto de la formación en la PRODUCTIVIDAD y que están directamente con esta acción de formación son: a) Mejora la eficiencia operativa: Los beneficiarios aplican metodologías ágiles para optimizar procesos, reduciendo tiempos y recursos, lo que se traduce directamente en un aumento de la productividad. b) Incremento en la producción por factor utilizado: La formación en herramientas tecnológicas ágiles permite a los trabajadores realizar tareas con mayor rapidez y precisión, generando un aumento significativo en la producción por cada factor empleado.

Los dos principales resultados puntuales de impacto de la formación en la COMPETITIVIDAD ORGANIZACIONAL y que están directamente con esta acción de formación son: a) Ampliación en la cuota de participación en el mercado: La aplicación de prácticas ágiles en la toma de decisiones estratégicas impulsa la capacidad de la empresa para identificar oportunidades y adaptarse rápidamente a cambios en el entorno, aumentando su participación en el mercado. b) Mejora en la rentabilidad: La gestión efectiva del tiempo en entornos ágiles, desarrollada durante la formación, contribuye directamente a una mayor rentabilidad al optimizar la utilización de recursos y minimizar costos operativos.

Los resultados de productividad y competitividad empresarial están alineados con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del beneficiario propuestos. La mejora en la eficiencia operativa y en la producción, así como la ampliación en la cuota de participación y la mejora en la rentabilidad, reflejan directamente la aplicación exitosa de los conocimientos adquiridos durante la formación, fortaleciendo la capacidad de la empresa para competir de manera efectiva en su mercado.

Indicadores de Impacto

Indicador - Mejoramiento en la empleabilidad	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores con incremento salarial despues de recibir la formación	13
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	250
Meta %	% 5,20
Indicador - Retención de trabajadores	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que continuan en sus empresas luego de recibir la formación	225
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	250
Meta %	% 90,00
Indicador - Movilidad laboral	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que cambian sus condiciones laborales luego de recibir la formación	13
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	250
Meta %	% 5,20
Indicador - Empresas beneficiarias	**Valor Indicador - Meta**
Número de empresas beneficiarias de de la acción de formación	85
Número de empresas de el(los) sector(es) que representa	248

Meta %	% 34,27
Indicador - Trabajadores beneficiarios	**Valor Indicador - Meta**
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	250
Número total de trabajadores de la(s) empresa(s) que representa la empresa/ gremio	20000
Meta %	% 1,25

Justificación lugar de ejecución

La AHK Colombia tal y como consta en sus estatutos, desarrolla sus actividades de apoyo comercial y de transferencia del conocimiento en el ámbito nacional, y por su carácter gremial multisectorial, cuenta con afiliados y empresas pertenecientes a la cadena productiva de sus empresas afiliadas, y con aliados a nivel nacional que incluyen Cámaras de Comercio locales, entidades territoriales, asociaciones, entre otros. Con los que trabaja aunando esfuerzos para lograr un propósito común generalmente enfocado en el fortalecimiento empresarial, razón por la cual desarrolla gestión en todo el territorio nacional. La relación de los beneficiarios con los lugares de ejecución planteados, obedece y se justifica en que son trabajadores de empresas afiliadas y de empresas pertenecientes a la cadena productiva de la AHK Colombia, que tienen sus sedes en las ciudades mencionadas y en las cuales se priorizó la necesidad de formación propuesta, así como colaboradores de aliados estratégicos que hacen parte de la red multisectorial que el gremio ha establecido en distintas regiones geográficas en virtud de su objeto social y objetivos misionales, que incluyen, para el caso, los departamentos incorporados en esta acción de formación.

Lugar de ejecución

Departamento	*N° Beneficiarios*
BOGOTÁ D.C	25
VALLE DEL CAUCA	25
ATLÁNTICO	25
CUNDINAMARCA	25
SANTANDER	25
MAGDALENA	25
ANTIOQUIA	25
CASANARE	25
HUILA	25
META	25

Presupuesto de la AF

Rubro	*Descripción*	*Cofinanciación SENA*	*%*	*Contrapartida especie*	*%*	*Contrapartida dinero*	*%*	*Valor total*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	$ 170.685.000	% 79,51	$ 0	% 0,00	$ 43.975.000	% 20,49	$ 214.660.000
R05.1.3 Aplicaciones Multimedia Interactiva	Aplicaciones Multimedia Interactiva	$ 30.360	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 30.360
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	Gastos de Operación del Proyecto 10%	$ 10.865.000	% 49,36	$ 11.145.100	% 50,64	$ 0	% 0,00	$ 22.010.100
R10.3 Garantías	Garantías	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 447.800	% 100,00	$ 447.800
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	50	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 4.963.200	% 100,00	$ 4.963.200

	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida en Especie	% Especie	Contrapartida en Dinero	% Dinero	COSTO TOTAL AF
COSTO TOTAL DE LA AF	$ 181.580.360	% 75,00	$ 11.145.100	% 4,60	$ 49.386.000	% 20,40	$ 242.111.460

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	% 020 50	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 4.963.200	% 100,00	$ 4.963.200

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%	$ 10.865.000	% 49,36	$ 11.145.100	% 50,64	$ 0	% 0,00	$ 22.010.100

Presupuesto Garantías

Rubro	*Cofinanciación SENA*	*Porcentaje Cofinanciación*	*Contrapartida Especie*	*Porcentaje Especie*	*Contrapartida Dinero*	*Porcentaje Dinero*	*Valor Total*
R10.3 Garantías	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 447.800	% 100,00	$ 447.800

AF N° : 6

ACCIÓN DE FORMACIÓN : Mejoramiento de procesos agro-productivos con criterios de sostenibilidad

Volver al Listado de AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1363#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

Fortalecimiento de competencias y capacidades que faciliten a las empresas de todos los sectores de la economía, la integración de prácticas ambientales, sociales y económicas responsables y sostenibles que les permita ganar reputación, mitigar riesgos, atraer clientes y promover la eficiencia operacional a largo plazo, esto acompañado de una mejor competitividad y productividad empresarial. En las herramientas de diagnóstico se encontró un interés particular por la temática " Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva" con una puntuación promedio de 3.8/5 y donde el 38% de los participantes la valoraron de mayor interés. A esta necesidad se le dará respuesta parcial por medio de la acción de formación propuesta.

Herramientas utilizadas para obtener la necesidad

Herramienta Utilizada	*Muestra Poblacional*
Encuesta	16
Encuesta	238
Entrevista	2

Fecha de diagnóstico

21/12/2023

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

La Cámara de Industria y Comercio colombo alemana -AHK diseñó y aplicó una herramienta integral de recolección de información para el diagnóstico de necesidades de formación con el objetivo de identificar aquellas necesidades puntuales de formación y capacitación de las empresas afiliadas de AHK Colombia, y de las empresas y trabajadores de su cadena productiva. Lo anterior, para diseñar acciones de formación del PFCE 2024 ajustadas a dichas necesidades. A continuación se describe la herramienta:

La Herramienta integral de recolección de información para diagnóstico de necesidades, se conformó así:

PARTE 1. ENCUESTA DE DETECCIÓN DE NECESIDADES AFILIADOS PFCE

1. Datos básicos, como: Nombres, apellidos, cargo, empresa, teléfono de contacto, correo electrónico, ciudad, departamento.

2. Necesidades por área funcional: En este segmento, los participantes debían determinar el grado de relevancia (Siendo 1-Menos relevante y 5-Más relevante), de los 7 desafíos relacionados por áreas para impactar, las cuales fueron:
- Área de Dirección/Estrategia: Data Driven Management: Utilizar datos para tomar decisiones estratégicas más informadas y eficaces. Smart Companies: Transformar la empresa en una organización más ágil y eficiente en la ejecución de estrategias. Sustentabilidad: Abordar los desafíos ambientales y sociales para garantizar la viabilidad a largo plazo de la empresa.
- Área de Marketing: Utilizar herramientas de automatización y segmentación de clientes para optimizar las operaciones de marketing. Utilizar las redes sociales para marketing de manera estratégica. Adaptarse a las regulaciones de privacidad y asegurar una gestión adecuada de los datos del cliente. Aplicar realidad virtual, realidad aumentada y realidad mixta para crear experiencias únicas que agreguen valor al cliente. Mejorar la experiencia del usuario y enfocarse en la fidelización del cliente para aumentar la retención y la satisfacción. Atraer y retener clientes de manera efectiva.
- Área de Ventas: Transformación digital del proceso de ventas. Automatización de datos para control del ciclo de ventas. Definición de cuadro de mando del proceso de ventas. Fortalecimiento de equipos comerciales de alto rendimiento. Diseño e implementación de planes comerciales altamente efectivos.
- Área de Producción y Operaciones: Gestión más flexible y adaptativa de proyectos y operaciones. Reducir el desperdicio y mejorar la eficiencia en los procesos operativos. Generar procesos de economía circular. Aumentar la agilidad y la eficiencia en la cadena de suministro y la producción. Aumentar la eficiencia, reducir errores y acelerar la producción. Automatización procesos mediante IA (Inteligencia artificial)
- Área Financiera: Financiación alternativa, búsqueda de nuevas fuentes de financiación, la economía colaborativa. Viabilizar la internacionalización de la empresa desde la perspectiva financiera. Transmitir la información relevante a las diferentes áreas de la organización. Transformación digital de procesos financieros, administrativos y contables en la empresa. Gestión integral de riesgos y seguridad informática.
- Área de Recursos Humanos (RRHH): Gestión inclusiva en las organizaciones. Abordar la gestión de equipos en entornos de trabajo que combinan la presencia física y el trabajo remoto, garantizando la eficiencia y la colaboración. Feedback 360: Implementar un proceso de retroalimentación integral que promueva el crecimiento y el desarrollo de los empleados, así como la mejora del rendimiento. Herramientas y estrategias para mejorar la productividad laboral. Diseñar planes de formación efectivos. Reclutamiento inteligente: Mejorar el proceso de selección de talento.
- Área de Tecnología: Competencias digitales: Abordar la brecha de habilidades digitales y fomentar la adaptación a un entorno tecnológico en constante cambio. Blockchain: Resolver problemas de transparencia y trazabilidad en la cadena de suministro y la gestión de datos a través de la tecnología blockchain. Herramientas para áreas funcionales de la empresa: Resolver problemas específicos en diferentes áreas funcionales, aprovechando herramientas tecnológicas especializadas. Industria 4.0, IoT, RPA y Robótica Inteligente: Solucionar desafíos relacionados con la automatización y la optimización de procesos industriales y de negocios mediante tecnologías avanzadas. Ciberseguridad: Abordar la protección de datos y sistemas contra amenazas cibernéticas para garantizar la integridad y la confidencialidad de la información.

2. Áreas en función de los intereses estratégicos: los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 10 necesidades relacionadas: Economía campesina, asociatividad y cooperativismo. Gestión ambiental, biodiversidad, economía circular. Educación, diversidad cultural, enfoque de género y seguridad alimentaria. Salud, cuidado, servicios y medicamentos. Transición energética y energías alternativas. Servicios TIC y apropiación digital. Crecimiento empresarial, logística e infraestructura. Desarrollo agroindustrial. Turismo, arte y deporte. Servicios tecnológicos para industria militar

3. Necesidades en función de las Habilidades transversales: los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 10 temáticas relacionadas: Aprendizaje activo y estrategias de aprendizaje, Creatividad, originalidad e iniciativa, Liderazgo e influencia social, Resiliencia, tolerancia al estrés y flexibilidad, Resolución de problemas complejos, Pensamiento y análisis crítico, Uso, control y monitoreo de la tecnología, Diseño y programación de tecnología, Razonamiento, solución de problemas y generación de ideas, Pensamiento analítico e innovación.

4. Otras áreas para impactar y otras Habilidades transversales: cada uno de los participantes de la encuesta podría incluir temáticas puntuales en cada uno de los segmentos.

5. Preferencia en modelo de aprendizaje: Se preguntó el grado de interés en las opciones de modelo de Bootcamp, mejorando tu proceso y puesto de trabajo real.

6. Metodología de recolección de datos: La Encuesta de detección de necesidades diseñada en Google Forms fue enviada a la base de afiliados de proyectos formativos previos de AHK Colombia, por medio de correo electrónico. Cada uno de los participantes debía diligenciar cada uno de los campos allí requeridos. Esta información fue consolidada en una hoja de Excel, la cual se tabuló y analizó.

PARTE 2. ENCUESTA DE DETECCIÓN DE NECESIDADES PARA participantes
Formato: Google Forms.

1. Datos básicos: Nombres, apellidos, cargo, empresa, teléfono de contacto, correo electrónico, ciudad, departamento.
2. La encuesta se centró en las áreas prioritarias de formación continua o necesidades de formación: en esta parte de la encuesta, los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 11 áreas relacionadas:
- Estrategias innovadoras de ciberseguridad en el ámbito empresarial
- Venta consultiva, potenciado equipos comerciales de alto impacto en el sector TI
- Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva

- Data Thinking para el desarrollo empresarial
- Productividad en las ventas: técnicas de programación neurolingüística aplicadas
- Intraemprendimiento en empresas innovadoras: emprendimiento corporativo para crear nuevos productos y servicios
- Customer Relationship Management y gestión de eventos
- Marketing de Influencia para empresarios
- Inteligencia emocional para la competitividad empresarial
- Gestión de clientes en el mundo digital
- Inteligencia artificial para impulsar la estrategia de negocio

3- Pregunta abierta: Otras áreas y temas de interés para la formación continua: Cada uno de los participantes de la encuesta podría incluir temáticas puntuales, según su necesidad o la de su empresa.
4. Preferencia en la modalidad de formación: Se preguntó el grado de interés en las opciones de modalidad de Presencial, Videoconferencia (sincrónica) y Virtual (asincrónica).
5. Preferencias en la franja horaria: Aquí se dieron diferentes opciones de franja horaria, en cuanto a días y horas.
6. Metodología de recolección de datos: La Encuesta de detección de necesidades diseñada en Google Forms fue enviada a la base de participantes de proyectos formativos previos de AHK Colombia, por medio de campaña de mailing y mensajes de WhatsApp. Cada uno de los participantes debía diligenciar cada uno de los campos allí requeridos, y dar envío al formulario. Esta información fue consolidada en una hoja de Excel, la cual se tabuló y analizó.

PARTE 3. ENTREVISTAS A AFILIADOS

Se conto con la participación de 7 empresas afiliadas para el desarrollo de reuniones, con el firme objetivo de identificar sus necesidades de formación y que a la mismas se les diera respuesta parcial por medio de las acciones formativas a desarrollar. En estas reuniones se logro identificar necesidades puntuales y posibles temáticas para el desarrollo de las AFs, las cuales se presentan en los resultados.

Resumen de resultados principales del diagnóstico de necesidades de formación

La detección de las necesidades de formación a través de las herramientas de participantes y afiliados reveló áreas prioritarias que buscan atención mediante las acciones de formación del PFCE 2024. Gracias a los datos cualitativos y cuantitativos fue posible identificar aquellas necesidades relevantes, las cuales se relacionan a continuación:

Encuesta de participantes:
Encabezando la lista de necesidades se encuentra "Inteligencia Artificial para impulsar la estrategia de negocio", con un promedio de 4,18/5 y un porcentaje de mayor interés del 57,14% de participantes interesados, destacando la necesidad de optimizar procesos, anticipar tendencias y tomar decisiones informadas, impulsando la eficiencia y la competitividad empresarial. En segundo lugar, la "Gestión de clientes en el mundo digital" se posiciona con un promedio de 4,06/5 y un 52,10% de mayor interés, reflejando la importancia de implementar estrategias y herramientas digitales para fortalecer relaciones y maximizar la satisfacción del cliente en entornos online. La "Inteligencia emocional para la competitividad empresarial" ocupa el tercer puesto, con un promedio de 4,08/5 y un 51,68% de mayor interés, esta temática resalta la importancia de habilidades emocionales en el ámbito empresarial para potenciar la competitividad. En cuanto a "Marketing de Influencia para empresarios", obtiene un promedio de 3,95/5 y un 50,84% de mayor interés, indicando la creciente relevancia del marketing de influencia en la estrategia empresarial. El “Intraemprendimiento en empresas innovadoras", con un promedio de 3,91/5 y un 44,96% de interés se ubica en quinto lugar, destaca la importancia de fomentar el espíritu emprendedor dentro de las empresas para la creación de nuevos productos y servicios. En el sexto lugar, "Customer Relationship Management y gestión de eventos" logra un promedio de 3,88/5 y un 44,96% de interés, resaltando la necesidad de gestionar de manera efectiva las relaciones con los clientes y eventos empresariales. La "Productividad en las ventas: técnicas de programación neurolingüística aplicadas" obtiene un promedio de 3,92/5 y un séptimo puesto con un 43,28% de mayor interés, subrayando la relevancia de técnicas específicas para mejorar la eficiencia en el proceso de ventas. "Data Thinking para el desarrollo empresarial" se sitúa en el octavo lugar, con un promedio de 3,84/5 y un 40,34% de mayor interés, indicando la importancia de la aplicación estratégica de datos en el desarrollo empresarial para estimular la innovación y potenciar el crecimiento de la empresa. Por otra parte, la "Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva" ocupa el noveno puesto, con un promedio de 3,8/5 y un 38,24% de interés, subrayando la creciente importancia de la sostenibilidad en la estrategia empresarial y como una apuesta diferenciadora que atrae a consumidores conscientes y fortalece la posición competitiva en el mercado. En décimo lugar, "Venta consultiva, potenciando equipos comerciales de alto impacto en el sector TI", con un promedio de 3,59/5 y un 34,03% de mayor interés, resalta la necesidad de estrategias de venta consultiva en el sector de Tecnologías de la Información. Finalmente, "Estrategias innovadoras de ciberseguridad en el ámbito empresarial", con un promedio de 3,39/5 y un 33,61% de interés, destaca la importancia de adoptar enfoques innovadores para garantizar la ciberseguridad en el entorno empresarial.

Encuesta de afiliados:
Adicionalmente se detallan las temáticas o necesidades evaluadas en las encuestas de formación de afiliados de la Cámara de Industria y Comercio Colombo Alemana -AHK Colombia , junto con los puntajes promedio de interés y el porcentaje de afiliados que identificaron las necesidades para el gremio calificando de 1 a 5. A continuación, se describen las necesidades en las 9 áreas funcionales.

-En la necesidad por área funcional de Dirección estratégica: se encontró en primer lugar que la “Sustentabilidad” Abordar los desafíos ambientales y sociales para garantizar la viabilidad a largo plazo de la empresa, obtuvo un promedio de 3,8/5 y un 26,67% de mayor interés. Seguido de “Smart Companies” Transformar la empresa en una organización más ágil y eficiente en la ejecución de estrategias, obtuvo un promedio de 4,13/5 y un 26,67% de mayor interés. Por último “Data Driven Management” Utilizar datos para tomar decisiones estratégicas más informadas y eficaces, obtuvo un promedio de 4/5 y un 20,00% de mayor interés.

-Por su parte en la necesidad de área funcional de Marketing se encontraron 6 temas de mayor relevancia para atender con las acciones de formación: con los más altos resultados obtenidos se encuentra “Atraer y retener clientes de manera efectiva” obtuvo un promedio de 4,6/5 y un porcentaje de mayor interés del 60,00 resaltando la importancia de implementar estrategias que no solo cautiven a nuevos clientes, sino que también fomenten la fidelidad a largo plazo mediante experiencias y servicios excepcionales. Por su parte el tema de “Mejorar la experiencia del usuario y enfocarse en la fidelización del cliente para aumentar la retención y la satisfacción” logra un promedio de 4,27/5 y un 46,67 de porcentaje de mayor interés. Por su parte el tema de “Aplicar realidad virtual, realidad aumentada y realidad mixta para crear experiencias únicas que agreguen valor al cliente" obtuvo un promedio de 3,4/5 y 33,33% de mayor interés. “Adaptarse a las regulaciones de privacidad y asegurar una gestión adecuada de los datos del cliente” se posicionó en el 4 lugar con un promedio de 3,8/5 y un 33,33% de mayor interés. Seguido por el tema de “Utilizar las redes sociales para marketing de manera estratégica” obtuvo un promedio de 4/5 y un 33,33% de mayor interés. Finalmente “Utilizar herramientas de automatización y segmentación de clientes para optimizar las operaciones de marketing” se ubicó en última posición con un promedio de 3,67/5 y el 26,67% de interés. Es importante señalar que ninguno de los anteriores temas obtuvo porcentajes de menos interés.
-En el área funcional de Ventas: se destacaron 5 temas ubicando a "Diseño e implementación de planes comerciales altamente efectivos" en primer lugar con un promedio de 4,27/5 y un 53,33% de mayor interés destacando la necesidad de planificar estrategias, que se adapten a la ejecución precisa para alcanzar y superar los objetivos comerciales de una empresa. El "Fortalecimiento de equipos comerciales de alto rendimiento" es el segundo tema con el mayor promedio de 3,8/5 y un 46,67% de mayor interés lo que implica el desarrollo de habilidades, la promoción de la colaboración y la implementación de estrategias que optimicen la eficiencia y el éxito de los equipos en el entorno empresarial. Por su parte la "Definición de cuadro de mando del proceso de ventas" es el tema que se ubica en el tercer puesto con un promedio de 3,4/5 y un 26,67% de

mayor interés lo que significa saber estructurar visual y analíticamente indicadores clave que permiten evaluar y gestionar eficientemente cada etapa del proceso de ventas. La "Automatización de datos para control del ciclo de ventas" se refiere a conocer la utilización de herramientas tecnológicas que gestionan de manera eficiente la información relacionada con todas las fases del proceso de ventas, este tema obtuvo un promedio de 3,47/5 y un 20,00% de mayor interés. Con el menor promedio de 3,27/5 y un 6,67% de mayor interés se posiciona en último lugar el tema "Transformación digital del proceso de ventas" que implica la integración de tecnologías y estrategias digitales para mejorar la eficiencia, agilidad y experiencia del cliente a lo largo de todas las etapas del ciclo de ventas. Es importante agregar que como tema adicional propuesto en la aplicación de herramientas a los afiliados sugieren el tema de "Búsqueda de alternativas de ventas" lo que quiere decir la exploración para diversificar y optimizar las oportunidades comerciales, adaptándose a las cambiantes demandas y preferencias del mercado, obtuvo un promedio de 1,73/5 y un porcentaje de 66,67% de menor interés.
-En el área funcional de Producción y operaciones: se destaca el tema "Automatización procesos mediante IA (Inteligencia artificial)" sobre la importancia del uso de algoritmos y capacidades autónomas para ejecutar tareas y tomar decisiones de manera eficiente, acelerando y optimizando los procesos empresariales que obtuvo un promedio 3,47/5 y el 26, 67% de mayor interés y ubicándose en primer lugar. Seguido del tema "Aumentar la eficiencia, reducir errores y acelerar la producción" que nos lleva a implementar medidas y tecnologías que optimicen los procesos, minimicen fallos y mejoren la rapidez en la entrega de productos o servicios, este tema obtuvo un promedio de 3,73/5 y un 26,67 en porcentaje de mayor interés. En tercer lugar, se encuentra la temática “Aumentar la agilidad y la eficiencia en la cadena de suministro y la producción” con un promedio de 3,67/5 y el 20,00% de mayor interés que se refiere la implementación de estrategias y tecnologías que permitan una respuesta rápida y efectiva a las demandas del mercado, optimizando los procesos para garantizar una producción eficiente. En tercer lugar, se encuentra "Generar procesos de economía circular" que significa establecer sistemas y prácticas empresariales que promueven la reutilización, reciclaje y maximización del uso de recursos, con el objetivo de minimizar residuos y contribuir a un ciclo sostenible, obtuvo un promedio del 3,53/5 y un 13,33% de mayor interés. En cuarto lugar, se encuentra el tema "Reducir el desperdicio y mejorar la eficiencia en los procesos operativos" con un promedio del 3,8/5 y un porcentaje de mayor interés del 13,33% siendo este último el mismo que para el tema “Gestión más flexible y adaptativa de proyectos y operaciones" que se ubica en quinto lugar con un promedio de 3,93/5.

-En el área funcional Financiera: se destaca como primer tema de mayor relevancia la "Gestión integral de riesgos y seguridad informática" obteniendo los más altos resultados con un promedio de 4/5 y el 33,33% de mayor interés, este asunto sugiere un enfoque completo para identificar, evaluar y mitigar los riesgos asociados a la seguridad de la información, garantizando la protección de datos y sistemas de manera efectiva en un entorno empresarial. El 26,67% de mayor interés en es mismo que obtuvieron los temas que se ubican en los puestos 2 y 3 siendo "Transformación digital de procesos financieros, administrativos y contables en la empresa" y "Transmitir la información relevante a las diferentes áreas de la organización" con un promedio de 3,73/5 y 3,93/5 respectivamente. Por su parte "Viabilizar la internacionalización de la empresa desde la perspectiva financiera" se ubica en el cuarto lugar con un promedio de 3,67/5 y el 13,33% de mayor interés. También se encontró el tema "Financiación alternativa, búsqueda de nuevas fuentes de financiación, la economía colaborativa" con un promedio de 3,73/5 y un 6,67% de mayor interés. Por último, se sugirió como tema adicional las "Finanzas en el exterior" con un promedio de 1,8/5 pero ningún porcentaje de mayor interés.

-En el área funcional de Recursos Humanos: el "Reclutamiento inteligente: Mejorar el proceso de selección de talento" se ubica en primer lugar porque implica la optimización en el proceso de selección de talento mediante la aplicación estratégica de tecnologías y herramientas innovadoras, con el objetivo de identificar y atraer candidatos de manera más eficiente y precisa, este tema obtuvo un promedio de 4,13/5 y un 40,00 % de mayor interés, siendo este último porcentaje el mismo para el tema del segundo lugar que es "Diseñar planes de formación efectivos" con un promedio de 4,2/5 que sugiere desarrollar estrategias educativas y programas de aprendizaje que se ajusten a las necesidades específicas de los participantes. En tercer lugar, se encuentra "Herramientas y estrategias para mejorar la productividad laboral" con un promedio de 4,07/5, este tema se refiere a la adopción de recursos tecnológicos y enfoques organizativos que optimicen la eficiencia y el rendimiento en el entorno de trabajo. Por su parte el tema "Feedback 360: Implementar un proceso de retroalimentación integral que promueva el crecimiento y el desarrollo de los empleados, así como la mejora del rendimiento" se ubica en cuarto lugar con el mismo porcentaje de mayor interés del 33,33% y un promedio de 4,27/5. Los temas "Abordar la gestión de equipos en entornos de trabajo que combinan la presencia física y el trabajo remoto, garantizando la eficiencia y la colaboración" y "Gestión inclusiva en las organizaciones" obtuvieron un promedio de 3,67/5 y 3,73/5 respectivamente y el mismo 20,00% de mayor interés.

-En el área funcional del Tecnología se obtuvo 5 temas que se destacan que lo encabeza "Ciberseguridad: Abordar la protección de datos y sistemas contra amenazas cibernéticas para garantizar la integridad y la confidencialidad de la información" con un promedio de 4,47/5 y un 60,00% de mayor interés, a este tema le sigue "Industria 4.0, IoT, RPA y Robótica Inteligente: Solucionar desafíos relacionados con la automatización y la optimización de procesos industriales y de negocios mediante tecnologías avanzadas" con un promedio de 4/5 y el segundo mayor porcentaje de interés con el 40,00. En tercer lugar, se encuentra el tema "Herramientas para áreas funcionales de la empresa: Resolver problemas específicos en diferentes áreas funcionales, aprovechando herramientas tecnológicas especializadas" con un promedio de 3,87/5 y el 26,67 de porcentaje de interés. La cuarta posición está "Blockchain: Resolver problemas de transparencia y trazabilidad en la cadena de suministro y la gestión de datos a través de la tecnología blockchain" con un promedio del 3,47/5 y el 20,00% de mayor interés que es el mismo que ocupa el quinto y último tema que se denomina "Competencias digitales: Abordar la brecha de habilidades digitales y fomentar la adaptación a un entorno tecnológico en constante cambio con un promedio de 3,8/5.

-En el área funcional de Habilidades transversales se encontró el tema "Pensamiento y análisis crítico" en el primer lugar con un promedio de 4,3/5 y un porcentaje de mayor interés del 60,00% seguido del tema "Razonamiento, solución de problemas y generación de ideas" en segundo lugar con un promedio del 4,3/5 y un 53,33% de mayor interés, le sigue en tercer lugar el tema "Pensamiento analítico e innovación" con un promedio del 4,3/5 y el 53,33% de mayor interés. En cuarto lugar, se encuentra el tema "Resolución de problemas complejos" con un promedio de 4,1/5 y un 46,67% de interés, en quinta posición se encuentra el tema "Liderazgo e influencia social" con promedio de 4,2/5 y el 33,33% de mayor interés, por su parte el tema "Resiliencia, tolerancia al estrés y flexibilidad" se ubica en sexta posición con un promedio del 4,1/5 y un 33,33% de interés. Los temas 7 y 8 "Creatividad, originalidad e iniciativa" y "Aprendizaje activo y estrategias de aprendizaje" obtuvieron un promedio de 4,1/5 y 3,9/5 respectivamente alcanzando el mismo 26, 67% de mayor interés. Asimismo, los temas 9 y 10 con igual porcentaje de interés del 13,33% obtuvieron un promedio de 3,3/5 en "Diseño y programación de tecnología" y un promedio de 3,5/5 en el tema "Uso, control y monitoreo de la tecnología".

-En el área funcional de Intereses estratégicos: Se encontraron 9 temáticas de mayor relevancia que fueron detectadas por las herramientas de encuesta aplicada a los afiliados de la AHK, siendo el tema "Crecimiento empresarial, logística e infraestructura" el de mayor promedio con un 3,9/5 y un 33,33% de mayor interés, seguido por "Transición energética y energías alternativas" que obtuvo un promedio del 3,3/5 y un 33,33% de mayor interés. Por otro lado, el tema "Turismo, arte y deporte" logra un promedio del 2,5/5 con un 20,00% de interés, así como "Gestión ambiental, biodiversidad, economía circular" con un promedio del 3,4/5 y un 20,00% de interés. Por otro lado la temática "Desarrollo agroindustrial" logra un promedio del 2,6/5 y un 13,33% de interés, luego se registró con un promedio del 3,1% y un 13,33% de interés el tema "Servicios tecnológicos para industria militar", le sigue "Salud, cuidado, servicios y medicamentos" con un promedio 3,0/5 y el 13,33% de interés, siendo este último el mismo porcentaje para el tema "Educación, diversidad cultural, enfoque de género y seguridad alimentaria" que logra un promedio del 3,1/5 y 13,33% de interés. Concluyendo con las temáticas de interés se encuentran la "Economía campesina, asociatividad y cooperativismo" con un promedio del 2,2/5 y el 6,67% de interés, y para finalizar con el tema "Servicios tecnológicos para industria militar" con un promedio de 2,1/5 y 0% de interés.

3. Entrevistas con afiliados AHK. A continuación se relacionan los resultados principales que serán objeto de desarrollo de acciones formativas en el presente proyecto:

ALLIANZ: Allianz es una empresa líder en el sector de servicios financieros y seguros, con una larga historia de éxito, una amplia gama de productos y servicios, un enfoque en la innovación y la tecnología, un compromiso con la sostenibilidad y una reputación sólida a nivel mundial.

La necesidad identificada hace referencia diseñar una experiencia del usuario fluida, eficiente y satisfactoria que permita a los usuarios realizar tareas de autogestión de manera independiente y sin complicaciones dentro de un sistema determinado. Actualmente Allianz cuenta con una app enfocada en el ramo de salud, que a la fecha ya tiene 6 años de implementada pero no ha logrado el nivel de usabilidad y reconocimiento por parte de los clientes quienes la han valorado con 2.4 ptos./ 5 (con solo 45 reseñas) y 2.5 ptos / 5 (con solo 178 opiniones) en las tiendas de IOS y Android respectivamente, a pesar que desde ella pueden consultar el directorio médico, agendar citas en centros médicos propios y telemedicina para el asegurado y su núcleo familiar, solicitar reembolsos, solicitar autorizaciones, solicitar certificado de viaje, visualizar los carnets del seguro de salud, entre otras. Lo anterior los puede llevar a: Estar desactualizados frente a la competencia, Riesgo de fuga de clientes por falta de tecnología amigable, Incremento de PQRS por las fallas constantes del APP actual. Por lo tanto, buscan Lograr que la nueva APP sea una herramienta para clientes de autogestión en algunos procesos y que reemplace la APP actual que está dirigida solamente a clientes de Salud, ampliando sus funcionalidades a los ramos de Autos, Hogar y Vida. Con esta herramienta buscan ponernos al día en el mercado en cuanto a servicio, transaccionalidad y experiencia del cliente ya que se eliminarían muchos procesos en los que alargan el tiempo de espera para poderle dar una solución o respuesta a sus consultas. Además, se busca que también sea una fuente de actualización de datos directamente por el cliente, para mejorar su contactabilidad.

Messer: Messer Group GmbH, conocida comúnmente como Messer, es una empresa multinacional especializada en gases industriales y medicinales, opera en más de 35 países en Europa, Asia, América del Norte y América del Sur. La empresa tiene una extensa red de plantas de producción, centros de distribución y puntos de venta en todo el mundo para atender las necesidades de sus clientes.

Identifican un problema de desarrollo tecnológico productivo para el área comercial, indican que, en el actual escenario empresarial, la competencia en la industria de gases industriales y medicinales se intensifica, especialmente en términos de costos. La empresa se enfrenta al desafío crítico de mantener su competitividad en un mercado donde los bajos costos de la competencia están ejerciendo presión sobre los márgenes. Por lo tanto, Identificaron la necesidad de optimizar las operaciones comerciales para enfrentase a esta situación y garantizar la sostenibilidad a largo plazo de la empresa.

Análisis causas y efectos de la necesidad de formación detectada

Las Causas que dan origen a esta necesidad/problema son:
1. AMBIENTALES: Los impactos negativos sobre el medio ambiente de los procesos agro productivos por el uso intensivo de recursos y su contaminación, principalmente agua, suelo y aire, son hoy evidentes. Estamos utilizando 1,6 veces los recursos que el Planeta puede renovar anualmente. Problemas de contaminación del suelo y acuíferos, deforestación, pérdida de biodiversidad y cambio climático son algunos de ellos. Todos estos problemas ponen en riesgo la preservación de los recursos naturales para las generaciones futuras y la sostenibilidad de los procesos agro productivos.
2. PRESIÓN REGULATORIA Y DE LOS CONSUMIDORES: En una sociedad cada vez más consciente de la importancia de la sostenibilidad ambiental, social y económica para garantizar el futuro de nuestra civilización y del planeta, se vienen adoptando cambios cada vez más estrictos en cuanto a la legislación que afecta los procesos agro productivos así como demandas más exigentes por parte de muchos consumidores que castigan aquellas agroindustrias que no cumplen con criterios y atributos de los alimentos que estos nichos solicitan y que son garantizados mediante certificaciones, labeles, sellos.
3. EQUIDAD SOCIAL: El despoblamiento en el mundo rural que han emigrado hacia las ciudades fruto de la falta de oportunidades con equidad, ha generado la concentración de la tierra y del poder económico en el sector rural en cada vez menos personas. Esta dinámica afecta a las comunidades locales, el desarrollo rural y la inclusión social en las comunidades rurales, generando potenciales conflictos sociales. En los últimos 40 años según el DANE la distribución poblacional en Colombia ha pasado del 70% al 30% habitantes rurales. Esto obliga a incluir el recurso humano como un recurso cada vez más escaso para la producción agroindustrial.

EFECTOS: Si no se llevara a cabo la acción de formación sobre producción responsable y sostenible en la industria agroalimentaria el impacto sería negativo porque: 1. La presión de los recursos naturales, con especial énfasis en el agua, suelo y aire, por las prácticas agroindustriales intensivas, y el calentamiento global, podrían generar escasez de alimentos afectando la seguridad alimentaria y tiene consecuencias negativas sobre la salud humana y la calidad de vida de las personas, sobre todo de las poblaciones más desprotegidas. Según la OMS la contaminación del aire causa 7 millones de muertes prematuras al año y la del agua es responsable de enfermedades que afectan al 10% de la población.
2. La disminución de alimentos y el consiguiente aumento de los precios, es decir, los costos crecientes de los insumos agropecuarios, pueden afectar negativamente la rentabilidad de las empresas agroindustriales. Si además el marco regulatorio implica incremento de los costos en los procesos agro productivos y la demanda puede castigar aquellas agroindustrias que no cumplan con los atributos requeridos por los consumidores, se disminuye la competitividad de estas empresas en el mercado global.
3. Los desafíos sociales y económicos en las comunidades rurales puede generar conflictos sociales que afectan a la paz y equidad rural.

Referencias Bibliográficas: Calidad y Gestión sostenible en la Industria Agroalimentaria, Jesús Gazquez y Ángel Gómez Gallego. Innovación y Sostenibilidad en la Industria agroalimentaria, José y Esther Aznar Sánchez. Pacto Verde Europeo. OMS (2021) Impactos de la contaminación ambiental.

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

Luego de analizar los datos recopilados mediante las herramientas de diagnóstico aplicadas por este gremio y que además se soportan en datos cualitativos y cuantitativos. se identifico la necesidad de "fortalecimiento de competencias y capacidades que faciliten a las empresas de todos los sectores de la economía, la integración de prácticas ambientales, sociales y económicas responsables y sostenibles, que les permita ganar reputación, mitigar riesgos, atraer clientes y promover la eficiencia operacional a largo plazo". Todo orientado a una mejor competitividad y productividad empresarial. En las herramientas de diagnóstico se encontró un interés particular por la temática "Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva" con una puntuación promedio de 3.8/5 y donde el 38% de los participantes la valoraron de mayor interés. Según fuentes secundarias, se ha reconocido que la sostenibilidad se ha posicionado como un pilar fundamental para aquellos que buscan no solo adaptarse al mercado competitivo, sino además formar parte de un desarrollo sostenible en pro de una economía que beneficie a la sociedad (tomado de https://letsrebold.com/es/blog/sostenibilidad-empresarial-como-ventaja-competitiva/). La sostenibilidad empresarial aplica a todos los sectores de la economía; y uno de ellos es el sector agropecuario. La sostenibilidad en el sector agropecuario es fundamental para garantizar la viabilidad a largo plazo de la producción de alimentos, el bienestar de los agricultores y ganaderos, la conservación del medio ambiente y el bienestar de las comunidades rurales. Es un modelo que honra y cuida la tierra, y garantiza la seguridad alimentaria. Según datos, por el crecimiento de la población mundial, que a 2050 se calcula será de casi 9.700 millones de personas, y por la alta demanda de alimentos, cuya productividad se tendrá que incrementar en un 70 %, es fundamental implementar el modelo de agricultura sostenible para garantizar el bienestar de las generaciones presentes y futuras, y para la protección de la tierra, el agua y los recursos naturales (tomado de https://www.medellin.gov.co/es/sala-de-prensa/noticias/la-agricultura-sostenible-clave-en-el-bienestar-de-las-sociedades/). La acción de formación propuesta por la AHK Colombia busca dar respuesta parcial a la necesidad detectada.

Objetivo de la acción de formación

Fortalecer las competencias de los trabajadores para que estén en capacidad de incluir criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica en el diseño y en la implementación de procesos agro productivos, que permitan mejorar la competitividad de la empresa para minimizar los desafíos ambientales, sociales, económicos y regulatorios. Esta acción de formación le permitirá a la empresa crecer en su proceso de adaptabilidad y promover un desarrollo más resiliente y rentable para la agroindustria.

Esta acción de formación da respuesta parcial a la necesidad detectada y a los retos de formación de la AHK Colombia.

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	3	**Número de horas por grupo**	8
Número de beneficiarios por grupo	25	**Número de días por grupo de la AF**	1
Número de beneficiarios de la AF	75	**Número total de horas por AF**	24

Perfil Beneficiarios

Area(s) funcional(es)

Área Funcional	*Otra*
Otra	Gestión agropecuaria

Justificación áreas funcionales a beneficiar

En la agroindustria los trabajadores campesinos son parte de la Agricultura Familiar Campesina (AFC). En este contexto las áreas funcionales no coinciden de manera directa con denominaciones tradicionales (ventas, producción, etc), pues en muchos casos el empresario y su familia desempeñan funciones asociadas a áreas funcionales tradicionales, muchas veces varios al tiempo por la misma persona, sin percibirlos como cargos, sino como actividades de su vida cotidiana.

En este sentido hemos agrupado en el área de gestión agropecuaria la agrupación de funciones de los trabajadores campesinos. El área funcional de gestión agropecuaria se justifica dentro de esta acción de formación porque:

1. Evidenciará una mejora en su productividad y competitividad porque ayudarán al diseño de las estrategias procesos y prácticas de producción sostenible, cumplimiento de estándares y legislaciones competentes en los procesos agro productivos y de las certificaciones acordes a los nichos de mercado escogidos.
2. Evidenciará una mejora en su productividad y competitividad porque desarrollarán procesos y prácticas sostenibles en la cadena de valor, con productos acordes a los atributos sociales, ambientales y de salud requeridos en los nichos de mercado escogidos.
3. Evidenciará una mejora en su productividad y competitividad porque cumplirán la normativa y estándares de calidad requeridos, entenderán mejor los atributos deseados por los clientes, serán más eficientes en la optimización de recursos disponibles, minimizarán los impactos negativos del proceso agro productivo con el entorno.
4. Evidenciará una mejora en su productividad y competitividad por escoger los nichos y logística más eficiente para atender la demanda seleccionada.

Cargo/ocupaciones/denominación

Cargo
Trabajadores campesinos
Trabajadoras campesinas

Funciones

Función
Adoptar procesos y prácticas sostenibles en la agroindustria
Análisis de los mercados, tendencias actuales y futuras, sus nichos de mercado y expectativas para consumidores cuyos atributos deseables e incluso obligatorios incluyen criterios de sostenibilidad
Familiarizarse con las normativas, estándares y certificaciones de los procesos agro productivos sostenibles
Desarrollo de productos innovadores con atributos positivos de sostenibilidad social, ambiental y de salud
Diseño, implementación y seguimiento de indicadores que permitan evaluar los procesos y prácticas de la empresa en cuanto a sostenibilidad
Mejoramiento de los procesos agro productivos con criterios de sostenibilidad de la empresa
Implementación de prácticas y procesos de agro producción sostenibles
Reducción de desperdicios en alimentos y envases, optimización en el uso de los recursos

Productos

Producto

Conocimientos

Conocimiento

Habilidades

Habilidad

Actitudes

Actitud

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional
ALTA DIRECCIÓN
MEDIO
OPERATIVO

Justificación beneficiarios de los niveles ocupacionales

Los niveles ocupacionales para los trabajadores campesinos que se verán beneficiados por la acción de formación se perciben en varios de estos roles, por desempeñar la misma persona varios de estos niveles y cargos. Partiendo de su rol como productores del campo (nivel operativo) también asumen la persona y su familia roles a nivel medio y de alta dirección en su empresa.

Se incluye el NIVEL OPERATIVO como beneficiario de esta acción de formación porque este nivel se involucra directamente en la operación cotidiana de las actividades de las diferentes áreas de la empresa que han sido diseñadas por el nivel directivo y son coordinadas por el nivel medio y siendo responsable de muchas actividades que tienen contacto directo con la producción de alimentos, tanto en campo como en la fábrica, su

almacenamiento y logística, De esta manera la acción de formación les permitirá mejorar su desempeño especialmente relacionado con la producción bajo criterios de sostenibilidad, pedidos, contabilización de ingresos y gastos, reducción en los desperdicios de insumos, prácticas eficientes de reciclaje, reutilización de materiales, uso responsable de los recursos disponibles en la empresa, manejo responsable de residuos y emisiones, cumplimiento de los indicadores de sostenibilidad.

Se incluye el NIVEL MEDIO como beneficiario de esta acción de formación porque este nivel se involucra directamente en implementar las políticas y estrategias diseñas por el equipo directivo en sus respectivas áreas y siendo responsable de la coordinación de los diferentes equipos operativos en las áreas de la empresa. De esta manera la acción de formación les permitirá mejorar su desempeño especialmente relacionado con análisis de rentabilidad y márgenes por producto, niveles de ventas y nichos de mercado, aplicación de las normativas vigentes, implementación de los procesos de y prácticas sostenibles, implementación de nuevas practicas agroindustriales para mejorar de la resiliencia ante cambio climático, eficiencia en la distribución y logística, seguimiento a los indicadores de impacto de sostenibilidad.

Se incluye el nivel de ALTA GERENCIA como beneficiario de esta acción de formación porque este nivel se involucra directamente en diseñar las políticas y estrategias responsables y sostenibles que permitan implementar un modelo de producción competitivo para la industria agroalimentaria.
De esta manera la acción de formación les permitirá mejorar su desempeño especialmente relacionado con desarrollo de nuevos procesos agro productivos y productos acordes a las nuevas demandas de los consumidores, cada vez más sensibilizados con la sostenibilidad social y ambiental, mejoras en la eficiencia organizacional reduciendo gastos con la optimización de recursos, ampliación de los canales de comercialización tradicionales de la empresa gracias a las nuevas certificaciones para nichos de mercado específico de alto valor agregado, evaluación de los indicadores de impacto de sostenibilidad diseñados e implementación de ajustes requeridos para lograr el incremento de la competitividad y sostenibilidad de la empresa.

Número de empresas mipymes a beneficiar

75

Número de trabajadores a beneficiar de empresas mipymes

75

Justificación empresas y trabajadores de mipymes a beneficiar

Esta acción de formación contempla impactar trabajadores de empresas MIPYMES del sector agropecuario que desarrollan dentro de sus labores, diferentes procesos agroproductivos en todas las escalas. Para el gremio es de gran importancia que los trabajadores de dichas empresas resulten beneficiados con esta acción de formación, ya que la capacitación es crucial para el crecimiento, la competitividad y la sostenibilidad de las mismas, entendiendo los retos a los que se enfrente el sector agro. Esta participación es fundamental por varias razones, que van desde el fortalecimiento del sector, la contribución a la sostenibilidad ambiental, hasta el desarrollo socioeconómico de las comunidades rurales a impactar y del pais. Esto es crucial para la reducción de la pobreza, ya que muchas familias en Colombia dependen del sector agropecuario para su subsistencia.

Número de empresas de su cadena productiva a beneficiar

75

Número de trabajadores a beneficiar de empresas de su cadena productiva

75

Justificación empresas y beneficiarios de la cadena productiva a beneficiar

La acción formativa beneficiara a trabajadores y a empresas de la cadena productiva para favorecer el desarrollo productivo y competitividad de todos los eslabones de la cadena de valor del sector al que pertenezca cada afiliado, debido a que dentro del objeto social de la CÁMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO COLOMBO ALEMANA está el fomento y desarrollo de las relaciones comerciales, industriales, económicas y culturales entre la República de Colombia y la República Federal de Alemania, para lo cual brinda apoyo a sus afiliados y no afiliados.
Una cadena productiva es un sistema constituido por un conjunto de actores internos y externos al entorno de la empresa, que comprende todas las etapas de la cadena de valor, relacionadas entre sí por una sucesión de operaciones de producción, transformación y comercialización de productos y/o servicios en un entorno determinado, que implica relaciones con productores, proveedores, clientes, distribuidores, entre otros, permitiendo sinergias que facilitan la creación de ventajas competitivas, razón por la cual brindar espacios de formación de calidad a dichas empresas, lejos de verse como acciones independientes, se verá como una herramienta que contribuirá en la generación de valor, y el fortalecimiento mutuo. Es así como al fortalecer una cadena se refiere a establecer medios a lo largo de una organización y de la cadena productiva que permitan que una organización sea más rentable y competitiva.

otros datos

Número de trabajadores en condición de discapacidad	0	**Número de trabajadores mujeres**	43
Número de trabajadores campesinos	75	**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

Primario Y Extractivo

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

Agropecuario

Justificación Sector - Subsector

La AHK Colombia al tener un carácter multisectorial y binacional, tiene un papel importante en todos los sectores de la economía colombiana. Es así como sus empresas afiliadas y las empresas de su cadena productiva se encuentran agrupadas en los siguientes sectores: 48 % servicios, 16 % sector industrial, 7% sector comercio, 6% sector tecnología, 6% sector salud, 6% sector infraestructura, 6% sector solidario, 4% sector energía, 1% sector agrícola. Razón por la cual desarrolla acciones enfocadas al fortalecimiento empresarial de todos los sectores de la economía colombiana. Esta acción de formación puntualmente busca beneficiar al sector primario y extractivo y subsector Agropecuario, para fortalecer las competencias de los trabajadores de empresas agropecuarias para que estén en capacidad de incluir criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica en el diseño y en la implementación de procesos agro productivos que adelantan, por lo tanto, esta acción de formación "Mejoramiento de procesos agro-productivos con criterios de sostenibilidad" está enfocada en trabajadores de aquellas empresas afiliadas y sus cadenas productivas que produce bienes agrícolas y/o pecuarios, y que se encuentran interesadas en fortalecer sus competencias, en pro del fortalecimiento del campo

colombiano.

UNIDADES TEMÁTICAS

ID 8797

UT N° 1

AF N° 6

ACCIÓN DE FORMACIÓN Mejoramiento de procesos agro-productivos con criterios de sostenibilidad

UNIDAD TEMÁTICA N° 1

UNIDAD TEMÁTICA Principios y fundamentos de la sostenibilidad en los procesos agro productivos

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	- Introducción al principio de sostenibilidad en la industria agropecuaria. - Impacto de los procesos agro productivos a nivel social, ambiental y económico. - Retos y desafíos de la agroindustria en su camino hacia la sostenibilidad. - Oportunidades para las agroindustrias sostenibles.
Competencias a adquirir	Los participantes estarán en capacidad de identificar los principios fundamentales de la sostenibilidad en la agroindustria, sus retos y oportunidades y la importancia en la toma de decisiones en los procesos agroproductivos.
Actividades de Aprendizaje	Exposición Taller Cuestionario Debate

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.2 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional titulado	6	2

ID 8798

UT N° 2

AF N° 6

ACCIÓN DE FORMACIÓN Mejoramiento de procesos agro-productivos con criterios de sostenibilidad

UNIDAD TEMÁTICA N° 2

UNIDAD TEMÁTICA Procesos y prácticas que promueven la sostenibilidad en sistemas agro productivos

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	- Identificación de puntos críticos sostenibles en procesos agro productivos - Diseño de procesos sostenibles en la agroindustria - Optimización de recursos en procesos agroproductivos - Desarrollo de indicadores de sostenibilidad, seguimiento y evaluación de impacto
Competencias a adquirir	Los participantes estarán en capacidad de diseñas estrategias efectivas e implementar herramientas de mejora continua en los procesos agroindustriales, a partir de la identificación de puntos críticos, para reducir el impacto ambiental en las zonas rurales.
Actividades de Aprendizaje	Exposición Taller Lluvia de ideas Cuestionario Estudio de caso

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.2 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional titulado	6	1

ID 8799

UT N° 3

AF N° 6

ACCIÓN DE FORMACIÓN Mejoramiento de procesos agro-productivos con criterios de sostenibilidad

UNIDAD TEMÁTICA N° 3

UNIDAD TEMÁTICA Legislación y certificaciones sociales, ambientales y saludables en la agroindustria

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	- Normativas y políticas para la producción sostenible. - Tipos de certificaciones sociales, ambientales y saludables. - Procesos de certificación y su implementación individual y grupal. - Otras estrategias de diferenciación frente al consumidor que prefiere empresas y alimentos con criterios sostenibles. - Pacto verde
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de seleccionar y ejecutar la mejor estrategia de producción y distribución de acuerdo a la legislación vigente y a las nuevas demandas de los consumidores que garantice la sostenibilidad de la cadena de valor agroalimentaria.
Actividades de Aprendizaje	Exposición Taller Conversatorio Cuestionario Estudio de caso

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.2 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional titulado	6	1

ID 8800

UT N° 4

AF N° 6

ACCIÓN DE FORMACIÓN Mejoramiento de procesos agro-productivos con criterios de sostenibilidad

UNIDAD TEMÁTICA N° 4

UNIDAD TEMÁTICA Resiliencia, tolerancia al estrés y flexibilidad

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	-Importancia de la resiliencia y la flexibilidad en un entorno sociolaboral cambiante y exigente. - Exploración de estrategias para afrontar de manera efectiva el estrés y los entornos cambiantes - Identificación de los factores personales y socioempresariales que influyen en las personas. - Herramientas para desarrollar la resiliencia, tolerancia y flexibilidad en el ámbito empresarial.
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de adquirir habilidades y herramientas para cultivar su tolerancia y flexibilidad en un entorno cambiante y estresante en el entorno de los procesos agroproductivos, promoviendo su bienestar personal, su proyección laboral y ayudando a implementar una adecuada gestión del cambio en la cultura organizacional de la empresa.

Actividades de Aprendizaje	Exposición Taller Juego de roles Cuestionario

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.2 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional titulado	6	2

Proveedor de la formación - persona jurídica

La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto es Adalid Inmark Colombia SAS, cuya actividad principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559(otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560(actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área, cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social. ADALID INMARK COLOMBIA SAS, hace parte del Grupo Empresarial ASPASIA, y cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz con una trayectoria de 20 años en España y Chile; conformada por sus entidades adscritas ADALID SC, Instituto Europa y la escuela de negocios Europea Talento & Innovación, del cual forma parte, quienes en su conjunto aportan el diseño curricular de las acciones deformación, sus expertos internacionales, material didáctico y formativo. ADALID INMARK COLOMBIA acredita nueve (9) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. Adicionalmente cuenta con nueve (9) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados), a entidades públicas o privadas.

Material de formación

Se contará con cartilla impresa , que se entregará de forma física, como un material educativo en formato impreso que ofrece de manera sistemática y organizada información esencial sobre la acción de formación. Diseñada para facilitar el aprendizaje, la cartilla proporciona estructura contenido, ejercicios y guías, sirviendo como una herramienta práctica y accesible para los participantes en su proceso formativo. El material de producción reciente, (MENOS DE 2 AÑOS) reunirá los medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan las actividades de enseñanza-aprendizaje y guardará coherencia con los objetivos de la formación, perfil de los beneficiarios y estará metodológicamente estructurado de modo que facilite la transferencia de conocimiento. Los contenidos incluidos corresponden directamente con cada una de las cuatro unidades temáticas, cumpliendo con la normativa vigente en cuanto a propiedad intelectual:

UNIDAD TEMÁTICA 1. Principios y fundamentos de la sostenibilidad en los procesos agro productivos
UNIDAD TEMÁTICA 2. Procesos y prácticas que promueven la sostenibilidad en sistemas agro productivos
UNIDAD TEMÁTICA 3. Legislación y certificaciones sociales, ambientales y saludables en la agroindustria
UNIDAD TEMÁTICA 4. Resiliencia, tolerancia al estrés y flexibilidad

Los participantes encontrarán debidamente identificadas las unidades y cada uno de sus contenidos pudiendo así adquirir la base teórica para el desarrollo de las actividades prácticas propuestas y que incluyen: autoevaluaciones, ejercicios de relación de conceptos, entre otros. Incluyen textos descriptivos, cuadros de ampliación, documentación complementaria e infografías.

APLICACIONES MULTIMEDIA INTERACTIVAS Durante las sesiones de formación PRESENCIAL el experto invitará a los participantes a trabajar en aplicaciones multimedia interactivas .La experiencia formativa se enriquece con la utilización de aplicaciones multimedia interactivas, software que incorpora contenidos tales como imágenes, vídeo, animaciones y sonido y que además proporciona medios para interactuar fácilmente con el usuario, destinadas a facilitar un aprendizaje profundo y dinámico.

El material cumplirá con la normativa vigente en cuanto a propiedad intelectual y con todas las características relacionadas en el Anexo 15. GUÍA DE RECURSOS DIDÁCTICOS EN EL PROGRAMA DE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA DEL SENA.

Se certificará la entrega y uso del material de formación descrito.

Gestión del Conocimiento

Ítem Gestion Conocimiento
Infografía (Póster)

Alineación de la acción de formación

Alineación

PND - Crecimiento empresarial

PND - Convergencia regional

PND - Desarrollo de cadenas productivas agropecuarias y agroindustriales con base en la adaptación y/o adopción de tecnologías para el desarrollo sostenible

Justificación de la Alineación

La presente acción formativa y sus contenidos se encuentran alineados con los componentes del Plan Nacional de Desarrollo “Colombia potencia mundial de la vida 2022 – 2026”, específicamente: "Crecimiento empresarial", "Convergencia regional “y "Desarrollo de cadenas productivas agropecuarias y agroindustriales con base en la adaptación y/o adopción de tecnologías para el desarrollo sostenible" .

Estos componentes fomentan un entorno propicio para el desarrollo de las empresas y establecen medidas para fortalecer la competitividad del sector empresarial colombiano, fomentando la innovación, la productividad y el crecimiento empresarial.

En cuanto a la convergencia regional, en el Plan Nacional de Desarrollo, así como la AF, busca reducir las disparidades económicas y sociales entre las diferentes regiones del país, promoviendo un desarrollo más equitativo y sostenible de la sociedad y se establecen acciones para impulsar el crecimiento económico y empresarial en las regiones menos desarrolladas, lo anterior teniendo en cuenta la cobertura geográfica nacional de la AF, llegando a departamentos y municipios de Bajo Índice de Competitividad, y en este caso puntual, a zonas rurales.

Y por último, pero no menos importante, el componente de desarrollo de cadenas productivas agropecuarias y agroindustriales con base en la adaptación y/o adopción de tecnologías para el desarrollo sostenible, que busca impulsar la competitividad, la productividad y la sostenibilidad del sector agrícola y agroindustrial colombianos.

Es así como la presente acción formativa se orienta al cumplimiento de dichos componentes por medio del fortalecimiento de de los trabajadores rurales para incluir criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica en el diseño y en la implementación de procesos agro productivos, que permitan mejorar la competitividad de la empresa para minimizar los desafíos ambientales, sociales, económicos y regulatorios.

Acción de formación especializada

Esta es una acción de formación especializada porque es un proceso de formación teórico-práctico que desarrolla el concepto de aprendizaje durante toda la vida, dirigido a mejorar las competencias laborales, actualizar y profundizar conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas de los trabajadores en los niveles establecidos en esta acción de formación, permitiendo su aplicación en el contexto laboral inmediato, armonizando el mejoramiento del perfil laboral con la necesidad de aumentar la productividad y competitividad empresarial. Lo anterior, gracias al fortalecimiento de competencias para incluir criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica en el diseño y en la implementación de procesos agro productivos, que permitan mejorar la competitividad de la empresa para minimizar los desafíos ambientales, sociales, económicos y regulatorios.

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

Durante el desarrollo de la acción formativa los capacitadores verificarán el avance de lo que el trabajador aprendió y aplicará en su puesto de trabajo, a partir del momento de finalizar la acción de formación, mediante observaciones y calificaciones que consignarán en la matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Se asocia un resultado de aprendizaje a cada unidad temática, evidenciando la alineación de cada resultado con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del beneficiario.
Los resultados definidos como parámetro de referencia del proceso de formación son:

Resultado 1. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de identificar los principios fundamentales de la sostenibilidad en la agroindustria, sus retos y oportunidades y la importancia en la toma de decisiones en los procesos agro productivos incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque le permitirá a los participantes tener una mayor sensibilidad y conocimientos en cuanto a la aplicabilidad de la sostenibilidad en beneficio de competitividad de la empresa y favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como identificación de impactos negativos de los procesos agro productivos de la empresa, análisis de retos y desafíos para la implementación de estrategias agro productivas sostenibles en la empresa, diseño de estrategias para superar dichos retos y desafíos, identificación de oportunidades para la empresa al implementar procesos sostenibles agro productivos.

Resultado 2. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de diseñar estrategias efectivas e implementar herramientas de mejora continua en los procesos agroindustriales, a partir de la identificación de puntos críticos, para reducir el impacto ambiental incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque le permitirá promover modelos agro productivos sostenibles para ser implementados en la empresa, optimizando los cada vez más escasos recursos, para mejorar su competitividad y favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como gestionar el recurso agua, gestionar recurso suelo, uso eficiente de la energía, minimizar impactos negativos en la atmósfera, reducción de residuos y desperdicios, identificación de puntos críticos (HACCP), diseño de indicadores de impacto, implementación y seguimiento de indicadores y su evaluación.

Resultado 3. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de seleccionar y ejecutar la mejor estrategia de producción y distribución de acuerdo a la legislación vigente y a las nuevas demandas de los consumidores que garantice la sostenibilidad de la cadena de valor agroalimentaria incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque le permitirá seleccionar sistemas de producción alternativos de acuerdo a las normativas vigentes y certificaciones que permitan visualizar al consumidor el valor agregado y atributos de los alimentos producidos y comercializados por la empresa y favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como identificación y análisis de la legislación vigente en temas de sostenibilidad para sector agroindustria, identificar potenciales certificaciones sociales y ambientales y saludables, analizar la viabilidad y pertinencia de dichas certificaciones, identificar otras estrategias de diferenciación para nichos de mercados que priorizan criterios sostenibles como atributos deseables, incluso

imprescindibles.
Resultado 4. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de adquirir habilidades y herramientas para cultivar su tolerancia y flexibilidad en un entorno cambiante y estresante en el entorno de los procesos agro productivos, promoviendo su bienestar personal, su proyección laboral y ayudando a implementar una adecuada gestión del cambio en la cultura organizacional de la empresa incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque le permitirá promover actitudes a nivel personal e incidir positivamente en la cultura organizacional de la empresa y favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como gestión del tiempo, el autocontrol, la comunicación efectiva, resolución de conflictos y el crecimiento personal.

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

Los dos principales resultados puntuales de impacto de la formación en la PRODUCTIVIDAD y que están directamente con esta acción de formación son:
a) Eficiencia en el uso de los recursos (agua, terrenos, aire, energía, biodiversidad) como estrategia de sostenibilidad para lograr el incremento de la productividad y la reducción de costos operativos en los procesos agro productivos lo que mejorará la rentabilidad de la empresa.
b) Acceso a nuevos mercados de alto valor agregado cumpliendo los estándares legales y las preferencias de los consumidores por la sostenibilidad en los alimentos producidos y comercializados por la empresa, mejorando el posicionamiento de marca, lo que le generará mayor volumen de ventas y mayores márgenes, mejorando la rentabilidad de la empresa.

Los dos principales resultados puntuales de impacto de la formación en la COMPETITIVIDAD ORGANIZACIONAL y que están directamente con esta acción de formación son:
a) Condiciones justas laborales para asegurar unas condiciones de vida dignas para los trabajadores.
b) Prácticas que promueven un modelo de producción agro productivo resiliente al cambio climático, mejorando la sostenibilidad de la empresa frente a los riesgos climáticos y asegurando la supervivencia de la empresa.
Los resultados de productividad y competitividad empresarial, están alineados con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del beneficiario propuestos."

Indicadores de Impacto

Indicador - Mejoramiento en la empleabilidad	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores con incremento salarial despues de recibir la formación	4
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	75
Meta %	% 5,33
Indicador - Retención de trabajadores	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que continuan en sus empresas luego de recibir la formación	68
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	75
Meta %	% 90,67
Indicador - Movilidad laboral	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que cambian sus condiciones laborales luego de recibir la formación	4
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	75
Meta %	% 5,33
Indicador - Empresas beneficiarias	**Valor Indicador - Meta**

Número de empresas beneficiarias de de la acción de formación	75
Número de empresas de el(los) sector(es) que representa	248
Meta %	% 30,24
Indicador - Trabajadores beneficiarios	**Valor Indicador - Meta**
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	75
Número total de trabajadores de la(s) empresa(s) que representa la empresa/ gremio	20000
Meta %	% 0,38

Justificación lugar de ejecución

La AHK Colombia tal y como consta en sus estatutos, desarrolla sus actividades de apoyo comercial y de transferencia del conocimiento en el ámbito nacional, y por su carácter gremial multisectorial, cuenta con afiliados y empresas pertenecientes a la cadena productiva de sus empresas afiliadas, y con aliados a nivel nacional que incluyen Cámaras de Comercio locales, entidades territoriales, asociaciones, entre otros. Con los que trabaja aunando esfuerzos para lograr un propósito común generalmente enfocado en el fortalecimiento empresarial, razón por la cual desarrolla gestión en todo el territorio nacional. La relación de los beneficiarios con los lugares de ejecución planteados, obedece y se justifica en que son trabajadores de empresas afiliadas y de empresas pertenecientes a la cadena productiva de la AHK Colombia, que tienen sus sedes en las ciudades mencionadas y en las cuales se priorizó la necesidad de formación propuesta, así como colaboradores de aliados estratégicos que hacen parte de la red multisectorial que el gremio ha establecido en distintas regiones geográficas en virtud de su objeto social y objetivos misionales, que incluyen, para el caso, los departamentos incorporados en esta acción de formación.

Lugar de ejecución

Grupo Número Departamento	*Ciudad*	*Zona Rural*	*N° Beneficiarios*
1 ARAUCA	ARAUQUITA	Sí	25
2 CAUCA	MIRANDA	Sí	25
3 TOLIMA	CHAPARRAL	Sí	25

Presupuesto de la AF

Rubro	*Descripción*	*Cofinanciación SENA*	*%*	*Contrapartida especie*	*%*	*Contrapartida dinero*	*%*	*Valor total*
R01.1.2 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional titulado	Honorarios Capacitador Nacional - Profesional titulado	$ 6.808.800	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 6.808.800
R02.1 Alojamiento, Manutención y Transporte Local - Capacitador nacional	Alojamiento, Manutención y Transporte Local - Capacitador nacional	$ 1.453.200	% 50,00	$ 0	% 0,00	$ 1.453.200	% 50,00	$ 2.906.400
R04 Tiquetes Aéreos, Terrestres Intermunicipales y/o Fluvial	Tiquetes Aéreos, Terrestres Intermunicipales y/o Fluvial	$ 3.600.000	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 3.600.000
R05.1.3 Aplicaciones Multimedia Interactiva	Aplicaciones Multimedia Interactiva	$ 30.360	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 30.360
R05.2.1.1 Material de Formación - Impreso - Impresión de cartillas, de 1 a 200 unidades	Material de Formación - Impreso - Impresión de cartillas, de 1 a 200 unidades	$ 4.000.000	% 77,52	$ 0	% 0,00	$ 1.160.000	% 22,48	$ 5.160.000
R06.1.1.1 Alquiler de Salones y/o Espacios - Aulas básicas hasta 30 beneficiarios	Alquiler de Salones y/o Espacios - Aulas básicas hasta 30 beneficiarios	$ 1.278.000	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 1.278.000
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	Gastos de Operación del Proyecto 10%	$ 2.078.000	% 87,53	$ 296.000	% 12,47	$ 0	% 0,00	$ 2.374.000
R10.3 Garantías	Garantías	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 46.400	% 100,00	$ 46.400
R10.4 Alimentación y Transporte para Beneficiarios del Sector Agropecuario	Alimentación y Transporte para Beneficiarios del Sector Agropecuario	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 3.375.000	% 100,00	$ 3.375.000
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	15	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 535.300	% 100,00	$ 535.300

	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida en Especie	% Especie	Contrapartida en Dinero	% Dinero	COSTO TOTAL AF
COSTO TOTAL DE LA AF	$ 19.248.360	% 73,71	$ 296.000	% 1,13	$ 6.569.900	% 25,16	$ 26.114.260

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	% 020	15	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 535.300	% 100,00	$ 535.300

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%	$ 2.078.000	% 87,53	$ 296.000	% 12,47	$ 0	% 0,00	$ 2.374.000

Presupuesto Garantías

Rubro	*Cofinanciación SENA*	*Porcentaje Cofinanciación*	*Contrapartida Especie*	*Porcentaje Especie*	*Contrapartida Dinero*	*Porcentaje Dinero*	*Valor Total*
R10.3 Garantías	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 46.400	% 100,00	$ 46.400

AF N° : 7

ACCIÓN DE FORMACIÓN : Inteligencia artificial para impulsar la estrategia de negocio

Volver al Listado de AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1363#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

Fortalecimiento de capacidades y competencias que faciliten la implementación de herramientas tecnológicas como la inteligencia artificial para potenciar y optimizar la estrategia empresarial; aprovechando capacidades avanzadas de análisis y toma de decisiones para mejorar la eficiencia y la competitividad en el entorno organizacional, y como poder aprovechar y recibir dichos beneficios, de manera oportuna. En las herramientas aplicadas se tuvo como resultado un gran interés en la temática "Inteligencia artificial para impulsar la estrategia de negocio" la cual logró una puntuación promedio de 4.18/5 y donde el 57% de los participantes la valoraron de mayor interés. A esta necesidad se le dará respuesta parcial por medio de la acción de formación propuesta.

Herramientas utilizadas para obtener la necesidad

Herramienta Utilizada	*Muestra Poblacional*
Encuesta	16
Encuesta	238
Entrevista	2

Fecha de diagnóstico

21/12/2023

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

La Cámara de Industria y Comercio colombo alemana -AHK diseñó y aplicó una herramienta integral de recolección de información para el diagnóstico de necesidades de formación con el objetivo de identificar aquellas necesidades puntuales de formación y capacitación de las empresas afiliadas de AHK Colombia, y de las empresas y trabajadores de su cadena productiva. Lo anterior, para diseñar acciones de formación del PFCE 2024 ajustadas a dichas necesidades. A continuación se describe la herramienta:

La Herramienta integral de recolección de información para diagnóstico de necesidades, se conformó así:

PARTE 1. ENCUESTA DE DETECCIÓN DE NECESIDADES AFILIADOS PFCE

1. Datos básicos, como: Nombres, apellidos, cargo, empresa, teléfono de contacto, correo electrónico, ciudad, departamento.

2. Necesidades por área funcional: En este segmento, los participantes debían determinar el grado de relevancia (Siendo 1-Menos relevante y 5-Más relevante), de los 7 desafíos relacionados por áreas para impactar, las cuales fueron:
- Área de Dirección/Estrategia: Data Driven Management: Utilizar datos para tomar decisiones estratégicas más informadas y eficaces. Smart Companies: Transformar la empresa en una organización más ágil y eficiente en la ejecución de estrategias. Sustentabilidad: Abordar los desafíos ambientales y sociales para garantizar la viabilidad a largo plazo de la empresa.
- Área de Marketing: Utilizar herramientas de automatización y segmentación de clientes para optimizar las operaciones de marketing. Utilizar las redes sociales para marketing de manera estratégica. Adaptarse a las regulaciones de privacidad y asegurar una gestión adecuada de los datos del cliente. Aplicar realidad virtual, realidad aumentada y realidad mixta para crear experiencias únicas que agreguen valor al cliente. Mejorar la experiencia del usuario y enfocarse en la fidelización del cliente para aumentar la retención y la satisfacción. Atraer y retener clientes de manera efectiva.
- Área de Ventas: Transformación digital del proceso de ventas. Automatización de datos para control del ciclo de ventas. Definición de cuadro de mando del proceso de ventas. Fortalecimiento de equipos comerciales de alto rendimiento. Diseño e implementación de planes comerciales altamente efectivos.
- Área de Producción y Operaciones: Gestión más flexible y adaptativa de proyectos y operaciones. Reducir el desperdicio y mejorar la eficiencia en los procesos operativos. Generar procesos de economía circular. Aumentar la agilidad y la eficiencia en la cadena de suministro y la producción. Aumentar la eficiencia, reducir errores y acelerar la producción. Automatización procesos mediante IA (Inteligencia artificial)
- Área Financiera: Financiación alternativa, búsqueda de nuevas fuentes de financiación, la economía colaborativa. Viabilizar la internacionalización de la empresa desde la perspectiva financiera. Transmitir la información relevante a las diferentes áreas de la organización. Transformación digital de procesos financieros, administrativos y contables en la empresa. Gestión integral de riesgos y seguridad informática.
- Área de Recursos Humanos (RRHH): Gestión inclusiva en las organizaciones. Abordar la gestión de equipos en entornos de trabajo que combinan la presencia física y el trabajo remoto, garantizando la eficiencia y la colaboración. Feedback 360: Implementar un proceso de retroalimentación integral que promueva el crecimiento y el desarrollo de los empleados, así como la mejora del rendimiento. Herramientas y estrategias para mejorar la productividad laboral. Diseñar planes de formación efectivos. Reclutamiento inteligente: Mejorar el proceso de selección de talento.
- Área de Tecnología: Competencias digitales: Abordar la brecha de habilidades digitales y fomentar la adaptación a un entorno tecnológico en constante cambio. Blockchain: Resolver problemas de transparencia y trazabilidad en la cadena de suministro y la gestión de datos a través de la tecnología blockchain. Herramientas para áreas funcionales de la empresa: Resolver problemas específicos en diferentes áreas funcionales, aprovechando herramientas tecnológicas especializadas. Industria 4.0, IoT, RPA y Robótica Inteligente: Solucionar desafíos relacionados con la automatización y la optimización de procesos industriales y de negocios mediante tecnologías avanzadas. Ciberseguridad: Abordar la protección de datos y sistemas contra amenazas cibernéticas para garantizar la integridad y la confidencialidad de la información.

2. Áreas en función de los intereses estratégicos: los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 10 necesidades relacionadas: Economía campesina, asociatividad y cooperativismo. Gestión ambiental, biodiversidad, economía circular. Educación, diversidad cultural, enfoque de género y seguridad alimentaria. Salud, cuidado, servicios y medicamentos. Transición energética y energías alternativas. Servicios TIC y apropiación digital. Crecimiento empresarial, logística e infraestructura. Desarrollo agroindustrial. Turismo, arte y deporte. Servicios tecnológicos para industria militar

3. Necesidades en función de las Habilidades transversales: los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 10 temáticas relacionadas: Aprendizaje activo y estrategias de aprendizaje, Creatividad, originalidad e iniciativa, Liderazgo e influencia social, Resiliencia, tolerancia al estrés y flexibilidad, Resolución de problemas complejos, Pensamiento y análisis crítico, Uso, control y monitoreo de la tecnología, Diseño y programación de tecnología, Razonamiento, solución de problemas y generación de ideas, Pensamiento analítico e innovación.

4. Otras áreas para impactar y otras Habilidades transversales: cada uno de los participantes de la encuesta podría incluir temáticas puntuales en cada uno de los segmentos.

5. Preferencia en modelo de aprendizaje: Se preguntó el grado de interés en las opciones de modelo de Bootcamp, mejorando tu proceso y puesto de trabajo real.

6. Metodología de recolección de datos: La Encuesta de detección de necesidades diseñada en Google Forms fue enviada a la base de afiliados de proyectos formativos previos de AHK Colombia, por medio de correo electrónico. Cada uno de los participantes debía diligenciar cada uno de los campos allí requeridos. Esta información fue consolidada en una hoja de Excel, la cual se tabuló y analizó.

PARTE 2. ENCUESTA DE DETECCIÓN DE NECESIDADES PARA participantes
Formato: Google Forms.

1. Datos básicos: Nombres, apellidos, cargo, empresa, teléfono de contacto, correo electrónico, ciudad, departamento.
2. La encuesta se centró en las áreas prioritarias de formación continua o necesidades de formación: en esta parte de la encuesta, los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 11 áreas relacionadas:
- Estrategias innovadoras de ciberseguridad en el ámbito empresarial
- Venta consultiva, potenciado equipos comerciales de alto impacto en el sector TI
- Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva

- Data Thinking para el desarrollo empresarial
- Productividad en las ventas: técnicas de programación neurolingüística aplicadas
- Intraemprendimiento en empresas innovadoras: emprendimiento corporativo para crear nuevos productos y servicios
- Customer Relationship Management y gestión de eventos
- Marketing de Influencia para empresarios
- Inteligencia emocional para la competitividad empresarial
- Gestión de clientes en el mundo digital
- Inteligencia artificial para impulsar la estrategia de negocio

3- Pregunta abierta: Otras áreas y temas de interés para la formación continua: Cada uno de los participantes de la encuesta podría incluir temáticas puntuales, según su necesidad o la de su empresa.
4. Preferencia en la modalidad de formación: Se preguntó el grado de interés en las opciones de modalidad de Presencial, Videoconferencia (sincrónica) y Virtual (asincrónica).
5. Preferencias en la franja horaria: Aquí se dieron diferentes opciones de franja horaria, en cuanto a días y horas.
6. Metodología de recolección de datos: La Encuesta de detección de necesidades diseñada en Google Forms fue enviada a la base de participantes de proyectos formativos previos de AHK Colombia, por medio de campaña de mailing y mensajes de WhatsApp. Cada uno de los participantes debía diligenciar cada uno de los campos allí requeridos, y dar envío al formulario. Esta información fue consolidada en una hoja de Excel, la cual se tabuló y analizó.

PARTE 3. ENTREVISTAS A AFILIADOS

Se conto con la participación de 7 empresas afiliadas para el desarrollo de reuniones, con el firme objetivo de identificar sus necesidades de formación y que a la mismas se les diera respuesta parcial por medio de las acciones formativas a desarrollar. En estas reuniones se logro identificar necesidades puntuales y posibles temáticas para el desarrollo de las AFs, las cuales se presentan en los resultados.

Resumen de resultados principales del diagnóstico de necesidades de formación

La detección de las necesidades de formación a través de las herramientas de participantes y afiliados reveló áreas prioritarias que buscan atención mediante las acciones de formación del PFCE 2024. Gracias a los datos cualitativos y cuantitativos fue posible identificar aquellas necesidades relevantes, las cuales se relacionan a continuación:

Encuesta de participantes:
Encabezando la lista de necesidades se encuentra "Inteligencia Artificial para impulsar la estrategia de negocio", con un promedio de 4,18/5 y un porcentaje de mayor interés del 57,14% de participantes interesados, destacando la necesidad de optimizar procesos, anticipar tendencias y tomar decisiones informadas, impulsando la eficiencia y la competitividad empresarial. En segundo lugar, la "Gestión de clientes en el mundo digital" se posiciona con un promedio de 4,06/5 y un 52,10% de mayor interés, reflejando la importancia de implementar estrategias y herramientas digitales para fortalecer relaciones y maximizar la satisfacción del cliente en entornos online. La "Inteligencia emocional para la competitividad empresarial" ocupa el tercer puesto, con un promedio de 4,08/5 y un 51,68% de mayor interés, esta temática resalta la importancia de habilidades emocionales en el ámbito empresarial para potenciar la competitividad. En cuanto a "Marketing de Influencia para empresarios", obtiene un promedio de 3,95/5 y un 50,84% de mayor interés, indicando la creciente relevancia del marketing de influencia en la estrategia empresarial. El “Intraemprendimiento en empresas innovadoras", con un promedio de 3,91/5 y un 44,96% de interés se ubica en quinto lugar, destaca la importancia de fomentar el espíritu emprendedor dentro de las empresas para la creación de nuevos productos y servicios. En el sexto lugar, "Customer Relationship Management y gestión de eventos" logra un promedio de 3,88/5 y un 44,96% de interés, resaltando la necesidad de gestionar de manera efectiva las relaciones con los clientes y eventos empresariales. La "Productividad en las ventas: técnicas de programación neurolingüística aplicadas" obtiene un promedio de 3,92/5 y un séptimo puesto con un 43,28% de mayor interés, subrayando la relevancia de técnicas específicas para mejorar la eficiencia en el proceso de ventas. "Data Thinking para el desarrollo empresarial" se sitúa en el octavo lugar, con un promedio de 3,84/5 y un 40,34% de mayor interés, indicando la importancia de la aplicación estratégica de datos en el desarrollo empresarial para estimular la innovación y potenciar el crecimiento de la empresa. Por otra parte, la "Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva" ocupa el noveno puesto, con un promedio de 3,8/5 y un 38,24% de interés, subrayando la creciente importancia de la sostenibilidad en la estrategia empresarial y como una apuesta diferenciadora que atrae a consumidores conscientes y fortalece la posición competitiva en el mercado. En décimo lugar, "Venta consultiva, potenciando equipos comerciales de alto impacto en el sector TI", con un promedio de 3,59/5 y un 34,03% de mayor interés, resalta la necesidad de estrategias de venta consultiva en el sector de Tecnologías de la Información. Finalmente, "Estrategias innovadoras de ciberseguridad en el ámbito empresarial", con un promedio de 3,39/5 y un 33,61% de interés, destaca la importancia de adoptar enfoques innovadores para garantizar la ciberseguridad en el entorno empresarial.

Encuesta de afiliados:
Adicionalmente se detallan las temáticas o necesidades evaluadas en las encuestas de formación de afiliados de la Cámara de Industria y Comercio Colombo Alemana -AHK Colombia , junto con los puntajes promedio de interés y el porcentaje de afiliados que identificaron las necesidades para el gremio calificando de 1 a 5. A continuación, se describen las necesidades en las 9 áreas funcionales.

-En la necesidad por área funcional de Dirección estratégica: se encontró en primer lugar que la “Sustentabilidad” Abordar los desafíos ambientales y sociales para garantizar la viabilidad a largo plazo de la empresa, obtuvo un promedio de 3,8/5 y un 26,67% de mayor interés. Seguido de “Smart Companies” Transformar la empresa en una organización más ágil y eficiente en la ejecución de estrategias, obtuvo un promedio de 4,13/5 y un 26,67% de mayor interés. Por último “Data Driven Management” Utilizar datos para tomar decisiones estratégicas más informadas y eficaces, obtuvo un promedio de 4/5 y un 20,00% de mayor interés.

-Por su parte en la necesidad de área funcional de Marketing se encontraron 6 temas de mayor relevancia para atender con las acciones de formación: con los más altos resultados obtenidos se encuentra “Atraer y retener clientes de manera efectiva” obtuvo un promedio de 4,6/5 y un porcentaje de mayor interés del 60,00 resaltando la importancia de implementar estrategias que no solo cautiven a nuevos clientes, sino que también fomenten la fidelidad a largo plazo mediante experiencias y servicios excepcionales. Por su parte el tema de “Mejorar la experiencia del usuario y enfocarse en la fidelización del cliente para aumentar la retención y la satisfacción” logra un promedio de 4,27/5 y un 46,67 de porcentaje de mayor interés. Por su parte el tema de “Aplicar realidad virtual, realidad aumentada y realidad mixta para crear experiencias únicas que agreguen valor al cliente" obtuvo un promedio de 3,4/5 y 33,33% de mayor interés. “Adaptarse a las regulaciones de privacidad y asegurar una gestión adecuada de los datos del cliente” se posicionó en el 4 lugar con un promedio de 3,8/5 y un 33,33% de mayor interés. Seguido por el tema de “Utilizar las redes sociales para marketing de manera estratégica” obtuvo un promedio de 4/5 y un 33,33% de mayor interés. Finalmente “Utilizar herramientas de automatización y segmentación de clientes para optimizar las operaciones de marketing” se ubicó en última posición con un promedio de 3,67/5 y el 26,67% de interés. Es importante señalar que ninguno de los anteriores temas obtuvo porcentajes de menos interés.
-En el área funcional de Ventas: se destacaron 5 temas ubicando a "Diseño e implementación de planes comerciales altamente efectivos" en primer lugar con un promedio de 4,27/5 y un 53,33% de mayor interés destacando la necesidad de planificar estrategias, que se adapten a la ejecución precisa para alcanzar y superar los objetivos comerciales de una empresa. El "Fortalecimiento de equipos comerciales de alto rendimiento" es el segundo tema con el mayor promedio de 3,8/5 y un 46,67% de mayor interés lo que implica el desarrollo de habilidades, la promoción de la colaboración y la implementación de estrategias que optimicen la eficiencia y el éxito de los equipos en el entorno empresarial. Por su parte la "Definición de cuadro de mando del proceso de ventas" es el tema que se ubica en el tercer puesto con un promedio de 3,4/5 y un 26,67% de

mayor interés lo que significa saber estructurar visual y analíticamente indicadores clave que permiten evaluar y gestionar eficientemente cada etapa del proceso de ventas. La "Automatización de datos para control del ciclo de ventas" se refiere a conocer la utilización de herramientas tecnológicas que gestionan de manera eficiente la información relacionada con todas las fases del proceso de ventas, este tema obtuvo un promedio de 3,47/5 y un 20,00% de mayor interés. Con el menor promedio de 3,27/5 y un 6,67% de mayor interés se posiciona en último lugar el tema "Transformación digital del proceso de ventas" que implica la integración de tecnologías y estrategias digitales para mejorar la eficiencia, agilidad y experiencia del cliente a lo largo de todas las etapas del ciclo de ventas. Es importante agregar que como tema adicional propuesto en la aplicación de herramientas a los afiliados sugieren el tema de "Búsqueda de alternativas de ventas" lo que quiere decir la exploración para diversificar y optimizar las oportunidades comerciales, adaptándose a las cambiantes demandas y preferencias del mercado, obtuvo un promedio de 1,73/5 y un porcentaje de 66,67% de menor interés.
-En el área funcional de Producción y operaciones: se destaca el tema "Automatización procesos mediante IA (Inteligencia artificial)" sobre la importancia del uso de algoritmos y capacidades autónomas para ejecutar tareas y tomar decisiones de manera eficiente, acelerando y optimizando los procesos empresariales que obtuvo un promedio 3,47/5 y el 26, 67% de mayor interés y ubicándose en primer lugar. Seguido del tema "Aumentar la eficiencia, reducir errores y acelerar la producción" que nos lleva a implementar medidas y tecnologías que optimicen los procesos, minimicen fallos y mejoren la rapidez en la entrega de productos o servicios, este tema obtuvo un promedio de 3,73/5 y un 26,67 en porcentaje de mayor interés. En tercer lugar, se encuentra la temática “Aumentar la agilidad y la eficiencia en la cadena de suministro y la producción” con un promedio de 3,67/5 y el 20,00% de mayor interés que se refiere la implementación de estrategias y tecnologías que permitan una respuesta rápida y efectiva a las demandas del mercado, optimizando los procesos para garantizar una producción eficiente. En tercer lugar, se encuentra "Generar procesos de economía circular" que significa establecer sistemas y prácticas empresariales que promueven la reutilización, reciclaje y maximización del uso de recursos, con el objetivo de minimizar residuos y contribuir a un ciclo sostenible, obtuvo un promedio del 3,53/5 y un 13,33% de mayor interés. En cuarto lugar, se encuentra el tema "Reducir el desperdicio y mejorar la eficiencia en los procesos operativos" con un promedio del 3,8/5 y un porcentaje de mayor interés del 13,33% siendo este último el mismo que para el tema “Gestión más flexible y adaptativa de proyectos y operaciones" que se ubica en quinto lugar con un promedio de 3,93/5.

-En el área funcional Financiera: se destaca como primer tema de mayor relevancia la "Gestión integral de riesgos y seguridad informática" obteniendo los más altos resultados con un promedio de 4/5 y el 33,33% de mayor interés, este asunto sugiere un enfoque completo para identificar, evaluar y mitigar los riesgos asociados a la seguridad de la información, garantizando la protección de datos y sistemas de manera efectiva en un entorno empresarial. El 26,67% de mayor interés en es mismo que obtuvieron los temas que se ubican en los puestos 2 y 3 siendo "Transformación digital de procesos financieros, administrativos y contables en la empresa" y "Transmitir la información relevante a las diferentes áreas de la organización" con un promedio de 3,73/5 y 3,93/5 respectivamente. Por su parte "Viabilizar la internacionalización de la empresa desde la perspectiva financiera" se ubica en el cuarto lugar con un promedio de 3,67/5 y el 13,33% de mayor interés. También se encontró el tema "Financiación alternativa, búsqueda de nuevas fuentes de financiación, la economía colaborativa" con un promedio de 3,73/5 y un 6,67% de mayor interés. Por último, se sugirió como tema adicional las "Finanzas en el exterior" con un promedio de 1,8/5 pero ningún porcentaje de mayor interés.

-En el área funcional de Recursos Humanos: el "Reclutamiento inteligente: Mejorar el proceso de selección de talento" se ubica en primer lugar porque implica la optimización en el proceso de selección de talento mediante la aplicación estratégica de tecnologías y herramientas innovadoras, con el objetivo de identificar y atraer candidatos de manera más eficiente y precisa, este tema obtuvo un promedio de 4,13/5 y un 40,00 % de mayor interés, siendo este último porcentaje el mismo para el tema del segundo lugar que es "Diseñar planes de formación efectivos" con un promedio de 4,2/5 que sugiere desarrollar estrategias educativas y programas de aprendizaje que se ajusten a las necesidades específicas de los participantes. En tercer lugar, se encuentra "Herramientas y estrategias para mejorar la productividad laboral" con un promedio de 4,07/5, este tema se refiere a la adopción de recursos tecnológicos y enfoques organizativos que optimicen la eficiencia y el rendimiento en el entorno de trabajo. Por su parte el tema "Feedback 360: Implementar un proceso de retroalimentación integral que promueva el crecimiento y el desarrollo de los empleados, así como la mejora del rendimiento" se ubica en cuarto lugar con el mismo porcentaje de mayor interés del 33,33% y un promedio de 4,27/5. Los temas "Abordar la gestión de equipos en entornos de trabajo que combinan la presencia física y el trabajo remoto, garantizando la eficiencia y la colaboración" y "Gestión inclusiva en las organizaciones" obtuvieron un promedio de 3,67/5 y 3,73/5 respectivamente y el mismo 20,00% de mayor interés.

-En el área funcional del Tecnología se obtuvo 5 temas que se destacan que lo encabeza "Ciberseguridad: Abordar la protección de datos y sistemas contra amenazas cibernéticas para garantizar la integridad y la confidencialidad de la información" con un promedio de 4,47/5 y un 60,00% de mayor interés, a este tema le sigue "Industria 4.0, IoT, RPA y Robótica Inteligente: Solucionar desafíos relacionados con la automatización y la optimización de procesos industriales y de negocios mediante tecnologías avanzadas" con un promedio de 4/5 y el segundo mayor porcentaje de interés con el 40,00. En tercer lugar, se encuentra el tema "Herramientas para áreas funcionales de la empresa: Resolver problemas específicos en diferentes áreas funcionales, aprovechando herramientas tecnológicas especializadas" con un promedio de 3,87/5 y el 26,67 de porcentaje de interés. La cuarta posición está "Blockchain: Resolver problemas de transparencia y trazabilidad en la cadena de suministro y la gestión de datos a través de la tecnología blockchain" con un promedio del 3,47/5 y el 20,00% de mayor interés que es el mismo que ocupa el quinto y último tema que se denomina "Competencias digitales: Abordar la brecha de habilidades digitales y fomentar la adaptación a un entorno tecnológico en constante cambio con un promedio de 3,8/5.

-En el área funcional de Habilidades transversales se encontró el tema "Pensamiento y análisis crítico" en el primer lugar con un promedio de 4,3/5 y un porcentaje de mayor interés del 60,00% seguido del tema "Razonamiento, solución de problemas y generación de ideas" en segundo lugar con un promedio del 4,3/5 y un 53,33% de mayor interés, le sigue en tercer lugar el tema "Pensamiento analítico e innovación" con un promedio del 4,3/5 y el 53,33% de mayor interés. En cuarto lugar, se encuentra el tema "Resolución de problemas complejos" con un promedio de 4,1/5 y un 46,67% de interés, en quinta posición se encuentra el tema "Liderazgo e influencia social" con promedio de 4,2/5 y el 33,33% de mayor interés, por su parte el tema "Resiliencia, tolerancia al estrés y flexibilidad" se ubica en sexta posición con un promedio del 4,1/5 y un 33,33% de interés. Los temas 7 y 8 "Creatividad, originalidad e iniciativa" y "Aprendizaje activo y estrategias de aprendizaje" obtuvieron un promedio de 4,1/5 y 3,9/5 respectivamente alcanzando el mismo 26, 67% de mayor interés. Asimismo, los temas 9 y 10 con igual porcentaje de interés del 13,33% obtuvieron un promedio de 3,3/5 en "Diseño y programación de tecnología" y un promedio de 3,5/5 en el tema "Uso, control y monitoreo de la tecnología".

-En el área funcional de Intereses estratégicos: Se encontraron 9 temáticas de mayor relevancia que fueron detectadas por las herramientas de encuesta aplicada a los afiliados de la AHK, siendo el tema "Crecimiento empresarial, logística e infraestructura" el de mayor promedio con un 3,9/5 y un 33,33% de mayor interés, seguido por "Transición energética y energías alternativas" que obtuvo un promedio del 3,3/5 y un 33,33% de mayor interés. Por otro lado, el tema "Turismo, arte y deporte" logra un promedio del 2,5/5 con un 20,00% de interés, así como "Gestión ambiental, biodiversidad, economía circular" con un promedio del 3,4/5 y un 20,00% de interés. Por otro lado la temática "Desarrollo agroindustrial" logra un promedio del 2,6/5 y un 13,33% de interés, luego se registró con un promedio del 3,1% y un 13,33% de interés el tema "Servicios tecnológicos para industria militar", le sigue "Salud, cuidado, servicios y medicamentos" con un promedio 3,0/5 y el 13,33% de interés, siendo este último el mismo porcentaje para el tema "Educación, diversidad cultural, enfoque de género y seguridad alimentaria" que logra un promedio del 3,1/5 y 13,33% de interés. Concluyendo con las temáticas de interés se encuentran la "Economía campesina, asociatividad y cooperativismo" con un promedio del 2,2/5 y el 6,67% de interés, y para finalizar con el tema "Servicios tecnológicos para industria militar" con un promedio de 2,1/5 y 0% de interés.

3. Entrevistas con afiliados AHK. A continuación se relacionan los resultados principales que serán objeto de desarrollo de acciones formativas en el presente proyecto:

ALLIANZ: Allianz es una empresa líder en el sector de servicios financieros y seguros, con una larga historia de éxito, una amplia gama de productos y servicios, un enfoque en la innovación y la tecnología, un compromiso con la sostenibilidad y una reputación sólida a nivel mundial.

La necesidad identificada hace referencia diseñar una experiencia del usuario fluida, eficiente y satisfactoria que permita a los usuarios realizar tareas de autogestión de manera independiente y sin complicaciones dentro de un sistema determinado. Actualmente Allianz cuenta con una app enfocada en el ramo de salud, que a la fecha ya tiene 6 años de implementada pero no ha logrado el nivel de usabilidad y reconocimiento por parte de los clientes quienes la han valorado con 2.4 ptos./ 5 (con solo 45 reseñas) y 2.5 ptos / 5 (con solo 178 opiniones) en las tiendas de IOS y Android respectivamente, a pesar que desde ella pueden consultar el directorio médico, agendar citas en centros médicos propios y telemedicina para el asegurado y su núcleo familiar, solicitar reembolsos, solicitar autorizaciones, solicitar certificado de viaje, visualizar los carnets del seguro de salud, entre otras. Lo anterior los puede llevar a: Estar desactualizados frente a la competencia, Riesgo de fuga de clientes por falta de tecnología amigable, Incremento de PQRS por las fallas constantes del APP actual. Por lo tanto, buscan Lograr que la nueva APP sea una herramienta para clientes de autogestión en algunos procesos y que reemplace la APP actual que está dirigida solamente a clientes de Salud, ampliando sus funcionalidades a los ramos de Autos, Hogar y Vida. Con esta herramienta buscan ponernos al día en el mercado en cuanto a servicio, transaccionalidad y experiencia del cliente ya que se eliminarían muchos procesos en los que alargan el tiempo de espera para poderle dar una solución o respuesta a sus consultas. Además, se busca que también sea una fuente de actualización de datos directamente por el cliente, para mejorar su contactabilidad.

Messer: Messer Group GmbH, conocida comúnmente como Messer, es una empresa multinacional especializada en gases industriales y medicinales, opera en más de 35 países en Europa, Asia, América del Norte y América del Sur. La empresa tiene una extensa red de plantas de producción, centros de distribución y puntos de venta en todo el mundo para atender las necesidades de sus clientes.

Identifican un problema de desarrollo tecnológico productivo para el área comercial, indican que, en el actual escenario empresarial, la competencia en la industria de gases industriales y medicinales se intensifica, especialmente en términos de costos. La empresa se enfrenta al desafío crítico de mantener su competitividad en un mercado donde los bajos costos de la competencia están ejerciendo presión sobre los márgenes. Por lo tanto, Identificaron la necesidad de optimizar las operaciones comerciales para enfrentase a esta situación y garantizar la sostenibilidad a largo plazo de la empresa.

Análisis causas y efectos de la necesidad de formación detectada

Las CAUSAS que dan origen a esta necesidad/problema son:
1) Según la encuesta de Conducta Empresarial en LATAM por la OCDE 2021, el 70% de los líderes de alta gerencia carece de capacitación especializada en la implementación de tecnologías de inteligencia artificial.
2) Un informe de Automatización, Empleo y Productividad McKinsey Global Insitute (MGI) en 2017, destaco que el 45% de las empresas encuestadas no está completamente consciente de cómo la IA puede impactar positivamente en sus estrategias de negocio.
3) Según el análisis de un informe del Foro Económico Mundial, de cómo compiten las empresas en el 2020, solo el 44 % de los líderes sectoriales por ingresos de explotación se mantienen en esas posiciones cinco años después, en comparación con el 77 % a mediados del siglo XX. Este declive en la longevidad empresarial destaca la necesidad crítica de actualizar las competencias de la alta gerencia para enfrentar los desafíos actuales del entorno empresarial.

EFECTOS: Si no se lleva a cabo la acción de formación Inteligencia artificial y vigilancia tecnológica el impacto será negativo porque:
1) La falta de adaptación y actualización de competencias empresariales en la alta gerencia lleva a un estancamiento en la capacidad de innovación y adaptación de las empresas. Lo cual resulta en la pérdida de oportunidades para implementar nuevas tecnologías y estrategias que podrían impulsar la competitividad y la sostenibilidad a largo plazo.
2) La disminución en la estabilidad de las empresas líderes refleja una falta de resiliencia empresarial frente a los cambios rápidos y a la competencia en evolución. por lo tanto la incapacidad para mantener posiciones sólidas en el mercado afecta la capacidad de la empresa para superar crisis y desafíos inesperados.
3) La desconexión entre las estrategias y competencias históricas y las demandas actuales del entorno empresarial revela una brecha crítica en la capacidad de anticipar y adaptarse a las cambiantes condiciones del mercado. Y esta falta de alineación afecta negativamente la eficacia de las estrategias y decisiones empresariales.

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

Luego de analizar los datos recopilados mediante las herramientas de diagnóstico aplicadas por este gremio y que además se soportan en datos cualitativos y cuantitativos. se identifico la necesidad de "fortalecimiento de capacidades y competencias que faciliten la implementación de herramientas tecnológicas como la inteligencia artificial para potenciar y optimizar la estrategia empresarial". Esta necesidad surge del interés de aprovechar las capacidades de la tecnología avanzada para mejorar la eficiencia y la competitividad en el entorno organizacional. . En las herramientas aplicadas se tuvo como resultado un gran interés en la temática "Inteligencia artificial para impulsar la estrategia de negocio" la cual logró una puntuación promedio de 4.18/5 y donde el 57% de los participantes la valoraron de mayor interés. Además hay investigaciones que reconocen a la Inteligencia Artificial como un aliado de gran importancia para desarrollar una gestión empresarial eficiente, que promueva un crecimiento exponencial y una capacidad de optimizar el trabajo humano (Tomado de https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/27083/IINTELIGANCIA%20ARTIFICIAL%2014%20SEPT1%20.pdf?sequence=2&isAllowed=y) investigaciones refieren que no todas las empresas se sitúan y responden de igual manera frente al reto de la innovación, por lo tanto debe generarse una cultura en torno a ella, que promueva espacios para la apropiación de estrategias innovadoras y uso de tecnologías como la IA (tomado de: https://minas.medellin.unal.edu.co/descargas/Robledo2019Introduccionagestiondelatecnologiaylainnovacionempresarial). En conclusión, la IA es una herramienta poderosa que puede mejorar significativamente la productividad y eficiencia empresarial. Las empresas que adoptan la IA pueden personalizar sus experiencias del cliente, optimizar sus procesos internos y reducir los costos empresariales. Por lo tanto, es importante que las empresas consideren la implementación de la IA en su estrategia empresarial para mantenerse competitivas en el mercado actual. La acción de formación propuesta por la AHK Colombia busca dar respuesta parcial a la necesidad detectada.

Objetivo de la acción de formación

Capacitar a los trabajadores en la identificación, adopción y aplicación eficiente de la inteligencia artificial en la estrategia de negocios. A través de esta acción formativa, se busca dotar a los participantes de habilidades esenciales para comprender los fundamentos de la inteligencia artificial, identificar oportunidades específicas y aplicar técnicas analíticas avanzadas. Con herramientas prácticas como casos de estudio y ejercicios, los participantes desarrollarán competencias clave, incluyendo la gestión de proyectos de inteligencia artificial y la toma de decisiones estratégicas basadas en datos. Este enfoque integral permitirá a los participantes no solo enfrentar los desafíos tecnológicos actuales, sino también impulsar el crecimiento empresarial de manera sostenible y efectiva en un entorno empresarial dinámico y cambiante.

Esta acción de formación da respuesta parcial a la necesidad detectada y a los retos de formación de la AHK Colombia.

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	7	**Número de horas por grupo**	16
Número de beneficiarios por grupo	25	**Número de días por grupo de la AF**	2
Número de beneficiarios de la AF	175	**Número total de horas por AF**	112

Perfil Beneficiarios

Area(s) funcional(es)

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

Justificación áreas funcionales a beneficiar

Las áreas funcionales propuestas, Dirección, Finanzas, Innovación, Marketing, Producción, Recursos Humanos, Servicio al Cliente, Tecnología y Ventas, son esenciales para el éxito integral de los procesos empresariales en las empresas. La acción de formación "Inteligencia Artificial para impulsar la estrategia de negocio" proporcionará una mejora significativa en su productividad y competitividad al fortalecer la comprensión y aplicación de la inteligencia artificial (IA) en cada una de estas áreas.
La Dirección se beneficiará al adquirir habilidades para liderar la incorporación estratégica de la IA en la toma de decisiones empresariales. Las Finanzas experimentarán mejoras en el análisis predictivo y prescriptivo, mientras que el área de Innovación se potenciará al explorar nuevas formas de aplicar la IA en procesos creativos y de desarrollo. En Marketing aprovechará la personalización y la automatización, y la Producción optimizará la eficiencia operativa mediante técnicas avanzadas de IA. Recursos Humanos se beneficiará al comprender cómo la IA puede mejorar la gestión del talento y la toma de decisiones en la selección de personal. En el área de Servicio al Cliente, la IA podría mejorar la atención personalizada y la resolución eficiente de problemas. La Tecnología fortalecerá su capacidad para implementar y mantener soluciones de IA, y las Ventas se beneficiarán al comprender cómo la IA puede potenciar estrategias de ventas y optimizar la gestión de clientes.
La formación radica en la necesidad de capacitar a los perfiles de alta gerencia en cada área para liderar y aprovechar plenamente las oportunidades que ofrece la IA. La relación de estas áreas funcionales con la acción de formación es esencial.

Cargo/ocupaciones/denominación

Cargo
Jefes de área
Coordinadores de equipos
Directores Financieros (CFO)
Directores de Innovación
Directores de Marketing
Directores de Producción
Directores de Servicio al Cliente
Directores Comerciales
Directores
Subdirectores
Emprendedores autónomos
Directores Ejecutivos (CEO)
Directores de Recursos Humanos
Directores de Tecnología

Funciones

Función
Tomar decisiones estratégicas en sus respectivas áreas.
Desarrollar e implementar estrategias de innovación y marketing.
Gestionar eficientemente recursos financieros y operativos.
Elaborar políticas y estrategias empresariales.
Liderar equipos y coordinar actividades funcionales.

Productos

Producto

Conocimientos

Conocimiento

Habilidades

Habilidad

Actitudes

Actitud

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional

ALTA DIRECCIÓN

Justificación beneficiarios de los niveles ocupacionales

Se incluye el nivel de alta dirección como beneficiario de esta acción de formación porque este nivel se involucra directamente en la toma de decisiones estratégicas y siendo responsable de la elaboración de políticas y estrategias en la empresa. De esta manera, la acción de formación les permitirá mejorar su desempeño especialmente relacionado con la aplicación eficiente de la inteligencia artificial (IA) en la formulación de políticas y estrategias empresariales, así como en la toma de decisiones estratégicas basadas en innovación de nuevos productos y servicios apoyados en datos.

Número de empresas mipymes a beneficiar

43

Número de trabajadores a beneficiar de empresas mipymes

130

Justificación empresas y trabajadores de mipymes a beneficiar

De acuerdo con las estadísticas de AHK Colombia, el 72% de sus empresas afiliadas y cadena productiva pertenecen al tamaño empresarial de MIPYME, por esta razón, para el gremio es de gran importancia que los trabajadores de empresas MIPYME resulten beneficiados con esta acción de formación, ya que la capacitación es crucial para el crecimiento, la competitividad y la sostenibilidad de dichas empresas. Les permite adaptarse a un entorno empresarial en constante cambio, innovar, mejorar la productividad y desarrollar el talento interno, todo lo cual contribuye a su éxito a largo plazo. Es así como esta acción de formación aportará a este proceso de fortalecimiento y crecimiento preparándolos para la aplicación eficiente de la inteligencia artificial en la estrategia de negocios, que logren comprender los fundamentos de la IA, identificar oportunidades específicas y aplicar técnicas analíticas avanzadas.

Número de empresas de su cadena productiva a beneficiar

45

Número de trabajadores a beneficiar de empresas de su cadena productiva

135

Justificación empresas y beneficiarios de la cadena productiva a beneficiar

La acción formativa beneficiara a trabajadores y a empresas de la cadena productiva para favorecer el desarrollo productivo y competitividad de todos los eslabones de la cadena de valor del sector al que pertenezca cada afiliado, debido a que dentro del objeto social de la CÁMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO COLOMBO ALEMANA está el fomento y desarrollo de las relaciones comerciales, industriales, económicas y culturales entre la República de Colombia y la República Federal de Alemania, para lo cual brinda apoyo a sus afiliados y no afiliados.
Una cadena productiva es un sistema constituido por un conjunto de actores internos y externos al entorno de la empresa, que comprende todas las etapas de la cadena de valor, relacionadas entre sí por una sucesión de operaciones de producción, transformación y comercialización de productos y/o servicios en un entorno determinado, que implica relaciones con productores, proveedores, clientes, distribuidores, entre otros, permitiendo sinergias que facilitan la creación de ventajas competitivas, razón por la cual brindar espacios de formación de calidad a dichas empresas, lejos de verse como acciones independientes, se verá como una herramienta que contribuirá en la generación de valor, y el fortalecimiento mutuo. Es así como al fortalecer una cadena se refiere a establecer medios a lo largo de una organización y de la cadena productiva que permitan que una organización sea más rentable y competitiva.

otros datos

Número de trabajadores en condición de discapacidad	0	**Número de trabajadores mujeres**	100
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

Transversal

Sub-sector(es) a beneficiar con la AF

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 AHK Colombia al tener un carácter multisectorial y binacional, tiene un papel importante en todos los sectores de la economía colombiana. Es así como sus empresas afiliadas y las empresas de su cadena productiva se encuentran agrupadas en los siguientes sectores: 48 % servicios, 16 % sector industrial, 7% sector comercio, 6% sector tecnología, 6% sector salud, 6% sector infraestructura, 6% sector solidario, 4% sector energía, 1% sector agrícola. Es así como sus empresas afiliadas desarrollan actividades productivas en distintos sectores y subsectores de la economía . Por esta razón esta acción de formación beneficia a trabajadores de sectores transversales y subsectores transversales con la temática " Inteligencia artificial para impulsar la estrategia de negocio", la cual es fundamental para el fortalecimiento empresarial de todas las empresas, sin importar el sector.

UNIDADES TEMÁTICAS

ID 8700

UT N° 3

AF N° 7
ACCIÓN DE FORMACIÓN Inteligencia artificial para impulsar la estrategia de negocio
UNIDAD TEMÁTICA N° 3
UNIDAD TEMÁTICA Ética, gobernanza e IA en la empresa

N° total de horas prácticas presenciales	3	**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	4		

Contenidos de la UT	-Principios éticos en proyectos de IA. -Transparencia y responsabilidad de la IA. -Impacto social y ambiental de la IA. -Marco legal en la implementación de IA. -Plan de implementación ética de la IA en la empresa
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de elaborar un plan de implementación ética de la IA en la empresa que sirva de referencia para los colaboradores y para el éxito de la estrategia organizacional.
Actividades de Aprendizaje	Mapa Mental Pensamiento de Diseño Técnica de aprendizaje SQA (saber-asimilar-descubrir) Testimonio Ejemplificación

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	28	4

ID 8715

UT N° 1

AF N° 7
ACCIÓN DE FORMACIÓN Inteligencia artificial para impulsar la estrategia de negocio
UNIDAD TEMÁTICA N° 1
UNIDAD TEMÁTICA Fundamentos de inteligencia artificial

N° total de horas prácticas presenciales	3	**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		4	

Contenidos de la UT	-Definiciones y tipos de inteligencia artificial. -Algoritmos fundamentales en IA. -Impacto de la IA en la alta gerencia. -Ética en la implementación de IA. -Estudio de Caso: Integración de IA en la organización.
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de: Comprender y aplicar conceptos clave de IA en la toma de decisiones mediante la identificación de oportunidades de implementación de IA y la evaluación del impacto potencial de la IA la estrategia empresarial.
Actividades de Aprendizaje	Mapa Mental Pensamiento de Diseño Técnica de aprendizaje SQA (saber-asimilar-descubrir) Testimonio Ejemplificación

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	28	4

ID 8716

UT N° 2

AF N° 7

ACCIÓN DE FORMACIÓN Inteligencia artificial para impulsar la estrategia de negocio

UNIDAD TEMÁTICA N° 2

UNIDAD TEMÁTICA Aplicaciones específicas de IA en la estrategia empresarial

N° total de horas prácticas presenciales	3	**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		4	

Contenidos de la UT	-Casos de Éxito en aplicaciones específicas de IA en la estrategia empresarial. -Análisis predictivo para el diseño de estrategias. -IA en estrategias funcionales: procesos, operaciones y marketing y finanzas.

Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de estrategias organizacionales con el apoyo de la inteligencia artificial en el entorno empresarial.
Actividades de Aprendizaje	Mapa Mental Pensamiento de Diseño Técnica de aprendizaje SQA (saber-asimilar-descubrir) Testimonio Ejemplificación

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	28	4

ID 8717

UT N° 4

AF N° 7

ACCIÓN DE FORMACIÓN Inteligencia artificial para impulsar la estrategia de negocio

UNIDAD TEMÁTICA N° 4

UNIDAD TEMÁTICA Pensamiento analítico e innovación

N° total de horas prácticas presenciales	3	**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		4	

Contenidos de la UT	-Desarrollo del pensamiento analítico. -Cultura de innovación empresarial. -Sinergia, Pensamiento analítico y creatividad. -Resolución de Problemas. -Adaptabilidad e innovación continua.
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de proponer un modelo de gestión de sus equipos de trabajo para innovar aplicando principios del pensamiento analítico y la creatividad, en el entorno empresarial.
Actividades de Aprendizaje	Mapa Mental Pensamiento de Diseño Técnica de aprendizaje SQA (saber-asimilar-descubrir) Testimonio Ejemplificación

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	28	4

Proveedor de la formación - persona jurídica

La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto es Adalid Inmark Colombia SAS, cuya actividad principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559(otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560(actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área, cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social. ADALID INMARK COLOMBIA SAS, hace parte del Grupo Empresarial ASPASIA, y cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz con una trayectoria de 20 años en España y Chile; conformada por sus entidades adscritas ADALID SC, Instituto Europa y la escuela de negocios Europea Talento & Innovación, del cual forma parte, quienes en su conjunto aportan el diseño curricular de las acciones de formación, sus expertos internacionales, material didáctico y formativo. ADALID INMARK COLOMBIA acredita nueve (9) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. Adicionalmente cuenta con nueve (9) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados), a entidades públicas o privadas.

Material de formación

Se contará con libro electrónico digital (con código ISBN), que se entregará de forma electrónica con el fin de que los beneficiarios tengan acceso a descargar dicho material para su uso. El material de producción reciente (MENOS DE 2 AÑOS) reunirá los medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan las actividades de enseñanza-aprendizaje, y guardará coherencia con los objetivos de la formación, perfil de los beneficiarios y estará metodológicamente estructurado de modo que facilite la transferencia de conocimiento. Los contenidos incluidos corresponden directamente con cada una de las unidades temáticas, cumpliendo con la normativa vigente en cuanto a propiedad intelectual:

UNIDAD TEMÁTICA 1. Fundamentos de Inteligencia Artificial
UNIDAD TEMÁTICA 2. Aplicaciones Específicas de IA en Estrategia Empresarial
UNIDAD TEMÁTICA 3. Ética, gobernanza e IA en la empresa
UNIDAD TEMÁTICA 4. Pensamiento analítico e innovación

Los participantes encontrarán debidamente identificadas las unidades y cada uno de sus contenidos pudiendo así adquirir la base teórica para el desarrollo de las actividades prácticas propuestas y que incluyen: autoevaluaciones, ejercicios de relación de conceptos, entre otros. Incluyen textos descriptivos, cuadros de ampliación, documentación complementaria e infografías.

PRESENCIAL APLICACIONES MULTIMEDIA INTERACTIVAS Durante las sesiones de formación PRESENCIAL el experto invitará a los participantes a trabajar en aplicaciones multimedia interactivas .La experiencia formativa se enriquece con la utilización de aplicaciones multimedia interactivas, software que incorpora contenidos tales como imágenes, vídeo, animaciones y sonido y que además proporciona medios para interactuar fácilmente con el usuario, destinadas a facilitar un aprendizaje profundo y dinámico.

El material cumplirá con la normativa vigente en cuanto a propiedad intelectual y con todas las características relacionadas en el Anexo 15. GUÍA DE RECURSOS DIDÁCTICOS EN EL PROGRAMA DE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA DEL SENA.

Se certificará la entrega y uso del material de formación descrito.

Gestión del Conocimiento

Ítem Gestion Conocimiento

Infografía (Póster)

Alineación de la acción de formación

Alineación

PND - Uso y apropiación de tecnologías digitales

PND - Crecimiento empresarial

PND - Convergencia regional

Justificación de la Alineación

La presente acción formativa y sus contenidos se encuentran alineados con los componentes del Plan Nacional de Desarrollo "Colombia potencia mundial de la vida 2022 – 2026", específicamente: "Crecimiento empresarial", "Uso y apropiación de tecnologías digitales", Uso de tecnologías para la innovación digital del sector productivo" y "Convergencia regional".
Estos componentes fomentan un entorno propicio para el desarrollo de las empresas y establecen medidas para fortalecer la competitividad del sector empresarial colombiano, fomentando la innovación, la productividad y el crecimiento empresarial.

En cuanto a la convergencia regional, en el Plan Nacional de Desarrollo, así como la AF, busca reducir las disparidades económicas y sociales entre las diferentes regiones del país, promoviendo un desarrollo más equitativo y sostenible de la sociedad y se establecen acciones para impulsar el crecimiento económico y empresarial en las regiones menos desarrolladas, lo anterior teniendo en cuenta la cobertura geográfica nacional de la AF,

llegando a departamentos y municipios de Bajo Índice de Competitividad.

Y por último, pero no menos importante, los componentes relacionados con el uso y aprovechamiento de las tecnologías digitales, que es un componente transversal del Plan Nacional de Desarrollo "Colombia Potencia Mundial de la Vida 2022-2026", que busca aprovechar el potencial de la revolución digital para impulsar el desarrollo económico, social y tecnológico del país. Es así como la presente acción formativa se orienta al cumplimiento de dichos componentes por medio del fortalecimiento de las competencias para la identificación, adopción y aplicación eficiente de la inteligencia artificial en la estrategia de negocios.

Acción de formación especializada

Esta es una acción de formación especializada porque es un proceso de formación teórico-práctico que desarrolla el concepto de aprendizaje durante toda la vida, dirigido a mejorar las competencias laborales, actualizar y profundizar conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas de los trabajadores en los niveles establecidos en esta acción de formación, permitiendo su aplicación en el contexto laboral inmediato, armonizando el mejoramiento del perfil laboral con la necesidad de aumentar la productividad y competitividad empresarial. Lo anterior, gracias al fortalecimiento de competencias para la identificación, adopción y aplicación eficiente de la inteligencia artificial en la estrategia de negocios.

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

Durante el desarrollo de la acción formativa, los capacitadores verificarán el avance de lo aprendido y aplicado por el trabajador en su puesto de trabajo, mediante observaciones y calificaciones consignadas en la matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Se asocia un resultado de aprendizaje a cada unidad temática, evidenciando la alineación con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del beneficiario. Los resultados definidos como parámetro de referencia del proceso de formación son:

Resultado 1: El 85% de los beneficiarios están en capacidad de aplicar estrategias de incorporación de la inteligencia artificial (IA) en la elaboración de políticas y estrategias empresariales, incidiendo positivamente en su desempeño. Además, favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en la mejora de la toma de decisiones estratégicas basadas en datos, la formulación de políticas más informadas y la identificación de oportunidades específicas para la implementación de la IA en la alta gerencia.
Resultado 2: El 85% de los beneficiarios los beneficiarios están en capacidad de aplicar eficientemente técnicas avanzadas de IA en la optimización de procesos operativos. Además, favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en la eficiencia operativa de la alta gerencia, permitiéndoles mejorar la gestión financiera, estrategias de marketing y personalización de servicios al cliente.
Resultado 3: El 85% de los beneficiarios los beneficiarios están en capacidad de aplicar habilidades para liderar la integración de la IA en equipos y coordinar actividades funcionales. Además, favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en un liderazgo más efectivo en procesos de transformación digital, promoviendo la innovación y la adaptabilidad en la alta gerencia.
Resultado 4: El 85% de los beneficiarios los beneficiarios están en capacidad de aplicar la identificación de oportunidades de innovación mediante la aplicación de la IA. Además, favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en la capacidad de la alta gerencia para anticipar y capitalizar oportunidades emergentes en un entorno empresarial dinámico.
Resultado 5: El 85% de los beneficiarios los beneficiarios están en capacidad de aplicar la formulación e implementación de estrategias de IA en el desarrollo de políticas de recursos humanos. Además, favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en mejorar la gestión del talento y la toma de decisiones relacionadas con la selección de personal en la alta gerencia.
Resultado 6: El 85% de los beneficiarios demuestra la capacidad de aplicar IA en la gestión eficiente de recursos financieros. Además, favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en impactar positivamente en la toma de decisiones relacionadas con inversiones, riesgos financieros y planificación estratégica en la alta gerencia.

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

Los dos principales resultados puntuales de impacto de la formación en la PRODUCTIVIDAD y que están directamente relacionados con esta acción de formación son:
a) Mejora en la eficiencia operativa: Se espera que los beneficiarios logren implementar eficientemente técnicas avanzadas de inteligencia artificial (IA) en la optimización de procesos operativos, lo que resultará en una mayor productividad al hacer más tareas en menos tiempo.
b) Incremento en la gestión del talento: La formación permitirá a la alta gerencia formular e implementar estrategias de IA en el desarrollo de políticas de recursos humanos, mejorando la gestión del talento y, por ende, aumentando la productividad en la gestión del capital humano.

Los dos principales resultados puntuales de impacto de la formación en la COMPETITIVIDAD ORGANIZACIONAL y que están directamente relacionados con esta acción de formación son:
a) Mayor capacidad de innovación: La adquisición de habilidades avanzadas en la aplicación estratégica de la IA permitirá a los líderes de alta dirección identificar oportunidades de innovación, superando obstáculos técnicos y organizacionales para desarrollar procesos que faciliten la búsqueda de nuevas oportunidades.
b) Mejora en la toma de decisiones estratégicas: Se espera que la formación mejore la capacidad de la alta dirección para tomar decisiones estratégicas informadas basadas en datos, lo que contribuirá a la competitividad al permitir una adaptación más rápida a los cambios en el entorno empresarial.

Estos resultados de productividad y competitividad empresarial están alineados con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del beneficiario propuestos. La mejora en la eficiencia operativa y la capacidad de innovación fortalecerán la competitividad organizacional, mientras que el incremento en la gestión del talento y la mejora en la toma de decisiones estratégicas fortaleciendo la capacidad de la empresa para competir de manera efectiva en su mercado.

Indicadores de Impacto

Indicador - Mejoramiento en la empleabilidad	Valor Indicador - Meta
Número de trabajadores con incremento salarial despues de recibir la formación	9

Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	175
Meta %	% 5,14
Indicador - Retención de trabajadores	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que continuan en sus empresas luego de recibir la formación	158
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	175
Meta %	% 90,29
Indicador - Movilidad laboral	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que cambian sus condiciones laborales luego de recibir la formación	9
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	175
Meta %	% 5,14
Indicador - Empresas beneficiarias	**Valor Indicador - Meta**
Número de empresas beneficiarias de de la acción de formación	60
Número de empresas de el(los) sector(es) que representa	248
Meta %	% 24,19
Indicador - Trabajadores beneficiarios	**Valor Indicador - Meta**
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	175
Número total de trabajadores de la(s) empresa(s) que representa la empresa/ gremio	20000
Meta %	% 0,88

Justificación lugar de ejecución

La AHK Colombia tal y como consta en sus estatutos, desarrolla sus actividades de apoyo comercial y de transferencia del conocimiento en el ámbito nacional, y por su carácter gremial multisectorial, cuenta con afiliados y empresas pertenecientes a la cadena productiva de sus empresas afiliadas, y con aliados a nivel nacional que incluyen Cámaras de Comercio locales, entidades territoriales, asociaciones, entre otros. Con los que trabaja aunando esfuerzos para lograr un propósito común generalmente enfocado en el fortalecimiento empresarial, razón por la cual desarrolla gestión en todo el territorio nacional. La relación de los beneficiarios con los lugares de ejecución planteados, obedece y se justifica en que son trabajadores de empresas afiliadas y de empresas pertenecientes a la cadena productiva de la AHK Colombia, que tienen sus sedes en las ciudades mencionadas y en las cuales se priorizó la necesidad de formación propuesta, así como colaboradores de aliados estratégicos que hacen parte de la red multisectorial que el gremio ha establecido en distintas regiones geográficas en virtud de su objeto social y objetivos misionales, que incluyen, para el caso, los departamentos incorporados en esta acción de formación.

Lugar de ejecución

Grupo Número Departamento	*Ciudad*	*Zona Rural*	*N° Beneficiarios*
1 BOGOTÁ D.C	BOGOTÁ	No	25

Grupo Número Departamento	Ciudad	Zona Rural	N° Beneficiarios
2 SANTANDER	BUCARAMANGA	No	25
3 VALLE DEL CAUCA	CALI	No	25
4 HUILA	NEIVA	No	25
5 ATLÁNTICO	BARRANQUILLA	No	25
6 CUNDINAMARCA	MOSQUERA	No	25
7 ANTIOQUIA	MEDELLÍN	No	25

Presupuesto de la AF

Rubro	Descripción	Cofinanciación SENA	% Contrapartida especie	% Contrapartida dinero	%	Valor total
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	$ 36.230.000	% 77,65	$ 0 % 0,00	$ 10.429.200 % 22,35	$ 46.659.200
R02.1 Alojamiento, Manutención y Transporte Local - Capacitador nacional	Alojamiento, Manutención y Transporte Local - Capacitador nacional	$ 6.781.600	% 87,50	$ 0 % 0,00	$ 968.800 % 12,50	$ 7.750.400
R04 Tiquetes Aéreos, Terrestres Intermunicipales y/o Fluvial	Tiquetes Aéreos, Terrestres Intermunicipales y/o Fluvial	$ 5.400.000	% 100,00	$ 0 % 0,00	$ 0 % 0,00	$ 5.400.000
R05.1.2 Material de Formación - Digital - Libro electrónico - digital (No aplica para Conferencias ni Foros)	Material de Formación - Digital - Libro electrónico - digital (No aplica para Conferencias ni Foros)	$ 22.000.000	% 76,28	$ 0 % 0,00	$ 6.840.000 % 23,72	$ 28.840.000
R05.1.3 Aplicaciones Multimedia Interactiva	Aplicaciones Multimedia Interactiva	$ 30.360	% 100,00	$ 0 % 0,00	$ 0 % 0,00	$ 30.360
R06.1.1.3 Alquiler de Salones y/o Espacios - Salones Hoteles, laboratorios, aulas gastronomia o salones empresariales hasta 30 beneficiarios	Alquiler de Salones y/o Espacios - Salones Hoteles, laboratorios, aulas gastronomia o salones empresariales hasta 30 beneficiarios	$ 21.142.800	% 75,00	$ 0 % 0,00	$ 7.047.600 % 25,00	$ 28.190.400
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	Gastos de Operación del Proyecto 10%	$ 7.260.000	% 60,59	$ 4.721.500 % 39,41	$ 0 % 0,00	$ 11.981.500
R10.3 Garantías	Garantías	$ 0	% 0,00	$ 0 % 0,00	$ 243.800 % 100,00	$ 243.800
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	35	$ 0	% 0,00	$ 0 % 0,00	$ 2.701.800 % 100,00	$ 2.701.800

	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida en Especie	% Especie	Contrapartida en Dinero	% Dinero	COSTO TOTAL AF
COSTO TOTAL DE LA AF	$ 98.844.760	% 75,00	$ 4.721.500	% 3,58	$ 28.231.200	% 21,42	$ 131.797.460

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	% 020 35	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 2.701.800	% 100,00	$ 2.701.800

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%	$ 7.260.000	% 60,59	$ 4.721.500	% 39,41	$ 0	% 0,00	$ 11.981.500

Presupuesto Garantías

Rubro	Cofinanciación SENA	Porcentaje Cofinanciación	Contrapartida Especie	Porcentaje Especie	Contrapartida Dinero	Porcentaje Dinero	Valor Total
R10.3 Garantías	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 243.800	% 100,00	$ 243.800

AF N° : 9

ACCIÓN DE FORMACIÓN : Neuroventas consultivas, descifrando al cliente

Volver al Listado de AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1363#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

Mejorar las habilidades de los colaboradores encargados de las ventas, que les permita establecer relaciones más sólidas con los clientes y aumentar las tasas de éxito en la consecución de ventas. Las empresas buscan entender las necesidades del cliente y proporcionar soluciones personalizadas y de valor que contribuyan a su éxito, así como la construcción de relaciones a largo plazo agregando valor en cada interacción con el cliente. Lo anterior, con el objetivo de conducir a un aumento significativo en las ventas, la satisfacción del cliente, la eficiencia operativa y la capacidad de adaptación de una empresa. Lo que a su vez puede impulsar el crecimiento y el éxito a largo plazo. La encuesta de detección de necesidades arrojo un interés importante en la temática de "Ventas consultivas: potenciando equipos comerciales de alto impacto", con una puntuación promedio de 3.6/5 y el 34% de los participantes la valoraron de mayor interés. También se identificó una temática importante de " Fortalecimiento de equipos comerciales de alto impacto" la cual entiende la importancia del fortalecimiento de los equipos de ventas, con el objetivo de fortalecer los procesos con los clientes. A esta necesidad se le dará respuesta parcial por medio de la acción de formación propuesta.

Herramientas utilizadas para obtener la necesidad

Herramienta Utilizada	Muestra Poblacional
Encuesta	16
Encuesta	238
Entrevista	2

Fecha de diagnóstico

21/12/2023

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

La Cámara de Industria y Comercio colombo alemana -AHK diseñó y aplicó una herramienta integral de recolección de información para el diagnóstico de necesidades de formación con el objetivo de identificar aquellas necesidades puntuales de formación y capacitación de las empresas afiliadas de AHK Colombia, y de las empresas y trabajadores de su cadena productiva. Lo anterior, para diseñar acciones de formación del PFCE 2024 ajustadas a dichas necesidades. A continuación se describe la herramienta:

La Herramienta integral de recolección de información para diagnóstico de necesidades, se conformó así:

PARTE 1. ENCUESTA DE DETECCIÓN DE NECESIDADES AFILIADOS PFCE

1. Datos básicos, como: Nombres, apellidos, cargo, empresa, teléfono de contacto, correo electrónico, ciudad, departamento.

2. Necesidades por área funcional: En este segmento, los participantes debían determinar el grado de relevancia (Siendo 1-Menos relevante y 5-Más relevante), de los 7 desafíos relacionados por áreas para impactar, las cuales fueron:
- Área de Dirección/Estrategia: Data Driven Management: Utilizar datos para tomar decisiones estratégicas más informadas y eficaces. Smart Companies: Transformar la empresa en una organización más ágil y eficiente en la ejecución de estrategias. Sustentabilidad: Abordar los desafíos ambientales y sociales para garantizar la viabilidad a largo plazo de la empresa.
- Área de Marketing: Utilizar herramientas de automatización y segmentación de clientes para optimizar las operaciones de marketing. Utilizar las redes sociales para marketing de manera estratégica. Adaptarse a las regulaciones de privacidad y asegurar una gestión adecuada de los datos del cliente. Aplicar realidad virtual, realidad aumentada y realidad mixta para crear experiencias únicas que agreguen valor al cliente. Mejorar la experiencia del usuario y enfocarse en la fidelización del cliente para aumentar la retención y la satisfacción. Atraer y retener clientes de manera efectiva.
- Área de Ventas: Transformación digital del proceso de ventas. Automatización de datos para control del ciclo de ventas. Definición de cuadro de mando del proceso de ventas. Fortalecimiento de equipos comerciales de alto rendimiento. Diseño e implementación de planes comerciales altamente efectivos.
- Área de Producción y Operaciones: Gestión más flexible y adaptativa de proyectos y operaciones. Reducir el desperdicio y mejorar la eficiencia en los procesos operativos. Generar procesos de economía circular. Aumentar la agilidad y la eficiencia en la cadena de suministro y la producción. Aumentar la eficiencia, reducir errores y acelerar la producción. Automatización procesos mediante IA (Inteligencia artificial)
- Área Financiera: Financiación alternativa, búsqueda de nuevas fuentes de financiación, la economía colaborativa. Viabilizar la internacionalización de la empresa desde la perspectiva financiera. Transmitir la información relevante a las diferentes áreas de la organización. Transformación digital de procesos financieros, administrativos y contables en la empresa. Gestión integral de riesgos y seguridad informática.
- Área de Recursos Humanos (RRHH): Gestión inclusiva en las organizaciones. Abordar la gestión de equipos en entornos de trabajo que combinan la presencia física y el trabajo remoto, garantizando la eficiencia y la colaboración. Feedback 360: Implementar un proceso de retroalimentación integral que promueva el crecimiento y el desarrollo de los empleados, así como la mejora del rendimiento. Herramientas y estrategias para mejorar la productividad laboral. Diseñar planes de formación efectivos. Reclutamiento inteligente: Mejorar el proceso de selección de talento.
- Área de Tecnología: Competencias digitales: Abordar la brecha de habilidades digitales y fomentar la adaptación a un entorno tecnológico en constante cambio. Blockchain: Resolver problemas de transparencia y trazabilidad en la cadena de suministro y la gestión de datos a través de la tecnología blockchain. Herramientas para áreas funcionales de la empresa: Resolver problemas específicos en diferentes áreas funcionales, aprovechando herramientas tecnológicas especializadas. Industria 4.0, IoT, RPA y Robótica Inteligente: Solucionar desafíos relacionados con la automatización y la optimización de procesos industriales y de negocios mediante tecnologías avanzadas. Ciberseguridad: Abordar la protección de datos y sistemas contra amenazas cibernéticas para garantizar la integridad y la confidencialidad de la información.

2. Áreas en función de los intereses estratégicos: los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 10 necesidades relacionadas: Economía campesina, asociatividad y cooperativismo. Gestión ambiental, biodiversidad, economía circular. Educación, diversidad cultural, enfoque de género y seguridad alimentaria. Salud, cuidado, servicios y medicamentos. Transición energética y energías alternativas. Servicios TIC y apropiación digital. Crecimiento empresarial, logística e infraestructura. Desarrollo agroindustrial. Turismo, arte y deporte. Servicios tecnológicos para industria militar

3. Necesidades en función de las Habilidades transversales: los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 10 temáticas relacionadas: Aprendizaje activo y estrategias de aprendizaje, Creatividad, originalidad e iniciativa, Liderazgo e influencia social, Resiliencia, tolerancia al estrés y flexibilidad, Resolución de problemas complejos, Pensamiento y análisis crítico, Uso, control y monitoreo de la tecnología, Diseño y programación de tecnología, Razonamiento, solución de problemas y generación de ideas, Pensamiento analítico e innovación.

4. Otras áreas para impactar y otras Habilidades transversales: cada uno de los participantes de la encuesta podría incluir temáticas puntuales en cada uno de los segmentos.

5. Preferencia en modelo de aprendizaje: Se preguntó el grado de interés en las opciones de modelo de Bootcamp, mejorando tu proceso y puesto de trabajo real.

6. Metodología de recolección de datos: La Encuesta de detección de necesidades diseñada en Google Forms fue enviada a la base de afiliados de proyectos formativos previos de AHK Colombia, por medio de correo electrónico. Cada uno de los participantes debía diligenciar cada uno de los campos allí requeridos. Esta información fue consolidada en una hoja de Excel, la cual se tabuló y analizó.

PARTE 2. ENCUESTA DE DETECCIÓN DE NECESIDADES PARA participantes
Formato: Google Forms.

1. Datos básicos: Nombres, apellidos, cargo, empresa, teléfono de contacto, correo electrónico, ciudad, departamento.
2. La encuesta se centró en las áreas prioritarias de formación continua o necesidades de formación: en esta parte de la encuesta, los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 11 áreas relacionadas:
- Estrategias innovadoras de ciberseguridad en el ámbito empresarial
- Venta consultiva, potenciado equipos comerciales de alto impacto en el sector TI
- Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva
- Data Thinking para el desarrollo empresarial
- Productividad en las ventas: técnicas de programación neurolingüística aplicadas
- Intraemprendimiento en empresas innovadoras: emprendimiento corporativo para crear nuevos productos y servicios
- Customer Relationship Management y gestión de eventos
- Marketing de Influencia para empresarios
- Inteligencia emocional para la competitividad empresarial
- Gestión de clientes en el mundo digital
- Inteligencia artificial para impulsar la estrategia de negocio

3- Pregunta abierta: Otras áreas y temas de interés para la formación continua: Cada uno de los participantes de la encuesta podría incluir temáticas puntuales, según su necesidad o la de su empresa.
4. Preferencia en la modalidad de formación: Se preguntó el grado de interés en las opciones de modalidad de Presencial, Videoconferencia (sincrónica) y Virtual (asincrónica).
5. Preferencias en la franja horaria: Aquí se dieron diferentes opciones de franja horaria, en cuanto a días y horas.
6. Metodología de recolección de datos: La Encuesta de detección de necesidades diseñada en Google Forms fue enviada a la base de participantes de proyectos formativos previos de AHK Colombia, por medio de campaña de mailing y mensajes de WhatsApp. Cada uno de los participantes debía diligenciar cada uno de los campos allí requeridos, y dar envío al formulario. Esta información fue consolidada en una hoja de Excel, la cual se tabuló y analizó.

PARTE 3. ENTREVISTAS A AFILIADOS

Se conto con la participación de 7 empresas afiliadas para el desarrollo de reuniones, con el firme objetivo de identificar sus necesidades de formación y que a la mismas se les diera respuesta parcial por medio de las acciones formativas a desarrollar. En estas reuniones se logro identificar necesidades puntuales y posibles temáticas para el desarrollo de las AFs, las cuales se presentan en los resultados.

Resumen de resultados principales del diagnóstico de necesidades de formación

La detección de las necesidades de formación a través de las herramientas de participantes y afiliados reveló áreas prioritarias que buscan atención mediante las acciones de formación del PFCE 2024. Gracias a los datos cualitativos y cuantitativos fue posible identificar aquellas necesidades relevantes, las cuales se relacionan a continuación:

Encuesta de participantes:
Encabezando la lista de necesidades se encuentra "Inteligencia Artificial para impulsar la estrategia de negocio", con un promedio de 4,18/5 y un porcentaje de mayor interés del 57,14% de participantes interesados, destacando la necesidad de optimizar procesos, anticipar tendencias y tomar decisiones informadas, impulsando la eficiencia y la competitividad empresarial. En segundo lugar, la "Gestión de clientes en el mundo digital" se posiciona con un promedio de 4,06/5 y un 52,10% de mayor interés, reflejando la importancia de implementar estrategias y herramientas digitales para fortalecer relaciones y maximizar la satisfacción del cliente en entornos online. La "Inteligencia emocional para la competitividad empresarial" ocupa el tercer puesto, con un promedio de 4,08/5 y un 51,68% de mayor interés, esta temática resalta la importancia de habilidades emocionales en el ámbito empresarial para potenciar la competitividad. En cuanto a "Marketing de Influencia para empresarios", obtiene un promedio de 3,95/5 y un 50,84% de mayor interés, indicando la creciente relevancia del marketing de influencia en la estrategia empresarial. El “Intraemprendimiento en empresas innovadoras", con un promedio de 3,91/5 y un 44,96% de interés se ubica en quinto lugar, destaca la importancia de fomentar el espíritu emprendedor dentro de las empresas para la creación de nuevos productos y servicios. En el sexto lugar, "Customer Relationship Management y gestión de eventos" logra un promedio de 3,88/5 y un 44,96% de interés, resaltando la necesidad de gestionar de manera efectiva las relaciones con los clientes y eventos empresariales. La "Productividad en las ventas: técnicas de programación neurolingüística aplicadas" obtiene un promedio de 3,92/5 y un séptimo puesto con un 43,28% de mayor interés, subrayando la relevancia de técnicas específicas para mejorar la eficiencia en el proceso de ventas. "Data Thinking para el desarrollo empresarial" se sitúa en el octavo lugar, con un promedio de 3,84/5 y un 40,34% de mayor interés, indicando la importancia de la aplicación estratégica de datos en el desarrollo empresarial para estimular la innovación y potenciar el crecimiento de la empresa. Por otra parte, la "Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva" ocupa el noveno puesto, con un promedio de 3,8/5 y un 38,24% de interés, subrayando la creciente importancia de la sostenibilidad en la estrategia empresarial y como una apuesta diferenciadora que atrae a consumidores conscientes y fortalece la posición competitiva en el mercado. En décimo lugar, "Venta consultiva, potenciando equipos comerciales de alto impacto en el sector TI", con un promedio de 3,59/5 y un 34,03% de mayor interés, resalta la necesidad de estrategias de venta consultiva en el sector de Tecnologías de la Información. Finalmente, "Estrategias innovadoras de ciberseguridad en el ámbito empresarial", con un promedio de 3,39/5 y un 33,61% de interés, destaca la importancia de adoptar enfoques innovadores para garantizar la ciberseguridad en el entorno empresarial.

Encuesta de afiliados:
Adicionalmente se detallan las temáticas o necesidades evaluadas en las encuestas de formación de afiliados de la Cámara de Industria y Comercio Colombo Alemana -AHK Colombia , junto con los puntajes promedio de interés y el porcentaje de afiliados que identificaron las necesidades para el gremio calificando de 1 a 5. A continuación, se describen las necesidades en las 9 áreas funcionales.

-En la necesidad por área funcional de Dirección estratégica: se encontró en primer lugar que la “Sustentabilidad” Abordar los desafíos ambientales y sociales para garantizar la viabilidad a largo plazo de la empresa, obtuvo un promedio de 3,8/5 y un 26,67% de mayor interés. Seguido de “Smart Companies” Transformar la empresa en una organización más ágil y eficiente en la ejecución de estrategias, obtuvo un promedio de 4,13/5 y un 26,67% de mayor interés. Por último “Data Driven Management” Utilizar datos para tomar decisiones estratégicas más informadas y eficaces, obtuvo un promedio de 4/5 y un 20,00% de mayor interés.

-Por su parte en la necesidad de área funcional de Marketing se encontraron 6 temas de mayor relevancia para atender con las acciones de formación: con los más altos resultados obtenidos se encuentra “Atraer y retener clientes de manera efectiva” obtuvo un promedio de 4,6/5 y un porcentaje de mayor interés del 60,00 resaltando la importancia de implementar estrategias que no solo cautiven a nuevos clientes, sino que también fomenten la fidelidad a largo plazo mediante experiencias y servicios excepcionales. Por su parte el tema de “Mejorar la experiencia del usuario y enfocarse en la fidelización del cliente para aumentar la retención y la satisfacción” logra un promedio de 4,27/5 y un 46,67 de porcentaje de mayor interés. Por su parte el tema de “Aplicar realidad virtual, realidad aumentada y realidad mixta para crear experiencias únicas que agreguen valor al cliente" obtuvo un promedio de 3,4/5 y 33,33% de mayor interés. “Adaptarse a las regulaciones de privacidad y asegurar una gestión adecuada de los datos del cliente” se posicionó en el 4 lugar con un promedio de 3,8/5 y un 33,33% de mayor interés. Seguido por el tema de “Utilizar las redes sociales para marketing de manera estratégica” obtuvo un promedio de 4/5 y un 33,33% de mayor interés. Finalmente “Utilizar herramientas de automatización y segmentación de clientes para optimizar las operaciones de marketing” se ubicó en última posición con un promedio de 3,67/5 y el 26,67% de interés. Es importante señalar que ninguno de los anteriores temas obtuvo porcentajes de menos interés.
-En el área funcional de Ventas: se destacaron 5 temas ubicando a "Diseño e implementación de planes comerciales altamente efectivos" en primer lugar con un promedio de 4,27/5 y un 53,33% de mayor interés destacando la necesidad de planificar estrategias, que se adapten a la ejecución precisa para alcanzar y superar los objetivos comerciales de una empresa. El "Fortalecimiento de equipos comerciales de alto rendimiento" es el segundo tema con el mayor promedio de 3,8/5 y un 46,67% de mayor interés lo que implica el desarrollo de habilidades, la promoción de la colaboración y la implementación de estrategias que optimicen la eficiencia y el éxito de los equipos en el entorno empresarial. Por su parte la "Definición de cuadro de mando del proceso de ventas" es el tema que se ubica en el tercer puesto con un promedio de 3,4/5 y un 26,67% de mayor interés lo que significa saber estructurar visual y analíticamente indicadores clave que permiten evaluar y gestionar eficientemente cada etapa del proceso de ventas. La "Automatización de datos para control del ciclo de ventas" se refiere a conocer la utilización de herramientas tecnológicas que gestionan de manera eficiente la información relacionada con todas las fases del proceso de ventas, este tema obtuvo un promedio de 3,47/5 y un 20,00% de mayor interés. Con el menor promedio de 3,27/5 y un 6,67% de mayor interés se posiciona en último lugar el tema "Transformación digital del proceso de ventas" que implica la integración de tecnologías y estrategias digitales para mejorar la eficiencia, agilidad y experiencia del cliente a lo largo de todas las etapas del ciclo de ventas. Es importante agregar que como tema adicional propuesto en la aplicación de herramientas a los afiliados sugieren el tema de "Búsqueda de alternativas de ventas" lo que quiere decir la exploración para diversificar y optimizar las oportunidades comerciales, adaptándose a las cambiantes demandas y preferencias del mercado, obtuvo un promedio de 1,73/5 y un porcentaje de 66,67% de menor interés.
-En el área funcional de Producción y operaciones: se destaca el tema "Automatización procesos mediante IA (Inteligencia artificial)" sobre la importancia del uso de algoritmos y capacidades autónomas para ejecutar tareas y tomar decisiones de manera eficiente, acelerando y optimizando los procesos empresariales que obtuvo un promedio 3,47/5 y el 26, 67% de mayor interés y ubicándose en primer lugar. Seguido del tema "Aumentar la eficiencia, reducir errores y acelerar la producción" que nos lleva a implementar medidas y tecnologías que optimicen los procesos, minimicen fallos y mejoren la rapidez en la entrega de productos o servicios, este tema obtuvo un promedio de 3,73/5 y un 26,67 en porcentaje de mayor interés. En tercer lugar, se encuentra la temática “Aumentar la agilidad y la eficiencia en la cadena de suministro y la producción” con un promedio de 3,67/5 y el 20,00% de mayor interés que se refiere la implementación de estrategias y tecnologías que permitan una respuesta rápida y efectiva a las demandas del mercado, optimizando los procesos para garantizar una producción eficiente. En tercer lugar, se encuentra "Generar procesos de economía circular" que significa establecer sistemas y prácticas empresariales que promueven la reutilización, reciclaje y maximización del uso de recursos, con el objetivo de minimizar residuos y contribuir a un ciclo sostenible, obtuvo un promedio del 3,53/5 y un 13,33% de mayor interés. En cuarto lugar, se encuentra el tema "Reducir el desperdicio y mejorar la eficiencia en los procesos operativos" con un promedio del 3,8/5 y un porcentaje de mayor interés del 13,33% siendo este último el mismo que para el tema “Gestión más flexible y adaptativa de proyectos y operaciones" que se ubica en quinto lugar con un promedio de 3,93/5.

-En el área funcional Financiera: se destaca como primer tema de mayor relevancia la "Gestión integral de riesgos y seguridad informática" obteniendo los más altos resultados con un promedio de 4/5 y el 33,33% de mayor interés, este asunto sugiere un enfoque completo para identificar, evaluar y mitigar los riesgos asociados a la seguridad de la información, garantizando la protección de datos y sistemas de manera efectiva en un entorno empresarial. El 26,67% de mayor interés en es mismo que obtuvieron los temas que se ubican en los puestos 2 y 3 siendo "Transformación digital de procesos financieros, administrativos y contables en la empresa" y "Transmitir la información relevante a las diferentes áreas de la organización" con un promedio de 3,73/5 y 3,93/5 respectivamente. Por su parte "Viabilizar la internacionalización de la empresa desde la perspectiva financiera" se ubica en el cuarto lugar con un promedio de 3,67/5 y el 13,33% de mayor interés. También se encontró el tema "Financiación alternativa, búsqueda de nuevas fuentes de financiación, la economía colaborativa" con un promedio de 3,73/5 y un 6,67% de mayor interés. Por último, se sugirió como tema adicional las "Finanzas en el exterior" con un promedio de 1,8/5 pero ningún porcentaje de mayor interés.

-En el área funcional de Recursos Humanos: el "Reclutamiento inteligente: Mejorar el proceso de selección de talento" se ubica en primer lugar porque implica la optimización en el proceso de selección de talento mediante la aplicación estratégica de tecnologías y herramientas innovadoras, con el objetivo de identificar y atraer candidatos de manera más eficiente y precisa, este tema obtuvo un promedio de 4,13/5 y un 40,00 % de mayor interés, siendo este último porcentaje el mismo para el tema del segundo lugar que es "Diseñar planes de formación efectivos" con un promedio de 4,2/5 que sugiere desarrollar estrategias educativas y programas de aprendizaje que se ajusten a las necesidades específicas de los participantes. En tercer lugar, se encuentra "Herramientas y estrategias para mejorar la productividad laboral" con un promedio de 4,07/5, este tema se refiere a la adopción de recursos tecnológicos y enfoques organizativos que optimicen la eficiencia y el rendimiento en el entorno de trabajo. Por su parte el tema "Feedback 360: Implementar un proceso de retroalimentación integral que promueva el crecimiento y el desarrollo de los empleados, así como la mejora del rendimiento" se ubica en cuarto lugar con el mismo porcentaje de mayor interés del 33,33% y un promedio de 4,27/5. Los temas "Abordar la gestión de equipos en entornos de trabajo que combinan la presencia física y el trabajo remoto, garantizando la eficiencia y la colaboración" y "Gestión inclusiva en las organizaciones" obtuvieron un promedio de 3,67/5 y 3,73/5 respectivamente y el mismo 20,00% de mayor interés.

-En el área funcional del Tecnología se obtuvo 5 temas que se destacan que lo encabeza "Ciberseguridad: Abordar la protección de datos y sistemas contra amenazas cibernéticas para garantizar la integridad y la confidencialidad de la información" con un promedio de 4,47/5 y un 60,00% de mayor interés, a este tema le sigue "Industria 4.0, IoT, RPA y Robótica Inteligente: Solucionar desafíos relacionados con la automatización y la optimización de procesos industriales y de negocios mediante tecnologías avanzadas" con un promedio de 4/5 y el segundo mayor porcentaje de interés con el 40,00. En tercer lugar, se encuentra el tema "Herramientas para áreas funcionales de la empresa: Resolver problemas específicos en diferentes áreas funcionales, aprovechando herramientas tecnológicas especializadas" con un promedio de 3,87/5 y el 26,67 de porcentaje de interés. La cuarta posición está "Blockchain: Resolver problemas de transparencia y trazabilidad en la cadena de suministro y la gestión de datos a través de la tecnología blockchain" con un promedio del 3,47/5 y el 20,00% de mayor interés que es el mismo que ocupa el quinto y último tema que se denomina "Competencias digitales: Abordar la brecha de habilidades digitales y fomentar la adaptación a un entorno tecnológico en constante cambio con un promedio de 3,8/5.

-En el área funcional de Habilidades transversales se encontró el tema "Pensamiento y análisis crítico" en el primer lugar con un promedio de 4,3/5 y un porcentaje de mayor interés del 60,00% seguido del tema "Razonamiento, solución de problemas y generación de ideas" en segundo lugar con un promedio del 4,3/5 y un 53,33% de mayor interés, le sigue en tercer lugar el tema "Pensamiento analítico e innovación" con un promedio del 4,3/5 y el 53,33% de mayor interés. En cuarto lugar, se encuentra el tema "Resolución de problemas complejos" con un promedio de 4,1/5 y un 46,67% de interés, en quinta posición se encuentra el tema "Liderazgo e influencia social" con promedio de 4,2/5 y el 33,33% de mayor interés, por su parte el tema "Resiliencia, tolerancia al estrés y flexibilidad" se ubica en sexta posición con un promedio del 4,1/5 y un 33,33% de interés. Los temas 7 y 8 "Creatividad, originalidad e iniciativa" y "Aprendizaje activo y estrategias de aprendizaje" obtuvieron un promedio de 4,1/5 y 3,9/5 respectivamente alcanzando el mismo 26, 67% de mayor interés. Asimismo, los temas 9 y 10 con igual porcentaje de interés del 13,33% obtuvieron un promedio de 3,3/5 en "Diseño y programación de tecnología" y un promedio de 3,5/5 en el tema "Uso, control y monitoreo de la tecnología".

-En el área funcional de Intereses estratégicos: Se encontraron 9 temáticas de mayor relevancia que fueron detectadas por las herramientas de encuesta aplicada a los afiliados de la AHK, siendo el tema "Crecimiento empresarial, logística e infraestructura" el de mayor promedio con un 3,9/5 y un 33,33% de mayor interés, seguido por "Transición energética y energías alternativas" que obtuvo un promedio del 3,3/5 y un 33,33% de mayor interés. Por otro lado, el tema "Turismo, arte y deporte" logra un promedio del 2,5/5 con un 20,00% de interés, así como "Gestión ambiental, biodiversidad, economía circular" con un promedio del 3,4/5 y un 20,00% de interés. Por otro lado la temática "Desarrollo agroindustrial" logra un promedio del 2,6/5 y un 13,33% de interés, luego se registró con un promedio del 3,1% y un 13,33% de interés el tema "Servicios tecnológicos para industria militar", le sigue "Salud, cuidado, servicios y medicamentos" con un promedio 3,0/5 y el 13,33% de interés, siendo este último el mismo porcentaje para el tema "Educación, diversidad cultural, enfoque de género y seguridad alimentaria" que logra un promedio del 3,1/5 y 13,33% de interés. Concluyendo con las temáticas de interés se encuentran la "Economía campesina, asociatividad y cooperativismo" con un promedio del 2,2/5 y el 6,67% de interés, y para finalizar con el tema "Servicios tecnológicos para industria militar" con un promedio de 2,1/5 y 0% de interés.

3. Entrevistas con afiliados AHK. A continuación se relacionan los resultados principales que serán objeto de desarrollo de acciones formativas en el presente proyecto:

ALLIANZ: Allianz es una empresa líder en el sector de servicios financieros y seguros, con una larga historia de éxito, una amplia gama de productos y servicios, un enfoque en la innovación y la tecnología, un compromiso con la sostenibilidad y una reputación sólida a nivel mundial.

La necesidad identificada hace referencia diseñar una experiencia del usuario fluida, eficiente y satisfactoria que permita a los usuarios realizar tareas de autogestión de manera independiente y sin complicaciones dentro de un sistema determinado. Actualmente Allianz cuenta con una app enfocada en el ramo de salud, que a la fecha ya tiene 6 años de implementada pero no ha logrado el nivel de usabilidad y reconocimiento por parte de los clientes quienes la han valorado con 2.4 ptos./ 5 (con solo 45 reseñas) y 2.5 ptos / 5 (con solo 178 opiniones) en las tiendas de IOS y Android respectivamente, a pesar que desde ella pueden consultar el directorio médico, agendar citas en centros médicos propios y telemedicina para el asegurado y su núcleo familiar, solicitar reembolsos, solicitar autorizaciones, solicitar certificado de viaje, visualizar los carnets del seguro de salud, entre otras. Lo anterior los puede llevar a: Estar desactualizados frente a la competencia, Riesgo de fuga de clientes por falta de tecnología amigable, Incremento de PQRS por las fallas constantes del APP actual. Por lo tanto, buscan Lograr que la nueva APP sea una herramienta para clientes de autogestión en algunos procesos y que reemplace la APP actual que está dirigida solamente a clientes de Salud, ampliando sus funcionalidades a los ramos de Autos, Hogar y Vida. Con esta herramienta buscan ponernos al día en el mercado en cuanto a servicio, transaccionalidad y experiencia del cliente ya que se eliminarían muchos procesos en los que alargan el tiempo de espera para poderle dar una solución o respuesta a sus consultas. Además, se busca que también sea una fuente de actualización de datos directamente por el cliente, para mejorar su contactabilidad.

Messer: Messer Group GmbH, conocida comúnmente como Messer, es una empresa multinacional especializada en gases industriales y medicinales, opera en más de 35 países en Europa, Asia, América del Norte y América del Sur. La empresa tiene una extensa red de plantas de producción, centros de distribución y puntos de venta en todo el mundo para atender las necesidades de sus clientes.

Identifican un problema de desarrollo tecnológico productivo para el área comercial, indican que, en el actual escenario empresarial, la competencia en la industria de gases industriales y medicinales se intensifica, especialmente en términos de costos. La empresa se enfrenta al desafío crítico de mantener su competitividad en un mercado donde los bajos costos de la competencia están ejerciendo presión sobre los márgenes. Por lo tanto, Identificaron la necesidad de optimizar las operaciones comerciales para enfrentase a esta situación y garantizar la sostenibilidad a largo plazo de la empresa.

Análisis causas y efectos de la necesidad de formación detectada

CAUSAS:
1. Dificultades para conectar con los clientes:
Aunque se dice que estamos disfrutando del “siglo de la información”, al pretender poner en acción las estrategias comerciales planteadas, se ha encontrado en un estudio del 2022, Forrester Research encontró que las empresas que no conocen adecuadamente a sus clientes pierden un promedio del 15% de sus ingresos anuales (https://www.forrester.com/press-newsroom/predicciones-de-forrester-europa-en-2022-un-tercio-de-las-empresas-fracasaran-en-cualquier-lugar-de-trabajo/). Esto es debido a que cada vez se tienen dificultades para conectar con los clientes, pues ellos son cada vez más exigentes y tienen más opciones disponibles, por lo que la gente de ventas debe hacer mayores esfuerzos para conectar con ellos de manera efectiva.

2. Necesidad de crear mensajes y estrategias relevantes y persuasivas para los clientes:
De igual manera, un informe de McKinsey & Company del 2021 reveló que las empresas que tienen una comprensión profunda de sus clientes son 3 veces más propensas a tener un alto rendimiento que las que no la tienen. (https://www.mckinsey.com/featured-insights/destacados/informe-global-2021-el-estado-de-la-creacion-de-nuevas-empresas/es) y que las neuroventas pueden ayudar a los vendedores a comprender cómo funciona el cerebro del cliente y a crear mensajes y estrategias que sean más relevantes y persuasivas.

3. Incapacidad para desarrollar productos y servicios alineados con las necesidades de los clientes:
Destacamos que un artículo del Harvard Business Review del 2020 señaló que la falta de conocimiento del cliente puede llevar a una serie de problemas, como la incapacidad para desarrollar productos y servicios que satisfagan las necesidades del cliente, la pérdida de cuota de mercado frente a los competidores y la disminución de la rentabilidad. (https://www.harvard-deusto.com/neuromarketing-hacia-un-nuevo-marketing-sustentado-en-la-emocion-la-persuasion-y-la-influencia)
Con base en lo anterior se afirma que muchas empresas, de todos los tamaños se enfrentan hoy a una alta saturación del mercado pues Hay una gran cantidad de empresas compitiendo por la atención de los clientes y los vendedores necesitan diferenciarse de la competencia y destacarse en el mercado. Ante esto afirmamos que las neuroventas pueden ayudar a los vendedores a desarrollar estrategias de marketing y ventas más efectivas que atraigan la atención de los clientes y los motiven a comprar.
Ante estas evidencias con esta acción de formación nos proponemos contribuir a que los vendedores cuenten con herramientas prácticas para mejorar sus habilidades y estrategias para aumentar las ventas y alcanzar los objetivos de la empresa, pues necesitan aumentar las ventas para crecer y ser rentables. Para ello, utilizamos las neuroventas para ayudar a los vendedores a aumentar las ventas al comprender mejor las decisiones de compra del cliente y al crear estrategias más persuasivas.

EFECTOS:
Si no se lleva a cabo esta acción de formación:
1. Las empresas continuarán sin comprender mejor a los clientes: en materia de las emociones, motivaciones y procesos de decisión de los clientes.
2. La conexión con los clientes será inexistente o circunstancial.
3. Las estrategias de marketing y ventas serán menos efectivos.
4. El volumen de ventas disminuirá gradualmente.

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

Luego de analizar los datos recopilados mediante las herramientas de diagnóstico aplicadas por este gremio y que además se soportan en datos cualitativos y cuantitativos, se identifico la necesidad "mejorar las habilidades de los colaboradores encargados de las ventas, que les permita establecer relaciones más sólidas con los clientes y aumentar las tasas de éxito en la consecución de ventas". Las empresas buscan entender las necesidades del cliente y proporcionar soluciones personalizadas y de valor que contribuyan a su éxito, así como la construcción de relaciones a largo plazo agregando valor en cada interacción con el. Lo anterior, con el objetivo de conducir a un aumento significativo en las ventas, la satisfacción del cliente, la eficiencia operativa y la capacidad de adaptación de una empresa, Lo que a su vez puede impulsar el crecimiento y el éxito a largo plazo. La encuesta de detección de necesidades arrojo un interés importante en la temática de "Ventas consultivas: potenciando equipos comerciales de alto impacto", con una puntuación promedio de 3.6/5 y el 34% de los participantes la valoraron de mayor interés. También se identificó una temática importante de "Fortalecimiento de equipos comerciales de alto impacto" la cual deja en evidencia la importancia del fortalecimiento de los equipos de ventas, con el objetivo de fortalecer los procesos con los clientes. Según fuentes externas, descifrar a los clientes es esencial para adaptar el enfoque de ventas, mejorar la experiencia del cliente y aumentar las oportunidades de venta. Una comprensión profunda de las necesidades y deseos de los clientes le permite a la empresa ofrecer soluciones personalizadas que generan valor y aumentan las probabilidades de éxito en las ventas (Tomado de https://blog.hubspot.es/sales/que-es-venta-consultiva). Además, permite a las empresas satisfacer las necesidades de los clientes de manera más efectiva, fomentar la lealtad del cliente, identificar nuevas oportunidades de mercado, impulsar la innovación, mantenerse competitivas y maximizar el retorno de la inversión en actividades de marketing y ventas (tomada de https://empresas.blogthinkbig.com/el-cliente-un-enigma-a-descifrar/). Según estudios, el uso de neuroventas consultivas es importante porque permite a los vendedores comprender mejor a sus clientes, establecer una conexión emocional más fuerte, generar confianza, mejorar la persuasión, adaptar el mensaje y, en última instancia, mejorar los resultados de ventas (tomado de https://salesbusinessschool.es/thinking-on-sales/neurociencia-y-ventas/#:~:text=En%20las%20neuroventas%2C%20en%20venta,para%20tener%20un%20mayor%20impacto.) La acción de formación propuesta por la AHK Colombia busca dar respuesta parcial a la necesidad detectada.

Objetivo de la acción de formación

Fortalecer las competencias laborales de los participantes para diseñar e implementar estrategias efectivas de ventas consultivas B2B mediante la comprensión de las estructuras y funciones del cerebro que influyen en el comportamiento del cliente, el análisis de los sistemas de recompensa y motivación de manera que puedan crear mensajes más persuasivos e influir en las decisiones de compra.
Esta acción de formación da respuesta parcial a la necesidad detectada y a los retos de formación de la AHK Colombia.

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	9	Número de horas por grupo	16
Número de beneficiarios por grupo	20	Número de días por grupo de la AF	2
Número de beneficiarios de la AF	180	Número total de horas por AF	144

Perfil Beneficiarios

Area(s) funcional(es)

Área Funcional	*Otra*
Dirección	
Marketing	
Servicio al cliente	
ventas	

Justificación áreas funcionales a beneficiar

Las áreas funcionales propuestas son responsables del éxito de los procesos de estrategia competitiva, marketing, ventas y servicio al cliente en las empresas beneficiarias, por tanto, al ser beneficiarias de la acción de formación "Neuroventas consultivas, descifrando al cliente" evidenciarán una mejora en su productividad y competitividad porque comprenderán cómo los consumidores perciben el valor de los productos o servicios, lo que facilita la creación de estrategias de marketing más relevantes y atractivas, optimizando así las campañas de marketing, dirigiéndolas a los segmentos de mercado más receptivos y utilizando los canales más adecuados para aumentar el retorno de la inversión en marketing (ROI) al mejorar la tasa de conversión y la fidelización del cliente.

Cargo/ocupaciones/denominación

Cargo
Directores
Director General
Director de Recursos Humanos
Director de Innovación
Director de Servicio al Cliente
Subdirectores
Jefes de área
Coordinadores de equipos
Emprendedores autónomos

Cargo
Director de Marketing
Gerente de Producto
Líderes de área
Encargados de coordinar las actividades que se desarrollan en el nivel operativo
Profesionales
Técnicos
Gerente de Ventas
Agente de Servicio al Cliente
Responsables de procesos
Director de Ventas
Gerente de Cuentas
Gerente de Servicio al Cliente
Auxiliares
Analistas
Administrativos
Especialista en Marketing Digital
Investigador de Mercados
Vendedor o Agente de Ventas

Funciones

Función
Evaluar los resultados de las estrategias: Analizar los datos de ventas y marketing para comprender su eficacia.
Medir el retorno de la inversión (ROI) de las estrategias de neuroventas y optimizar las estrategias de neuroventas en función de los resultados obtenidos.
Comprender el cerebro del cliente: Familiarizarse con las estructuras y funciones del cerebro que influyen en el comportamiento del consumidor
Entender cómo funcionan los sistemas de recompensa y motivación del cerebro y cómo se pueden utilizar para influir en las decisiones de compra
Comprender el papel de las emociones en la toma de decisiones y cómo se pueden utilizar para crear mensajes más persuasivos
Aplicar las neuroventas a las estrategias de marketing y ventas: Segmentar el mercado en función de las características neuropsicológicas de los consumidores.
Desarrollar productos y servicios que apelen a las necesidades y emociones del cliente y crear mensajes y estrategias de comunicación que sean más persuasivas y atractivas para el cliente.
Desarrollar habilidades y técnicas de venta: Aprender a leer el lenguaje corporal del cliente para comprender sus emociones y necesidades.
Utilizar las técnicas de la neurociencia para negociar de forma más efectiva, al igual que manejar las objeciones del cliente de forma eficaz y persuasiva.
Implementar estrategias de neuromarketing: diseñar packaging que sea más atractivo para el cerebro del consumidor.
Crear anuncios y campañas de marketing que sean más efectivas en la captación de la atención del cliente.
Establecer precios que sean más atractivos para el cerebro del consumidor

Función
Diseñar, implementar y monitorear planes de venta consultiva B2B

Productos

Producto

Conocimientos

Conocimiento

Habilidades

Habilidad

Actitudes

Actitud

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional
ALTA DIRECCIÓN
MEDIO
OPERATIVO

Justificación beneficiarios de los niveles ocupacionales

Se incluye el nivel operativo como beneficiario de esta acción de formación porque este nivel se involucra directamente en ganar participación de mercado y es responsable de comprender mejor al cliente: sus necesidades, emociones y motivaciones, desarrollar estrategias más efectivas: en términos de mensajes, campañas y técnicas de venta y construir relaciones más sólidas con los clientes a un nivel personal y generar confianza en la empresa. De esta manera la acción de formación les permitirá mejorar su desempeño especialmente relacionado con la mayor penetración en los mercados objetivo.

Se incluye el nivel medio como beneficiario de esta acción de formación porque este nivel se involucra directamente en mejorar su desempeño especialmente relacionado con mejorar sus habilidades de gestión, desarrollar estrategias de marketing y ventas más efectivas, y aumentar las ventas y la rentabilidad de la empresa y es responsable del cumplimiento de los objetivos de la empresa, gestionar el presupuesto del departamento e impulsar la adecuada representación de la empresa ante los clientes y proveedores. De esta manera la acción de formación les permitirá mejorar su desempeño especialmente relacionado con concretar los logros de los objetivos mercadológicos de la empresa.

Se incluye el nivel alta dirección como beneficiario de esta acción de formación porque este nivel se involucra directamente en el crecimiento, estabilidad y desarrollo de la empresa en el mercado y es responsable de tomar las decisiones adecuadas para tomar mejores decisiones estratégicas, desarrollar estrategias de marketing y ventas más efectivas, y aumentar las ventas y la rentabilidad de la empresa.

Número de empresas mipymes a beneficiar

43

Número de trabajadores a beneficiar de empresas mipymes

130

Justificación empresas y trabajadores de mipymes a beneficiar

De acuerdo con las estadísticas de AHK Colombia, el 72% de sus empresas afiliadas y cadena productiva pertenecen al tamaño empresarial de MIPYME, por esta razón, para el gremio es de gran importancia que los trabajadores de empresas MIPYME resulten beneficiados con esta acción de formación, ya que la capacitación es crucial para el crecimiento, la competitividad y la sostenibilidad de dichas empresas. Les permite adaptarse a un entorno empresarial en constante cambio, innovar, mejorar la productividad y desarrollar el talento interno, todo lo cual contribuye a su éxito a largo plazo. Es así como esta acción de formación aportará a este

proceso de fortalecimiento y crecimiento preparándolos para que logren apropiarse de herramientas prácticas que permitan la aplicación de las neuroventas a las estrategias de marketing y ventas, en términos de segmentación del mercado, desarrollo de productos y servicios y comunicación persuasiva.

Número de empresas de su cadena productiva a beneficiar

45

Número de trabajadores a beneficiar de empresas de su cadena productiva

135

Justificación empresas y beneficiarios de la cadena productiva a beneficiar

La acción formativa beneficiará a trabajadores y a empresas de la cadena productiva para favorecer el desarrollo productivo y competitividad de todos los eslabones de la cadena de valor del sector al que pertenezca cada afiliado, debido a que dentro del objeto social de la CÁMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO COLOMBO ALEMANA está el fomento y desarrollo de las relaciones comerciales, industriales, económicas y culturales entre la República de Colombia y la República Federal de Alemania, para lo cual brinda apoyo a sus afiliados y no afiliados.
Una cadena productiva es un sistema constituido por un conjunto de actores internos y externos al entorno de la empresa, que comprende todas las etapas de la cadena de valor, relacionadas entre sí por una sucesión de operaciones de producción, transformación y comercialización de productos y/o servicios en un entorno determinado, que implica relaciones con productores, proveedores, clientes, distribuidores, entre otros, permitiendo sinergias que facilitan la creación de ventajas competitivas, razón por la cual brindar espacios de formación de calidad a dichas empresas, lejos de verse como acciones independientes, se verá como una herramienta que contribuirá en la generación de valor, y el fortalecimiento mutuo. Es así como al fortalecer una cadena se refiere a establecer medios a lo largo de una organización y de la cadena productiva que permitan que una organización sea más rentable y competitiva.

otros datos

Número de trabajadores en condición de discapacidad	0	**Número de trabajadores mujeres**	103
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

Transversal

Sub-sector(es) a beneficiar con la AF

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 AHK Colombia al tener un carácter multisectorial y binacional, tiene un papel importante en todos los sectores de la economía colombiana. Es así como sus empresas afiliadas y las empresas de su cadena productiva se encuentran agrupadas en los siguientes sectores: 48 % servicios, 16 % sector industrial, 7% sector comercio, 6% sector tecnología, 6% sector salud, 6% sector infraestructura, 6% sector solidario, 4% sector energía, 1% sector agrícola. Es así como sus empresas afiliadas desarrollan actividades productivas en distintos sectores y subsectores de la economía. Por esta razón esta acción de formación beneficia a trabajadores de sectores transversales y subsectores transversales con la temática "Neuroventas consultivas, descifrando al cliente", la cual es fundamental para el fortalecimiento empresarial de todas las empresas, sin importar el sector.

UNIDADES TEMÁTICAS

ID	8768
UT N°	3

AF N° **9**

ACCIÓN DE FORMACIÓN **Neuroventas consultivas, descifrando al cliente**

UNIDAD TEMÁTICA N° **3**

UNIDAD TEMÁTICA **Negociación y cierre de ventas con Neuroventas**

N° total de horas prácticas presenciales	3	**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		4	

Contenidos de la UT	-Principios de la neurociencia aplicados a la negociación: Sistema de recompensa, aversión a la pérdida y empatía -Estrategias para la negociación efectiva: preparación, comunicación y manejo de emociones -Las emociones en la negociación: tipos, la toma de decisiones -Estrategias de control de las emociones: Técnicas de respiración y visualización.

Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de lograr una adecuada identificación y manejo de las emociones en la negociación y con ello preparar, analizar e implementar una negociación exitosa en el proceso de neuroventa consultiva B2B en la empresa.
Actividades de Aprendizaje	Análisis de casos de éxito de negociación en diferentes contextos. Simulaciones de negociación para aplicar los conocimientos adquiridos. Role-playing para practicar diferentes estrategias de negociación. Lectura y análisis de artículos sobre neurociencia y negociación. Desarrollo de un plan de negociación para una situación específica.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.2.3 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de especialización	36	4

ID 8769

UT N° 4

AF N° 9

ACCIÓN DE FORMACIÓN Neuroventas consultivas, descifrando al cliente

UNIDAD TEMÁTICA N° 4

UNIDAD TEMÁTICA Razonamiento, solución de problemas y generación de ideas

N° total de horas prácticas presenciales	3	**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		4	

Contenidos de la UT	-Razonamiento crítico y analítico para conocer las necesidades de los clientes. - Generación de ideas originales y soluciones creativas que agreguen valor al cliente. - Solución de problemas en el ámbito comercial: objeciones, ciclos de decisión, resistencia al cambio, entre otros
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de aplicar los fundamentos de razonamiento, solución de problemas y generación de ideas para optimizar la gestión de neuroventas consultivas B2B en la empresa.
Actividades de Aprendizaje	Análisis de casos de éxito Ejercicios prácticos Observación y análisis de videos Lectura y análisis de artículos

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.2.3 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de especialización	36	4

ID 8795

UT N° 1

AF N° 9
ACCIÓN DE FORMACIÓN Neuroventas consultivas, descifrando al cliente
UNIDAD TEMÁTICA N° 1
UNIDAD TEMÁTICA Neuroanatomía y neurofisiología del cerebro del cliente

N° total de horas prácticas presenciales	3	**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	4		

Contenidos de la UT	-Estructura del cerebro: funciones, sistemas y roles -Neurotransmisores y neuromoduladores: Dopamina, Serotonina y oxitocina; relaciones e influencias con la confianza y la empatía -Sistemas de recompensa y motivación; influencia e impacto en las motivaciones del cliente -Neurociencia de las emociones: comprendiendo las expresiones y el impacto en la toma de decisiones -La plasticidad cerebral: implicaciones para el aprendizaje y la la adaptación a los cambios de comportamiento
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de tener una mayor comprensión de las estructuras y funciones del cerebro que influyen en el comportamiento del cliente a fin de hacer un análisis certero del impacto de las emociones en la toma de decisiones del cliente para utilizarlo en el desarrollo de estrategias de cambio de comportamiento en el proceso de compra, en el ámbito empresarial.
Actividades de Aprendizaje	Lectura y análisis de artículos científicos sobre neurociencia del consumidor. Visualización de videos y documentales sobre el funcionamiento del cerebro. Realización de ejercicios prácticos para identificar las emociones en el rostro. Participación en debates sobre la ética de las neuroventas. Diseño de estrategias de marketing basadas en la neurociencia.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.2.3 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de especialización	36	4

ID 8796

UT N° 2

AF N° 9
ACCIÓN DE FORMACIÓN Neuroventas consultivas, descifrando al cliente
UNIDAD TEMÁTICA N° 2
UNIDAD TEMÁTICA Estrategias de neuroventas consultivas B2B

N° total de horas prácticas presenciales	3	**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		4	

Contenidos de la UT	-Venta consultiva en el segmento B2B -Ciclo de compra B2B, actores y decisores. -Consolidación de relaciones con clientes B2B -Diseño de un plan de neuroventas consultivas B2B -Implementación y seguimiento de un plan de neuroventas consultivas B2B -OKR(objetivos y resultados claves) para monitoreo del plan de neuroventas consultivas B2B.
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de diseñar e implementar un plan de neuroventas consultivas B2B para contribuir al logro de las metas comerciales de la empresa.
Actividades de Aprendizaje	-Análisis de casos -Trabajo colaborativo de simulación -Juego de roles

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.2.3 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de especialización	36	4

Proveedor de la formación - persona jurídica

La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto es Adalid Inmark Colombia SAS, cuya actividad principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559(otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560(actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área, cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social. ADALID INMARK COLOMBIA SAS, hace parte del Grupo Empresarial ASPASIA, y cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz con una trayectoria de 20 años en España y Chile; conformada por sus entidades adscritas ADALID SC, Instituto Europa y la escuela de negocios Europea Talento & Innovación, del cual forma parte, quienes en su conjunto aportan el diseño curricular de las acciones de formación, sus expertos internacionales, material didáctico y formativo. ADALID INMARK COLOMBIA acredita nueve (9) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. Adicionalmente cuenta con nueve (9) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados), a entidades públicas o privadas.

Material de formación

Se contará con libro electrónico digital (con código ISBN), que se entregará de forma electrónica con el fin de que los beneficiarios tengan acceso a descargar dicho material para su uso. El material de producción reciente (MENOS DE 2 AÑOS) reunirá los medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan las actividades de enseñanza-aprendizaje, y guardará coherencia con los objetivos de la formación, perfil de los beneficiarios y estará metodológicamente estructurado de modo que facilite la transferencia de conocimiento. Los contenidos incluidos corresponden directamente con cada una de las unidades temáticas, cumpliendo con la normativa vigente en cuanto a propiedad intelectual:

UNIDAD TEMÁTICA 1. Neuroanatomía y neurofisiología del cerebro del consumidor
UNIDAD TEMÁTICA 2. Estrategia de neuroventas consultivas B2B
UNIDAD TEMÁTICA 3. Negociación y cierre de ventas con Neuroventas
UNIDAD TEMÁTICA 4. Razonamiento, solución de problemas y generación de ideas

Los participantes encontrarán debidamente identificadas las unidades y cada uno de sus contenidos pudiendo así adquirir la base teórica para el desarrollo de las actividades prácticas propuestas y que incluyen: autoevaluaciones, ejercicios de relación de conceptos, entre otros. Incluyen textos descriptivos, cuadros de ampliación, documentación complementaria e infografías.

APLICACIONES MULTIMEDIA INTERACTIVAS: Durante las sesiones de formación PRESENCIAL el experto invitará a los participantes a trabajar en aplicaciones multimedia interactivas .La experiencia formativa se enriquece con la utilización de aplicaciones multimedia interactivas, software que incorpora contenidos tales como imágenes, vídeo, animaciones y sonido y que además proporciona medios para interactuar fácilmente con el usuario, destinadas a facilitar un aprendizaje profundo y dinámico.

El material cumplirá con la normativa vigente en cuanto a propiedad intelectual y con todas las características relacionadas en el Anexo 15. GUÍA DE RECURSOS DIDÁCTICOS EN EL PROGRAMA DE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA DEL SENA.

Se certificará la entrega y uso del material de formación descrito.

Gestión del Conocimiento

Ítem Gestion Conocimiento

Infografía (Póster)

Alineación de la acción de formación

Alineación

PND - Crecimiento empresarial

PND - Convergencia regional

Justificación de la Alineación

La presente acción formativa y sus contenidos se encuentran alineados con los componentes del Plan Nacional de Desarrollo “Colombia potencia mundial de la vida 2022 – 2026”, específicamente: "Crecimiento empresarial” y "Convergencia regional".

Estos componentes fomentan un entorno propicio para el desarrollo de las empresas y establecen medidas para fortalecer la competitividad del sector empresarial colombiano, fomentando la innovación, la productividad y el crecimiento empresarial.

En cuanto a la convergencia regional, en el Plan Nacional de Desarrollo, así como la AF, busca reducir las disparidades económicas y sociales entre las diferentes regiones del país, promoviendo un desarrollo más equitativo y sostenible de la sociedad y se establecen acciones para impulsar el crecimiento económico y empresarial en las regiones menos desarrolladas, lo anterior teniendo en cuenta la cobertura geográfica nacional de la AF, llegando a departamentos y municipios de Bajo Índice de Competitividad.

Es así como la presente acción formativa se orienta al cumplimiento de dichos componentes por medio del fortalecimiento de las competencias de los participantes para que se apropien de herramientas prácticas que permitan la aplicación de las neuroventas a las estrategias de marketing y ventas, en términos de segmentación del mercado, desarrollo de productos y servicios y comunicación persuasiva.

Acción de formación especializada

Esta es una acción de formación especializada porque es un proceso de formación teórico-práctico que desarrolla el concepto de aprendizaje durante toda la vida, dirigido a mejorar las competencias laborales, actualizar y profundizar conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas de los trabajadores en los niveles establecidos en esta acción de formación, permitiendo su aplicación en el contexto laboral inmediato, armonizando el mejoramiento del perfil laboral con la necesidad de aumentar la productividad y competitividad empresarial. Lo anterior, gracias al fortalecimiento de competencias para apropiarse de herramientas prácticas que permitan la aplicación de las neuroventas a las estrategias de marketing y ventas, en términos de segmentación del mercado, desarrollo de productos y servicios y comunicación persuasiva.

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

Durante el desarrollo de la acción formativa los capacitadores verificarán el avance de lo que el trabajador aprendió y aplicará en su puesto de trabajo, a partir del momento de finalizar la acción de formación, mediante observaciones y calificaciones que consignarán en la matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Se evidencia la alineación de cada resultado con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del beneficiario.

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

Resultado 1. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de comprender mejor al cliente, sus necesidades, emociones y motivaciones., incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque podrán identificar las estructuras y funciones del cerebro que influyen en el comportamiento del consumidor; comprender cómo los sistemas de recompensa y motivación del cerebro influyen en las decisiones de compra y explicar el papel de las emociones en la toma de decisiones del consumidor y favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo, en el desarrollo de tareas como:
• Comprender mejor a los clientes: Con lo aprendido sobre neuroventas van a comprender las emociones, motivaciones y procesos de decisión de los clientes.
• Conectarán con los clientes a un nivel más profundo: contarán con técnicas para crear mensajes y estrategias que sean más relevantes y persuasivas para los clientes.
• Estarán en capacidad para desarrollar estrategias de marketing y ventas más efectivas: Las neuroventas pueden ayudar a los vendedores a desarrollar estrategias de marketing y ventas que atraigan la atención de los clientes y los motiven a comprar.
• Al concluir este programa contarán con medios prácticos para aumentar las ventas pues las neuroventas ayudan a los vendedores a aumentar las ventas al comprender mejor las decisiones de compra del cliente y al crear estrategias más persuasivas.

Resultado 2. El 85% de los participantes estará en capacidad de diseñar e implementar un plan de neuroventas consultivas B2B para contribuir al logro de las metas comerciales de la empresa. Esto incide en el mejoramiento del desempeño de los participantes porque contarán con nuevas herramientas para optimizar su gestión comercial estratégica y operativa. Lo anterior se evidencia en el desarrollo de tareas como:

elaboración del plan de ventas, diseño del dashboard de OKRs y elaboración de informes de seguimiento.

Resultado 3. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de leer el lenguaje corporal del cliente para comprender sus emociones y necesidades; utilizar las técnicas de la neurociencia para negociar de forma más efectiva y manejar las objeciones del cliente de forma eficaz y persuasiva. incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque podrán empatizar con los sentimientos y dolores del cliente, comprender el sentido verdadero de su encuadre de compra y concretar acciones de compra que engendren sentimientos positivos ante la compra que el cliente realice propiciando experiencias de consecuencias positivas y duraderas con lo cual favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como:
• Administrar de manera efectiva el tiempo con el propósito de prospectar clientes en la búsqueda de mejores resultados comerciales
• Realizar actividades de difusión entre los segmentos de mercado haciendo que las promesas básicas de venta estén fundamentadas en la solución a los problemas más sentidos por el cliente
• Preparar argumentarios de venta que sean de alta efectividad en las entrevistas con los potenciales clientes
• Desarrollar habilidades efectivas para concretar cierres de venta que sumen en beneficio mutuo de la empresa y de los clientes objetivo.

Resultado 4. El 85% de los participantes estarán en capacidad de aplicar los fundamentos de razonamiento, solución de problemas y generación de ideas para optimizar la gestión de neuroventas consultivas B2B en la empresa, lo que mejorará su desempeño ya que responderá adecuadamente a objeciones y demás problemas del ciclo comercial. Lo anterior se evidencia en el desarrollo de tareas como: elaboración de propuestas a la medida de las necesidades de los clientes y redacción de comunicaciones de solución a problemas en el ciclo comercial

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

Los dos principales resultados puntuales de impacto de la formación en la PRODUCTIVIDAD y que están directamente con esta acción de formación son:
a) Mejora en la toma de decisiones: La comprensión del comportamiento del consumidor permite tomar decisiones más acertadas sobre productos, precios, estrategias de marketing y ventas pues se puede así ofrecer una atención más personalizada y eficiente. A su vez, la segmentación del mercado y el desarrollo de productos y servicios más atractivos para el cliente permiten optimizar el uso de los recursos.
b) Mejora en la atención al cliente: La comprensión de las emociones y necesidades del cliente permite ofrecer una atención más personalizada y eficiente mediante acercamientos más efectivos, permitiendo ofrecer soluciones a los dolores y requerimientos del cliente antes que simples características.

Los dos principales resultados puntuales de impacto de la formación en la COMPETITIVIDAD ORGANIZACIONAL y que están directamente con esta acción de formación son:
a) Diferenciación de la competencia: La aplicación de las neuroventas permite a las empresas diferenciarse de la competencia al ofrecer productos, servicios y estrategias de marketing más innovadoras y efectivas.
b) Aumento de la cuota de mercado: La mejora en la satisfacción del cliente y la fidelización pues la comprensión del comportamiento del consumidor permite crear una imagen de marca más atractiva y relevante.
Los resultados de productividad y competitividad empresarial, están alineados con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del beneficiario propuestos.

Indicadores de Impacto

Indicador - Mejoramiento en la empleabilidad	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores con incremento salarial despues de recibir la formación	9
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	180
Meta %	% 5,00
Indicador - Retención de trabajadores	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que continuan en sus empresas luego de recibir la formación	162
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	180
Meta %	% 90,00
Indicador - Movilidad laboral	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que cambian sus condiciones laborales luego de recibir la formación	9
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	180

Meta %	% 5,00
Indicador - Empresas beneficiarias	**Valor Indicador - Meta**
Número de empresas beneficiarias de de la acción de formación	60
Número de empresas de el(los) sector(es) que representa	248
Meta %	% 24,19
Indicador - Trabajadores beneficiarios	**Valor Indicador - Meta**
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	180
Número total de trabajadores de la(s) empresa(s) que representa la empresa/ gremio	20000
Meta %	% 0,90

Justificación lugar de ejecución

La AHK Colombia tal y como consta en sus estatutos, desarrolla sus actividades de apoyo comercial y de transferencia del conocimiento en el ámbito nacional, y por su carácter gremial multisectorial, cuenta con afiliados y empresas pertenecientes a la cadena productiva de sus empresas afiliadas, y con aliados a nivel nacional que incluyen Cámaras de Comercio locales, entidades territoriales, asociaciones, entre otros. Con los que trabaja aunando esfuerzos para lograr un propósito común generalmente enfocado en el fortalecimiento empresarial, razón por la cual desarrolla gestión en todo el territorio nacional. La relación de los beneficiarios con los lugares de ejecución planteados, obedece y se justifica en que son trabajadores de empresas afiliadas y de empresas pertenecientes a la cadena productiva de la AHK Colombia, que tienen sus sedes en las ciudades mencionadas y en las cuales se priorizó la necesidad de formación propuesta, así como colaboradores de aliados estratégicos que hacen parte de la red multisectorial que el gremio ha establecido en distintas regiones geográficas en virtud de su objeto social y objetivos misionales, que incluyen, para el caso, los departamentos incorporados en esta acción de formación.

Lugar de ejecución

Grupo Número Departamento	*Ciudad*	*Zona Rural*	*N° Beneficiarios*
1 BOGOTÁ D.C	BOGOTÁ	No	20
2 BOGOTÁ D.C	BOGOTÁ	No	20
3 BOGOTÁ D.C	BOGOTÁ	No	20
4 BOGOTÁ D.C	BOGOTÁ	No	20
5 CASANARE	YOPAL	No	20
6 SANTANDER	BUCARAMANGA	No	20
7 VALLE DEL CAUCA	CALI	No	20
8 ATLÁNTICO	BARRANQUILLA	No	20
9 ANTIOQUIA	MEDELLÍN	No	20

Presupuesto de la AF

Rubro	*Descripción*	*Cofinanciación SENA*	*%*	*% Contrapartida especie*	*%*	*% Contrapartida dinero*	*%*	*Valor total*
R01.2.3 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de especialización	Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de especialización	$ 95.940.200	% 78,38	$ 0	% 0,00	$ 26.459.800	% 21,62	$ 122.400.000

Rubro	Descripción	Cofinanciación SENA	% Contrapartida especie	% Contrapartida dinero	%	Valor total
R02.2 Alojamiento, Manutención y Transporte Local - Capacitador internacional - Lider mundial - Lider nacional	Alojamiento, Manutención y Transporte Local - Capacitador internacional - Líder mundial - Lider nacional	$ 9.900.000	% 85,71	$ 0 % 0,00	$ 1.650.000 % 14,29	$ 11.550.000
R04 Tiquetes Aéreos, Terrestres Intermunicipales y/o Fluvial	Tiquetes Aéreos, Terrestres Intermunicipales y/o Fluvial	$ 13.752.000	% 100,00	$ 0 % 0,00	$ 0 % 0,00	$ 13.752.000
R05.1.2 Material de Formación - Digital - Libro electrónico - digital (No aplica para Conferencias ni Foros)	Material de Formación - Digital - Libro electrónico - digital (No aplica para Conferencias ni Foros)	$ 22.248.000	% 75,00	$ 0 % 0,00	$ 7.416.000 % 25,00	$ 29.664.000
R05.1.3 Aplicaciones Multimedia Interactiva	Aplicaciones Multimedia Interactiva	$ 30.360	% 100,00	$ 0 % 0,00	$ 0 % 0,00	$ 30.360
R06.1.1.3 Alquiler de Salones y/o Espacios - Salones Hoteles, laboratorios, aulas gastronomia o salones empresariales hasta 30 beneficiarios	Alquiler de Salones y/o Espacios - Salones Hoteles, laboratorios, aulas gastronomia o salones empresariales hasta 30 beneficiarios	$ 27.000.000	% 75,00	$ 0 % 0,00	$ 9.000.000 % 25,00	$ 36.000.000
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	Gastos de Operación del Proyecto 10%	$ 11.550.000	% 52,81	$ 10.321.600 % 47,19	$ 0 % 0,00	$ 21.871.600
R10.3 Garantías	Garantías	$ 0	% 0,00	$ 0 % 0,00	$ 388.400 % 100,00	$ 388.400
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	36	$ 0	% 0,00	$ 0 % 0,00	$ 4.932.000 % 100,00	$ 4.932.000

	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida en Especie	% Especie	Contrapartida en Dinero	% Dinero	COSTO TOTAL AF
COSTO TOTAL DE LA AF	$ 180.420.560	% 74,99	$ 10.321.600	% 4,29	$ 49.846.200	% 20,72	$ 240.588.360

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	% 020 36	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 4.932.000	% 100,00	$ 4.932.000

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%	$ 11.550.000	% 52,81	$ 10.321.600	% 47,19	$ 0	% 0,00	$ 21.871.600

Presupuesto Garantías

Rubro	Cofinanciación SENA	Porcentaje Cofinanciación	Contrapartida Especie	Porcentaje Especie	Contrapartida Dinero	Porcentaje Dinero	Valor Total
R10.3 Garantías	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 388.400	% 100,00	$ 388.400

AF N° : 11

ACCIÓN DE FORMACIÓN : Optimización tecnológica de operaciones comerciales en una empresa de gases

Volver al Listado de AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1363#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

La necesidad refiere el interés del afiliado Messer, empresa multinacional especializada en gases industriales, medicinales y servicios de salud enfocados en la calidad, seguridad e innovación; de mantener su competitividad en un mercado donde los bajos costos de la competencia están ejerciendo presión sobre los márgenes. Por lo tanto, Identificaron la necesidad de optimizar las operaciones comerciales para enfrentase a esta situación y garantizar la sostenibilidad a largo plazo de la empresa. Esta necesidad se alimenta de la puntuación obtenida en la encuesta de participantes, en la cual se hace referencia a la importancia de diseñar e implementar planes comerciales altamente efectivos. Esta temática obtuvo una puntuación promedio de 4.2/5 y un 53% de los participantes la catalogaron como de mayor interés, de esta forma, se evidencia el interés particular de fomentar y fortalecer los procesos comerciales como mecanismo de crecimiento empresarial. A esta necesidad se le dará respuesta parcial por medio de la acción de formación propuesta.

Herramientas utilizadas para obtener la necesidad

Herramienta Utilizada	*Muestra Poblacional*
Encuesta	16
Encuesta	238
Entrevista	2

Fecha de diagnóstico

21/12/2023

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

La Cámara de Industria y Comercio colombo alemana -AHK diseñó y aplicó una herramienta integral de recolección de información para el diagnóstico de necesidades de formación con el objetivo de identificar aquellas necesidades puntuales de formación y capacitación de las empresas afiliadas de AHK Colombia, y de las empresas y trabajadores de su cadena productiva. Lo anterior, para diseñar acciones de formación del PFCE 2024 ajustadas a dichas necesidades. A continuación se describe la herramienta:

La Herramienta integral de recolección de información para diagnóstico de necesidades, se conformó así:

PARTE 1. ENCUESTA DE DETECCIÓN DE NECESIDADES AFILIADOS PFCE

1. Datos básicos, como: Nombres, apellidos, cargo, empresa, teléfono de contacto, correo electrónico, ciudad, departamento.

2. Necesidades por área funcional: En este segmento, los participantes debían determinar el grado de relevancia (Siendo 1-Menos relevante y 5-Más relevante), de los 7 desafíos relacionados por áreas para impactar, las cuales fueron:
- Área de Dirección/Estrategia: Data Driven Management: Utilizar datos para tomar decisiones estratégicas más informadas y eficaces. Smart Companies: Transformar la empresa en una organización más ágil y eficiente en la ejecución de estrategias. Sustentabilidad: Abordar los desafíos ambientales y sociales para garantizar la viabilidad a largo plazo de la empresa.
- Área de Marketing: Utilizar herramientas de automatización y segmentación de clientes para optimizar las operaciones de marketing. Utilizar las redes sociales para marketing de manera estratégica. Adaptarse a las regulaciones de privacidad y asegurar una gestión adecuada de los datos del cliente. Aplicar realidad virtual, realidad aumentada y realidad mixta para crear experiencias únicas que agreguen valor al cliente. Mejorar la experiencia del usuario y enfocarse en la fidelización del cliente para aumentar la retención y la satisfacción. Atraer y retener clientes de manera efectiva.
- Área de Ventas: Transformación digital del proceso de ventas. Automatización de datos para control del ciclo de ventas. Definición de cuadro de mando del proceso de ventas. Fortalecimiento de equipos comerciales de alto rendimiento. Diseño e implementación de planes comerciales altamente efectivos.
- Área de Producción y Operaciones: Gestión más flexible y adaptativa de proyectos y operaciones. Reducir el desperdicio y mejorar la eficiencia en los procesos operativos. Generar procesos de economía circular. Aumentar la agilidad y la eficiencia en la cadena de suministro y la producción. Aumentar la eficiencia, reducir errores y acelerar la producción. Automatización procesos mediante IA (Inteligencia artificial)
- Área Financiera: Financiación alternativa, búsqueda de nuevas fuentes de financiación, la economía colaborativa. Viabilizar la internacionalización de la empresa desde la perspectiva financiera. Transmitir la información relevante a las diferentes áreas de la organización. Transformación digital de procesos financieros, administrativos y contables en la empresa. Gestión integral de riesgos y seguridad informática.
- Área de Recursos Humanos (RRHH): Gestión inclusiva en las organizaciones. Abordar la gestión de equipos en entornos de trabajo que combinan la presencia física y el trabajo remoto, garantizando la eficiencia y la colaboración. Feedback 360: Implementar un proceso de retroalimentación integral que promueva el crecimiento y el desarrollo de los empleados, así como la mejora del rendimiento. Herramientas y estrategias para mejorar la productividad laboral. Diseñar planes de formación efectivos. Reclutamiento inteligente: Mejorar el proceso de selección de talento.
- Área de Tecnología: Competencias digitales: Abordar la brecha de habilidades digitales y fomentar la adaptación a un entorno tecnológico en constante cambio. Blockchain: Resolver problemas de transparencia y trazabilidad en la cadena de suministro y la gestión de datos a través de la tecnología blockchain. Herramientas para áreas funcionales de la empresa: Resolver problemas específicos en diferentes áreas funcionales, aprovechando herramientas tecnológicas especializadas. Industria 4.0, IoT, RPA y Robótica Inteligente: Solucionar desafíos relacionados con la automatización y la optimización de procesos industriales y de negocios

mediante tecnologías avanzadas. Ciberseguridad: Abordar la protección de datos y sistemas contra amenazas cibernéticas para garantizar la integridad y la confidencialidad de la información.

2. Áreas en función de los intereses estratégicos: los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 10 necesidades relacionadas: Economía campesina, asociatividad y cooperativismo. Gestión ambiental, biodiversidad, economía circular. Educación, diversidad cultural, enfoque de género y seguridad alimentaria. Salud, cuidado, servicios y medicamentos. Transición energética y energías alternativas. Servicios TIC y apropiación digital. Crecimiento empresarial, logística e infraestructura. Desarrollo agroindustrial. Turismo, arte y deporte. Servicios tecnológicos para industria militar

3. Necesidades en función de las Habilidades transversales: los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 10 temáticas relacionadas: Aprendizaje activo y estrategias de aprendizaje, Creatividad, originalidad e iniciativa, Liderazgo e influencia social, Resiliencia, tolerancia al estrés y flexibilidad, Resolución de problemas complejos, Pensamiento y análisis crítico, Uso, control y monitoreo de la tecnología, Diseño y programación de tecnología, Razonamiento, solución de problemas y generación de ideas, Pensamiento analítico e innovación.

4. Otras áreas para impactar y otras Habilidades transversales: cada uno de los participantes de la encuesta podría incluir temáticas puntuales en cada uno de los segmentos.

5. Preferencia en modelo de aprendizaje: Se preguntó el grado de interés en las opciones de modelo de Bootcamp, mejorando tu proceso y puesto de trabajo real.

6. Metodología de recolección de datos: La Encuesta de detección de necesidades diseñada en Google Forms fue enviada a la base de afiliados de proyectos formativos previos de AHK Colombia, por medio de correo electrónico. Cada uno de los participantes debía diligenciar cada uno de los campos allí requeridos. Esta información fue consolidada en una hoja de Excel, la cual se tabuló y analizó.

PARTE 2. ENCUESTA DE DETECCIÓN DE NECESIDADES PARA participantes
Formato: Google Forms.

1. Datos básicos: Nombres, apellidos, cargo, empresa, teléfono de contacto, correo electrónico, ciudad, departamento.
2. La encuesta se centró en las áreas prioritarias de formación continua o necesidades de formación: en esta parte de la encuesta, los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 11 áreas relacionadas:
- Estrategias innovadoras de ciberseguridad en el ámbito empresarial
- Venta consultiva, potenciado equipos comerciales de alto impacto en el sector TI
- Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva
- Data Thinking para el desarrollo empresarial
- Productividad en las ventas: técnicas de programación neurolingüística aplicadas
- Intraemprendimiento en empresas innovadoras: emprendimiento corporativo para crear nuevos productos y servicios
- Customer Relationship Management y gestión de eventos
- Marketing de Influencia para empresarios
- Inteligencia emocional para la competitividad empresarial
- Gestión de clientes en el mundo digital
- Inteligencia artificial para impulsar la estrategia de negocio

3- Pregunta abierta: Otras áreas y temas de interés para la formación continua: Cada uno de los participantes de la encuesta podría incluir temáticas puntuales, según su necesidad o la de su empresa.
4. Preferencia en la modalidad de formación: Se preguntó el grado de interés en las opciones de modalidad de Presencial, Videoconferencia (sincrónica) y Virtual (asincrónica).
5. Preferencias en la franja horaria: Aquí se dieron diferentes opciones de franja horaria, en cuanto a días y horas.
6. Metodología de recolección de datos: La Encuesta de detección de necesidades diseñada en Google Forms fue enviada a la base de participantes de proyectos formativos previos de AHK Colombia, por medio de campaña de mailing y mensajes de WhatsApp. Cada uno de los participantes debía diligenciar cada uno de los campos allí requeridos, y dar envío al formulario. Esta información fue consolidada en una hoja de Excel, la cual se tabuló y analizó.

PARTE 3. ENTREVISTAS A AFILIADOS

Se conto con la participación de 7 empresas afiliadas para el desarrollo de reuniones, con el firme objetivo de identificar sus necesidades de formación y que a la mismas se les diera respuesta parcial por medio de las acciones formativas a desarrollar. En estas reuniones se logro identificar necesidades puntuales y posibles temáticas para el desarrollo de las AFs, las cuales se presentan en los resultados.

Resumen de resultados principales del diagnóstico de necesidades de formación

La detección de las necesidades de formación a través de las herramientas de participantes y afiliados reveló áreas prioritarias que buscan atención mediante las acciones de formación del PFCE 2024. Gracias a los datos cualitativos y cuantitativos fue posible identificar aquellas necesidades relevantes, las cuales se relacionan a continuación:

Encuesta de participantes:
Encabezando la lista de necesidades se encuentra "Inteligencia Artificial para impulsar la estrategia de negocio", con un promedio de 4,18/5 y un porcentaje de mayor interés del 57,14% de participantes interesados, destacando la necesidad de optimizar procesos, anticipar tendencias y tomar decisiones informadas, impulsando la eficiencia y la competitividad empresarial. En segundo lugar, la "Gestión de clientes en el mundo digital" se posiciona con un promedio de 4,06/5 y un 52,10% de mayor interés, reflejando la importancia de implementar estrategias y herramientas digitales para fortalecer relaciones y maximizar la satisfacción del cliente en entornos online. La "Inteligencia emocional para la competitividad empresarial" ocupa el tercer puesto, con un promedio de 4,08/5 y un 51,68% de mayor interés, esta temática resalta la importancia de habilidades emocionales en el ámbito empresarial para potenciar la competitividad. En cuanto a "Marketing de Influencia para empresarios", obtiene un promedio de 3,95/5 y un 50,84% de mayor interés, indicando la creciente relevancia del marketing de influencia en la estrategia empresarial. El “Intraemprendimiento en empresas innovadoras", con un promedio de 3,91/5 y un 44,96% de interés se ubica en quinto lugar, destaca la importancia de fomentar el espíritu emprendedor dentro de las empresas para la creación de nuevos productos y servicios. En el sexto lugar, "Customer Relationship Management y gestión de eventos" logra un promedio de 3,88/5 y un 44,96% de interés, resaltando la necesidad de gestionar de manera efectiva las relaciones con los clientes y eventos empresariales. La "Productividad en las ventas: técnicas de programación neurolingüística aplicadas" obtiene un promedio de 3,92/5 y un séptimo puesto con un 43,28% de mayor interés, subrayando la relevancia de técnicas específicas para mejorar la eficiencia en el proceso de ventas. "Data Thinking para el desarrollo empresarial" se sitúa en el octavo lugar, con un promedio de 3,84/5 y un 40,34% de mayor interés, indicando la importancia de la aplicación estratégica de datos en el desarrollo empresarial para estimular la innovación y

potenciar el crecimiento de la empresa. Por otra parte, la "Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva" ocupa el noveno puesto, con un promedio de 3,8/5 y un 38,24% de interés, subrayando la creciente importancia de la sostenibilidad en la estrategia empresarial y como una apuesta diferenciadora que atrae a consumidores conscientes y fortalece la posición competitiva en el mercado. En décimo lugar, "Venta consultiva, potenciando equipos comerciales de alto impacto en el sector TI", con un promedio de 3,59/5 y un 34,03% de mayor interés, resalta la necesidad de estrategias de venta consultiva en el sector de Tecnologías de la Información. Finalmente, "Estrategias innovadoras de ciberseguridad en el ámbito empresarial", con un promedio de 3,39/5 y un 33,61% de interés, destaca la importancia de adoptar enfoques innovadores para garantizar la ciberseguridad en el entorno empresarial.

Encuesta de afiliados:
Adicionalmente se detallan las temáticas o necesidades evaluadas en las encuestas de formación de afiliados de la Cámara de Industria y Comercio Colombo Alemana -AHK Colombia , junto con los puntajes promedio de interés y el porcentaje de afiliados que identificaron las necesidades para el gremio calificando de 1 a 5. A continuación, se describen las necesidades en las 9 áreas funcionales.

-En la necesidad por área funcional de Dirección estratégica: se encontró en primer lugar que la “Sustentabilidad” Abordar los desafíos ambientales y sociales para garantizar la viabilidad a largo plazo de la empresa, obtuvo un promedio de 3,8/5 y un 26,67% de mayor interés. Seguido de “Smart Companies” Transformar la empresa en una organización más ágil y eficiente en la ejecución de estrategias, obtuvo un promedio de 4,13/5 y un 26,67% de mayor interés. Por último “Data Driven Management” Utilizar datos para tomar decisiones estratégicas más informadas y eficaces, obtuvo un promedio de 4/5 y un 20,00% de mayor interés.

-Por su parte en la necesidad de área funcional de Marketing se encontraron 6 temas de mayor relevancia para atender con las acciones de formación: con los más altos resultados obtenidos se encuentra “Atraer y retener clientes de manera efectiva” obtuvo un promedio de 4,6/5 y un porcentaje de mayor interés del 60,00 resaltando la importancia de implementar estrategias que no solo cautiven a nuevos clientes, sino que también fomenten la fidelidad a largo plazo mediante experiencias y servicios excepcionales. Por su parte el tema de “Mejorar la experiencia del usuario y enfocarse en la fidelización del cliente para aumentar la retención y la satisfacción” logra un promedio de 4,27/5 y un 46,67 de porcentaje de mayor interés. Por su parte el tema de “Aplicar realidad virtual, realidad aumentada y realidad mixta para crear experiencias únicas que agreguen valor al cliente" obtuvo un promedio de 3,4/5 y 33,33% de mayor interés. “Adaptarse a las regulaciones de privacidad y asegurar una gestión adecuada de los datos del cliente” se posicionó en el 4 lugar con un promedio de 3,8/5 y un 33,33% de mayor interés. Seguido por el tema de “Utilizar las redes sociales para marketing de manera estratégica” obtuvo un promedio de 4/5 y un 33,33% de mayor interés. Finalmente “Utilizar herramientas de automatización y segmentación de clientes para optimizar las operaciones de marketing” se ubicó en última posición con un promedio de 3,67/5 y el 26,67% de interés. Es importante señalar que ninguno de los anteriores temas obtuvo porcentajes de menos interés.
-En el área funcional de Ventas: se destacaron 5 temas ubicando a "Diseño e implementación de planes comerciales altamente efectivos" en primer lugar con un promedio de 4,27/5 y un 53,33% de mayor interés destacando la necesidad de planificar estrategias, que se adapten a la ejecución precisa para alcanzar y superar los objetivos comerciales de una empresa. El "Fortalecimiento de equipos comerciales de alto rendimiento" es el segundo tema con el mayor promedio de 3,8/5 y un 46,67% de mayor interés lo que implica el desarrollo de habilidades, la promoción de la colaboración y la implementación de estrategias que optimicen la eficiencia y el éxito de los equipos en el entorno empresarial. Por su parte la "Definición de cuadro de mando del proceso de ventas" es el tema que se ubica en el tercer puesto con un promedio de 3,4/5 y un 26,67% de mayor interés lo que significa saber estructurar visual y analíticamente indicadores clave que permiten evaluar y gestionar eficientemente cada etapa del proceso de ventas. La "Automatización de datos para control del ciclo de ventas" se refiere a conocer la utilización de herramientas tecnológicas que gestionan de manera eficiente la información relacionada con todas las fases del proceso de ventas, este tema obtuvo un promedio de 3,47/5 y un 20,00% de mayor interés. Con el menor promedio de 3,27/5 y un 6,67% de mayor interés se posiciona en último lugar el tema "Transformación digital del proceso de ventas" que implica la integración de tecnologías y estrategias digitales para mejorar la eficiencia, agilidad y experiencia del cliente a lo largo de todas las etapas del ciclo de ventas. Es importante agregar que como tema adicional propuesto en la aplicación de herramientas a los afiliados sugieren el tema de "Búsqueda de alternativas de ventas" lo que quiere decir la exploración para diversificar y optimizar las oportunidades comerciales, adaptándose a las cambiantes demandas y preferencias del mercado, obtuvo un promedio de 1,73/5 y un porcentaje de 66,67% de menor interés.
-En el área funcional de Producción y operaciones: se destaca el tema "Automatización procesos mediante IA (Inteligencia artificial)" sobre la importancia del uso de algoritmos y capacidades autónomas para ejecutar tareas y tomar decisiones de manera eficiente, acelerando y optimizando los procesos empresariales que obtuvo un promedio 3,47/5 y el 26, 67% de mayor interés y ubicándose en primer lugar. Seguido del tema "Aumentar la eficiencia, reducir errores y acelerar la producción" que nos lleva a implementar medidas y tecnologías que optimicen los procesos, minimicen fallos y mejoren la rapidez en la entrega de productos o servicios, este tema obtuvo un promedio de 3,73/5 y un 26,67 en porcentaje de mayor interés. En tercer lugar, se encuentra la temática “Aumentar la agilidad y la eficiencia en la cadena de suministro y la producción” con un promedio de 3,67/5 y el 20,00% de mayor interés que se refiere la implementación de estrategias y tecnologías que permitan una respuesta rápida y efectiva a las demandas del mercado, optimizando los procesos para garantizar una producción eficiente. En tercer lugar, se encuentra "Generar procesos de economía circular" que significa establecer sistemas y prácticas empresariales que promueven la reutilización, reciclaje y maximización del uso de recursos, con el objetivo de minimizar residuos y contribuir a un ciclo sostenible, obtuvo un promedio del 3,53/5 y un 13,33% de mayor interés. En cuarto lugar, se encuentra el tema "Reducir el desperdicio y mejorar la eficiencia en los procesos operativos" con un promedio del 3,8/5 y un porcentaje de mayor interés del 13,33% siendo este último el mismo que para el tema “Gestión más flexible y adaptativa de proyectos y operaciones" que se ubica en quinto lugar con un promedio de 3,93/5.

-En el área funcional Financiera: se destaca como primer tema de mayor relevancia la "Gestión integral de riesgos y seguridad informática" obteniendo los más altos resultados con un promedio de 4/5 y el 33,33% de mayor interés, este asunto sugiere un enfoque completo para identificar, evaluar y mitigar los riesgos asociados a la seguridad de la información, garantizando la protección de datos y sistemas de manera efectiva en un entorno empresarial. El 26,67% de mayor interés en es mismo que obtuvieron los temas que se ubican en los puestos 2 y 3 siendo "Transformación digital de procesos financieros, administrativos y contables en la empresa" y "Transmitir la información relevante a las diferentes áreas de la organización" con un promedio de 3,73/5 y 3,93/5 respectivamente. Por su parte "Viabilizar la internacionalización de la empresa desde la perspectiva financiera" se ubica en el cuarto lugar con un promedio de 3,67/5 y el 13,33% de mayor interés. También se encontró el tema "Financiación alternativa, búsqueda de nuevas fuentes de financiación, la economía colaborativa" con un promedio de 3,73/5 y un 6,67% de mayor interés. Por último, se sugirió como tema adicional las "Finanzas en el exterior" con un promedio de 1,8/5 pero ningún porcentaje de mayor interés.

-En el área funcional de Recursos Humanos: el "Reclutamiento inteligente: Mejorar el proceso de selección de talento" se ubica en primer lugar porque implica la optimización en el proceso de selección de talento mediante la aplicación estratégica de tecnologías y herramientas innovadoras, con el objetivo de identificar y atraer candidatos de manera más eficiente y precisa, este tema obtuvo un promedio de 4,13/5 y un 40,00 % de mayor interés, siendo este último porcentaje el mismo para el tema del segundo lugar que es "Diseñar planes de formación efectivos" con un promedio de 4,2/5 que sugiere desarrollar estrategias educativas y programas de aprendizaje que se ajusten a las necesidades específicas de los participantes. En tercer lugar, se encuentra "Herramientas y estrategias para mejorar la productividad laboral" con un promedio de 4,07/5, este tema se refiere a la adopción de recursos tecnológicos y enfoques organizativos que optimicen la eficiencia y el rendimiento en el entorno de trabajo. Por su parte el tema "Feedback 360: Implementar un proceso de retroalimentación integral que promueva el crecimiento y el desarrollo de los empleados, así como la mejora del rendimiento" se ubica en cuarto lugar con el mismo porcentaje de mayor interés del 33,33% y un promedio de 4,27/5. Los temas "Abordar la gestión de equipos en entornos de trabajo que combinan la presencia física y el trabajo remoto, garantizando la eficiencia y la colaboración" y "Gestión inclusiva en las organizaciones" obtuvieron un promedio de 3,67/5 y 3,73/5 respectivamente y el mismo 20,00% de mayor interés.

-En el área funcional del Tecnología se obtuvo 5 temas que se destacan que lo encabeza "Ciberseguridad: Abordar la protección de datos y sistemas contra amenazas cibernéticas para garantizar la integridad y la confidencialidad de la información" con un promedio de 4,47/5 y un 60,00% de mayor interés, a este tema le sigue "Industria 4.0, IoT, RPA y Robótica Inteligente: Solucionar desafíos relacionados con la automatización y la optimización de procesos industriales y de negocios mediante tecnologías avanzadas" con un promedio de 4/5 y el segundo mayor porcentaje de interés con el 40,00. En tercer lugar, se encuentra el tema "Herramientas para áreas funcionales de la empresa: Resolver problemas específicos en diferentes áreas funcionales, aprovechando herramientas tecnológicas especializadas" con un promedio de 3,87/5 y el 26,67 de porcentaje de

interés. La cuarta posición está "Blockchain: Resolver problemas de transparencia y trazabilidad en la cadena de suministro y la gestión de datos a través de la tecnología blockchain" con un promedio del 3,47/5 y el 20,00% de mayor interés que es el mismo que ocupa el quinto y último tema que se denomina "Competencias digitales: Abordar la brecha de habilidades digitales y fomentar la adaptación a un entorno tecnológico en constante cambio con un promedio de 3,8/5.

-En el área funcional de Habilidades transversales se encontró el tema "Pensamiento y análisis crítico" en el primer lugar con un promedio de 4,3/5 y un porcentaje de mayor interés del 60,00% seguido del tema "Razonamiento, solución de problemas y generación de ideas" en segundo lugar con un promedio del 4,3/5 y un 53,33% de mayor interés, le sigue en tercer lugar el tema "Pensamiento analítico e innovación" con un promedio del 4,3/5 y el 53,33% de mayor interés. En cuarto lugar, se encuentra el tema "Resolución de problemas complejos" con un promedio de 4,1/5 y un 46,67% de interés, en quinta posición se encuentra el tema "Liderazgo e influencia social" con promedio de 4,2/5 y el 33,33% de mayor interés, por su parte el tema "Resiliencia, tolerancia al estrés y flexibilidad" se ubica en sexta posición con un promedio del 4,1/5 y un 33,33% de interés. Los temas 7 y 8 "Creatividad, originalidad e iniciativa" y "Aprendizaje activo y estrategias de aprendizaje" obtuvieron un promedio de 4,1/5 y 3,9/5 respectivamente alcanzando el mismo 26, 67% de mayor interés. Asimismo, los temas 9 y 10 con igual porcentaje de interés del 13,33% obtuvieron un promedio de 3,3/5 en "Diseño y programación de tecnología" y un promedio de 3,5/5 en el tema "Uso, control y monitoreo de la tecnología".

-En el área funcional de Intereses estratégicos: Se encontraron 9 temáticas de mayor relevancia que fueron detectadas por las herramientas de encuesta aplicada a los afiliados de la AHK, siendo el tema "Crecimiento empresarial, logística e infraestructura" el de mayor promedio con un 3,9/5 y un 33,33% de mayor interés, seguido por "Transición energética y energías alternativas" que obtuvo un promedio del 3,3/5 y un 33,33% de mayor interés. Por otro lado, el tema "Turismo, arte y deporte" logra un promedio del 2,5/5 con un 20,00% de interés, así como "Gestión ambiental, biodiversidad, economía circular" con un promedio del 3,4/5 y un 20,00% de interés. Por otro lado la temática "Desarrollo agroindustrial" logra un promedio del 2,6/5 y un 13,33% de interés, luego se registró con un promedio del 3,1% y un 13,33% de interés el tema "Servicios tecnológicos para industria militar", le sigue "Salud, cuidado, servicios y medicamentos" con un promedio 3,0/5 y el 13,33% de interés, siendo este último el mismo porcentaje para el tema "Educación, diversidad cultural, enfoque de género y seguridad alimentaria" que logra un promedio del 3,1/5 y 13,33% de interés. Concluyendo con las temáticas de interés se encuentran la "Economía campesina, asociatividad y cooperativismo" con un promedio del 2,2/5 y el 6,67% de interés, y para finalizar con el tema "Servicios tecnológicos para industria militar" con un promedio de 2,1/5 y 0% de interés.

3. Entrevistas con afiliados AHK. A continuación se relacionan los resultados principales que serán objeto de desarrollo de acciones formativas en el presente proyecto:

ALLIANZ: Allianz es una empresa líder en el sector de servicios financieros y seguros, con una larga historia de éxito, una amplia gama de productos y servicios, un enfoque en la innovación y la tecnología, un compromiso con la sostenibilidad y una reputación sólida a nivel mundial.

La necesidad identificada hace referencia diseñar una experiencia del usuario fluida, eficiente y satisfactoria que permita a los usuarios realizar tareas de autogestión de manera independiente y sin complicaciones dentro de un sistema determinado. Actualmente Allianz cuenta con una app enfocada en el ramo de salud, que a la fecha ya tiene 6 años de implementada pero no ha logrado el nivel de usabilidad y reconocimiento por parte de los clientes quienes la han valorado con 2.4 ptos./ 5 (con solo 45 reseñas) y 2.5 ptos / 5 (con solo 178 opiniones) en las tiendas de IOS y Android respectivamente, a pesar que desde ella pueden consultar el directorio médico, agendar citas en centros médicos propios y telemedicina para el asegurado y su núcleo familiar, solicitar reembolsos, solicitar autorizaciones, solicitar certificado de viaje, visualizar los carnets del seguro de salud, entre otras. Lo anterior los puede llevar a: Estar desactualizados frente a la competencia, Riesgo de fuga de clientes por falta de tecnología amigable, Incremento de PQRS por las fallas constantes del APP actual. Por lo tanto, buscan Lograr que la nueva APP sea una herramienta para clientes de autogestión en algunos procesos y que reemplace la APP actual que está dirigida solamente a clientes de Salud, ampliando sus funcionalidades a los ramos de Autos, Hogar y Vida. Con esta herramienta buscan ponernos al día en el mercado en cuanto a servicio, transaccionalidad y experiencia del cliente ya que se eliminarían muchos procesos en los que alargan el tiempo de espera para poderle dar una solución o respuesta a sus consultas. Además, se busca que también sea una fuente de actualización de datos directamente por el cliente, para mejorar su contactabilidad.

Messer: Messer Group GmbH, conocida comúnmente como Messer, es una empresa multinacional especializada en gases industriales y medicinales, opera en más de 35 países en Europa, Asia, América del Norte y América del Sur. La empresa tiene una extensa red de plantas de producción, centros de distribución y puntos de venta en todo el mundo para atender las necesidades de sus clientes.

Identifican un problema de desarrollo tecnológico productivo para el área comercial, indican que, en el actual escenario empresarial, la competencia en la industria de gases industriales y medicinales se intensifica, especialmente en términos de costos. La empresa se enfrenta al desafío crítico de mantener su competitividad en un mercado donde los bajos costos de la competencia están ejerciendo presión sobre los márgenes. Por lo tanto, Identificaron la necesidad de optimizar las operaciones comerciales para enfrentase a esta situación y garantizar la sostenibilidad a largo plazo de la empresa.

Análisis causas y efectos de la necesidad de formación detectada

CAUSAS: Las causas que dan origen a esta necesidad/problema han sido identificadas directamente con el afiliado Messer y son:
1) Presión competitiva por bajos costos.
2) Falta de automatización y digitalización.
3) Carencia de habilidades digitales.
4) Necesidad de optimizar las operaciones comerciales.
EFECTOS: Si no se lleva a cabo esta acción el impacto será negativo porque
1) Se puede producir una pérdida de competitividad.
2) Disminución de la eficiencia y la productividad.
3) Dificultad para adaptarse a las tendencias tecnológicas que pronto supondrán un estándar en el sector.

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

Luego de analizar los datos recopilados mediante las herramientas de diagnóstico aplicadas por este gremio y que además se soportan en datos cualitativos y cuantitativos, se identifico por parte del afiliado Messer, empresa multinacional especializada en gases industriales, medicinales y servicios de salud enfocados en la calidad, seguridad e innovación, la necesidad de mantener su competitividad en un mercado donde los bajos costos de la competencia están ejerciendo presión sobre los márgenes. Por lo tanto, Identificaron la necesidad de optimizar las operaciones comerciales para enfrentase a esta situación y garantizar la sostenibilidad a largo plazo de la empresa. Según expertos la optimización de las operaciones comerciales es fundamental para garantizar la sostenibilidad a largo plazo de una empresa al mejorar la eficiencia operativa, fomentar la adaptabilidad al cambio, mejorar la experiencia del cliente, identificar oportunidades de crecimiento y gestionar los riesgos de manera efectiva (Tomado de https://fastercapital.com/es/startup-tema/Importancia-de-

optimizar-las-operaciones.html). Esta necesidad se alimenta de la puntuación obtenida en la encuesta de participantes, en la cual se hace referencia a la importancia de diseñar e implementar planes comerciales altamente efectivos. Esta temática obtuvo una puntuación promedio de 4.2/5 y un 53% de los participantes la catalogaron como de mayor interés. De esta forma, se evidencia el interés particular de fomentar y fortalecer los procesos comerciales como mecanismo de crecimiento empresarial. La acción de formación propuesta por la AHK Colombia busca dar respuesta parcial a la necesidad detectada.

Objetivo de la acción de formación

Fortalecer las competencias de los participantes para optimizar las operaciones comerciales de Messer en Colombia mediante la implementación de tecnologías disruptivas. Este objetivo se relaciona directamente con la necesidad detectada de mejorar la competitividad de Messer en un mercado donde los bajos costos de la competencia están ejerciendo presión sobre los márgenes. La acción formativa busca brindar a los participantes los conocimientos, habilidades y herramientas necesarias para:

- Identificar oportunidades de optimización en las operaciones comerciales mediante el análisis de datos y la evaluación de procesos.
- Seleccionar e implementar soluciones tecnológicas como CRM, RPA, IA y Big Data para automatizar tareas, mejorar la toma de decisiones y optimizar la gestión comercial.
- Liderar la gestión del cambio organizacional y asegurar la adopción exitosa de las nuevas tecnologías por parte del equipo.

Al lograr estos objetivos, se espera que la empresa pueda:
- Reducir costos y aumentar la eficiencia en las operaciones comerciales.
- Mejorar la toma de decisiones y la capacidad de respuesta a las demandas del mercado.
- Incrementar la competitividad y la rentabilidad en el mercado gasista colombiano.

Relación con las necesidades de formación:
La acción de formación se diseñó específicamente para abordar las necesidades de formación identificadas en el análisis realizado. El contenido programático, las actividades de aprendizaje y la metodología de enseñanza están orientados a desarrollar las competencias que los trabajadores de Messer necesitan para optimizar las operaciones comerciales mediante la implementación de tecnologías disruptivas.

Esta acción de formación da respuesta parcial a la necesidad detectada y a los retos de formación de la AHK Colombia.

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	Bootcamp	**Modalidad de formación**	Presencial
Tipo de ambiente de aprendizaje		Salones (Hoteles, laboratorios, aulas gastronomía, salones empresariales)	
Número de grupos	2	**Número de horas por grupo**	16
Número de beneficiarios por grupo	20	**Número de días por grupo de la AF**	2
Número de beneficiarios de la AF	40	**Número total de horas por AF**	32

Perfil Beneficiarios

Area(s) funcional(es)

Área Funcional	*Otra*
Innovación	
Marketing	
ventas	

Justificación áreas funcionales a beneficiar

Las áreas funcionales propuestas son responsables del éxito de los procesos de identificación de oportunidades de mercado, gestión del proceso de ventas y búsqueda de nuevas ideas y tecnologías para mejorar los productos, servicios y procesos en las empresas beneficiarias, por tanto al ser beneficiarias de la acción de formación "Optimización tecnológica de operaciones comerciales en una empresa de gases", evidenciarán una mejora en su productividad y competitividad porque se garantiza la alineación, fomenta la colaboración y toma de decisiones, además de maximizar el impacto. Las relaciones de estas áreas funcionales con la acción de formación es la mejora de procesos y optimización de resultados comerciales a través de la Transformación Digital.

Cargo/ocupaciones/denominación

Cargo
Directores
Director de Ventas
Líderes de área
Responsables de procesos
Líderes de área de Marketing
Administrativos
Subdirectores
Jefes de área
Coordinadores de equipos
Emprendedores autónomos
Director de Marketing
Dirección de Innovación
Encargados de coordinar las actividades que se desarrollan en el nivel operativo
Líderes de área de Ventas
Líderes de área de Innovación
Auxiliares
Profesionales
Analistas
Técnicos
Técnicos y analistas de Marketing
Técnicos y analistas de ventas
Técnicos y analistas de Innovación

Funciones

Función
Identificar oportunidades de optimización en las operaciones comerciales mediante el análisis de datos y la evaluación de procesos
Liderar la gestión del cambio organizacional y asegurar la adopción exitosa de las nuevas tecnologías por parte del equipo.
Desarrollar una cultura de datos en la empresa, donde el análisis de datos se utilice para la toma de decisiones estratégicas.

Función

Seleccionar e implementar soluciones tecnológicas para automatizar tareas, mejorar la toma de decisiones y optimizar la gestión comercial.

Promover la innovación y la búsqueda de nuevas ideas para mejorar los productos, servicios y procesos de la empresa.

Productos

Producto

Conocimientos

Conocimiento

Habilidades

Habilidad

Actitudes

Actitud

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional

ALTA DIRECCIÓN

MEDIO

OPERATIVO

Justificación beneficiarios de los niveles ocupacionales

Se incluye el nivel operativo como beneficiario de esta acción de formación porque este nivel se involucra directamente en ejecución de las operaciones comerciales y siendo responsable de tareas como la gestión de pedidos, la atención al cliente y el marketing en la empresa. De esta manera la acción de formación les permitirá mejorar su desempeño especialmente relacionado con la eficiencia en la ejecución de las tareas, la calidad del servicio al cliente, la capacidad de respuesta a las demandas del mercado.

Se incluye el nivel medio como beneficiario de esta acción de formación porque este nivel se involucra directamente en la supervisión y coordinación de las operaciones comerciales y siendo responsable de áreas como la planificación, la organización, el control y la evaluación de las actividades en la empresa. De esta manera la acción de formación les permitirá mejorar su desempeño especialmente relacionado con la toma de decisiones estratégicas, la gestión del equipo de trabajo, la resolución de problemas.

Se incluye el nivel alta dirección como beneficiario de esta acción de formación porque este nivel se involucra directamente en definición de la estrategia comercial y en la toma de decisiones estratégicas y siendo responsable de áreas como la definición de la visión, la misión y los valores en la empresa. De esta manera la acción de formación les permitirá mejorar su desempeño especialmente relacionado con la capacidad de anticipar las tendencias del mercado, la definición de estrategias competitivas y la gestión del cambio organizacional.

Número de empresas mipymes a beneficiar

0

Número de trabajadores a beneficiar de empresas mipymes

0

Justificación empresas y trabajadores de mipymes a beneficiar

Esta acción de formación se diseñó a la medida de las necesidades de Messer, afiliado a la AHK Colombia. Por esta razón no se beneficiarán a empresas MiPymes con esta acción.

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

Esta acción de formación se diseñó a la medida de las necesidades de los trabajadores de Messer, afiliado a la AHK Colombia. Por esta razón no se beneficiarán a empresas de la cadena productiva

otros datos

Número de trabajadores en condición de discapacidad	0	**Número de trabajadores mujeres**	23
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

Sub-sector(es) a beneficiar con la AF

Industria

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

Industria

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

Industria

Justificación Sector - Subsector

La AHK Colombia al tener un carácter multisectorial y binacional, tiene un papel importante en todos los sectores de la economía colombiana. Es así como sus empresas afiliadas y las empresas de su cadena productiva se encuentran agrupadas en los siguientes sectores: 48% servicios, 16% sector industrial, 7% sector comercio, 6% sector tecnología, 6% sector salud, 6% sector infraestructura, 6% sector solidario, 4% sector energía, 1% sector agrícola. Razón por la cual desarrolla acciones enfocadas al fortalecimiento empresarial de todos los sectores de la economía colombiana. Esta acción de formación "Optimización tecnológica de operaciones comerciales en una empresa de gases", puntualmente, busca brindar a los trabajadores de la empresa Messer, del sector industrial y empresa líder en la producción de gases industriales y medicinales, competencias para optimizar las operaciones comerciales de Messer en Colombia mediante la implementación de tecnologías disruptivas, con el objetivo de fortalecer el talento humano y fomentar el crecimiento empresarial.

UNIDADES TEMÁTICAS

ID	8782
UT N°	3

AF N° **11**

ACCIÓN DE FORMACIÓN **Optimización tecnológica de operaciones comerciales en una empresa de gases**

UNIDAD TEMÁTICA N° **3**

UNIDAD TEMÁTICA **Implementación y Evaluación de la Transformación Digital**

N° total de horas prácticas presenciales	3	**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		4	

Contenidos de la UT	- Planificación y gestión del cambio organizacional - Elección de alternativas para la solución del problema diagnosticado. - Implementación de soluciones tecnológicas y medición del impacto - Evaluación del retorno de la inversión (ROI) y casos de éxito
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de: Liderar la gestión del cambio organizacional y evaluar el impacto de la transformación digital en la empresa.

Actividades de Aprendizaje	1. Taller práctico: -Planificación y gestión del cambio organizacional en el contexto de la transformación digital 2. Lectura de textos asignados: -Metodologías para la evaluación del impacto de la transformación digital 3. Conversatorio: -Liderazgo y gestión de equipos en la era digital 4.Exposición de casos de estudio: -Ejemplos de éxito y fracaso en la implementación de la transformación digital 5. Infografía: -Impacto de la transformación digital en la empresa.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	8	1
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	8	1

ID 8821

UT N° 1

AF N° 11

ACCIÓN DE FORMACIÓN Optimización tecnológica de operaciones comerciales en una empresa de gases

UNIDAD TEMÁTICA N° 1

UNIDAD TEMÁTICA Diagnóstico de las Operaciones Comerciales Actuales

N° total de horas prácticas presenciales	3	**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		4	

Contenidos de la UT	- Diagnóstico del problema a resolver en el Bootcamp - Identificación de puntos de mejora mediante herramientas de diagnóstico - Importancia de la optimización tecnológica en las operaciones comerciales - Tendencias tecnológicas disruptivas para el sector gasista - Retos y oportunidades de la transformación digital en Messer - Análisis de la cadena de valor comercial de Messer - Recopilación y análisis de datos cuantitativos y cualitativos
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de: Evaluar la cadena de valor comercial de Messer mediante herramientas de diagnóstico y análisis de datos.

Actividades de Aprendizaje	1. Taller práctico: -Análisis de la cadena de valor comercial de Messer 2. Ejercicio de diagnóstico: -Identificación de puntos de mejora en las operaciones comerciales 3. Análisis de datos: -Recopilación y análisis de datos cuantitativos y cualitativos sobre las operaciones comerciales 4. Exposición de casos de estudio: -Ejemplos de herramientas de diagnóstico para la evaluación de operaciones comerciales 5. Infografía: -Principales hallazgos del diagnóstico de las operaciones comerciales de Messer

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	8	1
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	8	2

ID 8822

UT N° 2

AF N° 11

ACCIÓN DE FORMACIÓN Optimización tecnológica de operaciones comerciales en una empresa de gases

UNIDAD TEMÁTICA N° 2

UNIDAD TEMÁTICA Soluciones Tecnológicas para la Optimización

N° total de horas prácticas presenciales	3	**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		4	

Contenidos de la UT	- Tecnologías de automatización de procesos robóticos (RPA) - Inteligencia Artificial (IA) y Machine Learning para la toma de decisiones - Big Data y análisis de datos para la optimización comercial - Análisis de alternativas para la optimización comercial
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de: Seleccionar e implementar soluciones tecnológicas como CRM, RPA, IA y Big Data para optimizar procesos comerciales específicos.

Actividades de Aprendizaje	1. Torbellino de ideas: -Soluciones tecnológicas para la optimización de procesos comerciales en el sector gasista 2. Lectura de textos asignados: -Inteligencia Artificial (IA) y Machine Learning para la toma de decisiones 3. Conversatorio: -Expertos en tecnologías disruptivas para el sector gasista 4. Exposición: -Presentación de soluciones tecnológicas para el sector gasista 5. Juego de simulación: -Selección e implementación de una solución tecnológica para un proceso específico.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	8	1
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	8	1

ID 8823

UT N° 4

AF N° 11

ACCIÓN DE FORMACIÓN Optimización tecnológica de operaciones comerciales en una empresa de gases

UNIDAD TEMÁTICA N° 4

UNIDAD TEMÁTICA Uso, control y monitoreo de la tecnología

N° total de horas prácticas presenciales	3	**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		4	

Contenidos de la UT	- Cultura de datos basados en tecnología. - Alfabetización digital y manejo de herramientas tecnológicas - Trabajo colaborativo y comunicación en entornos digitales - Herramientas para el uso, control y monitoreo de la tecnología en la empresa - Desarrollo de habilidades blandas para la transformación digital - Planificación de la implementación de la(s) solución(es) elegidas y socialización basada en tecnología
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de: Desarrollar una cultura de datos, pensamiento analítico y habilidades digitales para trabajar efectivamente en entornos digitales.

Actividades de Aprendizaje	1. Torbellino de ideas: -Habilidades digitales necesarias para el éxito en la transformación digital 2. Lectura de textos asignados: -Cultura de datos y pensamiento analítico -Habilidades digitales para el trabajo en entornos 3. Conversatorio: -Soluciones propuestas por el equipo 4. Simulación: -Próximos pasos para Messer

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	8	1
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	8	2

Proveedor de la formación - persona jurídica

La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto es Adalid Inmark Colombia SAS, cuya actividad principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559(otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560(actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área, cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social. ADALID INMARK COLOMBIA SAS, hace parte del Grupo Empresarial ASPASIA, y cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz con una trayectoria de 20 años en España y Chile; conformada por sus entidades adscritas ADALID SC, Instituto Europa y la escuela de negocios Europea Talento & Innovación, del cual forma parte, quienes en su conjunto aportan el diseño curricular de las acciones de formación, sus expertos internacionales, material didáctico y formativo. ADALID INMARK COLOMBIA acredita nueve (9) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. Adicionalmente cuenta con nueve (9) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados), a entidades públicas o privadas.

Material de formación

Se contará con libro electrónico digital (con código ISBN), que se entregará de forma electrónica con el fin de que los beneficiarios tengan acceso a descargar dicho material para su uso. El material de producción reciente (MENOS DE 2 AÑOS) reunirá los medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan las actividades de enseñanza-aprendizaje, y guardará coherencia con los objetivos de la formación, perfil de los beneficiarios y estará metodológicamente estructurado de modo que facilite la transferencia de conocimiento. Los contenidos incluidos corresponden directamente con cada una de las unidades temáticas, cumpliendo con la normativa vigente en cuanto a propiedad intelectual:

UNIDAD TEMÁTICA 1. Diagnóstico de las Operaciones Comerciales Actuales
UNIDAD TEMÁTICA 2. Soluciones Tecnológicas para la Optimización
UNIDAD TEMÁTICA 3. Implementación y Evaluación de la Transformación Digital
UNIDAD TEMÁTICA 4. Uso, control y monitoreo de la tecnología

Los participantes encontrarán debidamente identificadas las unidades y cada uno de sus contenidos pudiendo así adquirir la base teórica para el desarrollo de las actividades prácticas propuestas y que incluyen: autoevaluaciones, ejercicios de relación de conceptos, entre otros. Incluyen textos descriptivos, cuadros de ampliación, documentación complementaria e infografías.

APLICACIONES MULTIMEDIA INTERACTIVAS: Durante las sesiones de formación PRESENCIAL el experto invitará a los participantes a trabajar en aplicaciones multimedia interactivas .La experiencia formativa se enriquece con la utilización de aplicaciones multimedia interactivas, software que incorpora contenidos tales como imágenes, vídeo, animaciones y sonido y que además proporciona medios para interactuar fácilmente con el usuario, destinadas a facilitar un aprendizaje profundo y dinámico.

El material cumplirá con la normativa vigente en cuanto a propiedad intelectual y con todas las características relacionadas en el Anexo 15. GUÍA DE RECURSOS DIDÁCTICOS EN EL PROGRAMA DE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA DEL SENA.

Se certificará la entrega y uso del material de formación descrito.

Gestión del Conocimiento

Ítem Gestion Conocimiento
Infografía (Póster)

Alineación de la acción de formación

Alineación

PND - Crecimiento empresarial

PND - Uso y apropiación de tecnologías digitales

Justificación de la Alineación

La presente acción formativa y sus contenidos se encuentran alineados con los componentes del Plan Nacional de Desarrollo "Colombia potencia mundial de la vida 2022 – 2026", específicamente: "Crecimiento empresarial" y "Uso y apropiación de tecnologías digitales".
Estos componentes fomentan un entorno propicio para el desarrollo de las empresas y establecen medidas para fortalecer la competitividad del sector empresarial colombiano, fomentando la innovación, la productividad y el crecimiento empresarial.
A su vez se alinea con componente relacionado con el uso y aprovechamiento de las tecnologías digitales, que es un componente transversal del Plan Nacional de Desarrollo "Colombia Potencia Mundial de la Vida 2022-2026", que busca aprovechar el potencial de la revolución digital para impulsar el desarrollo económico, social y tecnológico del país.
Es así como la presente acción formativa se orienta al cumplimiento de dichos componentes por medio del fortalecimiento de las competencias para optimizar las operaciones comerciales de Messer en Colombia mediante la implementación de tecnologías disruptivas.

Acción de formación especializada

Esta es una acción de formación especializada porque es un proceso de formación teórico-práctico que desarrolla el concepto de aprendizaje durante toda la vida, dirigido a mejorar las competencias laborales, actualizar y profundizar conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas de los trabajadores en los niveles establecidos en esta acción de formación, permitiendo su aplicación en el contexto laboral inmediato, armonizando el mejoramiento del perfil laboral con la necesidad de aumentar la productividad y competitividad empresarial. Lo anterior, gracias al fortalecimiento de competencias para optimizar las operaciones comerciales de Messer en Colombia mediante la implementación de tecnologías disruptivas.

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

Durante el desarrollo de la acción formativa los capacitadores verificarán el avance de lo que el trabajador aprendió y aplicará en su puesto de trabajo, a partir del momento de finalizar la acción de formación, mediante observaciones y calificaciones que consignarán en la matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Se asocia un resultado de aprendizaje a cada unidad temática, evidenciando la alineación de cada resultado con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del beneficiario. Los resultados definidos como parámetro de referencia del proceso de formación son:

Resultado 1. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de seleccionar e implementar soluciones tecnológicas para automatizar tareas, mejorar la toma de decisiones y optimizar la gestión de operaciones comerciales incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque mayor habilidad para implementar y gestionar soluciones tecnológicas y favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como Automatización de tareas repetitivas como la gestión de pedidos y la atención al cliente, Implementación de herramientas de análisis de datos para la toma de decisiones estratégicas y la utilización de Big Data para obtener información sobre el mercado y los clientes.

Resultado 2. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de dirigir el cambio organizacional y asegurar la adopción exitosa de las nuevas tecnologías por parte del equipo incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque mayor capacidad para comunicar y gestionar el cambio organizacional y favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como comunicación efectiva del cambio a los empleados, capacitación y entrenamiento del equipo en el uso de las nuevas tecnologías y gestión de la resistencia al cambio y resolución de conflictos.

Resultado 3. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de asegurar la adopción exitosa de las nuevas tecnologías por parte del equipo incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque mayor capacidad para planificar, implementar y evaluar el cambio organizacional y favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como desarrollo de un plan de gestión del cambio, implementación de estrategias de comunicación y capacitación y evaluación del impacto del cambio y la satisfacción de los empleados.

Resultado 4. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de promover una cultura de datos y análisis basada en la tecnología en la empresa, utilizando el análisis de datos para la toma de decisiones estratégicas incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque el conocimiento de la importancia del análisis de datos para la toma de decisiones favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como utilización de herramientas de análisis de datos para la toma de decisiones estratégicas, implementación de indicadores clave de rendimiento (KPIs) para medir el éxito de las estrategias y comunicación de los resultados del análisis de datos.

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

Los dos principales resultados puntuales de impacto de la formación en la PRODUCTIVIDAD y que están directamente con esta acción de formación son:
a) reducción del tiempo de ciclo en las operaciones comerciales
b) aumento de la producción y las ventas. Estos dos resultados inciden directamente en la optimización del uso de los recursos y en el incremento de los ingresos promoviendo en su conjunto la mejora de la productividad de Messer.

Los dos principales resultados puntuales de impacto de la formación en la COMPETITIVIDAD ORGANIZACIONAL y que están directamente con esta acción de formación son:
a) mejora de la capacidad de respuesta a las necesidades del mercado

b) fortalecimiento de la ventaja competitiva. De esta manera se consigue mejorar la atracción de clientes y se incrementa el posicionamiento competitivo de Messer.

Los resultados de productividad y competitividad empresarial, están alineados con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del beneficiario propuestos.

Indicadores de Impacto

Indicador - Mejoramiento en la empleabilidad	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores con incremento salarial despues de recibir la formación	2
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	40
Meta %	% 5,00
Indicador - Retención de trabajadores	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que continuan en sus empresas luego de recibir la formación	36
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	40
Meta %	% 90,00
Indicador - Movilidad laboral	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que cambian sus condiciones laborales luego de recibir la formación	2
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	40
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	248
Meta %	% 0,40
Indicador - Trabajadores beneficiarios	**Valor Indicador - Meta**
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	40
Número total de trabajadores de la(s) empresa(s) que representa la empresa/ gremio	20000
Meta %	% 0,20

Justificación lugar de ejecución

La AHK Colombia tal y como consta en sus estatutos, desarrolla sus actividades de apoyo comercial y de transferencia del conocimiento en el ámbito nacional, y por su carácter gremial multisectorial, cuenta con afiliados y empresas pertenecientes a la cadena productiva de sus empresas afiliadas, y con aliados a nivel nacional que incluyen Cámaras de Comercio locales, entidades territoriales, asociaciones, entre otros. Con los que trabaja aunando esfuerzos para lograr un propósito común generalmente enfocado en el fortalecimiento empresarial, razón por la cual desarrolla gestión en todo el territorio nacional. La relación de los beneficiarios con los lugares de ejecución planteados, obedece y se justifica en que son trabajadores de empresas afiliadas y de empresas pertenecientes a la cadena productiva de la AHK Colombia, que tienen sus sedes en las ciudades mencionadas y en las cuales se priorizó la necesidad de formación propuesta, así como colaboradores de aliados estratégicos que hacen parte de la red multisectorial que el gremio ha establecido en distintas regiones geográficas en virtud de su objeto social y objetivos misionales, que incluyen, para el caso, los departamentos incorporados en esta acción de formación.

Lugar de ejecución

Grupo Número Departamento	*Ciudad*	*Zona Rural*	*N° Beneficiarios*
1 BOGOTÁ D.C	BOGOTÁ	No	20
2 BOGOTÁ D.C	BOGOTÁ	No	20

Presupuesto de la AF

Rubro	*Descripción*	*Cofinanciación SENA*	*%*	*% Contrapartida especie*	*%*	*% Contrapartida dinero*	*%*	*Valor total*
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	$ 9.818.000	% 73,65	$ 0	% 0,00	$ 3.513.200	% 26,35	$ 13.331.200
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	$ 25.660.000	% 74,71	$ 0	% 0,00	$ 8.685.600	% 25,29	$ 34.345.600
R02.1 Alojamiento, Manutención y Transporte Local - Capacitador nacional	Alojamiento, Manutención y Transporte Local - Capacitador nacional	$ 1.937.600	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 1.937.600
R02.2 Alojamiento, Manutención y Transporte Local - Capacitador internacional - Lider mundial - Lider nacional	Alojamiento, Manutención y Transporte Local - Capacitador internacional - Lider mundial - Lider nacional	$ 2.443.280	% 66,67	$ 0	% 0,00	$ 1.221.640	% 33,33	$ 3.664.920
R04 Tiquetes Aéreos, Terrestres Intermunicipales y/o Fluvial	Tiquetes Aéreos, Terrestres Intermunicipales y/o Fluvial	$ 8.000.000	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 8.000.000
R05.1.2 Material de Formación - Digital - Libro electrónico - digital (No aplica para Conferencias ni Foros)	Material de Formación - Digital - Libro electrónico - digital (No aplica para Conferencias ni Foros)	$ 6.160.000	% 93,45	$ 0	% 0,00	$ 432.000	% 6,55	$ 6.592.000
R05.1.3 Aplicaciones Multimedia Interactiva	Aplicaciones Multimedia Interactiva	$ 30.360	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 30.360
R06.1.1.3 Alquiler de Salones y/o Espacios - Salones Hoteles, laboratorios, aulas gastronomia o salones empresariales hasta 30 beneficiarios	Alquiler de Salones y/o Espacios - Salones Hoteles, laboratorios, aulas gastronomia o salones empresariales hasta 30 beneficiarios	$ 6.282.500	% 78,00	$ 0	% 0,00	$ 1.771.900	% 22,00	$ 8.054.400
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	Gastos de Operación del Proyecto 10%	$ 3.910.000	% 50,21	$ 3.877.000	% 49,79	$ 0	% 0,00	$ 7.787.000
R10.3 Garantías	Garantías	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 158.400	% 100,00	$ 158.400
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	10	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 1.755.900	% 100,00	$ 1.755.900

	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida en Especie	% Especie	Contrapartida en Dinero	% Dinero	COSTO TOTAL AF
COSTO TOTAL DE LA AF	$ 64.241.740	% 75,00	$ 3.877.000	% 4,53	$ 17.538.640	% 20,48	$ 85.657.380

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	% 025 10	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 1.755.900	% 100,00	$ 1.755.900

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%	$ 3.910.000	% 50,21	$ 3.877.000	% 49,79	$ 0	% 0,00	$ 7.787.000

Presupuesto Garantías

Rubro	*Cofinanciación SENA*	*Porcentaje Cofinanciación*	*Contrapartida Especie*	*Porcentaje Especie*	*Contrapartida Dinero*	*Porcentaje Dinero*	*Valor Total*
R10.3 Garantías	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 158.400	% 100,00	$ 158.400

AF N° : 12

ACCIÓN DE FORMACIÓN : UX efectivo para la autogestión en el sector seguros

Volver al Listado de AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1363#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

La necesidad identificada por el afiliado Allianz, empresa aseguradora de gran trayectoria nacional e internacional y que atiende a más de 85 millones de clientes en el mundo; hace referencia a lograr una experiencia del usuario fluida, eficiente y satisfactoria que permita a los usuarios realizar tareas de autogestión de manera independiente y sin complicaciones dentro de un sistema o plataforma determinado. Esto es percibido como fundamental por la empresa, ya que buscan satisfacer las expectativas del usuario moderno, diferenciarse en un mercado competitivo, reducir costos operativos y mejorar la satisfacción y la retención del cliente brindándole herramientas realmente efectivas y bien valoradas. A esta necesidad se le dará respuesta parcial por medio de la acción de formación propuesta.

Herramientas utilizadas para obtener la necesidad

Herramienta Utilizada	*Muestra Poblacional*
Encuesta	16
Encuesta	238
Entrevista	2

Fecha de diagnóstico

21/12/2023

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

La Cámara de Industria y Comercio colombo alemana -AHK diseñó y aplicó una herramienta integral de recolección de información para el diagnóstico de necesidades de formación con el objetivo de identificar aquellas necesidades puntuales de formación y capacitación de las empresas afiliadas de AHK Colombia, y de las empresas y trabajadores de su cadena productiva. Lo anterior, para diseñar acciones de formación del PFCE 2024 ajustadas a dichas necesidades. A continuación se describe la herramienta:

La Herramienta integral de recolección de información para diagnóstico de necesidades, se conformó así:

PARTE 1. ENCUESTA DE DETECCIÓN DE NECESIDADES AFILIADOS PFCE

1. Datos básicos, como: Nombres, apellidos, cargo, empresa, teléfono de contacto, correo electrónico, ciudad, departamento.

2. Necesidades por área funcional: En este segmento, los participantes debían determinar el grado de relevancia (Siendo 1-Menos relevante y 5-Más relevante), de los 7 desafíos relacionados por áreas para impactar, las cuales fueron:
- Área de Dirección/Estrategia: Data Driven Management: Utilizar datos para tomar decisiones estratégicas más informadas y eficaces. Smart Companies: Transformar la empresa en una organización más ágil y eficiente en la ejecución de estrategias. Sustentabilidad: Abordar los desafíos ambientales y sociales para garantizar la viabilidad a largo plazo de la empresa.
- Área de Marketing: Utilizar herramientas de automatización y segmentación de clientes para optimizar las operaciones de marketing. Utilizar las redes sociales para marketing de manera estratégica. Adaptarse a las regulaciones de privacidad y asegurar una gestión adecuada de los datos del cliente. Aplicar realidad virtual, realidad aumentada y realidad mixta para crear experiencias únicas que agreguen valor al cliente. Mejorar la experiencia del usuario y enfocarse en la fidelización del cliente para aumentar la retención y la satisfacción. Atraer y retener clientes de manera efectiva.
- Área de Ventas: Transformación digital del proceso de ventas. Automatización de datos para control del ciclo de ventas. Definición de cuadro de mando del proceso de ventas. Fortalecimiento de equipos comerciales de alto rendimiento. Diseño e implementación de planes comerciales altamente efectivos.
- Área de Producción y Operaciones: Gestión más flexible y adaptativa de proyectos y operaciones. Reducir el desperdicio y mejorar la eficiencia en los procesos operativos. Generar procesos de economía circular. Aumentar la agilidad y la eficiencia en la cadena de suministro y la producción. Aumentar la eficiencia, reducir errores y acelerar la producción. Automatización procesos mediante IA (Inteligencia artificial)
- Área Financiera: Financiación alternativa, búsqueda de nuevas fuentes de financiación, la economía colaborativa. Viabilizar la internacionalización de la empresa desde la perspectiva financiera. Transmitir la información relevante a las diferentes áreas de la organización. Transformación digital de procesos financieros, administrativos y contables en la empresa. Gestión integral de riesgos y seguridad informática.
- Área de Recursos Humanos (RRHH): Gestión inclusiva en las organizaciones. Abordar la gestión de equipos en entornos de trabajo que combinan la presencia física y el trabajo remoto, garantizando la eficiencia y la colaboración. Feedback 360: Implementar un proceso de retroalimentación integral que promueva el crecimiento y el desarrollo de los empleados, así como la mejora del rendimiento. Herramientas y estrategias para mejorar la productividad laboral. Diseñar planes de formación efectivos. Reclutamiento inteligente: Mejorar el proceso de selección de talento.
- Área de Tecnología: Competencias digitales: Abordar la brecha de habilidades digitales y fomentar la adaptación a un entorno tecnológico en constante cambio. Blockchain: Resolver problemas de transparencia y trazabilidad en la cadena de suministro y la gestión de datos a través de la tecnología blockchain. Herramientas para áreas funcionales de la empresa: Resolver problemas específicos en diferentes áreas funcionales, aprovechando herramientas tecnológicas especializadas. Industria 4.0, IoT, RPA y Robótica Inteligente: Solucionar desafíos relacionados con la automatización y la optimización de procesos industriales y de negocios mediante tecnologías avanzadas. Ciberseguridad: Abordar la protección de datos y sistemas contra amenazas cibernéticas para garantizar la integridad y la confidencialidad de la información.

2. Áreas en función de los intereses estratégicos: los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 10 necesidades relacionadas: Economía campesina, asociatividad y cooperativismo. Gestión ambiental, biodiversidad, economía circular. Educación, diversidad cultural, enfoque de género y seguridad alimentaria. Salud, cuidado, servicios y medicamentos. Transición energética y energías alternativas. Servicios TIC y apropiación digital. Crecimiento empresarial, logística e infraestructura. Desarrollo agroindustrial. Turismo, arte y deporte. Servicios tecnológicos para industria militar

3. Necesidades en función de las Habilidades transversales: los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 10 temáticas relacionadas: Aprendizaje activo y estrategias de aprendizaje, Creatividad, originalidad e iniciativa, Liderazgo e influencia social, Resiliencia, tolerancia al estrés y flexibilidad, Resolución de problemas complejos, Pensamiento y análisis crítico, Uso, control y monitoreo de la tecnología, Diseño y programación de tecnología, Razonamiento, solución de problemas y generación de ideas, Pensamiento analítico e innovación.

4. Otras áreas para impactar y otras Habilidades transversales: cada uno de los participantes de la encuesta podría incluir temáticas puntuales en cada uno de los segmentos.

5. Preferencia en modelo de aprendizaje: Se preguntó el grado de interés en las opciones de modelo de Bootcamp, mejorando tu proceso y puesto de trabajo real.

6. Metodología de recolección de datos: La Encuesta de detección de necesidades diseñada en Google Forms fue enviada a la base de afiliados de proyectos formativos previos de AHK Colombia, por medio de correo electrónico. Cada uno de los participantes debía diligenciar cada uno de los campos allí requeridos. Esta información fue consolidada en una hoja de Excel, la cual se tabuló y analizó.

PARTE 2. ENCUESTA DE DETECCIÓN DE NECESIDADES PARA participantes
Formato: Google Forms.

1. Datos básicos: Nombres, apellidos, cargo, empresa, teléfono de contacto, correo electrónico, ciudad, departamento.
2. La encuesta se centró en las áreas prioritarias de formación continua o necesidades de formación: en esta parte de la encuesta, los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 11 áreas relacionadas:
- Estrategias innovadoras de ciberseguridad en el ámbito empresarial
- Venta consultiva, potenciado equipos comerciales de alto impacto en el sector TI
- Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva
- Data Thinking para el desarrollo empresarial
- Productividad en las ventas: técnicas de programación neurolingüística aplicadas
- Intraemprendimiento en empresas innovadoras: emprendimiento corporativo para crear nuevos productos y servicios
- Customer Relationship Management y gestión de eventos
- Marketing de Influencia para empresarios
- Inteligencia emocional para la competitividad empresarial
- Gestión de clientes en el mundo digital
- Inteligencia artificial para impulsar la estrategia de negocio

3- Pregunta abierta: Otras áreas y temas de interés para la formación continua: Cada uno de los participantes de la encuesta podría incluir temáticas puntuales, según su necesidad o la de su empresa.
4. Preferencia en la modalidad de formación: Se preguntó el grado de interés en las opciones de modalidad de Presencial, Videoconferencia (sincrónica) y Virtual (asincrónica).
5. Preferencias en la franja horaria: Aquí se dieron diferentes opciones de franja horaria, en cuanto a días y horas.
6. Metodología de recolección de datos: La Encuesta de detección de necesidades diseñada en Google Forms fue enviada a la base de participantes de proyectos formativos previos de AHK Colombia, por medio de campaña de mailing y mensajes de WhatsApp. Cada uno de los participantes debía diligenciar cada uno de los campos allí requeridos, y dar envío al formulario. Esta información fue consolidada en una hoja de Excel, la cual se tabuló y analizó.

PARTE 3. ENTREVISTAS A AFILIADOS

Se conto con la participación de 7 empresas afiliadas para el desarrollo de reuniones, con el firme objetivo de identificar sus necesidades de formación y que a la mismas se les diera respuesta parcial por medio de las acciones formativas a desarrollar. En estas reuniones se logro identificar necesidades puntuales y posibles temáticas para el desarrollo de las AFs, las cuales se presentan en los resultados.

Resumen de resultados principales del diagnóstico de necesidades de formación

La detección de las necesidades de formación a través de las herramientas de participantes y afiliados reveló áreas prioritarias que buscan atención mediante las acciones de formación del PFCE 2024. Gracias a los datos cualitativos y cuantitativos fue posible identificar aquellas necesidades relevantes, las cuales se relacionan a continuación:

Encuesta de participantes:
Encabezando la lista de necesidades se encuentra "Inteligencia Artificial para impulsar la estrategia de negocio", con un promedio de 4,18/5 y un porcentaje de mayor interés del 57,14% de participantes interesados, destacando la necesidad de optimizar procesos, anticipar tendencias y tomar decisiones informadas, impulsando la eficiencia y la competitividad empresarial. En segundo lugar, la "Gestión de clientes en el mundo digital" se posiciona con un promedio de 4,06/5 y un 52,10% de mayor interés, reflejando la importancia de implementar estrategias y herramientas digitales para fortalecer relaciones y maximizar la satisfacción del cliente en entornos online. La "Inteligencia emocional para la competitividad empresarial" ocupa el tercer puesto, con un promedio de 4,08/5 y un 51,68% de mayor interés, esta temática resalta la importancia de habilidades emocionales en el ámbito empresarial para potenciar la competitividad. En cuanto a "Marketing de Influencia para empresarios", obtiene un promedio de 3,95/5 y un 50,84% de mayor interés, indicando la creciente relevancia del marketing de influencia en la estrategia empresarial. El “Intraemprendimiento en empresas innovadoras", con un promedio de 3,91/5 y un 44,96% de interés se ubica en quinto lugar, destaca la importancia de fomentar el espíritu emprendedor dentro de las empresas para la creación de nuevos productos y servicios. En el sexto lugar, "Customer Relationship Management y gestión de eventos" logra un promedio de 3,88/5 y un 44,96% de interés, resaltando la necesidad de gestionar de manera efectiva las relaciones con los clientes y eventos empresariales. La "Productividad en las ventas: técnicas de programación neurolingüística aplicadas" obtiene un promedio de 3,92/5 y un séptimo puesto con un 43,28% de mayor interés, subrayando la relevancia de técnicas específicas para mejorar la eficiencia en el proceso de ventas. "Data Thinking para el desarrollo empresarial" se sitúa en el octavo lugar, con un promedio de 3,84/5 y un 40,34% de mayor interés, indicando la importancia de la aplicación estratégica de datos en el desarrollo empresarial para estimular la innovación y potenciar el crecimiento de la empresa. Por otra parte, la "Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva" ocupa el noveno puesto, con un promedio de 3,8/5 y un 38,24% de interés, subrayando la creciente importancia de la sostenibilidad en la estrategia empresarial y como una apuesta diferenciadora que atrae a consumidores conscientes y fortalece la posición competitiva en el mercado. En décimo lugar, "Venta consultiva, potenciando equipos comerciales de alto impacto en el sector TI", con un promedio de 3,59/5 y un 34,03% de mayor interés, resalta la necesidad de estrategias de venta consultiva en el sector de Tecnologías de la Información. Finalmente, "Estrategias innovadoras de ciberseguridad en el ámbito empresarial", con un promedio de 3,39/5 y un 33,61% de interés, destaca la importancia de adoptar enfoques innovadores para garantizar la ciberseguridad en el entorno empresarial.

Encuesta de afiliados:
Adicionalmente se detallan las temáticas o necesidades evaluadas en las encuestas de formación de afiliados de la Cámara de Industria y Comercio Colombo Alemana -AHK Colombia , junto con los puntajes promedio de interés y el porcentaje de afiliados que identificaron las necesidades para el gremio calificando de 1 a 5. A continuación, se describen las necesidades en las 9 áreas funcionales.

-En la necesidad por área funcional de Dirección estratégica: se encontró en primer lugar que la “Sustentabilidad” Abordar los desafíos ambientales y sociales para garantizar la viabilidad a largo plazo de la empresa, obtuvo un promedio de 3,8/5 y un 26,67% de mayor interés. Seguido de “Smart Companies” Transformar la empresa en una organización más ágil y eficiente en la ejecución de estrategias, obtuvo un promedio de 4,13/5 y un 26,67% de mayor interés. Por último “Data Driven Management” Utilizar datos para tomar decisiones estratégicas más informadas y eficaces, obtuvo un promedio de 4/5 y un 20,00% de mayor interés.

-Por su parte en la necesidad de área funcional de Marketing se encontraron 6 temas de mayor relevancia para atender con las acciones de formación: con los más altos resultados obtenidos se encuentra “Atraer y retener clientes de manera efectiva” obtuvo un promedio de 4,6/5 y un porcentaje de mayor interés del 60,00 resaltando la importancia de implementar estrategias que no solo cautiven a nuevos clientes, sino que también fomenten la fidelidad a largo plazo mediante experiencias y servicios excepcionales. Por su parte el tema de “Mejorar la experiencia del usuario y enfocarse en la fidelización del cliente para aumentar la retención y la satisfacción” logra un promedio de 4,27/5 y un 46,67 de porcentaje de mayor interés. Por su parte el tema de “Aplicar realidad virtual, realidad aumentada y realidad mixta para crear experiencias únicas que agreguen valor al cliente" obtuvo un promedio de 3,4/5 y 33,33% de mayor interés. “Adaptarse a las regulaciones de privacidad y asegurar una gestión adecuada de los datos del cliente” se posicionó en el 4 lugar con un promedio de 3,8/5 y un 33,33% de mayor interés. Seguido por el tema de “Utilizar las redes sociales para marketing de manera estratégica” obtuvo un promedio de 4/5 y un 33,33% de mayor interés. Finalmente “Utilizar herramientas de automatización y segmentación de clientes para optimizar las operaciones de marketing” se ubicó en última posición con un promedio de 3,67/5 y el 26,67% de interés. Es importante señalar que ninguno de los anteriores temas obtuvo porcentajes de menos interés.
-En el área funcional de Ventas: se destacaron 5 temas ubicando a "Diseño e implementación de planes comerciales altamente efectivos" en primer lugar con un promedio de 4,27/5 y un 53,33% de mayor interés destacando la necesidad de planificar estrategias, que se adapten a la ejecución precisa para alcanzar y superar los objetivos comerciales de una empresa. El "Fortalecimiento de equipos comerciales de alto rendimiento" es el segundo tema con el mayor promedio de 3,8/5 y un 46,67% de mayor interés lo que implica el desarrollo de habilidades, la promoción de la colaboración y la implementación de estrategias que optimicen la eficiencia y el éxito de los equipos en el entorno empresarial. Por su parte la "Definición de cuadro de mando del proceso de ventas" es el tema que se ubica en el tercer puesto con un promedio de 3,4/5 y un 26,67% de mayor interés lo que significa saber estructurar visual y analíticamente indicadores clave que permiten evaluar y gestionar eficientemente cada etapa del proceso de ventas. La "Automatización de datos para control del ciclo de ventas" se refiere a conocer la utilización de herramientas tecnológicas que gestionan de manera eficiente la información relacionada con todas las fases del proceso de ventas, este tema obtuvo un promedio de 3,47/5 y un 20,00% de mayor interés. Con el menor promedio de 3,27/5 y un 6,67% de mayor interés se posiciona en último lugar el tema "Transformación digital del proceso de ventas" que implica la integración de tecnologías y estrategias digitales para mejorar la eficiencia, agilidad y experiencia del cliente a lo largo de todas las etapas del ciclo de ventas. Es importante agregar que como tema adicional propuesto en la aplicación de herramientas a los afiliados sugieren el tema de "Búsqueda de alternativas de ventas" lo que quiere decir la exploración para diversificar y optimizar las oportunidades comerciales, adaptándose a las cambiantes demandas y preferencias del mercado, obtuvo un promedio de 1,73/5 y un porcentaje de 66,67% de menor interés.
-En el área funcional de Producción y operaciones: se destaca el tema "Automatización procesos mediante IA (Inteligencia artificial)" sobre la importancia del uso de algoritmos y capacidades autónomas para ejecutar tareas y tomar decisiones de manera eficiente, acelerando y optimizando los procesos empresariales que obtuvo un promedio 3,47/5 y el 26, 67% de mayor interés y ubicándose en primer lugar. Seguido del tema

"Aumentar la eficiencia, reducir errores y acelerar la producción" que nos lleva a implementar medidas y tecnologías que optimicen los procesos, minimicen fallos y mejoren la rapidez en la entrega de productos o servicios, este tema obtuvo un promedio de 3,73/5 y un 26,67 en porcentaje de mayor interés. En tercer lugar, se encuentra la temática “Aumentar la agilidad y la eficiencia en la cadena de suministro y la producción” con un promedio de 3,67/5 y el 20,00% de mayor interés que se refiere la implementación de estrategias y tecnologías que permitan una respuesta rápida y efectiva a las demandas del mercado, optimizando los procesos para garantizar una producción eficiente. En tercer lugar, se encuentra "Generar procesos de economía circular" que significa establecer sistemas y prácticas empresariales que promueven la reutilización, reciclaje y maximización del uso de recursos, con el objetivo de minimizar residuos y contribuir a un ciclo sostenible, obtuvo un promedio del 3,53/5 y un 13,33% de mayor interés. En cuarto lugar, se encuentra el tema "Reducir el desperdicio y mejorar la eficiencia en los procesos operativos" con un promedio del 3,8/5 y un porcentaje de mayor interés del 13,33% siendo este último el mismo que para el tema “Gestión más flexible y adaptativa de proyectos y operaciones" que se ubica en quinto lugar con un promedio de 3,93/5.

-En el área funcional Financiera: se destaca como primer tema de mayor relevancia la "Gestión integral de riesgos y seguridad informática" obteniendo los más altos resultados con un promedio de 4/5 y el 33,33% de mayor interés, este asunto sugiere un enfoque completo para identificar, evaluar y mitigar los riesgos asociados a la seguridad de la información, garantizando la protección de datos y sistemas de manera efectiva en un entorno empresarial. El 26,67% de mayor interés en es mismo que obtuvieron los temas que se ubican en los puestos 2 y 3 siendo "Transformación digital de procesos financieros, administrativos y contables en la empresa" y "Transmitir la información relevante a las diferentes áreas de la organización" con un promedio de 3,73/5 y 3,93/5 respectivamente. Por su parte "Viabilizar la internacionalización de la empresa desde la perspectiva financiera" se ubica en el cuarto lugar con un promedio de 3,67/5 y el 13,33% de mayor interés. También se encontró el tema "Financiación alternativa, búsqueda de nuevas fuentes de financiación, la economía colaborativa" con un promedio de 3,73/5 y un 6,67% de mayor interés. Por último, se sugirió como tema adicional las "Finanzas en el exterior" con un promedio de 1,8/5 pero ningún porcentaje de mayor interés.

-En el área funcional de Recursos Humanos: el "Reclutamiento inteligente: Mejorar el proceso de selección de talento" se ubica en primer lugar porque implica la optimización en el proceso de selección de talento mediante la aplicación estratégica de tecnologías y herramientas innovadoras, con el objetivo de identificar y atraer candidatos de manera más eficiente y precisa, este tema obtuvo un promedio de 4,13/5 y un 40,00 % de mayor interés, siendo este último porcentaje el mismo para el tema del segundo lugar que es "Diseñar planes de formación efectivos" con un promedio de 4,2/5 que sugiere desarrollar estrategias educativas y programas de aprendizaje que se ajusten a las necesidades específicas de los participantes. En tercer lugar, se encuentra "Herramientas y estrategias para mejorar la productividad laboral" con un promedio de 4,07/5, este tema se refiere a la adopción de recursos tecnológicos y enfoques organizativos que optimicen la eficiencia y el rendimiento en el entorno de trabajo. Por su parte el tema "Feedback 360: Implementar un proceso de retroalimentación integral que promueva el crecimiento y el desarrollo de los empleados, así como la mejora del rendimiento" se ubica en cuarto lugar con el mismo porcentaje de mayor interés del 33,33% y un promedio de 4,27/5. Los temas "Abordar la gestión de equipos en entornos de trabajo que combinan la presencia física y el trabajo remoto, garantizando la eficiencia y la colaboración" y "Gestión inclusiva en las organizaciones" obtuvieron un promedio de 3,67/5 y 3,73/5 respectivamente y el mismo 20,00% de mayor interés.

-En el área funcional del Tecnología se obtuvo 5 temas que se destacan que lo encabeza "Ciberseguridad: Abordar la protección de datos y sistemas contra amenazas cibernéticas para garantizar la integridad y la confidencialidad de la información" con un promedio de 4,47/5 y un 60,00% de mayor interés, a este tema le sigue "Industria 4.0, IoT, RPA y Robótica Inteligente: Solucionar desafíos relacionados con la automatización y la optimización de procesos industriales y de negocios mediante tecnologías avanzadas" con un promedio de 4/5 y el segundo mayor porcentaje de interés con el 40,00. En tercer lugar, se encuentra el tema "Herramientas para áreas funcionales de la empresa: Resolver problemas específicos en diferentes áreas funcionales, aprovechando herramientas tecnológicas especializadas" con un promedio de 3,87/5 y el 26,67 de porcentaje de interés. La cuarta posición está "Blockchain: Resolver problemas de transparencia y trazabilidad en la cadena de suministro y la gestión de datos a través de la tecnología blockchain" con un promedio del 3,47/5 y el 20,00% de mayor interés que es el mismo que ocupa el quinto y último tema que se denomina "Competencias digitales: Abordar la brecha de habilidades digitales y fomentar la adaptación a un entorno tecnológico en constante cambio con un promedio de 3,8/5.

-En el área funcional de Habilidades transversales se encontró el tema "Pensamiento y análisis crítico" en el primer lugar con un promedio de 4,3/5 y un porcentaje de mayor interés del 60,00% seguido del tema "Razonamiento, solución de problemas y generación de ideas" en segundo lugar con un promedio del 4,3/5 y un 53,33% de mayor interés, le sigue en tercer lugar el tema "Pensamiento analítico e innovación" con un promedio del 4,3/5 y el 53,33% de mayor interés. En cuarto lugar, se encuentra el tema "Resolución de problemas complejos" con un promedio de 4,1/5 y un 46,67% de interés, en quinta posición se encuentra el tema "Liderazgo e influencia social" con promedio de 4,2/5 y el 33,33% de mayor interés, por su parte el tema "Resiliencia, tolerancia al estrés y flexibilidad" se ubica en sexta posición con un promedio del 4,1/5 y un 33,33% de interés. Los temas 7 y 8 "Creatividad, originalidad e iniciativa" y "Aprendizaje activo y estrategias de aprendizaje" obtuvieron un promedio de 4,1/5 y 3,9/5 respectivamente alcanzando el mismo 26, 67% de mayor interés. Asimismo, los temas 9 y 10 con igual porcentaje de interés del 13,33% obtuvieron un promedio de 3,3/5 en "Diseño y programación de tecnología" y un promedio de 3,5/5 en el tema "Uso, control y monitoreo de la tecnología".

-En el área funcional de Intereses estratégicos: Se encontraron 9 temáticas de mayor relevancia que fueron detectadas por las herramientas de encuesta aplicada a los afiliados de la AHK, siendo el tema "Crecimiento empresarial, logística e infraestructura" el de mayor promedio con un 3,9/5 y un 33,33% de mayor interés, seguido por "Transición energética y energías alternativas" que obtuvo un promedio del 3,3/5 y un 33,33% de mayor interés. Por otro lado, el tema "Turismo, arte y deporte" logra un promedio del 2,5/5 con un 20,00% de interés, así como "Gestión ambiental, biodiversidad, economía circular" con un promedio del 3,4/5 y un 20,00% de interés. Por otro lado la temática "Desarrollo agroindustrial" logra un promedio del 2,6/5 y un 13,33% de interés, luego se registró con un promedio del 3,1% y un 13,33% de interés el tema "Servicios tecnológicos para industria militar", le sigue "Salud, cuidado, servicios y medicamentos" con un promedio 3,0/5 y el 13,33% de interés, siendo este último el mismo porcentaje para el tema "Educación, diversidad cultural, enfoque de género y seguridad alimentaria" que logra un promedio del 3,1/5 y 13,33% de interés. Concluyendo con las temáticas de interés se encuentran la "Economía campesina, asociatividad y cooperativismo" con un promedio del 2,2/5 y el 6,67% de interés, y para finalizar con el tema "Servicios tecnológicos para industria militar" con un promedio de 2,1/5 y 0% de interés.

3. Entrevistas con afiliados AHK. A continuación se relacionan los resultados principales que serán objeto de desarrollo de acciones formativas en el presente proyecto:

ALLIANZ: Allianz es una empresa líder en el sector de servicios financieros y seguros, con una larga historia de éxito, una amplia gama de productos y servicios, un enfoque en la innovación y la tecnología, un compromiso con la sostenibilidad y una reputación sólida a nivel mundial.

La necesidad identificada hace referencia diseñar una experiencia del usuario fluida, eficiente y satisfactoria que permita a los usuarios realizar tareas de autogestión de manera independiente y sin complicaciones dentro de un sistema determinado. Actualmente Allianz cuenta con una app enfocada en el ramo de salud, que a la fecha ya tiene 6 años de implementada pero no ha logrado el nivel de usabilidad y reconocimiento por parte de los clientes quienes la han valorado con 2.4 ptos./ 5 (con solo 45 reseñas) y 2.5 ptos / 5 (con solo 178 opiniones) en las tiendas de IOS y Android respectivamente, a pesar que desde ella pueden consultar el directorio médico, agendar citas en centros médicos propios y telemedicina para el asegurado y su núcleo familiar, solicitar reembolsos, solicitar autorizaciones, solicitar certificado de viaje, visualizar los carnets del seguro de salud, entre otras. Lo anterior los puede llevar a: Estar desactualizados frente a la competencia, Riesgo de fuga de clientes por falta de tecnología amigable, Incremento de PQRS por las fallas constantes del APP actual. Por lo tanto, buscan Lograr que la nueva APP sea una herramienta para clientes de autogestión en algunos procesos y que reemplace la APP actual que está dirigida solamente a clientes de Salud, ampliando sus funcionalidades a los ramos de Autos, Hogar y Vida. Con esta herramienta buscan ponernos al día en el mercado en cuanto a servicio, transaccionalidad y experiencia del cliente ya que se eliminarían muchos procesos en los que alargan el tiempo de espera para poderle dar una solución o respuesta a sus consultas. Además, se busca que también sea una fuente de actualización de datos directamente por el cliente, para mejorar su contactabilidad.

Messer: Messer Group GmbH, conocida comúnmente como Messer, es una empresa multinacional especializada en gases industriales y medicinales, opera en más de 35 países en Europa, Asia, América del Norte y América del Sur. La empresa tiene una extensa red de plantas de producción, centros de distribución y puntos de venta en todo el mundo para atender las necesidades de sus clientes.

Identifican un problema de desarrollo tecnológico productivo para el área comercial, indican que, en el actual escenario empresarial, la competencia en la industria de gases industriales y medicinales se intensifica, especialmente en términos de costos. La empresa se enfrenta al desafío crítico de mantener su competitividad en un mercado donde los bajos costos de la competencia están ejerciendo presión sobre los márgenes. Por lo tanto, Identificaron la necesidad de optimizar las operaciones comerciales para enfrentase a esta situación y garantizar la sostenibilidad a largo plazo de la empresa.

Análisis causas y efectos de la necesidad de formación detectada

Las CAUSAS que dan origen a esta necesidad/problema han sido identificadas directamente con el afiliado Allianz, y son:
1) Diseño deficiente de la interfaz de usuario (el 94% de las primeras impresiones de una aplicación se basan en el diseño según un estudio de Nielsen).
2) Falta de integración (Según un informe del Banco Mundial:, la integración de diferentes servicios en una sola plataforma puede aumentar la satisfacción del cliente en un 20%).
3) Ausencia de una estrategia de actualización de datos

EFECTOS: Si no se lleva a cabo esta acción de formación, el impacto será negativo porque se producirá:
1) Perdida de clientes del canal digital (según un estudio de Forrester, las empresas que no ofrecen una buena experiencia digital pueden perder hasta el 30% de sus clientes.
2) Disminución de la satisfacción del cliente (la falta de usabilidad y las funcionalidades limitadas pueden generar quejas y reclamos por parte de los clientes).
3) Aumento de los costos operativos (la falta de una aplicación móvil eficiente puede aumentar los costos de atención al cliente, ya que los clientes tendrán que recurrir a otros canales para resolver sus dudas o problemas).
4) El diseño de la nueva aplicación para clientes digitales no podrá contar con el espacio de "Maximizando tu proceso" como impulsor de su efectividad.

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

Luego de analizar los datos recopilados mediante las herramientas de diagnóstico aplicadas por este gremio y que además se soportan en datos cualitativos y cuantitativos, se identifico la necesidad del afiliado Allianz, empresa aseguradora de gran trayectoria nacional e internacional y que atiende a más de 85 millones de clientes en el mundo. Esta necesidad refiere el diseño de una experiencia del usuario fluida, eficiente y satisfactoria que permita a los usuarios realizar tareas de autogestión de manera independiente y sin complicaciones dentro de un sistema determinado. Actualmente Allianz cuenta con una APP enfocada en el ramo de salud, que a la fecha ya tiene 6 años de implementada pero no ha logrado el nivel de usabilidad y reconocimiento por parte de los clientes. Lo anterior los puede llevar a estar desactualizados frente a la competencia, aumentar el riesgo de fuga de clientes por falta de tecnología amigable, e incremento de PQRS por las fallas constantes del APP actual. Por lo tanto, buscan Lograr que la nueva APP sea una herramienta para clientes de autogestión, en algunos procesos y que reemplace la APP actual que está dirigida solamente a clientes de Salud, ampliando sus funcionalidades a los ramos de Autos, Hogar y Vida. Con esta herramienta buscan ponerse al día en el mercado en cuanto a servicio, transaccionalidad y experiencia del cliente ya que se eliminarían muchos procesos en los que alargan el tiempo de espera para poderle dar una solución o respuesta a sus consultas. Además, se busca que también sea una fuente de actualización de datos directamente por el cliente, para mejorar su contactabilidad. Según expertos y fuertes externas, las empresas que cuenta con un sistema exitoso de autogestión aumentaron sus ingresos en un 25% más, que las empresas que no (tomado de https://www.thirdera.com/es-us/insights/why-you-need-to-prioritize-ux/ui-design-in-your-employee-experience). Cuando los clientes reciben un servicio de calidad, que se ajusta a sus necesidades y supera sus expectativas, es más probable que se conviertan en clientes recurrentes y recomienden la compañía a otros, lo que contribuye al crecimiento sostenible de la empresa. Así, el diseño adecuado de la experiencia del usuario genera lealtad y confianza, un factor clave en el mercado de los seguros, donde el objetivo primordial es crear la certeza de que la aseguradora estará para respaldar en situaciones difíciles. De este modo, el diseño de la experiencia y la interfaz de usuario se convierte en la primera demostración de esa misión: se debe ofrecer un servicio rápido, eficiente, intuitivo y comprensivo que refuerce la confianza y materialice al máximo posible la promesa de marca que se le realizan a los asegurados, para fortalecer la reputación (Tomado de https://dossiernet.com/articulo/desafio-uxui-el-mercado-de-los-seguros-digitales-enfrenta-el-reto-de-interactuar-con-un-nuevo-tipo-de-cliente/31937). La acción de formación propuesta por la AHK Colombia busca dar respuesta parcial a la necesidad detectada.

Objetivo de la acción de formación

El objetivo de la acción formativa es desarrollar las competencias en experiencia de usuario (UX) y diseño de interfaces de usuario (UI) en los trabajadores de Allianz, para la creación e implementación de una nueva aplicación móvil que satisfaga las necesidades de los clientes y mejore su competitividad en el mercado. Al finalizar la acción formativa, los participantes estarán en capacidad de comprender los principios de la UX y la UI, identificar y analizar las necesidades de los usuarios, diseñar interfaces de usuario intuitivas y eficientes, implementar la nueva aplicación móvil utilizando las herramientas adecuadas, gestionar el cambio y la comunicación en la implementación de la nueva aplicación móvil y optimizar la experiencia de usuario de la nueva aplicación móvil de forma continua.

Esta acción de formación da respuesta parcial a la necesidad detectada y a los retos de formación de la AHK Colombia.

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		Salones (Hoteles, laboratorios, aulas gastronomía, salones empresariales)	
Número de grupos	1	**Número de horas por grupo**	24
Número de beneficiarios por grupo	15	**Número de días por grupo de la AF**	3
Número de beneficiarios de la AF	15	**Número total de horas por AF**	24

Perfil Beneficiarios

Area(s) funcional(es)

Área Funcional	*Otra*
Innovación	
Marketing	
Tecnología	

Justificación áreas funcionales a beneficiar

Las áreas funcionales propuestas son responsables del éxito de los procesos de mejora y gestión de la experiencia de cliente en las empresas beneficiarias, por tanto al ser beneficiarias de la acción de formación UX efectivo para la autogestión en el sector seguros, evidenciarán una mejora en su productividad y competitividad porque son las áreas responsables de la implementación de las soluciones tecnológicas, tienen un rol fundamental en la identificación de oportunidades de optimización en las operaciones comerciales, son las áreas que más se beneficiarán de la adquisición de conocimientos y habilidades en el uso de tecnologías disruptivas. Las relaciones de estas áreas funcionales con la acción de formación es utilización de datos para la segmentación de clientes y la creación de campañas incrementar la retención de usuarios, desarrollo de nuevos productos y servicios basados en tecnologías disruptivas y selección e implementación de las soluciones tecnológicas más adecuadas para las necesidades de la empresa.

Cargo/ocupaciones/denominación

Cargo
Director de Marketing
Líderes de área
Encargados de coordinar las actividades que se desarrollan en el nivel operativo
Responsables de procesos
Jefe de Producto Digital
Jefe de Experiencia de Usuario
Gestor de Contenido
Diseñador UX/UI
Desarrollador Frontend
Desarrollador Backend
Analista de Datos
Subdirectores
Jefes de área
Emprendedores autónomos

Cargo
Directores
Coordinadores de equipos
Director de innovación
Director de tecnología
Líder de desarrollo de software
Auxiliares
Profesionales
Analistas
Técnicos
Administrativos

Funciones

Función
Diseñar interfaces de usuario intuitivas y eficientes
Implementar la aplicación móvil utilizando las herramientas adecuadas
Gestionar el proyecto de desarrollo de la aplicación móvil
Evaluar la usabilidad de la aplicación móvil con los usuarios
Comunicar efectivamente con los diferentes stakeholders del proyecto

Productos

Producto

Conocimientos

Conocimiento

Habilidades

Habilidad

Actitudes

Actitud

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional
ALTA DIRECCIÓN
MEDIO
OPERATIVO

Justificación beneficiarios de los niveles ocupacionales

Se incluye el nivel operativo como beneficiario de esta acción de formación porque este nivel se involucra directamente en la implementación de la nueva aplicación móvil y siendo responsable de la atención al cliente y la resolución de problemas técnicos, la acción de formación les permitirá mejorar su desempeño especialmente relacionado con la comprensión de las necesidades de los usuarios y la comunicación efectiva con ellos en la empresa. De esta manera la acción de formación les permitirá mejorar su desempeño especialmente relacionado con la escucha activa del usuario.

Se incluye el nivel medio como beneficiario de esta acción de formación porque este nivel se involucra directamente en la gestión del proyecto de desarrollo de la aplicación móvil. Y siendo responsable de la planificación, la ejecución y el control del proyecto, la acción de formación les permitirá mejorar su desempeño especialmente relacionado con la toma de decisiones, la gestión del cambio y la resolución de problemas en la empresa. De esta manera la acción de formación les permitirá mejorar su desempeño especialmente relacionado con adecuación del problema del usuario con la solución propuesta.

Se incluye el nivel alta dirección como beneficiario de esta acción de formación porque este nivel se involucra directamente en a definición de la estrategia de la aplicación móvil y siendo responsable de del éxito de la aplicación móvil, la acción de formación les permitirá mejorar su desempeño especialmente relacionado con la visión estratégica, la toma de decisiones y la gestión de riesgos en la empresa. De esta manera la acción de formación les permitirá mejorar su desempeño especialmente relacionado con la consecución del éxito a través del éxito del usuario.

Número de empresas mipymes a beneficiar

0

Número de trabajadores a beneficiar de empresas mipymes

0

Justificación empresas y trabajadores de mipymes a beneficiar

Esta acción de formación se diseñó a la medida de las necesidades de Allianz, afiliado a la AHK Colombia. Por esta razón no se beneficiarán a empresas MiPymes con esta acción.

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

Esta acción de formación se diseñó a la medida de las necesidades de los trabajadores de Allianz, afiliado a la AHK Colombia. Por esta razón no se beneficiarán a empresas de la cadena productiva.

otros datos

Número de trabajadores en condición de discapacidad	0	**Número de trabajadores mujeres**	9
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

Sub-sector(es) a beneficiar con la AF

Servicios

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

Servicios

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

Servicios

Justificación Sector - Subsector

La AHK Colombia al tener un carácter multisectorial y binacional, tiene un papel importante en todos los sectores de la economía colombiana. Es así como sus empresas afiliadas y las empresas de su cadena productiva se encuentran agrupadas en los siguientes sectores: 48 % servicios, 16 % sector industrial, 7% sector comercio, 6% sector tecnología, 6% sector salud, 6% sector infraestructura, 6% sector solidario, 4% sector energía, 1% sector agrícola. Razón por la cual desarrolla acciones enfocadas al fortalecimiento empresarial de todos los sectores de la economía colombiana. Esta acción de formación, puntualmente, busca brindar a los trabajadores de la empresa Allianz, quienes brindan servicios financieros y de aseguramiento, los conocimientos en experiencia de usuario (UX) y diseño de interfaces de usuario (UI) en los trabajadores para la creación e implementación de una nueva aplicación móvil que satisfaga las necesidades de los clientes y mejore su competitividad en el mercado, con el objetivo de fortalecer el talento humano y fomentar el crecimiento empresarial.

UNIDADES TEMÁTICAS

ID	8781
UT N°	4

AF N° 12

ACCIÓN DE FORMACIÓN UX efectivo para la autogestión en el sector seguros

UNIDAD TEMÁTICA N° 4

UNIDAD TEMÁTICA Resolución de problemas complejos

N° total de horas prácticas presenciales	5	**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	6		

Contenidos de la UT	-Identificación de problemas complejos en la experiencia de usuario -Técnicas de de ideación y resolución de problemas complejos -Evaluación y selección de soluciones, y aplicación de lo aprendido.
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de identificar, analizar y resolver problemas complejos en la experiencia de usuario de un sistema de autogestión de seguros, utilizando técnicas de brainstorming, generación de ideas, evaluación y selección de soluciones, y prototipado y testeo.
Actividades de Aprendizaje	Lectura y análisis de textos: Artículo: "Técnicas para la resolución de problemas complejos en la UX" Presentación de casos de estudio de resolución de problemas complejos en la UX Ejercicio práctico: Aplicación de técnicas de brainstorming y generación de ideas para resolver un problema complejo en la UX de un sistema de autogestión de seguros Taller: Prototipado y testeo de soluciones para un problema complejo en la UX Juego de simulación: Evaluación de la eficacia de las soluciones propuestas para un problema complejo en la UX

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	6	1
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	12	2

ID 8816

UT N° 1

AF N° 12

ACCIÓN DE FORMACIÓN UX efectivo para la autogestión en el sector seguros

UNIDAD TEMÁTICA N° 1

UNIDAD TEMÁTICA Reconocimiento y diagnóstico del proceso de usabilidad de aplicaciones para clientes digitales

N° total de horas prácticas presenciales	3	**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	4		

Contenidos de la UT	-Importancia de la UX en el sector seguros - El usuario del sector seguros: necesidades y expectativas - Métricas de éxito para la UX en el sector seguros - Análisis de la UX en un sistema de autogestión de seguros: - Heurísticas de Nielsen - Test de usabilidad - Mapas de calor - Análisis de datos - Identificación de problemas y áreas de mejora
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de identificar y analizar los principales problemas y áreas de mejora en la experiencia de usuario de un sistema de autogestión de seguros, utilizando diferentes herramientas y técnicas de análisis como test de usabilidad, mapas de calor y análisis de datos.
Actividades de Aprendizaje	Lectura y análisis de textos: Artículo: "La importancia de la UX en el sector seguros" Estudio de caso: ""Análisis de la UX en un sistema de autogestión de seguros"" Exposición: Presentación de las principales herramientas y técnicas de análisis de la UX Ejercicio práctico: Aplicación de las heurísticas de Nielsen a un sistema de autogestión de seguros Taller: Realización de un test de usabilidad con usuarios reales Análisis de datos: Interpretación de datos de Google Analytics para identificar áreas de mejora en la UX Conversatorio: Discusión sobre los principales problemas y áreas de mejora en la UX de los sistemas de autogestión de seguros

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	4	2
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	8	2

ID 8817

UT N° 2

AF N° 12

ACCIÓN DE FORMACIÓN UX efectivo para la autogestión en el sector seguros

UNIDAD TEMÁTICA N° 2

UNIDAD TEMÁTICA Prototipado efectivo para mejora de la experiencia de cliente digital

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	- Diseño centrado en el usuario: - Principios - Métodos de investigación de usuarios: encuestas, entrevistas, test de usabilidad - Creación de personas y mapas de viaje del usuario -Diseño de interfaces de usuario: - Principios - Elementos de la interfaz de usuario: tipografía, color, imágenes, iconos -Diseño de formularios y flujos de trabajo -Prototipado y testeo de soluciones
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de diseñar interfaces de usuario intuitivas, eficientes y satisfactorias para un sistema de autogestión de seguros, aplicando los principios del diseño centrado en el usuario, realizando investigación de usuarios, creando personas y mapas de viaje del usuario, y utilizando herramientas de diseño UX/UI.
Actividades de Aprendizaje	Lectura y análisis de textos: Artículo: "Principios del diseño centrado en el usuario" Guía: "Cómo realizar investigación de usuarios" Exposición: Presentación de las herramientas de diseño UX/UI más utilizadas Ejercicio práctico: Creación de personas y mapas de viaje del usuario para un sistema de autogestión de seguros Taller: Diseño de interfaces de usuario para un sistema de autogestión de seguros utilizando herramientas de diseño UX/UI Juego de simulación: Evaluación de la usabilidad de interfaces de usuario con usuarios reales Infografía: Creación de una infografía con los principales principios del diseño de interfaces de usuario

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	8	1
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	16	1

ID 8818

UT N° 3

AF N° 12

ACCIÓN DE FORMACIÓN UX efectivo para la autogestión en el sector seguros

UNIDAD TEMÁTICA N° 3

UNIDAD TEMÁTICA Implementación de soluciones innovadoras UX

N° total de horas prácticas presenciales	4	**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	6		

Contenidos de la UT	-Herramientas para la implementación de la UX -Gestión del cambio y comunicación -Optimización de la experiencia de usuario
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de implementar y gestionar la experiencia de usuario en un sistema de autogestión de seguros, utilizando las herramientas adecuadas, gestionando el cambio y la comunicación, y optimizando la experiencia de usuario de manera continua.
Actividades de Aprendizaje	Lectura y análisis de textos: Artículo: "Herramientas para la implementación de la UX" Guía: "Cómo gestionar el cambio y la comunicación en la implementación de la UX" Exposición: Presentación de casos de éxito en la implementación de la UX Ejercicio práctico: Elaboración de un plan de implementación de la UX para un sistema de autogestión de seguros Taller: Gestión del cambio y la comunicación en la implementación de la UX Análisis de datos: Monitoreo y evaluación de la experiencia de usuario después de la implementación Conversatorio: Discusión sobre los retos y las mejores prácticas en la implementación de la UX

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	6	1
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	12	1

Proveedor de la formación - persona jurídica

La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto es Adalid Inmark Colombia SAS, cuya actividad principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559(otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560(actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área, cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social. ADALID INMARK COLOMBIA SAS, hace parte del Grupo Empresarial ASPASIA, y cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz con una trayectoria de 20 años en España y Chile; conformada por sus entidades adscritas ADALID SC, Instituto Europa y la escuela de negocios Europea Talento & Innovación, del cual forma parte, quienes en su conjunto aportan el diseño curricular de las acciones de formación, sus expertos internacionales, material didáctico y formativo. ADALID INMARK COLOMBIA acredita nueve (9) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. Adicionalmente cuenta con nueve (9) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados), a entidades públicas o privadas.

Material de formación

Se contará con cartilla digital, que se entregará de forma electrónica con el fin de que los beneficiarios tengan acceso a descargar dicho material para su uso. El material de producción reciente, (MENOS DE 2 AÑOS) reunirá los medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan las actividades de enseñanza-aprendizaje en la modalidad presencial, y guardará coherencia con los objetivos de la formación, perfil de los beneficiarios y estará metodológicamente estructurado de modo que facilite la transferencia de conocimiento. Los contenidos incluidos corresponden directamente con cada una de las cuatro unidades temáticas, cumpliendo con la normativa vigente en cuanto a propiedad intelectual:

UNIDAD TEMÁTICA 1. Reconocimiento y diagnóstico del proceso de usabilidad de aplicaciones para clientes digitales
UNIDAD TEMÁTICA 2. Prototipado efectivo para mejora de la experiencia de cliente digital
UNIDAD TEMÁTICA 3. Implementación de soluciones innovadoras UX

UNIDAD TEMÁTICA 4. Resolución de problemas complejos

Los participantes encontrarán debidamente identificadas las unidades y cada uno de sus contenidos pudiendo así adquirir la base teórica para el desarrollo de las actividades prácticas propuestas y que incluyen: autoevaluaciones, ejercicios de relación de conceptos, entre otros. Incluyen textos descriptivos, cuadros de ampliación, documentación complementaria e infografías.

APLICACIONES MULTIMEDIA INTERACTIVAS Durante las sesiones de formación presencial el experto invitará a los participantes a trabajar en aplicaciones multimedia interactivas. La experiencia formativa se enriquece con la utilización de aplicaciones multimedia interactivas, software que incorpora contenidos tales como imágenes, vídeo, animaciones y sonido y que además proporciona medios para interactuar fácilmente con el usuario, destinadas a facilitar un aprendizaje profundo y dinámico.

El material cumplirá con la normativa vigente en cuanto a propiedad intelectual y con todas las características relacionadas en el Anexo 15. GUÍA DE RECURSOS DIDÁCTICOS EN EL PROGRAMA DE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA DEL SENA

Se certificará la entrega y uso del material de formación descrito.

Gestión del Conocimiento

Ítem Gestion Conocimiento

Infografía (Póster)

Alineación de la acción de formación

Alineación

PND - Uso y apropiación de tecnologías digitales

PND - Crecimiento empresarial

Justificación de la Alineación

La presente acción formativa y sus contenidos se encuentran alineados con los componentes del Plan Nacional de Desarrollo “Colombia potencia mundial de la vida 2022 – 2026”, específicamente con "Crecimiento empresarial" y "Uso y apropiación de tecnologías digitales".

Estos componentes fomentan un entorno propicio para el desarrollo de las empresas y establecen medidas para fortalecer la competitividad del sector empresarial colombiano, fomentando la innovación, la productividad y fortalecimiento del sector.

Se alinea a su vez con el componente "uso y aprovechamiento de las tecnologías digitales", que es un componente transversal del Plan Nacional de Desarrollo "Colombia Potencia Mundial de la Vida 2022-2026", que busca aprovechar el potencial de la revolución digital para impulsar el desarrollo económico, social y tecnológico del país.

Es así como la presente acción formativa se orienta al cumplimiento de dicho componente por medio del fortalecimiento de las competencias en experiencia de usuario (UX) y diseño de interfaces de usuario (UI) en los trabajadores de Allianz para la creación e implementación de una nueva aplicación móvil que satisfaga las necesidades de los clientes y mejore su competitividad en el mercado.

Acción de formación especializada

Esta es una acción de formación especializada porque es un proceso de formación teórico-práctico que desarrolla el concepto de aprendizaje durante toda la vida, dirigido a mejorar las competencias laborales, actualizar y profundizar conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas de los trabajadores en los niveles establecidos en esta acción de formación, permitiendo su aplicación en el contexto laboral inmediato, armonizando el mejoramiento del perfil laboral con la necesidad de aumentar la productividad y competitividad empresarial. Lo anterior, gracias al fortalecimiento de competencias en experiencia de usuario (UX) y diseño de interfaces de usuario (UI) en los trabajadores de Allianz para la creación e implementación de una nueva aplicación móvil que satisfaga las necesidades de los clientes y mejore su competitividad en el mercado.

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

Durante el desarrollo de la acción formativa los capacitadores verificarán el avance de lo que el trabajador aprendió y aplicará en su puesto de trabajo, a partir del momento de finalizar la acción de formación, mediante observaciones y calificaciones que consignarán en la matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Se asocia un resultado de aprendizaje a cada unidad temática, evidenciando la alineación de cada resultado con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del beneficiario. Los resultados definidos como parámetro de referencia del proceso de formación son:
Resultado

1. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de comprender los principios de la UX/UI y aplicarlos al diseño de interfaces de usuario intuitivas y eficientes. incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque (mejora de la capacidad para identificar las necesidades de los usuarios, mayor capacidad para crear interfaces de usuario que sean fáciles de usar y entender, Mejora de la calidad de la experiencia de usuario de la aplicación móvil) y favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como realización de investigaciones de usuarios, diseño de wireframes y prototipos y evaluación

de la usabilidad de las interfaces de usuario.

Resultado 2. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de aplicar los principios de la UX/UI al diseño de interfaces de usuario para los diferentes ramos de Allianz incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque (consigue mayor eficiencia en el desarrollo de la aplicación móvil, mejora de la satisfacción del cliente con la aplicación móvil y reducción del número de errores en la aplicación móvil y favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como diseño de interfaces de usuario para cada uno de los ramos de Allianz, adaptación de la aplicación móvil a las diferentes necesidades de los usuarios, realización de pruebas de usabilidad con los usuarios.

Resultado 3. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de implementar la aplicación móvil utilizando las herramientas adecuadas incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque conseguiríamos una reducción del tiempo de desarrollo de la aplicación móvil, mejora de la calidad de la aplicación móvil y disminución de los costos de desarrollo de la aplicación móvil y favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como selección de las herramientas adecuadas para el desarrollo de la aplicación móvil, gestión del proyecto de desarrollo de la aplicación móvil e implementación de la aplicación móvil en los diferentes dispositivos.

Resultado 4. El 85% de los beneficiarios están en capacidad de gestionar la solución de problemas en la implementación de la nueva aplicación móvil incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque podemos conseguir mayor aceptación de la nueva aplicación móvil por parte de los usuarios, reducción de la resistencia al cambio, se favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como resolver problemas complejos y proponer planes de mejoramiento.

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

Los dos principales resultados puntuales de impacto de la formación en la PRODUCTIVIDAD y que están directamente con esta acción de formación son:
a) Disminución del tiempo de desarrollo de la aplicación móvil (Se estima que la formación permitirá reducir el tiempo de desarrollo de la aplicación móvil en un 20%. Esto se logrará gracias a la mejora en la eficiencia del proceso de diseño y desarrollo, así como a la reducción del número de errores)
b) Mejora de la calidad de la aplicación móvil (Se espera que la formación permita mejorar la calidad de la aplicación móvil en un 15%. Esto se logrará gracias a la mejora en la experiencia de usuario y la reducción del número de bugs).

Los dos principales resultados puntuales de impacto de la formación en la COMPETITIVIDAD ORGANIZACIONAL y que están directamente con esta acción de formación son:
a) Aumento de la satisfacción del cliente
b) Reducción de la pérdida de clientes. Los resultados de productividad y competitividad empresarial, están alineados con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del beneficiario propuestos.

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	15
Meta %	% 6,67
Indicador - Retención de trabajadores	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que continuan en sus empresas luego de recibir la formación	14
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	15
Meta %	% 93,33
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	15
Meta %	% 6,67
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	248
Meta %	% 0,40
Indicador - Trabajadores beneficiarios	**Valor Indicador - Meta**
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	15
Número total de trabajadores de la(s) empresa(s) que representa la empresa/ gremio	20000
Meta %	% 0,08

Justificación lugar de ejecución

La AHK Colombia tal y como consta en sus estatutos, desarrolla sus actividades de apoyo comercial y de transferencia del conocimiento en el ámbito nacional, y por su carácter gremial multisectorial, cuenta con afiliados y empresas pertenecientes a la cadena productiva de sus empresas afiliadas, y con aliados a nivel nacional que incluyen Cámaras de Comercio locales, entidades territoriales, asociaciones, entre otros. Con los que trabaja aunando esfuerzos para lograr un propósito común generalmente enfocado en el fortalecimiento empresarial, razón por la cual desarrolla gestión en todo el territorio nacional. La relación de los beneficiarios con los lugares de ejecución planteados, obedece y se justifica en que son trabajadores de empresas afiliadas y de empresas pertenecientes a la cadena productiva de la AHK Colombia, que tienen sus sedes en las ciudades mencionadas y en las cuales se priorizó la necesidad de formación propuesta, así como colaboradores de aliados estratégicos que hacen parte de la red multisectorial que el gremio ha establecido en distintas regiones geográficas en virtud de su objeto social y objetivos misionales, que incluyen, para el caso, los departamentos incorporados en esta acción de formación.

Lugar de ejecución

Grupo Número Departamento	*Ciudad*	*Zona Rural*	*N° Beneficiarios*
1 BOGOTÁ D.C	BOGOTÁ	No	15

Presupuesto de la AF

Rubro	*Descripción*	*Cofinanciación SENA*	*% Contrapartida especie*	*% Contrapartida dinero*	*% Valor total*
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	$ 15.340.000	% 76,71	$ 0 % 0,00	$ 4.656.800 % 23,29 $ 19.996.800
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	$ 19.500.000	% 75,70	$ 0 % 0,00	$ 6.259.440 % 24,30 $ 25.759.440
R02.1 Alojamiento, Manutención y Transporte Local - Capacitador nacional	Alojamiento, Manutención y Transporte Local - Capacitador nacional	$ 450.000	% 50,00	$ 0 % 0,00	$ 450.000 % 50,00 $ 900.000
R02.2 Alojamiento, Manutención y Transporte Local - Capacitador internacional - Lider mundial - Lider nacional	Alojamiento, Manutención y Transporte Local - Capacitador internacional - Lider mundial - Lider nacional	$ 1.832.460	% 60,00	$ 0 % 0,00	$ 1.221.640 % 40,00 $ 3.054.100
R04 Tiquetes Aéreos, Terrestres Intermunicipales y/o Fluvial	Tiquetes Aéreos, Terrestres Intermunicipales y/o Fluvial	$ 7.500.000	% 100,00	$ 0 % 0,00	$ 0 % 0,00 $ 7.500.000
R05.1.3 Aplicaciones Multimedia Interactiva	Aplicaciones Multimedia Interactiva	$ 30.360	% 100,00	$ 0 % 0,00	$ 0 % 0,00 $ 30.360

Rubro	Descripción	Cofinanciación SENA	% Contrapartida especie	% Contrapartida dinero	%	Valor total
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	Gastos de Operación del Proyecto 10%	$ 3.755.712	% 64,00	$ 2.112.588	% 36,00	$ 0	% 0,00	$ 5.868.300
R10.3 Garantías	Garantías	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 119.400	% 100,00	$ 119.400
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	10	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 1.323.300	% 100,00	$ 1.323.300

	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida en Especie	% Especie	Contrapartida en Dinero	% Dinero	COSTO TOTAL AF
COSTO TOTAL DE LA AF	$ 48.408.532	% 74,99	$ 2.112.588	% 3,27	$ 14.030.580	% 21,74	$ 64.551.700

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	% 066 10	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 1.323.300	% 100,00	$ 1.323.300

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%	$ 3.755.712	% 64,00	$ 2.112.588	% 36,00	$ 0	% 0,00	$ 5.868.300

Presupuesto Garantías

Rubro	Cofinanciación SENA	Porcentaje Cofinanciación	Contrapartida Especie	Porcentaje Especie	Contrapartida Dinero	Porcentaje Dinero	Valor Total
R10.3 Garantías	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 119.400	% 100,00	$ 119.400

AF N° : 13

ACCIÓN DE FORMACIÓN : Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva

Volver al Listado de AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1363#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

Fortalecimiento de competencias y capacidades que faciliten a las empresas de todos los sectores de la economía, la integración de prácticas ambientales, sociales y económicas responsables y sostenibles que les permita ganar reputación, mitigar riesgos, atraer clientes y promover la eficiencia operacional a largo plazo, esto acompañado de una mejor competitividad y productividad empresarial. En las herramientas de diagnóstico se encontró un interés particular por la temática "Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva" con una puntuación promedio de 3.8/5 y donde el 38% de los participantes la valoraron de mayor interés. A esta necesidad se le dará respuesta parcial por medio de la acción de formación propuesta.

Herramientas utilizadas para obtener la necesidad

Herramienta Utilizada	Muestra Poblacional
Encuesta	16
Encuesta	238
Entrevista	2

Herramienta Utilizada ***Muestra Poblacional***

Fecha de diagnóstico

21/12/2023

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

La Cámara de Industria y Comercio colombo alemana -AHK diseñó y aplicó una herramienta integral de recolección de información para el diagnóstico de necesidades de formación con el objetivo de identificar aquellas necesidades puntuales de formación y capacitación de las empresas afiliadas de AHK Colombia, y de las empresas y trabajadores de su cadena productiva. Lo anterior, para diseñar acciones de formación del PFCE 2024 ajustadas a dichas necesidades. A continuación se describe la herramienta:

La Herramienta integral de recolección de información para diagnóstico de necesidades, se conformó así:

PARTE 1. ENCUESTA DE DETECCIÓN DE NECESIDADES AFILIADOS PFCE

1. Datos básicos, como: Nombres, apellidos, cargo, empresa, teléfono de contacto, correo electrónico, ciudad, departamento.

2. Necesidades por área funcional: En este segmento, los participantes debían determinar el grado de relevancia (Siendo 1-Menos relevante y 5-Más relevante), de los 7 desafíos relacionados por áreas para impactar, las cuales fueron:
- Área de Dirección/Estrategia: Data Driven Management: Utilizar datos para tomar decisiones estratégicas más informadas y eficaces. Smart Companies: Transformar la empresa en una organización más ágil y eficiente en la ejecución de estrategias. Sustentabilidad: Abordar los desafíos ambientales y sociales para garantizar la viabilidad a largo plazo de la empresa.
- Área de Marketing: Utilizar herramientas de automatización y segmentación de clientes para optimizar las operaciones de marketing. Utilizar las redes sociales para marketing de manera estratégica. Adaptarse a las regulaciones de privacidad y asegurar una gestión adecuada de los datos del cliente. Aplicar realidad virtual, realidad aumentada y realidad mixta para crear experiencias únicas que agreguen valor al cliente. Mejorar la experiencia del usuario y enfocarse en la fidelización del cliente para aumentar la retención y la satisfacción. Atraer y retener clientes de manera efectiva.
- Área de Ventas: Transformación digital del proceso de ventas. Automatización de datos para control del ciclo de ventas. Definición de cuadro de mando del proceso de ventas. Fortalecimiento de equipos comerciales de alto rendimiento. Diseño e implementación de planes comerciales altamente efectivos.
- Área de Producción y Operaciones: Gestión más flexible y adaptativa de proyectos y operaciones. Reducir el desperdicio y mejorar la eficiencia en los procesos operativos. Generar procesos de economía circular. Aumentar la agilidad y la eficiencia en la cadena de suministro y la producción. Aumentar la eficiencia, reducir errores y acelerar la producción. Automatización procesos mediante IA (Inteligencia artificial)
- Área Financiera: Financiación alternativa, búsqueda de nuevas fuentes de financiación, la economía colaborativa. Viabilizar la internacionalización de la empresa desde la perspectiva financiera. Transmitir la información relevante a las diferentes áreas de la organización. Transformación digital de procesos financieros, administrativos y contables en la empresa. Gestión integral de riesgos y seguridad informática.
- Área de Recursos Humanos (RRHH): Gestión inclusiva en las organizaciones. Abordar la gestión de equipos en entornos de trabajo que combinan la presencia física y el trabajo remoto, garantizando la eficiencia y la colaboración. Feedback 360: Implementar un proceso de retroalimentación integral que promueva el crecimiento y el desarrollo de los empleados, así como la mejora del rendimiento. Herramientas y estrategias para mejorar la productividad laboral. Diseñar planes de formación efectivos. Reclutamiento inteligente: Mejorar el proceso de selección de talento.
- Área de Tecnología: Competencias digitales: Abordar la brecha de habilidades digitales y fomentar la adaptación a un entorno tecnológico en constante cambio. Blockchain: Resolver problemas de transparencia y trazabilidad en la cadena de suministro y la gestión de datos a través de la tecnología blockchain. Herramientas para áreas funcionales de la empresa: Resolver problemas específicos en diferentes áreas funcionales, aprovechando herramientas tecnológicas especializadas. Industria 4.0, IoT, RPA y Robótica Inteligente: Solucionar desafíos relacionados con la automatización y la optimización de procesos industriales y de negocios mediante tecnologías avanzadas. Ciberseguridad: Abordar la protección de datos y sistemas contra amenazas cibernéticas para garantizar la integridad y la confidencialidad de la información.

2. Áreas en función de los intereses estratégicos: los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 10 necesidades relacionadas: Economía campesina, asociatividad y cooperativismo. Gestión ambiental, biodiversidad, economía circular. Educación, diversidad cultural, enfoque de género y seguridad alimentaria. Salud, cuidado, servicios y medicamentos. Transición energética y energías alternativas. Servicios TIC y apropiación digital. Crecimiento empresarial, logística e infraestructura. Desarrollo agroindustrial. Turismo, arte y deporte. Servicios tecnológicos para industria militar

3. Necesidades en función de las Habilidades transversales: los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 10 temáticas relacionadas: Aprendizaje activo y estrategias de aprendizaje, Creatividad, originalidad e iniciativa, Liderazgo e influencia social, Resiliencia, tolerancia al estrés y flexibilidad, Resolución de problemas complejos, Pensamiento y análisis crítico, Uso, control y monitoreo de la tecnología, Diseño y programación de tecnología, Razonamiento, solución de problemas y generación de ideas, Pensamiento analítico e innovación.

4. Otras áreas para impactar y otras Habilidades transversales: cada uno de los participantes de la encuesta podría incluir temáticas puntuales en cada uno de los segmentos.

5. Preferencia en modelo de aprendizaje: Se preguntó el grado de interés en las opciones de modelo de Bootcamp, mejorando tu proceso y puesto de trabajo real.

6. Metodología de recolección de datos: La Encuesta de detección de necesidades diseñada en Google Forms fue enviada a la base de afiliados de proyectos formativos previos de AHK Colombia, por medio de correo

electrónico. Cada uno de los participantes debía diligenciar cada uno de los campos allí requeridos. Esta información fue consolidada en una hoja de Excel, la cual se tabuló y analizó.

PARTE 2. ENCUESTA DE DETECCIÓN DE NECESIDADES PARA participantes
Formato: Google Forms.

1. Datos básicos: Nombres, apellidos, cargo, empresa, teléfono de contacto, correo electrónico, ciudad, departamento.
2. La encuesta se centró en las áreas prioritarias de formación continua o necesidades de formación: en esta parte de la encuesta, los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 11 áreas relacionadas:
- Estrategias innovadoras de ciberseguridad en el ámbito empresarial
- Venta consultiva, potenciado equipos comerciales de alto impacto en el sector TI
- Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva
- Data Thinking para el desarrollo empresarial
- Productividad en las ventas: técnicas de programación neurolingüística aplicadas
- Intraemprendimiento en empresas innovadoras: emprendimiento corporativo para crear nuevos productos y servicios
- Customer Relationship Management y gestión de eventos
- Marketing de Influencia para empresarios
- Inteligencia emocional para la competitividad empresarial
- Gestión de clientes en el mundo digital
- Inteligencia artificial para impulsar la estrategia de negocio

3- Pregunta abierta: Otras áreas y temas de interés para la formación continua: Cada uno de los participantes de la encuesta podría incluir temáticas puntuales, según su necesidad o la de su empresa.
4. Preferencia en la modalidad de formación: Se preguntó el grado de interés en las opciones de modalidad de Presencial, Videoconferencia (sincrónica) y Virtual (asincrónica).
5. Preferencias en la franja horaria: Aquí se dieron diferentes opciones de franja horaria, en cuanto a días y horas.
6. Metodología de recolección de datos: La Encuesta de detección de necesidades diseñada en Google Forms fue enviada a la base de participantes de proyectos formativos previos de AHK Colombia, por medio de campaña de mailing y mensajes de WhatsApp. Cada uno de los participantes debía diligenciar cada uno de los campos allí requeridos, y dar envío al formulario. Esta información fue consolidada en una hoja de Excel, la cual se tabuló y analizó.

PARTE 3. ENTREVISTAS A AFILIADOS

Se conto con la participación de 7 empresas afiliadas para el desarrollo de reuniones, con el firme objetivo de identificar sus necesidades de formación y que a la mismas se les diera respuesta parcial por medio de las acciones formativas a desarrollar. En estas reuniones se logro identificar necesidades puntuales y posibles temáticas para el desarrollo de las AFs, las cuales se presentan en los resultados.

Resumen de resultados principales del diagnóstico de necesidades de formación

La detección de las necesidades de formación a través de las herramientas de participantes y afiliados reveló áreas prioritarias que buscan atención mediante las acciones de formación del PFCE 2024. Gracias a los datos cualitativos y cuantitativos fue posible identificar aquellas necesidades relevantes, las cuales se relacionan a continuación:

Encuesta de participantes:
Encabezando la lista de necesidades se encuentra "Inteligencia Artificial para impulsar la estrategia de negocio", con un promedio de 4,18/5 y un porcentaje de mayor interés del 57,14% de participantes interesados, destacando la necesidad de optimizar procesos, anticipar tendencias y tomar decisiones informadas, impulsando la eficiencia y la competitividad empresarial. En segundo lugar, la "Gestión de clientes en el mundo digital" se posiciona con un promedio de 4,06/5 y un 52,10% de mayor interés, reflejando la importancia de implementar estrategias y herramientas digitales para fortalecer relaciones y maximizar la satisfacción del cliente en entornos online. La "Inteligencia emocional para la competitividad empresarial" ocupa el tercer puesto, con un promedio de 4,08/5 y un 51,68% de mayor interés, esta temática resalta la importancia de habilidades emocionales en el ámbito empresarial para potenciar la competitividad. En cuanto a "Marketing de Influencia para empresarios", obtiene un promedio de 3,95/5 y un 50,84% de mayor interés, indicando la creciente relevancia del marketing de influencia en la estrategia empresarial. El “Intraemprendimiento en empresas innovadoras", con un promedio de 3,91/5 y un 44,96% de interés se ubica en quinto lugar, destaca la importancia de fomentar el espíritu emprendedor dentro de las empresas para la creación de nuevos productos y servicios. En el sexto lugar, "Customer Relationship Management y gestión de eventos" logra un promedio de 3,88/5 y un 44,96% de interés, resaltando la necesidad de gestionar de manera efectiva las relaciones con los clientes y eventos empresariales. La "Productividad en las ventas: técnicas de programación neurolingüística aplicadas" obtiene un promedio de 3,92/5 y un séptimo puesto con un 43,28% de mayor interés, subrayando la relevancia de técnicas específicas para mejorar la eficiencia en el proceso de ventas. "Data Thinking para el desarrollo empresarial" se sitúa en el octavo lugar, con un promedio de 3,84/5 y un 40,34% de mayor interés, indicando la importancia de la aplicación estratégica de datos en el desarrollo empresarial para estimular la innovación y potenciar el crecimiento de la empresa. Por otra parte, la "Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva" ocupa el noveno puesto, con un promedio de 3,8/5 y un 38,24% de interés, subrayando la creciente importancia de la sostenibilidad en la estrategia empresarial y como una apuesta diferenciadora que atrae a consumidores conscientes y fortalece la posición competitiva en el mercado. En décimo lugar, "Venta consultiva, potenciando equipos comerciales de alto impacto en el sector TI", con un promedio de 3,59/5 y un 34,03% de mayor interés, resalta la necesidad de estrategias de venta consultiva en el sector de Tecnologías de la Información. Finalmente, "Estrategias innovadoras de ciberseguridad en el ámbito empresarial", con un promedio de 3,39/5 y un 33,61% de interés, destaca la importancia de adoptar enfoques innovadores para garantizar la ciberseguridad en el entorno empresarial.

Encuesta de afiliados:
Adicionalmente se detallan las temáticas o necesidades evaluadas en las encuestas de formación de afiliados de la Cámara de Industria y Comercio Colombo Alemana -AHK Colombia , junto con los puntajes promedio de interés y el porcentaje de afiliados que identificaron las necesidades para el gremio calificando de 1 a 5. A continuación, se describen las necesidades en las 9 áreas funcionales.

-En la necesidad por área funcional de Dirección estratégica: se encontró en primer lugar que la “Sustentabilidad” Abordar los desafíos ambientales y sociales para garantizar la viabilidad a largo plazo de la empresa, obtuvo un promedio de 3,8/5 y un 26,67% de mayor interés. Seguido de “Smart Companies” Transformar la empresa en una organización más ágil y eficiente en la ejecución de estrategias, obtuvo un promedio de 4,13/5 y un 26,67% de mayor interés. Por último “Data Driven Management” Utilizar datos para tomar decisiones estratégicas más informadas y eficaces, obtuvo un promedio de 4/5 y un 20,00% de mayor interés.

-Por su parte en la necesidad de área funcional de Marketing se encontraron 6 temas de mayor relevancia para atender con las acciones de formación: con los más altos resultados obtenidos se encuentra “Atraer y retener

clientes de manera efectiva" obtuvo un promedio de 4,6/5 y un porcentaje de mayor interés del 60,00 resaltando la importancia de implementar estrategias que no solo cautiven a nuevos clientes, sino que también fomenten la fidelidad a largo plazo mediante experiencias y servicios excepcionales. Por su parte el tema de "Mejorar la experiencia del usuario y enfocarse en la fidelización del cliente para aumentar la retención y la satisfacción" logra un promedio de 4,27/5 y un 46,67 de porcentaje de mayor interés. Por su parte el tema de "Aplicar realidad virtual, realidad aumentada y realidad mixta para crear experiencias únicas que agreguen valor al cliente" obtuvo un promedio de 3,4/5 y 33,33% de mayor interés. "Adaptarse a las regulaciones de privacidad y asegurar una gestión adecuada de los datos del cliente" se posicionó en el 4 lugar con un promedio de 3,8/5 y un 33,33% de mayor interés. Seguido por el tema de "Utilizar las redes sociales para marketing de manera estratégica" obtuvo un promedio de 4/5 y un 33,33% de mayor interés. Finalmente "Utilizar herramientas de automatización y segmentación de clientes para optimizar las operaciones de marketing" se ubicó en última posición con un promedio de 3,67/5 y el 26,67% de interés. Es importante señalar que ninguno de los anteriores temas obtuvo porcentajes de menos interés.

-En el área funcional de Ventas: se destacaron 5 temas ubicando a "Diseño e implementación de planes comerciales altamente efectivos" en primer lugar con un promedio de 4,27/5 y un 53,33% de mayor interés destacando la necesidad de planificar estrategias, que se adapten a la ejecución precisa para alcanzar y superar los objetivos comerciales de una empresa. El "Fortalecimiento de equipos comerciales de alto rendimiento" es el segundo tema con el mayor promedio de 3,8/5 y un 46,67% de mayor interés lo que implica el desarrollo de habilidades, la promoción de la colaboración y la implementación de estrategias que optimicen la eficiencia y el éxito de los equipos en el entorno empresarial. Por su parte la "Definición de cuadro de mando del proceso de ventas" es el tema que se ubica en el tercer puesto con un promedio de 3,4/5 y un 26,67% de mayor interés lo que significa saber estructurar visual y analíticamente indicadores clave que permiten evaluar y gestionar eficientemente cada etapa del proceso de ventas. La "Automatización de datos para control del ciclo de ventas" se refiere a conocer la utilización de herramientas tecnológicas que gestionan de manera eficiente la información relacionada con todas las fases del proceso de ventas, este tema obtuvo un promedio de 3,47/5 y un 20,00% de mayor interés. Con el menor promedio de 3,27/5 y un 6,67% de mayor interés se posiciona en último lugar el tema "Transformación digital del proceso de ventas" que implica la integración de tecnologías y estrategias digitales para mejorar la eficiencia, agilidad y experiencia del cliente a lo largo de todas las etapas del ciclo de ventas. Es importante agregar que como tema adicional propuesto en la aplicación de herramientas a los afiliados sugieren el tema de "Búsqueda de alternativas de ventas" lo que quiere decir la exploración para diversificar y optimizar las oportunidades comerciales, adaptándose a las cambiantes demandas y preferencias del mercado, obtuvo un promedio de 1,73/5 y un porcentaje de 66,67% de menor interés.

-En el área funcional de Producción y operaciones: se destaca el tema "Automatización procesos mediante IA (Inteligencia artificial)" sobre la importancia del uso de algoritmos y capacidades autónomas para ejecutar tareas y tomar decisiones de manera eficiente, acelerando y optimizando los procesos empresariales que obtuvo un promedio 3,47/5 y el 26, 67% de mayor interés y ubicándose en primer lugar. Seguido del tema "Aumentar la eficiencia, reducir errores y acelerar la producción" que nos lleva a implementar medidas y tecnologías que optimicen los procesos, minimicen fallos y mejoren la rapidez en la entrega de productos o servicios, este tema obtuvo un promedio de 3,73/5 y un 26,67 en porcentaje de mayor interés. En tercer lugar, se encuentra la temática "Aumentar la agilidad y la eficiencia en la cadena de suministro y la producción" con un promedio de 3,67/5 y el 20,00% de mayor interés que se refiere la implementación de estrategias y tecnologías que permitan una respuesta rápida y efectiva a las demandas del mercado, optimizando los procesos para garantizar una producción eficiente. En tercer lugar, se encuentra "Generar procesos de economía circular" que significa establecer sistemas y prácticas empresariales que promueven la reutilización, reciclaje y maximización del uso de recursos, con el objetivo de minimizar residuos y contribuir a un ciclo sostenible, obtuvo un promedio del 3,53/5 y un 13,33% de mayor interés. En cuarto lugar, se encuentra el tema "Reducir el desperdicio y mejorar la eficiencia en los procesos operativos" con un promedio del 3,8/5 y un porcentaje de mayor interés del 13,33% siendo este último el mismo que para el tema "Gestión más flexible y adaptativa de proyectos y operaciones" que se ubica en quinto lugar con un promedio de 3,93/5.

-En el área funcional Financiera: se destaca como primer tema de mayor relevancia la "Gestión integral de riesgos y seguridad informática" obteniendo los más altos resultados con un promedio de 4/5 y el 33,33% de mayor interés, este asunto sugiere un enfoque completo para identificar, evaluar y mitigar los riesgos asociados a la seguridad de la información, garantizando la protección de datos y sistemas de manera efectiva en un entorno empresarial. El 26,67% de mayor interés en es mismo que obtuvieron los temas que se ubican en los puestos 2 y 3 siendo "Transformación digital de procesos financieros, administrativos y contables en la empresa" y "Transmitir la información relevante a las diferentes áreas de la organización" con un promedio de 3,73/5 y 3,93/5 respectivamente. Por su parte "Viabilizar la internacionalización de la empresa desde la perspectiva financiera" se ubica en el cuarto lugar con un promedio de 3,67/5 y el 13,33% de mayor interés. También se encontró el tema "Financiación alternativa, búsqueda de nuevas fuentes de financiación, la economía colaborativa" con un promedio de 3,73/5 y un 6,67% de mayor interés. Por último, se sugirió como tema adicional las "Finanzas en el exterior" con un promedio de 1,8/5 pero ningún porcentaje de mayor interés.

-En el área funcional de Recursos Humanos: el "Reclutamiento inteligente: Mejorar el proceso de selección de talento" se ubica en primer lugar porque implica la optimización en el proceso de selección de talento mediante la aplicación estratégica de tecnologías y herramientas innovadoras, con el objetivo de identificar y atraer candidatos de manera más eficiente y precisa, este tema obtuvo un promedio de 4,13/5 y un 40,00 % de mayor interés, siendo este último porcentaje el mismo para el tema del segundo lugar que es "Diseñar planes de formación efectivos" con un promedio de 4,2/5 que sugiere desarrollar estrategias educativas y programas de aprendizaje que se ajusten a las necesidades específicas de los participantes. En tercer lugar, se encuentra "Herramientas y estrategias para mejorar la productividad laboral" con un promedio de 4,07/5, este tema se refiere a la adopción de recursos tecnológicos y enfoques organizativos que optimicen la eficiencia y el rendimiento en el entorno de trabajo. Por su parte el tema "Feedback 360: Implementar un proceso de retroalimentación integral que promueva el crecimiento y el desarrollo de los empleados, así como la mejora del rendimiento" se ubica en cuarto lugar con el mismo porcentaje de mayor interés del 33,33% y un promedio de 4,27/5. Los temas "Abordar la gestión de equipos en entornos de trabajo que combinan la presencia física y el trabajo remoto, garantizando la eficiencia y la colaboración" y "Gestión inclusiva en las organizaciones" obtuvieron un promedio de 3,67/5 y 3,73/5 respectivamente y el mismo 20,00% de mayor interés.

-En el área funcional del Tecnología se obtuvo 5 temas que se destacan que lo encabeza "Ciberseguridad: Abordar la protección de datos y sistemas contra amenazas cibernéticas para garantizar la integridad y la confidencialidad de la información" con un promedio de 4,47/5 y un 60,00% de mayor interés, a este tema le sigue "Industria 4.0, IoT, RPA y Robótica Inteligente: Solucionar desafíos relacionados con la automatización y la optimización de procesos industriales y de negocios mediante tecnologías avanzadas" con un promedio de 4/5 y el segundo mayor porcentaje de interés con el 40,00. En tercer lugar, se encuentra el tema "Herramientas para áreas funcionales de la empresa: Resolver problemas específicos en diferentes áreas funcionales, aprovechando herramientas tecnológicas especializadas" con un promedio de 3,87/5 y el 26,67 de porcentaje de interés. La cuarta posición está "Blockchain: Resolver problemas de transparencia y trazabilidad en la cadena de suministro y la gestión de datos a través de la tecnología blockchain" con un promedio del 3,47/5 y el 20,00% de mayor interés que es el mismo que ocupa el quinto y último tema que se denomina "Competencias digitales: Abordar la brecha de habilidades digitales y fomentar la adaptación a un entorno tecnológico en constante cambio con un promedio de 3,8/5.

-En el área funcional de Habilidades transversales se encontró el tema "Pensamiento y análisis crítico" en el primer lugar con un promedio de 4,3/5 y un porcentaje de mayor interés del 60,00% seguido del tema "Razonamiento, solución de problemas y generación de ideas" en segundo lugar con un promedio del 4,3/5 y un 53,33% de mayor interés, le sigue en tercer lugar el tema "Pensamiento analítico e innovación" con un promedio del 4,3/5 y el 53,33% de mayor interés. En cuarto lugar, se encuentra el tema "Resolución de problemas complejos" con un promedio de 4,1/5 y un 46,67% de interés, en quinta posición se encuentra el tema "Liderazgo e influencia social" con promedio de 4,2/5 y el 33,33% de mayor interés, por su parte el tema "Resiliencia, tolerancia al estrés y flexibilidad" se ubica en sexta posición con un promedio del 4,1/5 y un 33,33% de interés. Los temas 7 y 8 "Creatividad, originalidad e iniciativa" y "Aprendizaje activo y estrategias de aprendizaje" obtuvieron un promedio de 4,1/5 y 3,9/5 respectivamente alcanzando el mismo 26, 67% de mayor interés. Asimismo, los temas 9 y 10 con igual porcentaje de interés del 13,33% obtuvieron un promedio de 3,3/5 en "Diseño y programación de tecnología" y un promedio de 3,5/5 en el tema "Uso, control y monitoreo de la tecnología".

-En el área funcional de Intereses estratégicos: Se encontraron 9 temáticas de mayor relevancia que fueron detectadas por las herramientas de encuesta aplicada a los afiliados de la AHK, siendo el tema "Crecimiento empresarial, logística e infraestructura" el de mayor promedio con un 3,9/5 y un 33,33% de mayor interés, seguido por "Transición energética y energías alternativas" que obtuvo un promedio del 3,3/5 y un 33,33% de mayor interés. Por otro lado, el tema "Turismo, arte y deporte" logra un promedio del 2,5/5 con un 20,00% de interés, así como "Gestión ambiental, biodiversidad, economía circular" con un promedio del 3,4/5 y un

20,00% de interés. Por otro lado la temática "Desarrollo agroindustrial" logra un promedio del 2,6/5 y un 13,33% de interés, luego se registró con un promedio del 3,1% y un 13,33% de interés el tema "Servicios tecnológicos para industria militar", le sigue "Salud, cuidado, servicios y medicamentos" con un promedio 3,0/5 y el 13,33% de interés, siendo este último el mismo porcentaje para el tema "Educación, diversidad cultural, enfoque de género y seguridad alimentaria" que logra un promedio del 3,1/5 y 13,33% de interés. Concluyendo con las temáticas de interés se encuentran la "Economía campesina, asociatividad y cooperativismo" con un promedio del 2,2/5 y el 6,67% de interés, y para finalizar con el tema "Servicios tecnológicos para industria militar" con un promedio de 2,1/5 y 0% de interés.

3. Entrevistas con afiliados AHK. A continuación se relacionan los resultados principales que serán objeto de desarrollo de acciones formativas en el presente proyecto:

ALLIANZ: Allianz es una empresa líder en el sector de servicios financieros y seguros, con una larga historia de éxito, una amplia gama de productos y servicios, un enfoque en la innovación y la tecnología, un compromiso con la sostenibilidad y una reputación sólida a nivel mundial.

La necesidad identificada hace referencia diseñar una experiencia del usuario fluida, eficiente y satisfactoria que permita a los usuarios realizar tareas de autogestión de manera independiente y sin complicaciones dentro de un sistema determinado. Actualmente Allianz cuenta con una app enfocada en el ramo de salud, que a la fecha ya tiene 6 años de implementada pero no ha logrado el nivel de usabilidad y reconocimiento por parte de los clientes quienes la han valorado con 2.4 ptos./ 5 (con solo 45 reseñas) y 2.5 ptos / 5 (con solo 178 opiniones) en las tiendas de IOS y Android respectivamente, a pesar que desde ella pueden consultar el directorio médico, agendar citas en centros médicos propios y telemedicina para el asegurado y su núcleo familiar, solicitar reembolsos, solicitar autorizaciones, solicitar certificado de viaje, visualizar los carnets del seguro de salud, entre otras. Lo anterior los puede llevar a: Estar desactualizados frente a la competencia, Riesgo de fuga de clientes por falta de tecnología amigable, Incremento de PQRS por las fallas constantes del APP actual. Por lo tanto, buscan Lograr que la nueva APP sea una herramienta para clientes de autogestión en algunos procesos y que reemplace la APP actual que está dirigida solamente a clientes de Salud, ampliando sus funcionalidades a los ramos de Autos, Hogar y Vida. Con esta herramienta buscan ponernos al día en el mercado en cuanto a servicio, transaccionalidad y experiencia del cliente ya que se eliminarían muchos procesos en los que alargan el tiempo de espera para poderle dar una solución o respuesta a sus consultas. Además, se busca que también sea una fuente de actualización de datos directamente por el cliente, para mejorar su contactabilidad.

Messer: Messer Group GmbH, conocida comúnmente como Messer, es una empresa multinacional especializada en gases industriales y medicinales, opera en más de 35 países en Europa, Asia, América del Norte y América del Sur. La empresa tiene una extensa red de plantas de producción, centros de distribución y puntos de venta en todo el mundo para atender las necesidades de sus clientes.

Identifican un problema de desarrollo tecnológico productivo para el área comercial, indican que, en el actual escenario empresarial, la competencia en la industria de gases industriales y medicinales se intensifica, especialmente en términos de costos. La empresa se enfrenta al desafío crítico de mantener su competitividad en un mercado donde los bajos costos de la competencia están ejerciendo presión sobre los márgenes. Por lo tanto, Identificaron la necesidad de optimizar las operaciones comerciales para enfrentase a esta situación y garantizar la sostenibilidad a largo plazo de la empresa.

Análisis causas y efectos de la necesidad de formación detectada

Las causas puntuales que dan origen a esta necesidad son:

1. Prácticas comerciales no éticas: Las prácticas comerciales no éticas, como la explotación laboral y la corrupción, pueden ser perjudiciales para la sociedad y el medio ambiente y pueden dañar la reputación de una empresa.
2. Falta de transparencia y responsabilidad: Las empresas que no son transparentes en sus operaciones y no asumen la responsabilidad por su impacto social y ambiental pueden perder la confianza de los consumidores y otros grupos de interés.
3. Falta de innovación y adaptación: Las empresas que no se adaptan a los cambios en la sociedad y en el mercado pueden quedarse atrás y enfrentar desafíos para su crecimiento a largo plazo. Fuente: Global Footprint Network. (2021). Ecological Footprint. Recuperado de https://www.footprintnetwork.org/our-work/ecological-footprint/ Panel Intergubernamental sobre el Cambio Climático (IPCC). (2018). Global warming of 1.5°C. Recuperado de https://www.ipcc.ch/sr15/
Transparency International. (2021). Corruption Perception Index. Recuperado de https://www.transparency.org/en/cpi/2020/index/nzl
UN Global Compact. (2021). The Ten Principles. Recuperado de https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles Harvard Business Review. (2021). Innovation. Recuperado de https://hbr.org/topic/innovation

Efectos:
Si no se lleva a cabo la acción de formación Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva el impacto será negativo porque:
1. La OCDE (2018) resalta que la falta de reconocimiento de los riesgos y oportunidades en aspectos de sostenibilidad social, ambiental y económica en asuntos globales como el cambio climático, la preservación del medio ambiente o la responsabilidad social empresarial puede llevar a las empresas al incumplimiento de regulaciones y normativas en materia de derechos humanos, protección del medio ambiente y gobierno corporativo.
2. Las empresas que no se adapten a las nuevas tendencias en sostenibilidad empresarial se verán enfrentadas a dificultades para adaptar sus modelos de negocio, reflejándose en riesgos como presentar una posición de desventaja a sus competidores, y la insatisfacción de los consumidores que demandan buscan productos y servicios sostenibles.
3. Las empresas que no se comprometen con la sostenibilidad pueden sufrir un daño a su reputación, ya que los consumidores, los inversores y las comunidades cada vez más exigen que las empresas actúen de manera responsable y sostenible, por lo que es necesario implementar nuevas herramientas de gestión para desarrollar una estrategia de sostenibilidad que les permita ser más competitivas
OCDE (2023). Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales sobre Conducta Empresarial Responsable. Recuperado de https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/7abea681-es.pdf?expires=1708032414&id=id&accname=guest&checksum=ABF788A6B32146A78F109548F525F1B6"

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

Luego de analizar los datos recopilados mediante las herramientas de diagnóstico aplicadas por este gremio y que además se soportan en datos cualitativos y cuantitativos, se identifico la necesidad de "fortalecimiento de competencias y capacidades que faciliten a las empresas de todos los sectores de la economía, la integración de prácticas ambientales, sociales y económicas responsables y sostenibles que les permita ganar reputación, mitigar riesgos, atraer clientes y promover la eficiencia operacional a largo plazo". Todo orientado a la mejora de la competitividad y productividad empresarial. En las herramientas de diagnóstico se encontró un interés particular por la temática "Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva" con una puntuación promedio de 3.8/5 y donde el 38% de los participantes la valoraron de mayor interés. Además, según fuentes secundarias, se ha reconocido que "La sostenibilidad se ha posicionado como un pilar fundamental para aquellos que buscan no solo adaptarse al mercado competitivo, sino además formar parte de un desarrollo sostenible en pro de una economía que beneficie a la sociedad" Tomado de: https://letsrebold.com/es/blog/sostenibilidad-empresarial-como-ventaja-competitiva/. la sostenibilidad empresarial trae consigo beneficios empresariales , tales como: diferenciación de marca, lealtad del cliente, reducción de costos, acceso a nuevos mercados, cumplimiento normativo, mejora de la reputación empresarial, atracción y retención de talento, y

resiliencia empresarial. en resumen, la sostenibilidad empresarial no solo es una responsabilidad ética, sino también una fuente potencial de ventaja competitiva que puede impulsar el éxito a largo plazo de una empresa en el mercado (tomado de https://www.pactomundial.org/que-puedes-hacer-tu/sostenibilidad-empresarial/#:~:text=La%20sostenibilidad%20empresarial%20es%20clave,ligadas%20con%20el%20desarrollo%20sostenible.). La acción de formación propuesta por la AHK Colombia busca dar respuesta parcial a la necesidad detectada.

Objetivo de la acción de formación

Fortalecer las competencias de los trabajadores para que puedan posicionar la sostenibilidad empresarial como una estrategia fundamental para el éxito a largo plazo, impulsando su adopción como fuente de innovación, ventaja competitiva y transformación hacia un futuro más responsable y sostenible. Esta acción de formación le permitirá a la empresa avanzar en su proceso de adaptación de estrategias efectivas de sostenibilidad y crecimiento empresarial, permitiendo que esta acción de formación de respuesta parcial a la necesidad detectada y a los retos de formación de la AHK Colombia.

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	Foro	**Modalidad de formación**	Presencial Híbrida
Tipo de ambiente de aprendizaje		Auditorio - Plataforma o herramienta tecnológica	
Número de grupos	1	**Número de horas por grupo**	2
Número de beneficiarios por grupo	400	**Número de días por grupo de la AF**	1
Número de beneficiarios de la AF	400	**Número total de horas por AF**	2

Perfil Beneficiarios

Area(s) funcional(es)

Área Funcional	*Otra*
Dirección	
Finanzas	
Innovación	
Marketing	
Otra	Sostenibilidad
Otra	
Producción	
Recursos humanos	
Servicio al cliente	

Área Funcional	*Otra*
Tecnología	
contabilidad	

Justificación áreas funcionales a beneficiar

Se incluyen las áreas de dirección, recursos humanos, producción, finanzas, contabilidad, marketing, innovación, sostenibilidad, tecnología, servicio al cliente y otras.
Las áreas funcionales propuestas son responsables del éxito de los procesos de impacto integral y maximizar los resultados de las estrategias de sostenibilidad social, ambiental y de gobierno corporativo en las empresas beneficiarias, por tanto al ser beneficiarias de la acción de formación "Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva", evidenciarán una mejora en su productividad y competitividad a nivel gerencial, medio y operativo, porque los beneficiarios comprenderán cómo la sostenibilidad puede impulsar el crecimiento, la rentabilidad y la reputación de la empresa a largo plazo, impulsarán los resultados de los equipos responsables de la gestión de las relaciones con la comunidad, programas sociales y proyectos de sostenibilidad y permitirán escalar el impacto en el posicionamiento de la marca corporativa como líder en sostenibilidad, para atraer nuevos clientes y fidelizar a los existentes. Las relaciones de estas áreas funcionales con la acción de formación se da a través de la identificación de oportunidades para crear soluciones innovadoras que respondan a los desafíos sociales y ambientales en las diferentes áreas de la empresa, contribuyendo a la generación de una cultura organizacional orientada a la responsabilidad social corporativa en todos los niveles de la organización.

Cargo/ocupaciones/denominación

Cargo
Director financiero
Director ejecutivo
Director de operaciones
Director de ventas y Director de marketing.
Especialista en Desarrollo de Productos
Supervisor de Producción
Administrador de Sistemas
Gerente de Operaciones
Especialista en Desarrollo de Productos
Gerente de Marketing
Supervisor de Producción
Director de recursos humanos
Gerente de Operaciones
Analista Financiero
Gerente de Marketing
Especialista en Desarrollo Organizacional
Coordinador de Atención al Cliente
Analista Financiero
Especialista en Desarrollo Organizacional
Coordinador de Atención al Cliente
Administrador de Sistemas
Auxiliares

Cargo
Profesionales
Analistas, técnicos y administrativos
Asistente Contable
Asistente de Gerencia
Asistente de Innovación
Operario de Producción
Asistente de Recursos Humanos
Representante de Servicio al Cliente
Técnico de Soporte de Sistemas
Analista Financiero Junior
Asistente de Marketing
Representante de Ventas

Funciones

Función
Definir la estrategia de sostenibilidad de la empresa y asegurar su integración en la cultura organizacional
Posicionar la marca como líder en sostenibilidad y desarrollar estrategias de marketing y ventas que atraigan a clientes conscientes del medio ambiente
Atraer, retener y desarrollar talento humano comprometido con la sostenibilidad
Integrar criterios de sostenibilidad en la toma de decisiones financieras y evaluar el retorno de la inversión en iniciativas sostenibles
Fortalecer la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial y maximizar su impacto positivo en la sociedad
Generar diálogo multisectorial para fomentar la colaboración para el desarrollo de soluciones sostenibles

Productos

Producto

Conocimientos

Conocimiento

Habilidades

Habilidad

Actitudes

Actitud

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional

ALTA DIRECCIÓN

MEDIO

OPERATIVO

Justificación beneficiarios de los niveles ocupacionales

Se incluye el nivel operativo como beneficiario de esta acción de formación porque este nivel se involucra directamente en procesos diarios dentro de la organización, siendo responsable de la ejecución de tareas rutinarias en la empresa. De esta manera la acción de formación les permitirá mejorar su desempeño especialmente relacionado con la promoción de una cultura organizacional basada en la sostenibilidad.

Se incluye el nivel medio como beneficiario de esta acción de formación porque este nivel se involucra directamente implementando las estrategias definidas por la alta gerencia y siendo responsable de la supervisión y gestión intermedia en la organización en la empresa. De esta manera la acción de formación les permitirá mejorar su desempeño especialmente relacionado con el liderazgo sostenible y la motivación para actuar de manera responsable y sostenible, comunicando de manera clara y efectiva los conceptos y beneficios de la sostenibilidad.

Se incluye el nivel alta dirección como beneficiario de esta acción de formación porque este nivel se involucra directamente en la toma de decisiones clave para a corto, mediano y largo plazo y siendo responsable de establecer la visión estratégica en la empresa. De esta manera la acción de formación les permitirá mejorar su desempeño especialmente relacionado con la colaboración y comunicación con los diferentes grupos de interés para la implementación de estrategias de sostenibilidad ambiental, social y de gobierno corporativo.
La inclusión de los niveles operativo, medio y alta dirección, permitirá a las empresas abordar desde distintas perspectivas la problemática a resolver con esta acción de formación porque permite la creación de una cultura organizacional en la que se promueven soluciones creativas y sostenibles a los problemas sociales y ambientales que hacen parte del contexto interno y externo de las empresas.

Número de empresas mipymes a beneficiar

96

Número de trabajadores a beneficiar de empresas mipymes

289

Justificación empresas y trabajadores de mipymes a beneficiar

De acuerdo con las estadísticas de AHK Colombia, el 72% de sus empresas afiliadas y cadena productiva pertenecen al tamaño empresarial de MIPYME, por esta razón, para el gremio es de gran importancia que los trabajadores de empresas MIPYME resulten beneficiados con esta acción de formación, ya que la capacitación es crucial para el crecimiento, la competitividad y la sostenibilidad de dichas empresas. Les permite adaptarse a un entorno empresarial en constante cambio, innovar, mejorar la productividad y desarrollar el talento interno, todo lo cual contribuye a su éxito a largo plazo. Es así como esta acción de formación aportará a este proceso de fortalecimiento y crecimiento preparándolos para posicionar la sostenibilidad empresarial como una estrategia fundamental para el éxito a largo plazo, impulsando su adopción como fuente de innovación, ventaja competitiva y transformación hacia un futuro más responsable y sostenible.

Número de empresas de su cadena productiva a beneficiar

101

Número de trabajadores a beneficiar de empresas de su cadena productiva

302

Justificación empresas y beneficiarios de la cadena productiva a beneficiar

La acción formativa beneficiara a trabajadores y a empresas de la cadena productiva para favorecer el desarrollo productivo y competitividad de todos los eslabones de la cadena de valor del sector al que pertenezca cada afiliado, debido a que dentro del objeto social de la CÁMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO COLOMBO ALEMANA está el fomento y desarrollo de las relaciones comerciales, industriales, económicas y culturales entre la República de Colombia y la República Federal de Alemania, para lo cual brinda apoyo a sus afiliados y no afiliados.
Una cadena productiva es un sistema constituido por un conjunto de actores internos y externos al entorno de la empresa, que comprende todas las etapas de la cadena de valor, relacionadas entre sí por una sucesión de operaciones de producción, transformación y comercialización de productos y/o servicios en un entorno determinado, que implica relaciones con productores, proveedores, clientes, distribuidores, entre otros, permitiendo sinergias que facilitan la creación de ventajas competitivas, razón por la cual brindar espacios de formación de calidad a dichas empresas, lejos de verse como acciones independientes, se verá como una herramienta que contribuirá en la generación de valor, y el fortalecimiento mutuo. Es así como al fortalecer una cadena se refiere a establecer medios a lo largo de una organización y de la cadena productiva que permitan que una organización sea más rentable y competitiva.

otros datos

Número de trabajadores en condición de discapacidad	0	**Número de trabajadores mujeres**	228
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

Transversal

Sub-sector(es) a beneficiar con la AF

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 AHK Colombia al tener un carácter multisectorial y binacional, tiene un papel importante en todos los sectores de la economía colombiana. Es así como sus empresas afiliadas y las empresas de su cadena productiva se encuentran agrupadas en los siguientes sectores: 48 % servicios, 16 % sector industrial, 7% sector comercio, 6% sector tecnología, 6% sector salud, 6% sector infraestructura, 6% sector solidario, 4% sector energía, 1% sector agrícola. Es así como sus empresas afiliadas desarrollan actividades productivas en distintos sectores y subsectores de la economía. Por esta razón esta acción de formación beneficia a trabajadores de sectores

transversales y subsectores transversales con la temática "Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva" la cual es fundamental para el fortalecimiento empresarial de todas las empresas, sin importar el sector.

UNIDADES TEMÁTICAS

ID	8806
UT N°	1

AF N° **13**

ACCIÓN DE FORMACIÓN **Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva**

UNIDAD TEMÁTICA N° **1**

UNIDAD TEMÁTICA **La estrategia de sostenibilidad como ventaja competitiva en el ámbito empresarial**

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**	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**	2
N° total de horas de la Unidad Temática		2	

Contenidos de la UT	- Cumplimiento normativo y la prevención del deterioro del medio ambiente - Integración de los grupos de interés internos y externos: prácticas laborales, comunitarias y asuntos del consumidor - Modelos de negocio transparentes para la promoción de la gobernanza corporativa - Potenciar la reputación empresarial mediante la divulgación y comunicación de la sostenibilidad - Casos prácticos y estrategias de sostenibilidad exitosas
Competencias a adquirir	El participante estará en capacidad de fortalecer la competencia de reconocimiento de los conceptos clave de la sostenibilidad empresarial y su importancia para el éxito a largo plazo de las empresas, en el contexto empresarial colombiano.
Actividades de Aprendizaje	Foro Debate

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.3.1.1 Honorarios Lider - Lider mundial	2	3
R01.3.1.2 Honorarios Lider - Lider nacional	2	1
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	2	3

Proveedor de la formación - persona jurídica

La entidad capacitadora seleccionada para impartir formación en nuestro proyecto es Adalid Inmark Colombia SAS, cuya actividad principal se encuentra registrada mediante el código CIIU: 8551 (Formación académica No-formal), actividad secundaria: 8559(otros tipos de educación N.C.P) y otras actividades 7029 (Actividades de consultoría de gestión) y 8560(actividades de apoyo a la educación) tal y como consta en su registro vigente en Cámara de Comercio. Diseñan y ejecutan soluciones educativas y empresariales ajustadas a las necesidades de empresas y trabajadores, adaptadas a la constante evolución de las tecnologías. Iniciaron sus operaciones en Colombia el año 2015 enfocándose en dos grandes áreas: Programas Sociales y capacitación y consultoría para Empresas y Organizaciones, contribuyendo al desarrollo profesional y laboral de las personas mediante formación (cursos y actualizaciones) de manera presencial, en línea o combinado; con un equipo de expertos idóneo en cada área, cumpliendo con los más altos estándares de calidad; todo ello enfocado a mejorar la competitividad e igualdad social. ADALID INMARK COLOMBIA SAS, hace parte del Grupo Empresarial ASPASIA, y cuenta con el apoyo y soporte de su casa matriz con una trayectoria de 20 años en España y Chile; conformada por sus entidades adscritas ADALID SC, Instituto Europa y la escuela de negocios Europea Talento & Innovación, del cual forma parte, quienes en su conjunto aportan el diseño curricular de las acciones deformación, sus expertos internacionales, material didáctico y formativo. ADALID INMARK COLOMBIA acredita nueve (9) años de constitución legal, y cumplir con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. Adicionalmente cuenta con nueve (9) años de experiencia en la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas (cursos o talleres o seminarios o diplomados), a entidades públicas o privadas.

Material de formación

Se contará con el material de formación folleto impreso para los beneficiarios en modalidad presencial, y folleto digital para los beneficiarios en modalidad PAT, dicho material reunirá los medios y recursos que orientan de manera concisa e informativa y que proporciona de manera estructurada detalles esenciales de la acción de formación. Diseñado para ofrecer una visión general, incluye información relevante sobre objetivos, temario, facilitando a los participantes una comprensión rápida y clara de la propuesta formativa. Los contenidos incluidos corresponden directamente a la unidad temática, cumpliendo con la normativa vigente en cuanto a propiedad intelectual:

UNIDAD TEMÁTICA 1. La estrategia de sostenibilidad como ventaja competitiva en el ámbito empresaria

Los participantes encontrarán debidamente identificadas cada uno de sus contenidos pudiendo así adquirir la base teórica.

APLICACIONES MULTIMEDIA INTERACTIVAS Durante las sesiones de formación PRESENCIAL HIBRIDA el experto invitará a los participantes a trabajar en aplicaciones multimedia interactivas .La experiencia formativa se enriquece con la utilización de aplicaciones multimedia interactivas, software que incorpora contenidos tales como imágenes, vídeo, animaciones y sonido y que además proporciona medios para interactuar fácilmente con el usuario, destinadas a facilitar un aprendizaje profundo y dinámico.

El material cumplirá con la normativa vigente en cuanto a propiedad intelectual y con todas las características relacionadas en el Anexo 15. GUÍA DE RECURSOS DIDÁCTICOS EN EL PROGRAMA DE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA DEL SENA.

Se certificará la entrega y uso del material de formación descrito.

Gestión del Conocimiento

Ítem Gestion Conocimiento

Infografía (Póster)

Alineación de la acción de formación

Alineación

PND - Crecimiento empresarial

PND - Convergencia regional

Justificación de la Alineación

La presente acción formativa y sus contenidos se encuentran alineados con los componentes del Plan Nacional de Desarrollo “Colombia potencia mundial de la vida 2022 – 2026" específicamente: "Crecimiento empresarial” y "Convergencia regional". Estos componentes fomentan un entorno propicio para el desarrollo de las empresas y establecen medidas para fortalecer la competitividad del sector empresarial colombiano, fomentando la innovación, la productividad y el crecimiento empresarial.

En cuanto a la convergencia regional, en el Plan Nacional de Desarrollo, así como la AF, buscan reducir las disparidades económicas y sociales entre las diferentes regiones del país, promoviendo un desarrollo más equitativo y sostenible de la sociedad y se establecen acciones para impulsar el crecimiento económico y empresarial en las regiones menos desarrolladas, lo anterior teniendo en cuenta la cobertura geográfica nacional de la AF, llegando a departamentos y municipios de Bajo Índice de Competitividad.

Es así como la presente acción formativa se orienta al cumplimiento de dichos componentes por medio del fortalecimiento de las competencias de los trabajadores para que puedan posicionar la sostenibilidad empresarial como una estrategia fundamental para el éxito a largo plazo, impulsando su adopción como fuente de innovación, ventaja competitiva y transformación hacia un futuro más responsable y sostenible.

Acción de formación especializada

Esta es una acción de formación especializada porque es un proceso de formación teórica que desarrolla el concepto de aprendizaje durante toda la vida, dirigido a mejorar las competencias laborales, actualizar y profundizar conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas de los trabajadores en los niveles establecidos en esta acción de formación, permitiendo su aplicación en el contexto laboral inmediato, armonizando el mejoramiento del perfil laboral con la necesidad de aumentar la productividad y competitividad empresarial. Lo anterior, gracias al fortalecimiento de competencias para que puedan posicionar la sostenibilidad empresarial como una estrategia fundamental para el éxito a largo plazo, impulsando su adopción como fuente de innovación, ventaja competitiva y transformación hacia un futuro más responsable y sostenible

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

Durante el desarrollo de la acción formativa los capacitadores verificarán el avance de lo que el trabajador aprendió y aplicará en su puesto de trabajo, a partir del momento de finalizar la acción de formación, mediante observaciones y calificaciones que consignarán en la matriz de evaluación cuantitativa y cualitativa. Este resultado evidencia la alineación de cada resultado con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del beneficiario.

Resultado 1.

El 85% de los beneficiarios están en capacidad de fortalecer la competencia de reconocimiento de los conceptos clave de la sostenibilidad empresarial y su importancia para el éxito a largo plazo de las empresas incidiendo positivamente en el desempeño del trabajador porque permite la toma de decisiones efectivas, gestionar riesgos y enfrentar mayores desafíos en el campo de la sostenibilidad y favorece la aplicación de los conocimientos adquiridos en el puesto de trabajo en el desarrollo de tareas como: 1. Evaluar el impacto de las iniciativas sostenibles en la empresa y en la sociedad; y, 2. la implementación de una estrategia de sostenibilidad y el plan de acción que eso conlleva.

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

Los dos principales resultados puntuales de impacto de la formación en la PRODUCTIVIDAD y que están directamente con esta acción de formación son:
a) Conocimientos encaminados en desarrollar la sostenibilidad y crecimiento empresarial en las prácticas y procedimientos de la empresa para el aumento de su productividad, mediante la optimización del uso de los recursos.
b) Desarrollo empresarial con enfoque en la agenda 2030 para la incorporación de mejores prácticas de gestión y aumento de la productividad y el fomento de la eficiencia operativa.

Los dos principales resultados puntuales de impacto de la formación en la COMPETITIVIDAD ORGANIZACIONAL y que están directamente con esta acción de formación son:
a) Promover las mejores prácticas de sostenibilidad y crecimiento empresarial que generen las condiciones idóneas para que las empresas sostenibles prosperen y creen empleos y de esta manera estimular a los empresarios para que cumplan con sus ambiciones en lo relativo a la creación de empresas y fomento de lugares de trabajo sostenibles y responsables que combinen una mayor productividad y menos emisiones ambientales con mejores condiciones de trabajo y relaciones laborales.
b) Posicionamiento de la empresa como líder en sostenibilidad, creando empleos verdes y sostenibles, atrayendo a clientes y consumidores responsables.

Los resultados de productividad y competitividad empresarial, están alineados con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil del beneficiario propuestos.

Indicadores de Impacto

Indicador - Mejoramiento en la empleabilidad	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores con incremento salarial despues de recibir la formación	20
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	400
Meta %	% 5,00
Indicador - Retención de trabajadores	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que continuan en sus empresas luego de recibir la formación	360
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	400
Meta %	% 90,00
Indicador - Movilidad laboral	**Valor Indicador - Meta**

Número de trabajadores beneficiarios que cambian sus condiciones laborales luego de recibir la formación	20
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	400
Meta %	% 5,00
Indicador - Empresas beneficiarias	**Valor Indicador - Meta**
Número de empresas beneficiarias de de la acción de formación	134
Número de empresas de el(los) sector(es) que representa	248
Meta %	% 54,03
Indicador - Trabajadores beneficiarios	**Valor Indicador - Meta**
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	400
Número total de trabajadores de la(s) empresa(s) que representa la empresa/ gremio	20000
Meta %	% 2,00

Justificación lugar de ejecución

La AHK Colombia tal y como consta en sus estatutos, desarrolla sus actividades de apoyo comercial y de transferencia del conocimiento en el ámbito nacional, y por su carácter gremial multisectorial, cuenta con afiliados y empresas pertenecientes a la cadena productiva de sus empresas afiliadas, y con aliados a nivel nacional que incluyen Cámaras de Comercio locales, entidades territoriales, asociaciones, entre otros. Con los que trabaja aunando esfuerzos para lograr un propósito común generalmente enfocado en el fortalecimiento empresarial, razón por la cual desarrolla gestión en todo el territorio nacional. La relación de los beneficiarios con los lugares de ejecución planteados, obedece y se justifica en que son trabajadores de empresas afiliadas y de empresas pertenecientes a la cadena productiva de la AHK Colombia, que tienen sus sedes en las ciudades mencionadas y en las cuales se priorizó la necesidad de formación propuesta, así como colaboradores de aliados estratégicos que hacen parte de la red multisectorial que el gremio ha establecido en distintas regiones geográficas en virtud de su objeto social y objetivos misionales, que incluyen, para el caso, los departamentos incorporados en esta acción de formación.

Lugar de ejecución

Grupo Número Departamento	*Ciudad*	*Zona Rural*	*N° Beneficiarios*
1 ANTIOQUIA		No	25
1 MAGDALENA		No	25
1 NARIÑO		No	25
1 CALDAS		No	25
1 SANTANDER		No	25
1 VALLE DEL CAUCA		No	25
1 CUNDINAMARCA		No	25
1 HUILA		No	25
1 BOGOTÁ D.C	BOGOTÁ	No	100
1 CASANARE		No	25
1 ATLÁNTICO		No	25

Grupo Número Departamento	Ciudad	Zona Rural	N° Beneficiarios
1 META		No	25
1 BOLÍVAR		No	25

Presupuesto de la AF

Rubro	Descripción	Cofinanciación SENA	% Contrapartida especie	% Contrapartida dinero	%	Valor total
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	$ 1.617.400	% 75,35	$ 0 % 0,00	$ 529.200 % 24,65	$ 2.146.600
R01.3.1.1 Honorarios Lider - Lider mundial	Honorarios Lider - Lider mundial	$ 19.858.000	% 75,78	$ 0 % 0,00	$ 6.346.200 % 24,22	$ 26.204.200
R01.3.1.2 Honorarios Lider - Lider nacional	Honorarios Lider - Lider nacional	$ 7.614.300	% 78,30	$ 0 % 0,00	$ 2.110.200 % 21,70	$ 9.724.500
R02.2 Alojamiento, Manutención y Transporte Local - Capacitador internacional - Lider mundial - Lider nacional	Alojamiento, Manutención y Transporte Local - Capacitador internacional - Lider mundial - Lider nacional	$ 1.832.400	% 42,86	$ 0 % 0,00	$ 2.443.200 % 57,14	$ 4.275.600
R04 Tiquetes Aéreos, Terrestres Intermunicipales y/o Fluvial	Tiquetes Aéreos, Terrestres Intermunicipales y/o Fluvial	$ 15.000.000	% 100,00	$ 0 % 0,00	$ 0 % 0,00	$ 15.000.000
R05.1.3 Aplicaciones Multimedia Interactiva	Aplicaciones Multimedia Interactiva	$ 30.360	% 100,00	$ 0 % 0,00	$ 0 % 0,00	$ 30.360
R05.2.2 Material de Formación - Impreso - Diagramación de Cartillas y Folletos	Material de Formación - Impreso - Diagramación de Cartillas y Folletos	$ 20.560	% 100,00	$ 0 % 0,00	$ 0 % 0,00	$ 20.560
R05.2.3.1 Material de Formación - Impreso - Folleto, de 1 a 200 unidades	Material de Formación - Impreso - Folleto, de 1 a 200 unidades	$ 200.200	% 100,00	$ 0 % 0,00	$ 0 % 0,00	$ 200.200
R06.1.3 Alquiler de Salones y/o Espacios - Auditorio entre 101 y 199 beneficiarios	Alquiler de Salones y/o Espacios - Auditorio entre 101 y 199 beneficiarios	$ 1.424.000	% 100,00	$ 0 % 0,00	$ 0 % 0,00	$ 1.424.000
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	Gastos de Operación del Proyecto 10%	$ 3.565.000	% 57,48	$ 2.637.000 % 42,52	$ 0 % 0,00	$ 6.202.000
R10.2.1 Promoción y Divulgación - Backing	Promoción y Divulgación - Backing	$ 0	% 0,00	$ 0 % 0,00	$ 333.640 % 100,00	$ 333.640
R10.2.3 Promoción y Divulgación - Punto de registro	Promoción y Divulgación - Punto de registro	$ 0	% 0,00	$ 0 % 0,00	$ 1.136.360 % 100,00	$ 1.136.360
R10.3 Garantías	Garantías	$ 0	% 0,00	$ 0 % 0,00	$ 126.200 % 100,00	$ 126.200
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	80	$ 0	% 0,00	$ 0 % 0,00	$ 1.398.500 % 100,00	$ 1.398.500

	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida en Especie	% Especie	Contrapartida en Dinero	% Dinero	COSTO TOTAL AF
COSTO TOTAL DE LA AF	$ 51.162.220	% 74,99	$ 2.637.000	% 3,87	$ 14.423.500	% 21,14	$ 68.222.720

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	% 020 80	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 1.398.500	% 100,00	$ 1.398.500

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%	$ 3.565.000	% 57,48	$ 2.637.000	% 42,52	$ 0	% 0,00	$ 6.202.000

Presupuesto Garantías

Rubro	Cofinanciación SENA	Porcentaje Cofinanciación	Contrapartida Especie	Porcentaje Especie	Contrapartida Dinero	Porcentaje Dinero	Valor Total
R10.3 Garantías	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 126.200	% 100,00	$ 126.200

AF N° : 14

ACCIÓN DE FORMACIÓN : Innovation as company value booster

Volver al Listado de AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1363#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	16
Encuesta	238
Entrevista	2

Fecha de diagnóstico

21/12/2023

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

La Cámara de Industria y Comercio colombo alemana -AHK diseñó y aplicó una herramienta integral de recolección de información para el diagnóstico de necesidades de formación con el objetivo de identificar aquellas necesidades puntuales de formación y capacitación de las empresas afiliadas de AHK Colombia, y de las empresas y trabajadores de su cadena productiva. Lo anterior, para diseñar acciones de formación del PFCE 2024 ajustadas a dichas necesidades. A continuación se describe la herramienta:

La Herramienta integral de recolección de información para diagnóstico de necesidades, se conformó así:

PARTE 1. ENCUESTA DE DETECCIÓN DE NECESIDADES AFILIADOS PFCE

1. Datos básicos, como: Nombres, apellidos, cargo, empresa, teléfono de contacto, correo electrónico, ciudad, departamento.

2. Necesidades por área funcional: En este segmento, los participantes debían determinar el grado de relevancia (Siendo 1-Menos relevante y 5-Más relevante), de los 7 desafíos relacionados por áreas para impactar, las cuales fueron:
- Área de Dirección/Estrategia: Data Driven Management: Utilizar datos para tomar decisiones estratégicas más informadas y eficaces. Smart Companies: Transformar la empresa en una organización más ágil y eficiente en la ejecución de estrategias. Sustentabilidad: Abordar los desafíos ambientales y sociales para garantizar la viabilidad a largo plazo de la empresa.
- Área de Marketing: Utilizar herramientas de automatización y segmentación de clientes para optimizar las operaciones de marketing. Utilizar las redes sociales para marketing de manera estratégica. Adaptarse a las regulaciones de privacidad y asegurar una gestión adecuada de los datos del cliente. Aplicar realidad virtual, realidad aumentada y realidad mixta para crear experiencias únicas que agreguen valor al cliente. Mejorar la experiencia del usuario y enfocarse en la fidelización del cliente para aumentar la retención y la satisfacción. Atraer y retener clientes de manera efectiva.
- Área de Ventas: Transformación digital del proceso de ventas. Automatización de datos para control del ciclo de ventas. Definición de cuadro de mando del proceso de ventas. Fortalecimiento de equipos comerciales de alto rendimiento. Diseño e implementación de planes comerciales altamente efectivos.
- Área de Producción y Operaciones: Gestión más flexible y adaptativa de proyectos y operaciones. Reducir el desperdicio y mejorar la eficiencia en los procesos operativos. Generar procesos de economía circular. Aumentar la agilidad y la eficiencia en la cadena de suministro y la producción. Aumentar la eficiencia, reducir errores y acelerar la producción. Automatización procesos mediante IA (Inteligencia artificial)
- Área Financiera: Financiación alternativa, búsqueda de nuevas fuentes de financiación, la economía colaborativa. Viabilizar la internacionalización de la empresa desde la perspectiva financiera. Transmitir la información relevante a las diferentes áreas de la organización. Transformación digital de procesos financieros, administrativos y contables en la empresa. Gestión integral de riesgos y seguridad informática.
- Área de Recursos Humanos (RRHH): Gestión inclusiva en las organizaciones. Abordar la gestión de equipos en entornos de trabajo que combinan la presencia física y el trabajo remoto, garantizando la eficiencia y la colaboración. Feedback 360: Implementar un proceso de retroalimentación integral que promueva el crecimiento y el desarrollo de los empleados, así como la mejora del rendimiento. Herramientas y estrategias para mejorar la productividad laboral. Diseñar planes de formación efectivos. Reclutamiento inteligente: Mejorar el proceso de selección de talento.
- Área de Tecnología: Competencias digitales: Abordar la brecha de habilidades digitales y fomentar la adaptación a un entorno tecnológico en constante cambio. Blockchain: Resolver problemas de transparencia y trazabilidad en la cadena de suministro y la gestión de datos a través de la tecnología blockchain. Herramientas para áreas funcionales de la empresa: Resolver problemas específicos en diferentes áreas funcionales, aprovechando herramientas tecnológicas especializadas. Industria 4.0, IoT, RPA y Robótica Inteligente: Solucionar desafíos relacionados con la automatización y la optimización de procesos industriales y de negocios mediante tecnologías avanzadas. Ciberseguridad: Abordar la protección de datos y sistemas contra amenazas cibernéticas para garantizar la integridad y la confidencialidad de la información.

2. Áreas en función de los intereses estratégicos: los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 10 necesidades relacionadas: Economía campesina, asociatividad y cooperativismo. Gestión ambiental, biodiversidad, economía circular. Educación, diversidad cultural, enfoque de género y seguridad alimentaria. Salud, cuidado, servicios y medicamentos. Transición energética y energías alternativas. Servicios TIC y apropiación digital. Crecimiento empresarial, logística e infraestructura. Desarrollo agroindustrial. Turismo, arte y deporte. Servicios tecnológicos para industria militar

3. Necesidades en función de las Habilidades transversales: los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 10 temáticas relacionadas: Aprendizaje activo y estrategias de aprendizaje, Creatividad, originalidad e iniciativa, Liderazgo e influencia social, Resiliencia, tolerancia al estrés y flexibilidad, Resolución de problemas complejos, Pensamiento y análisis crítico, Uso, control y monitoreo de la tecnología, Diseño y programación de tecnología, Razonamiento, solución de problemas y generación de ideas, Pensamiento analítico e innovación.

4. Otras áreas para impactar y otras Habilidades transversales: cada uno de los participantes de la encuesta podría incluir temáticas puntuales en cada uno de los segmentos.

5. Preferencia en modelo de aprendizaje: Se preguntó el grado de interés en las opciones de modelo de Bootcamp, mejorando tu proceso y puesto de trabajo real.

6. Metodología de recolección de datos: La Encuesta de detección de necesidades diseñada en Google Forms fue enviada a la base de afiliados de proyectos formativos previos de AHK Colombia, por medio de correo electrónico. Cada uno de los participantes debía diligenciar cada uno de los campos allí requeridos. Esta información fue consolidada en una hoja de Excel, la cual se tabuló y analizó.

PARTE 2. ENCUESTA DE DETECCIÓN DE NECESIDADES PARA participantes
Formato: Google Forms.

1. Datos básicos: Nombres, apellidos, cargo, empresa, teléfono de contacto, correo electrónico, ciudad, departamento.
2. La encuesta se centró en las áreas prioritarias de formación continua o necesidades de formación: en esta parte de la encuesta, los participantes debían determinar el grado de interés (Siendo 1-Menor interés y 5-Mayor interés), de las 11 áreas relacionadas:
- Estrategias innovadoras de ciberseguridad en el ámbito empresarial
- Venta consultiva, potenciado equipos comerciales de alto impacto en el sector TI
- Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva
- Data Thinking para el desarrollo empresarial
- Productividad en las ventas: técnicas de programación neurolingüística aplicadas
- Intraemprendimiento en empresas innovadoras: emprendimiento corporativo para crear nuevos productos y servicios
- Customer Relationship Management y gestión de eventos
- Marketing de Influencia para empresarios
- Inteligencia emocional para la competitividad empresarial
- Gestión de clientes en el mundo digital
- Inteligencia artificial para impulsar la estrategia de negocio

3- Pregunta abierta: Otras áreas y temas de interés para la formación continua: Cada uno de los participantes de la encuesta podría incluir temáticas puntuales, según su necesidad o la de su empresa.
4. Preferencia en la modalidad de formación: Se preguntó el grado de interés en las opciones de modalidad de Presencial, Videoconferencia (sincrónica) y Virtual (asincrónica).
5. Preferencias en la franja horaria: Aquí se dieron diferentes opciones de franja horaria, en cuanto a días y horas.
6. Metodología de recolección de datos: La Encuesta de detección de necesidades diseñada en Google Forms fue enviada a la base de participantes de proyectos formativos previos de AHK Colombia, por medio de campaña de mailing y mensajes de WhatsApp. Cada uno de los participantes debía diligenciar cada uno de los campos allí requeridos, y dar envío al formulario. Esta información fue consolidada en una hoja de Excel, la cual se tabuló y analizó.

PARTE 3. ENTREVISTAS A AFILIADOS

Se conto con la participación de 7 empresas afiliadas para el desarrollo de reuniones, con el firme objetivo de identificar sus necesidades de formación y que a la mismas se les diera respuesta parcial por medio de las acciones formativas a desarrollar. En estas reuniones se logro identificar necesidades puntuales y posibles temáticas para el desarrollo de las AFs, las cuales se presentan en los resultados.

Resumen de resultados principales del diagnóstico de necesidades de formación

La detección de las necesidades de formación a través de las herramientas de participantes y afiliados reveló áreas prioritarias que buscan atención mediante las acciones de formación del PFCE 2024. Gracias a los datos cualitativos y cuantitativos fue posible identificar aquellas necesidades relevantes, las cuales se relacionan a continuación:

Encuesta de participantes:
Encabezando la lista de necesidades se encuentra "Inteligencia Artificial para impulsar la estrategia de negocio", con un promedio de 4,18/5 y un porcentaje de mayor interés del 57,14% de participantes interesados, destacando la necesidad de optimizar procesos, anticipar tendencias y tomar decisiones informadas, impulsando la eficiencia y la competitividad empresarial. En segundo lugar, la "Gestión de clientes en el mundo digital" se posiciona con un promedio de 4,06/5 y un 52,10% de mayor interés, reflejando la importancia de implementar estrategias y herramientas digitales para fortalecer relaciones y maximizar la satisfacción del cliente en entornos online. La "Inteligencia emocional para la competitividad empresarial" ocupa el tercer puesto, con un promedio de 4,08/5 y un 51,68% de mayor interés, esta temática resalta la importancia de habilidades emocionales en el ámbito empresarial para potenciar la competitividad. En cuanto a "Marketing de Influencia para empresarios", obtiene un promedio de 3,95/5 y un 50,84% de mayor interés, indicando la creciente relevancia del marketing de influencia en la estrategia empresarial. El “Intraemprendimiento en empresas innovadoras", con un promedio de 3,91/5 y un 44,96% de interés se ubica en quinto lugar, destaca la importancia de fomentar el espíritu emprendedor dentro de las empresas para la creación de nuevos productos y servicios. En el sexto lugar, "Customer Relationship Management y gestión de eventos" logra un promedio de 3,88/5 y un 44,96% de interés, resaltando la necesidad de gestionar de manera efectiva las relaciones con los clientes y eventos empresariales. La "Productividad en las ventas: técnicas de programación neurolingüística aplicadas" obtiene un promedio de 3,92/5 y un séptimo puesto con un 43,28% de mayor interés, subrayando la relevancia de técnicas específicas para mejorar la eficiencia en el proceso de ventas. "Data Thinking para el desarrollo empresarial" se sitúa en el octavo lugar, con un promedio de 3,84/5 y un 40,34% de mayor interés, indicando la importancia de la aplicación estratégica de datos en el desarrollo empresarial para estimular la innovación y potenciar el crecimiento de la empresa. Por otra parte, la "Sostenibilidad empresarial como ventaja competitiva" ocupa el noveno puesto, con un promedio de 3,8/5 y un 38,24% de interés, subrayando la creciente importancia de la sostenibilidad en la estrategia empresarial y como una apuesta diferenciadora que atrae a consumidores conscientes y fortalece la posición competitiva en el mercado. En décimo lugar, "Venta consultiva, potenciando equipos comerciales de alto impacto en el sector TI", con un promedio de 3,59/5 y un 34,03% de mayor interés, resalta la necesidad de estrategias de venta consultiva en el sector de Tecnologías de la Información. Finalmente, "Estrategias innovadoras de ciberseguridad en el ámbito empresarial", con un promedio de 3,39/5 y un 33,61% de interés, destaca la importancia de adoptar enfoques innovadores para garantizar la ciberseguridad en el entorno empresarial.

Encuesta de afiliados:
Adicionalmente se detallan las temáticas o necesidades evaluadas en las encuestas de formación de afiliados de la Cámara de Industria y Comercio Colombo Alemana -AHK Colombia , junto con los puntajes promedio de interés y el porcentaje de afiliados que identificaron las necesidades para el gremio calificando de 1 a 5. A continuación, se describen las necesidades en las 9 áreas funcionales.

-En la necesidad por área funcional de Dirección estratégica: se encontró en primer lugar que la “Sustentabilidad” Abordar los desafíos ambientales y sociales para garantizar la viabilidad a largo plazo de la empresa, obtuvo un promedio de 3,8/5 y un 26,67% de mayor interés. Seguido de “Smart Companies” Transformar la empresa en una organización más ágil y eficiente en la ejecución de estrategias, obtuvo un promedio de 4,13/5 y un 26,67% de mayor interés. Por último “Data Driven Management” Utilizar datos para tomar decisiones estratégicas más informadas y eficaces, obtuvo un promedio de 4/5 y un 20,00% de mayor interés.

-Por su parte en la necesidad de área funcional de Marketing se encontraron 6 temas de mayor relevancia para atender con las acciones de formación: con los más altos resultados obtenidos se encuentra “Atraer y retener clientes de manera efectiva” obtuvo un promedio de 4,6/5 y un porcentaje de mayor interés del 60,00 resaltando la importancia de implementar estrategias que no solo cautiven a nuevos clientes, sino que también fomenten la fidelidad a largo plazo mediante experiencias y servicios excepcionales. Por su parte el tema de “Mejorar la experiencia del usuario y enfocarse en la fidelización del cliente para aumentar la retención y la satisfacción” logra un promedio de 4,27/5 y un 46,67 de porcentaje de mayor interés. Por su parte el tema de “Aplicar realidad virtual, realidad aumentada y realidad mixta para crear experiencias únicas que agreguen valor al cliente" obtuvo un promedio de 3,4/5 y 33,33% de mayor interés. “Adaptarse a las regulaciones de privacidad y asegurar una gestión adecuada de los datos del cliente” se posicionó en el 4 lugar con un promedio de 3,8/5 y un 33,33% de mayor interés. Seguido por el tema de “Utilizar las redes sociales para marketing de manera estratégica” obtuvo un promedio de 4/5 y un 33,33% de mayor interés. Finalmente “Utilizar herramientas de automatización y segmentación de clientes para optimizar las operaciones de marketing” se ubicó en última posición con un promedio de 3,67/5 y el 26,67% de interés. Es importante señalar que ninguno de los anteriores temas obtuvo porcentajes de menos interés.
-En el área funcional de Ventas: se destacaron 5 temas ubicando a "Diseño e implementación de planes comerciales altamente efectivos" en primer lugar con un promedio de 4,27/5 y un 53,33% de mayor interés destacando la necesidad de planificar estrategias, que se adapten a la ejecución precisa para alcanzar y superar los objetivos comerciales de una empresa. El "Fortalecimiento de equipos comerciales de alto rendimiento" es el segundo tema con el mayor promedio de 3,8/5 y un 46,67% de mayor interés lo que implica el desarrollo de habilidades, la promoción de la colaboración y la implementación de estrategias que optimicen la eficiencia y el éxito de los equipos en el entorno empresarial. Por su parte la "Definición de cuadro de mando del proceso de ventas" es el tema que se ubica en el tercer puesto con un promedio de 3,4/5 y un 26,67% de mayor interés lo que significa saber estructurar visual y analíticamente indicadores clave que permiten evaluar y gestionar eficientemente cada etapa del proceso de ventas. La "Automatización de datos para control del ciclo de ventas" se refiere a conocer la utilización de herramientas tecnológicas que gestionan de manera eficiente la información relacionada con todas las fases del proceso de ventas, este tema obtuvo un promedio de 3,47/5 y un 20,00% de mayor interés. Con el menor promedio de 3,27/5 y un 6,67% de mayor interés se posiciona en último lugar el tema "Transformación digital del proceso de ventas" que implica la integración de tecnologías y estrategias digitales para mejorar la eficiencia, agilidad y experiencia del cliente a lo largo de todas las etapas del ciclo de ventas. Es importante agregar que como tema adicional propuesto en la aplicación de herramientas a los afiliados sugieren el tema de "Búsqueda de alternativas de ventas" lo que quiere decir la exploración para diversificar y optimizar las oportunidades comerciales, adaptándose a las cambiantes demandas y preferencias del mercado, obtuvo un promedio de 1,73/5 y un porcentaje de 66,67% de menor interés.
-En el área funcional de Producción y operaciones: se destaca el tema "Automatización procesos mediante IA (Inteligencia artificial)" sobre la importancia del uso de algoritmos y capacidades autónomas para ejecutar tareas y tomar decisiones de manera eficiente, acelerando y optimizando los procesos empresariales que obtuvo un promedio 3,47/5 y el 26, 67% de mayor interés y ubicándose en primer lugar. Seguido del tema "Aumentar la eficiencia, reducir errores y acelerar la producción" que nos lleva a implementar medidas y tecnologías que optimicen los procesos, minimicen fallos y mejoren la rapidez en la entrega de productos o servicios, este tema obtuvo un promedio de 3,73/5 y un 26,67 en porcentaje de mayor interés. En tercer lugar, se encuentra la temática “Aumentar la agilidad y la eficiencia en la cadena de suministro y la producción” con un promedio de 3,67/5 y el 20,00% de mayor interés que se refiere la implementación de estrategias y tecnologías que permitan una respuesta rápida y efectiva a las demandas del mercado, optimizando los procesos para garantizar una producción eficiente. En tercer lugar, se encuentra "Generar procesos de economía circular" que significa establecer sistemas y prácticas empresariales que promueven la reutilización, reciclaje y maximización del uso de recursos, con el objetivo de minimizar residuos y contribuir a un ciclo sostenible, obtuvo un promedio del 3,53/5 y un 13,33% de mayor interés. En cuarto lugar, se encuentra el tema "Reducir el desperdicio y mejorar la eficiencia en los procesos operativos" con un promedio del 3,8/5 y un porcentaje de mayor interés del 13,33% siendo este último el mismo que para el tema “Gestión más flexible y adaptativa de proyectos y operaciones" que se ubica en quinto lugar con un promedio de 3,93/5.

-En el área funcional Financiera: se destaca como primer tema de mayor relevancia la "Gestión integral de riesgos y seguridad informática" obteniendo los más altos resultados con un promedio de 4/5 y el 33,33% de mayor interés, este asunto sugiere un enfoque completo para identificar, evaluar y mitigar los riesgos asociados a la seguridad de la información, garantizando la protección de datos y sistemas de manera efectiva en un entorno empresarial. El 26,67% de mayor interés en es mismo que obtuvieron los temas que se ubican en los puestos 2 y 3 siendo "Transformación digital de procesos financieros, administrativos y contables en la empresa" y "Transmitir la información relevante a las diferentes áreas de la organización" con un promedio de 3,73/5 y 3,93/5 respectivamente. Por su parte "Viabilizar la internacionalización de la empresa desde la perspectiva financiera" se ubica en el cuarto lugar con un promedio de 3,67/5 y el 13,33% de mayor interés. También se encontró el tema "Financiación alternativa, búsqueda de nuevas fuentes de financiación, la economía colaborativa" con un promedio de 3,73/5 y un 6,67% de mayor interés. Por último, se sugirió como tema adicional las "Finanzas en el exterior" con un promedio de 1,8/5 pero ningún porcentaje de mayor interés.

-En el área funcional de Recursos Humanos: el "Reclutamiento inteligente: Mejorar el proceso de selección de talento" se ubica en primer lugar porque implica la optimización en el proceso de selección de talento mediante la aplicación estratégica de tecnologías y herramientas innovadoras, con el objetivo de identificar y atraer candidatos de manera más eficiente y precisa, este tema obtuvo un promedio de 4,13/5 y un 40,00 % de mayor interés, siendo este último porcentaje el mismo para el tema del segundo lugar que es "Diseñar planes de formación efectivos" con un promedio de 4,2/5 que sugiere desarrollar estrategias educativas y programas de aprendizaje que se ajusten a las necesidades específicas de los participantes. En tercer lugar, se encuentra "Herramientas y estrategias para mejorar la productividad laboral" con un promedio de 4,07/5, este tema se refiere a la adopción de recursos tecnológicos y enfoques organizativos que optimicen la eficiencia y el rendimiento en el entorno de trabajo. Por su parte el tema "Feedback 360: Implementar un proceso de retroalimentación integral que promueva el crecimiento y el desarrollo de los empleados, así como la mejora del rendimiento" se ubica en cuarto lugar con el mismo porcentaje de mayor interés del 33,33% y un promedio de 4,27/5. Los temas "Abordar la gestión de equipos en entornos de trabajo que combinan la presencia física y el trabajo remoto, garantizando la eficiencia y la colaboración" y "Gestión inclusiva en las organizaciones" obtuvieron un promedio de 3,67/5 y 3,73/5 respectivamente y el mismo 20,00% de mayor interés.

-En el área funcional del Tecnología se obtuvo 5 temas que se destacan que lo encabeza "Ciberseguridad: Abordar la protección de datos y sistemas contra amenazas cibernéticas para garantizar la integridad y la confidencialidad de la información" con un promedio de 4,47/5 y un 60,00% de mayor interés, a este tema le sigue "Industria 4.0, IoT, RPA y Robótica Inteligente: Solucionar desafíos relacionados con la automatización y la optimización de procesos industriales y de negocios mediante tecnologías avanzadas" con un promedio de 4/5 y el segundo mayor porcentaje de interés con el 40,00. En tercer lugar, se encuentra el tema "Herramientas para áreas funcionales de la empresa: Resolver problemas específicos en diferentes áreas funcionales, aprovechando herramientas tecnológicas especializadas" con un promedio de 3,87/5 y el 26,67 de porcentaje de interés. La cuarta posición está "Blockchain: Resolver problemas de transparencia y trazabilidad en la cadena de suministro y la gestión de datos a través de la tecnología blockchain" con un promedio del 3,47/5 y el 20,00% de mayor interés que es el mismo que ocupa el quinto y último tema que se denomina "Competencias digitales: Abordar la brecha de habilidades digitales y fomentar la adaptación a un entorno tecnológico en constante cambio con un promedio de 3,8/5.

-En el área funcional de Habilidades transversales se encontró el tema "Pensamiento y análisis crítico" en el primer lugar con un promedio de 4,3/5 y un porcentaje de mayor interés del 60,00% seguido del tema "Razonamiento, solución de problemas y generación de ideas" en segundo lugar con un promedio del 4,3/5 y un 53,33% de mayor interés, le sigue en tercer lugar el tema "Pensamiento analítico e innovación" con un promedio del 4,3/5 y el 53,33% de mayor interés. En cuarto lugar, se encuentra el tema "Resolución de problemas complejos" con un promedio de 4,1/5 y un 46,67% de interés, en quinta posición se encuentra el tema "Liderazgo e influencia social" con promedio de 4,2/5 y el 33,33% de mayor interés, por su parte el tema "Resiliencia, tolerancia al estrés y flexibilidad" se ubica en sexta posición con un promedio del 4,1/5 y un 33,33% de interés. Los temas 7 y 8 "Creatividad, originalidad e iniciativa" y "Aprendizaje activo y estrategias de aprendizaje" obtuvieron un promedio de 4,1/5 y 3,9/5 respectivamente alcanzando el mismo 26, 67% de mayor interés. Asimismo, los temas 9 y 10 con igual porcentaje de interés del 13,33% obtuvieron un promedio de 3,3/5 en "Diseño y programación de tecnología" y un promedio de 3,5/5 en el tema "Uso, control y monitoreo de la tecnología".

-En el área funcional de Intereses estratégicos: Se encontraron 9 temáticas de mayor relevancia que fueron detectadas por las herramientas de encuesta aplicada a los afiliados de la AHK, siendo el tema "Crecimiento empresarial, logística e infraestructura" el de mayor promedio con un 3,9/5 y un 33,33% de mayor interés, seguido por "Transición energética y energías alternativas" que obtuvo un promedio del 3,3/5 y un 33,33% de mayor interés. Por otro lado, el tema "Turismo, arte y deporte" logra un promedio del 2,5/5 con un 20,00% de interés, así como "Gestión ambiental, biodiversidad, economía circular" con un promedio del 3,4/5 y un 20,00% de interés. Por otro lado la temática "Desarrollo agroindustrial" logra un promedio del 2,6/5 y un 13,33% de interés, luego se registró con un promedio del 3,1% y un 13,33% de interés el tema "Servicios tecnológicos para industria militar", le sigue "Salud, cuidado, servicios y medicamentos" con un promedio 3,0/5 y el 13,33% de interés, siendo este último el mismo porcentaje para el tema "Educación, diversidad cultural, enfoque de género y seguridad alimentaria" que logra un promedio del 3,1/5 y 13,33% de interés. Concluyendo con las temáticas de interés se encuentran la "Economía campesina, asociatividad y cooperativismo" con un promedio del 2,2/5 y el 6,67% de interés, y para finalizar con el tema "Servicios tecnológicos para industria militar" con un promedio de 2,1/5 y 0% de interés.

3. Entrevistas con afiliados AHK. A continuación se relacionan los resultados principales que serán objeto de desarrollo de acciones formativas en el presente proyecto:

ALLIANZ: Allianz es una empresa líder en el sector de servicios financieros y seguros, con una larga historia de éxito, una amplia gama de productos y servicios, un enfoque en la innovación y la tecnología, un compromiso con la sostenibilidad y una reputación sólida a nivel mundial.

La necesidad identificada hace referencia diseñar una experiencia del usuario fluida, eficiente y satisfactoria que permita a los usuarios realizar tareas de autogestión de manera independiente y sin complicaciones dentro de un sistema determinado. Actualmente Allianz cuenta con una app enfocada en el ramo de salud, que a la fecha ya tiene 6 años de implementada pero no ha logrado el nivel de usabilidad y reconocimiento por parte de los clientes quienes la han valorado con 2.4 ptos./ 5 (con solo 45 reseñas) y 2.5 ptos / 5 (con solo 178 opiniones) en las tiendas de IOS y Android respectivamente, a pesar que desde ella pueden consultar el directorio médico, agendar citas en centros médicos propios y telemedicina para el asegurado y su núcleo familiar, solicitar reembolsos, solicitar autorizaciones, solicitar certificado de viaje, visualizar los carnets del seguro de salud, entre otras. Lo anterior los puede llevar a: Estar desactualizados frente a la competencia, Riesgo de fuga de clientes por falta de tecnología amigable, Incremento de PQRS por las fallas constantes del APP actual. Por lo tanto, buscan Lograr que la nueva APP sea una herramienta para clientes de autogestión en algunos procesos y que reemplace la APP actual que está dirigida solamente a clientes de Salud, ampliando sus funcionalidades a los ramos de Autos, Hogar y Vida. Con esta herramienta buscan ponernos al día en el mercado en cuanto a servicio, transaccionalidad y experiencia del cliente ya que se eliminarían muchos procesos en los que alargan el tiempo de espera para poderle dar una solución o respuesta a sus consultas. Además, se busca que también sea una fuente de actualización de datos directamente por el cliente, para mejorar su contactabilidad.

Messer: Messer Group GmbH, conocida comúnmente como Messer, es una empresa multinacional especializada en gases industriales y medicinales, opera en más de 35 países en Europa, Asia, América del Norte y América del Sur. La empresa tiene una extensa red de plantas de producción, centros de distribución y puntos de venta en todo el mundo para atender las necesidades de sus clientes.

Identifican un problema de desarrollo tecnológico productivo para el área comercial, indican que, en el actual escenario empresarial, la competencia en la industria de gases industriales y medicinales se intensifica, especialmente en términos de costos. La empresa se enfrenta al desafío crítico de mantener su competitividad en un mercado donde los bajos costos de la competencia están ejerciendo presión sobre los márgenes. Por lo tanto, Identificaron la necesidad de optimizar las operaciones comerciales para enfrentase a esta situación y garantizar la sostenibilidad a largo plazo de la empresa.

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

Cargo/ocupaciones/denominación

Cargo

Funciones

Función

Productos

Producto

Producto

Conocimientos

Conocimiento

Habilidades

Habilidad

Actitudes

Actitud

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional

Justificación beneficiarios de los niveles ocupacionales

Número de empresas mipymes a beneficiar

0

Número de trabajadores a beneficiar de empresas mipymes

0

Justificación empresas y trabajadores de mipymes a beneficiar

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

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

Johana Carolina Santana Gómez

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

CÁMARA DE INDUSTRIA Y COMERCIO COLOMBO - ALEMANA - AHK COLOMBIA

Cargo del beneficiario de la formación internacional

Directora de Relaciones Corporativas, Públicas e Institucionales. Funciones esenciales: (1) Desarrollar y mantener relaciones positivas con los afiliados y aliados de la Comunidad empresarial Colombo-Alemana y medios de comunicación, tanto locales como internacionales, (2) Relación con grupos de interés (3) Desarrollar estrategias de Comunicación con los afiliados, que permitan mantener un contacto cercano y de confianza. (4) Proponer y desarrollar nuevos formatos de fidelización para los afiliados de la Cámara. (5) Desarrollar el portafolio de beneficios para los afiliados. (6) Desarrollar estrategias que permitan fortalecer el empresariado colombiano para acercarlo al mercado alemán con todas las herramientas necesarias para su landing exitoso.(7) Organización de Eventos: (7) Desarrollar actividades de Lobbying y Relaciones Gubernamentales. (8) Desarrollo de Alianzas Estratégicas (9) Análisis de Políticas y Tendencias (10) Desarrollar actividades que promuevan la innovación.

Tiempo de vinculación a la empresa

Laboral indefinido
4 años

Descripción del perfil profesional del beneficiario de la formación internacional

Economista con especialización en Dirección Financiera, ganadora del premio a la mejor tesis de grado de Colombia otorgado por la Academia Colombiana de Ciencias Económicas. Experiencia de más de 15 años con enfoque en desarrollo de negocios e innovación. Resumen de la experiencia Profesional: Ha ocupado cargos de responsabilidad en financiero: Directora de Negocios Institucionales y Corporativos, Jefe de marketing publicidad y Coordinadora Financiera en el Banco ProCredit Colombia.
Formación Académica: Diplomado en Gestión de Inversiones y Mercados Financieros - Colegio de Estudios Superiores de Administración CESA (Septiembre 2019) Especialista en Dirección Financiera - Universidad EAN (Mayo 2018) Economista - Universidad de San Buenaventura, Bogotá (Noviembre 2008)

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

Innovación de empresas en pre-internacionalización: podremos fortalecer las capacidades del equipo para entregar a las empresas a las que asesoramos, las herramientas necesarias para desarrollar procesos de innovación en sus líneas de negocio como preparación para su proceso de internacionalización. El nicho al que nos dirigimos es especialmente statups y pequeñas y medianas empresas que buscan expandir su negocio en mercados internacionales. Se impulsa el emprendimiento, el empleo y la formalización de la industria colombiana en sus primeras etapas de inversión. La Cámara promueve el uso de altos estándares de calidad en los procesos de las empresas, que traerá como resultados de largo plazo la mejora en indicadores de crecimiento económico y desarrollo humano. Finalmente, el proceso a impactar promoverá el desarrollo de habilidades de innovación de las empresas que pertenecen a la comunidad empresarial Colombo-Alemana para encaminar su proceso de internacionalización.

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

UNIDADES TEMÁTICAS

Proveedor de la formación - persona jurídica

Material de formación

Gestión del Conocimiento

Ítem Gestion Conocimiento

Artículo

Alineación de la acción de formación

Alineación

Justificación de la Alineación

Acción de formación especializada

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

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

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

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%	Gastos de Operación del Proyecto 10%	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 1.184.200	% 100,00	$ 1.184.200
R09 Formación Internacional	Formación Internacional	$ 34.037.200	% 78,70	$ 0	% 0,00	$ 9.214.400	% 21,30	$ 43.251.600
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	10	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 953.100	% 100,00	$ 953.100

	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida en Especie	% Especie	Contrapartida en Dinero	% Dinero	COSTO TOTAL AF
COSTO TOTAL DE LA AF	$ 34.037.200	% 74,99	$ 0	% 0,00	$ 11.351.700	% 25,01	$ 45.388.900

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	% 1000	10	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 953.100	% 100,00	$ 953.100

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	$ 0	% 0,00	$ 1.184.200	% 100,00	$ 1.184.200

Presupuesto Garantías

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