REPORTE GENERAL DEL PROYECTO

Convocatoria	DG-0001-2024
Código Proyecto	1506
Proyecto	SODIMAC 2024
Modalidad de Presentación	Individual
Estado del Proyecto	**Radicado**
Fecha de Radicación	05/03/2024 18:44

DATOS GENERALES DE LA EMPRESA O GREMIO

DATOS DEL PROPONENTE

Nombre proponente / Empresa / Gremio	SODIMAC COLOMBIA SA	**Sigla**	SODIMAC COLOMBIA SA
Nit	800242106	**Dígito de Verificación**	2
Departamento de Domicilio	BOGOTÁ D.C	**Ciudad/Municipio de Domicilio**	BOGOTÁ(BOGOTÁ D.C)
Dirección de Domicilio	CR 68D N° 80 - 70	**Cobertura**	Nacional
Número de Teléfono	3102704882	**Página Web**	https://www.homecenter.com.co/
Código CIIU	47191	**Actividad Económica**	COMERCIO AL POR MENOR EN ESTABLECIMIENTOS NO ESPECIALIZADOS CON SURTIDO COMPUESTO PRINCIPALMENTE POR PRODUCTOS DIFERENTES DE ALIMENTOS (VÍVERES EN GENERAL) Y BEBIDAS Y TABACO (EXCEPTO DROGAS, MEDICAMENTOS, TEXTOS ESCOLARES, LIBROS Y CUADERNOS.)
Tipo de Organización	Privada	**Tamaño de la Empresa/Gremio**	GRANDE
Los trabajadores de la Empresa o de las empresas afiliadas han obtenido certificación de competencias laborales del SENA?	Si	**Empresa/Gremio exportadora**	Si
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
Talento Humano

Datos representante legal de la Empresa/Gremio proponente

Tipo de Identificación	Cédula de Ciudadanía	**Número de Identificación**	39778046
Nombre Completo	KARYM CECILIA GIRJALBA MARMOL	**Cargo en la Empresa**	SEGUNDO SUPLENTE DEL REPRESENTANTE LEGAL
Email	kgrijalba@homecenter.co	**Teléfono**	3123153095

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.	1094926994	Luisa Fernanda Herrera Torres	Líder Nacional de Formación	3102204882	lherrerato@homecenter.co
Persona Encargada del Área de Comunicaciones	C.C.	1094926994	Luisa Fernanda Herrera Torres	Líder Nacional de Formación	3102204882	lherrerato@homecenter.co
Persona Encargada de Sustentar el Proyecto	C.C.	1094926994	Luisa Fernanda Herrera Torres	Líder Nacional de Formación	3102204882	lherrerato@homecenter.co

GENERALIDADES DE LA EMPRESA O GREMIO

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

Sodimac Colombia S.A, en adelante Sodimac Colombia, es una empresa colombiana, cuyos accionistas principales son la Organización Corona S.A. y sus vinculadas con un 51% de participación accionaria e Inversiones Falabella de Colombia S.A. con un 49%. La Sociedad se constituyó legalmente en 1994. A partir de este momento Sodimac inicia su expansión como una gran cadena de retail en el país.

El objeto social de Sodimac Colombia es:

La sociedad tendrá como objeto principal la compra, venta, distribución, fabricación, producción, importación, exportación, transporte y comercialización de artículos, productos, aptos para uso o consumo humano o para consumo animal, incluyendo dentro de estos todo tipo de peces, mascotas y animales, bienes, maquinaria, y servicios que se destinen para los sectores de la construcción, decoración, remodelación, mejoramiento, dotación y/o equipamiento del hogar, comercialización de insumos agropecuarios y/o semillas para siembra, equipos de vigilancia y seguridad privada, así como todos los servicios que sean complementarios a las actividades anteriormente descritas. Para el desarrollo de su objeto social la sociedad podrá: A) Comprar o vender, recibir o dar en consignación o realizar negocios jurídicos a cualquier título, así como distribuir, agenciar y representar artículos, marcas nacionales o extranjeras, productos y servicios suministrados por personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras o de cualquier manera comercializar o distribuir cualquier tipo de bienes para el consumo masivo y al detal. B) Para la expansión, modernización adecuación y desarrollo de sus establecimientos de comercio y oficinas la sociedad podrá realizar el diseño, implantaciones, planeación, desarrollo, construcción, ejecución y venta de proyectos inmobiliarios, comerciales o residenciales de todo tipo, destinados o no a sus establecimientos de comercio actuando en nombre propio o por intermedio de terceros para llevarlos a cabo. C) Realizar todo tipo de negocios jurídicos sobre bienes inmuebles, muebles, corporales o incorporales propios, o recibidos a cualquier título. D) Prestar los servicios directamente o por intermedio de terceros de parqueadero, estacionamiento de vehículos particulares o públicos, instalaciones, remodelaciones, construcciones de obras civiles, alquiler y mane]o de herramientas, maquinarias y equipos de cualquier naturaleza, transporte de mercancías. E) Podrá desarrollar formatos de ventas en espacios cerrados o abiertos al público, destinados a un público y clientes específicos. F) Representar todo tipo de personas jurídicas o naturales nacionales o extranjeras, G) Realizar todo tipo de operaciones, actos y negocios jurídicos de cualquier naturaleza con personas naturales, jurídicas de carácter pública, privada o mixta, nacionales o extranjeras otorgando las garantías o avales que se requieran para los mismos H) Abrir establecimientos de comercio, sucursales, agencias dentro o fuera del territorio colombiano. (2) participar con personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, de derecho público, privado o mixto en el territorio colombiano o en el exterior, en la constitución de cualquier tipo de persona jurídica o entidad que desarrolle actividades complementarias, similares, conexas, necesarias o útiles para el desarrollo del objeto social de la sociedad, o que sean de conveniencia i general para los accionistas. I) De igual forma para cumplimiento de su objeto social la sociedad podrá comprar, vender, invertir en titulas valores, bonos y acciones emitidos por entidades públicas o privadas, cualquiera sea la naturaleza u objeto social de la entidad receptora de la inversión; girar, suscribir, endosar,
adquirir, aceptar, cobrar, protestar, transferir, ceder, cancelar o pagar y disponer en cualquier forma de letras de cambio, cheques, giros o cualquiera otros títulos valores o efectos de comercio, o aceptarlos en pago, y de manera general, efectuar en cualquier parte, sea en su propio nombre, sea por cuenta de terceros o en participación con ellos, así como la de realizar cualquier actividad lícita de comercio toda clase de operaciones civiles, comerciales e industriales que puedan favorecer o desarrollar sus actividades o de las empresas en que ella tenga interés y que en forma directa se relacionen con el objeto social. Se entienden incluidos en el objeto social los actos directamente relacionados con el mismo y los que tenga como finalidad ejercer los derechos o cumplir las obligaciones, legal o convencionalmente derivados de la existencia y actividad de la sociedad.

Al respecto de las acciones de formación presentadas se puede indicar que:

- La acción Transformando el mindset ágil para generar valor y oportunidades en tiempos de cambio exponencial se alinea con el objeto social de Sodimac Colombia ya que inspira y potencializa a los colaboradores de Sodimac Colombia para desarrollar las capacidades ágiles que les permitan generar valor exponencial al cliente y al negocio de forma competitiva mientras ejecutan el objeto social de la compañía.
- La acción Transformando la experiencia del Colaborador para la competitividad organizacional en entornos de alta transformación digital y cambio se alinea con el objeto social de Sodimac Colombia ya que busca mejorar la gestión del talento humano de la compañía para garantizar su permanencia y desarrollo, impactando positivamente la ejecución del objeto social.
- La acción Construyendo la experiencia del cliente futuro se alinea con el objeto social de Sodimac Colombia ya que aplicar mejoras puntuales al proceso de definición de los objetivos estratégicos de la compañía a mediano y largo plazo para impactar la gestión de la experiencia del cliente del futuro nos permitirá ser sostenibles en el largo plazo para continuar con la ejecución del objeto social.
- La acción Gestionando el retail y la omnicanalidad en entornos de hiperaceleracion digital se alinea con el objeto social de Sodimac Colombia ya que permite aplicar una adecuada gestión de los canales a través de los cuales comercializamos los productos y servicios que ofrecemos a nuestros clientes.
- La acción Direccionamiento estratégico para la resiliencia y adaptación en entornos de hiperaceleracion digital se alinea con el objeto social de Sodimac Colombia ya que nos permitirá formular las estrategias necesarias para adaptarnos a los cambios del entorno y ser sostenibles en el tiempo para continuar operando en el mercado.

La compañía cuenta con tres formatos comerciales integrados a través de canales físicos y virtuales, que le permiten atender requerimientos de cualquier cliente en los productos y servicios que se necesitan para construir, remodelar, mejorar hogares, empresas, oficinas, locales comerciales y otros espacios. Nuestros clientes podrán encontrar más de 64.000 referencias distribuidas en más de 25 familias de productos y servicios a través de:

Sodimac, que está orientado a las familias que necesitan remodelar, decorar y mejorar sus hogares. Los clientes pueden encontrar productos en las familias de ferretería, pintura, iluminación, baños y cocinas, decoración, pisos y paredes, jardinería, hogar y construcción, entre otros; Constructor, que cubre necesidades de arquitectos, ingenieros, constructores, contratistas y demás especialistas en la construcción. Las tiendas ofrecen todo lo que necesita un proyecto de construcción, en cualquiera de sus etapas: obra negra, gris o blanca; y, Sodimac Empresas, que se encarga de atender todos los requerimientos en productos y servicios para los clientes empresariales tales como constructoras, empresas, industrias, instituciones públicas y privadas, fondos de empleados, entidades educativas, comercio, empresas de servicio, entre otras.

Al respecto de las acciones de formación presentadas se puede indicar que:

- La acción Transformando el mindset ágil para generar valor y oportunidades en tiempos de cambio exponencial se alinea con los productos y servicios de Sodimac Colombia ya que permite apropiar capacidades de trabajo ágil que conduzcan a desplegar mejoras a los mismos.
- La acción Transformando la experiencia del Colaborador para la competitividad organizacional en entornos de alta transformación digital y cambio se alinea con los productos y servicios de Sodimac Colombia ya que busca mejorar la gestión del talento humano de la compañía para garantizar su permanencia y desarrollo, lo que facilita el desarrollo y mejora de los productos y servicios que ofrecemos a nuestros clientes.
- La acción Construyendo la experiencia del cliente futuro se alinea con los productos y servicios de Sodimac Colombia ya que aplicar mejoras puntuales al proceso de definición de los objetivos estratégicos de la compañía a mediano y largo plazo para impactar la gestión de la experiencia del cliente del futuro nos permitirá que los productos que ofrecemos sigan siendo competitivos en el mediano y largo plazo.
- La acción Gestionando el retail y la omnicanalidad en entornos de hiperaceleracion digital se alinea con los productos y servicios de Sodimac Colombia ya que permite aplicar una adecuada gestión de los canales a través de los cuales comercializamos los productos y servicios que ofrecemos a nuestros clientes.

- La acción Direccionamiento estratégico para la resiliencia y adaptación en entornos de hiperaceleracion digital se alinea con los productos y servicios de Sodimac Colombia ya que nos permitirá formular las estrategias necesarias para adaptarnos a los cambios del entorno para actualizar nuestra oferta de productos y servicios y la forma como los ofertamos, para ser sostenibles en el tiempo.

Situación actual y proyección de la empresa/gremio

Sodimac Colombia en su situación actual continua con una estrategia omnicanal de relacionamiento con sus clientes, en donde combina una red de tiendas físicas con presencia nacional con la potencia del e-commerce, todo soportado en una capacidad logística que permite llegar con sus productos y servicios a más de 800 municipios de Colombia. Como resultado de esta estrategia, las ventas del retail digital crecen 30% vs. 2021, donde se destaca la implementación de la nueva versión de pantallas digitales en tienda y un positivo desempeño del App Sodimac: 43 millones de visitas y 845.000 usuarios activos. El peso de las ventas de Retail Digital aumentaron 1 punto porcentual versus el año pasado, llegando a pesar el 15% de la venta. Así mismo, el Cliente Profesional aumentó 4 puntos porcentuales de participación en las ventas, comparado con el año anterior (Sodimac, Informe de fin de ejercicio 2022). Es importante indicar que la información financiera de 2023 se encuentra en revisión y aprobación de los canales pertinentes dentro de la compañía por lo que su difusión aun no está autorizada. Los logros de Sodimac Colombia son el reflejo del trabajo y esfuerzo continuo de los más de 8.700 colaboradores/as que hacen parte de esta gran familia y que día a día ponen su conocimiento y camaradería al servicio de nuestros clientes. En los últimos años se implementó un modelo de hiperaceleración digital que permitió a la compañía llegar a más destinos y consumidores a nivel nacional. De este modo, en 2022 se alcanzó un valor de 5,9 billones de pesos en ventas netas, aumentando un 14 % frente a 2021 y cumpliendo el plan en 113%. Adicionalmente, se llegó a 7 mil millones de clientes compradores. La compañía tiene 40 tiendas en 25 ciudades del país (Sodimac, Informe de sostenibilidad, 2022)

Para el año 2023 las principales afectaciones por temas tributarios vinieron por: (i) el cambio en el tratamiento del impuesto del ICA, el cual pasó de descuento del 50% del monto pagado a ser una deducción de renta y (ii) la limitación en descuentos en los proyectos de ciencia y tecnología. Estimamos que estos efectos llevarán a un incremento de 2.5 puntos porcentuales en la tasa de renta. Se gestionó el riesgo de disminución de márgenes por la variación en factores macroeconómicos, y por ende el cumplimiento de los objetivos y la rentabilidad. Frente a un entorno competitivo volátil, la Compañía ejecutó de manera disciplinada la política de cobertura cambiaria, así como de revisión de precios en el mercado para asegurar su competitividad y rentabilidad (Sodimac, Informe de fin de ejercicio 2022).

Con base en la nueva realidad de la cadena de abastecimiento local y global, se ajustaron los parámetros del proceso de compras (especialmente con proveedores claves) y los pronósticos ajustados a la tendencia de ventas. Por último, y adicional al robustecimiento de la infraestructura logística, se definió un protocolo para el manejo de grandes picos o desbalances de la cadena de abastecimiento global. El avance en la gestión de este riesgo y las acciones de monitoreo tienen un espacio semanal en el Comité de Gerencia para evaluar su evolución.

En el entorno competitivo, se prevé un mercado dinámico y de rápido ajuste a las condiciones económicas y de consumo. En cuanto al sector de construcción de vivienda, seguiremos con atención la evolución de los lanzamientos y ventas de proyectos. Este año seguiremos desarrollando experiencias que permitan ampliar nuestro espectro omnicanal,
potenciando el retail digital, consolidando el rol de las tiendas y mejorando la interacción de los clientes con nuestras marcas en todo el viaje de compra. Seguiremos en la búsqueda de ampliar la huella de mercado que atendemos, profundizando el desarrollo de los negocios de retail e institucional. Por último, esperamos avanzar con paso firme en las iniciativas ambientales y sociales que beneficien a la sociedad como un todo.

Al respecto de las acciones de formación presentadas se puede indicar que:

- La acción Transformando el mindset ágil para generar valor y oportunidades en tiempos de cambio exponencial se alinea con la situación actual de Sodimac Colombia ya que permite continuar con el proceso de hiperaceleración digital que se lleva a cabo aprovechando las ventajas de los mismos.
- La acción Transformando la experiencia del Colaborador para la competitividad organizacional en entornos de alta transformación digital y cambio se alinea con la situación actual de Sodimac Colombia ya que garantizar la permanencia y desarrollo de nuestro talento humano nos permite conservar la posición competitiva que hoy tenemos en el país.
- La acción Construyendo la experiencia del cliente futuro se alinea con la situación actual de Sodimac Colombia ya que permite a la compañía a partir de las condiciones del entorno actuales y las proyecciones futuras, tomar acciones para mantener los buenos resultados y la capacidad de generar empleo que hoy tenemos.
- La acción Gestionando el retail y la omnicanalidad en entornos de hiperaceleracion digital se alinea con la situación actual de Sodimac Colombia ya que aplicar una adecuada gestión de los canales a través de los cuales comercializamos los productos y servicios que ofrecemos a nuestros clientes nos ayudará a continuar con el nivel de ingresos y generación de empleos que ahora tenemos.
- La acción Direccionamiento estratégico para la resiliencia y adaptación en entornos de hiperaceleracion digital se alinea con la situación actual de Sodimac Colombia ya que nos permite, tomando como base las condiciones de entorno y las propias, formular estrategias para ser capaces de adaptarnos y evolucionar para mantener nuestra posición competitiva.

La proyección de Sodimac Colombia es la siguiente: Juntos construimos sueños y proyectos de hogar; para lo cual, desarrollamos con innovación y sostenibilidad, ofreciendo los mejores productos, servicios y asesoría al mejor precio del mercado, para inspirar y construir los sueños y proyectos de nuestros clientes. Nuestra visión es ser la empresa líder de proyectos para el hogar y construcción que, mejorando la calidad de vida, sea la más querida, admirada y respetada por la comunidad, los clientes, los trabajadores y los proveedores en América Latina.

Al respecto de las acciones de formación presentadas se puede indicar que:

- La acción Transformando el mindset ágil para generar valor y oportunidades en tiempos de cambio exponencial se alinea con la proyección de Sodimac Colombia ya que inspira a los colaboradores para desde sus puestos de trabajo contribuyan de forma ágil y efectiva a mejorar los productos, servicios y asesoría necesarios para construir los sueños de nuestros clientes.
- La acción Transformando la experiencia del Colaborador para la competitividad organizacional en entornos de alta transformación digital y cambio se alinea con la proyección de Sodimac Colombia ya que garantizar la permanencia y desarrollo de nuestro talento humano nos permite cumplir con nuestra promesa mejorar la calidad de vida de nuestros clientes ofreciendo servicios y productos ajustados a sus necesidades.
- La acción Construyendo la experiencia del cliente futuro se alinea con la proyección de Sodimac Colombia ya que nos permite continuar con la promesa de construir los sueños de nuestros clientes en el futuro.
- La acción Gestionando el retail y la omnicanalidad en entornos de hiperaceleracion digital se alinea co la proyección de Sodimac Colombia ya que se enfoca en los canales tanto físicos como virtuales a través de los cuales acompañamos a nuestros clientes en la construcción de sus sueños.
- La acción Direccionamiento estratégico para la resiliencia y adaptación en entornos de hiperaceleracion digital se alinea con la proyección de Sodimac Colombia ya que nos permitirá crear las condiciones necesarias para continuar con nuestra presencia en el mercado respondiendo adecuadamente a los desafíos del entorno.

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

La Compañía se preocupa por el entorno en que opera y es consciente de la responsabilidad que tiene para protegerlo, por lo que está comprometida con el desarrollo sostenible a través de la implementación de planes para prevenir, minimizar, mitigar y compensar los impactos que pueda generar.

La Compañía cuenta con programas de inclusión, donde sobresalen las iniciativas de vinculación laboral a población en situación de discapacidad cognitiva y vulnerabilidad económica. Se destaca la vinculación de 123 personas en condición de discapacidad cognitiva y 7 física, así como de 34 personas en situación de vulnerabilidad económica. Adicionalmente, la Compañía busca fomentar programas de proveeduría local, compras sostenibles y consumo responsable (Sodimac, Informe de fin de ejercicio 2022).

A nivel ambiental, la Compañía ha puesto en marcha programas de mitigación y adaptación al cambio climático que buscan mejorar la eficiencia energética y mitigar y compensar la huella de Carbono. Adicionalmente, cuenta con políticas de manejo de residuos en distintas categorías, donde se destacan los siguientes resultados de reciclaje y correcta disposición de residuos: 46.000 baterías, 128.000 llantas, 7 toneladas de pilas, 3.900 toneladas cartón, 32 toneladas de iluminación. Sodimac está constantemente revisando los cambios de políticas en materia medio ambiental para realizar los ajustes necesarios y garantizar un cumplimiento de la normatividad (Sodimac, Informe de fin de ejercicio 2022).

• Premio Camacol 2018 a Mejor Práctica de Gestión Socio Laboral por el programa de inclusión laboral: Manos Capacitadas.

• Reconocimiento por parte de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI), como una de las Empresas Inspiradoras en Colombia por nuestro programa de inclusión laboral (2018).

• Reconocimiento como Empresa Líder en Inclusión Laboral en Colombia otorgado por Cuso International (2018).

• Premio Colombiano de Sostenibilidad a las Buenas Prácticas Laborales de La Federación Colombiana de Gestión Humana (ACRIP) y el Centro Internacional de Responsabilidad Social y Sostenibilidad (Centro RS) (2018).

• Reconocimiento por parte de Great Place To Work como Una de las Mejores Empresas Para Trabajar. Puesto No.12 (2018).

• Reconocimiento por parte de Great Place To Work por tener políticas y prácticas de ambiente laboral que generan confianza y compromiso organizacional (2018).

• Reconocimiento desarrollo sostenible: 40 tiendas y 3 centros de distribución certificados en ISO 14001:2015

https://www.Sodimac.com.co/Sodimac-co/content/informacion-inversionistas/

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

En 2023 realizamos 295.000 horas de formación distribuidas en la escuela logística, la escuela de eficiencia, la escuela de seguridad y salud en el trabajo, la escuela de medios de pago y la escuela Homecenter Empresas. Esta beneficiaron al talento estratégico, al talento especializado y al talento joven de la compañía.

En 2022 en el desarrollo de nuestra gente se realizaron 247 mil horas de formación y se lograron 95 puntos en las pruebas de conocimiento técnico. Además de la formación en proyectos, trabajamos en una oferta de conocimiento más especializado a través de convenios interinstitucionales para construir programas educativos a la medida y avalados por el Ministerio de Educación, que impactan de manera importante la operación, mejoran la experiencia de los clientes y retienen nuestro mejor talento.

En el pasado realizamos también proyectos de formación continua especializada con el SENA.

La proyección de Sodimac Colombia es la siguiente: Juntos construimos sueños y proyectos de hogar; para lo cual, desarrollamos con innovación y sostenibilidad, ofreciendo los mejores productos, servicios y asesoría al mejor precio del mercado, para inspirar y construir los sueños y proyectos de nuestros clientes. Nuestra visión es ser la empresa líder de proyectos para el hogar y construcción que, mejorando la calidad de vida, sea la más querida, admirada y respetada por la comunidad, los clientes, los trabajadores y los proveedores en América Latina.

Para alanzar dicha proyección definimos los valores de respeto, excelencia, integridad y responsabilidad en una cultura que promueve hacer de la organización un espacio en donde convergen la diversidad, la calidad humana y la inclusión social. Nuestro reto está en entender los cambios del mercado, la economía y las necesidades de nuestros clientes con
la finalidad de estar actualizados y ofrecer los mejores productos y servicios. Por esta razón, estamos dispuestos a adaptarnos constantemente, incorporando las nuevas opiniones e ideas. La colaboración es fundamental, ya que somos nosotros, los trabajadores de la empresa, los encargados de asumir y buscar solución a los cambios. Para ello nos plantemos los siguientes retos estratégicos:
¬
- Poner siempre al cliente y al seller en el centro.
¬ - Actuar con velocidad y experimentación.
¬- Tener mentalidad de cambio.
¬- Trabajar colaborativamente.

Al respecto de las acciones de formación presentadas se puede indicar que:

- La acción Transformando el mindset ágil para generar valor y oportunidades en tiempos de cambio exponencial se alinea con los retos estratégicos de Sodimac Colombia ya que contribuye al ACTUAR CON VELOCIDAD Y EXPERIMENTACIÓN en desarrollo de su trabajo.
- La acción Transformando la experiencia del Colaborador para la competitividad organizacional en entornos de alta transformación digital y cambio se alinea con los retos estratégicos de Sodimac Colombia ya que contribuye a TRABAJAR COLABORATIVAMENTE y a PONER SIEMPRE AL CLIENTE Y AL SELLER EN EL CENTRO, pues al gestionar la experiencia del colaborador dentro de la compañía se crea el escenario en que su desempeño se potencia y se pone al servicio de los clientes, mejorando el ambiente de trabajo.
- La acción Construyendo la experiencia del cliente futuro se alinea con los retos estratégicos de Sodimac Colombia ya que contribuye a ACTUAR CON VELOCIDAD Y EXPERIMENTACIÓN y TENER MENTALIDAD DE CAMBIO al permitir mirar hacia el futuro para tomar las acciones hoy para prepararnos para responder al cliente del mañana.
- La acción Gestionando el retail y la omnicanalidad en entornos de hiperaceleracion digital se alinea con los retos estratégicos de Sodimac Colombia ya que contribuye a PONER SIEMPRE AL CLIENTE Y AL SELLER EN EL CENTRO pues se enfoca en gestionar los canales de venta de productos y servicios procurando impactar positivamente la experiencia de los clientes al adquirir nuestros productos y servicios.
- La acción Direccionamiento estratégico para la resiliencia y adaptación en entornos de hiperaceleracion digital se alinea con todos los retos estratégicos de Sodimac Colombia ya que se enfoca en las estrategias y políticas que se despliegan a través de la organización para garantizar un adecuado cumplimiento de los objetivos estratégicos que hacen parte de cada uno de los retos antes mencionados.

Sector(es) al que pertenece la Empresa/Gremio

Sector
Comercio

SubSector(es) al que pertenece la Empresa/Gremio

Sub Sector
Comercio

Sector(es) que representa la Empresa/Gremio

Sector
Comercio

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

Sub Sector
Comercio

DESCRIPCIONES GENERALES DEL PROYECTO

Objetivo general del proyecto

Cerrar las brechas de capital humano identificadas para los colaboradores de SODIMAC Colombia S.A., de todos los niveles organizacionales, mediante el adelanto de acciones de formación a la medida de las necesidades de la empresa, potenciando su desarrollo productivo y competitivo; a través de la maximización de los beneficios de la hiperaceleración digital que adelantamos gracias al fortalecimiento de la gestión estratégica y de retail, la gestión de la experiencia del cliente y de los colaboradores y la consolidación de prácticas de trabajo ágil al interior de la organización.

PLAN OPERATIVO

AF N°	*Acción de Formación*	*Modalidad de formación*	*Evento de aprendizaje*	*N° de grupos*	*Horas x grupo*	*N°de beneficiarios AF*	*Cofinanciación SENA*	*Contrapartida especie*	*Contrapartida dinero*	*Valor total AF*	*Valor hora beneficiario*
1	TRANSFORMANDO EL MINDSET ÁGIL PARA GENERAR VALOR Y OPORTUNIDADES EN TIEMPOS DE CAMBIO EXPONENCIAL	Presencial Híbrida	Conferencia	1	2	80	$ 6.549.785	$ 0	$ 5.358.935	$ 11.908.720	$ 74.429
2	Transformando la experiencia del Colaborador para la competitividad organizacional en entornos de alta transformación digital y cambio	Presencial	Bootcamp	1	16	20	$ 10.695.960	$ 0	$ 8.752.220	$ 19.448.180	$ 60.775
3	Construyendo la experiencia del cliente del futuro	Presencial	Maximizando tu proceso	1	24	10	$ 17.417.510	$ 0	$ 14.250.690	$ 31.668.200	$ 131.950
4	GESTIONANDO EL RETAIL Y LA OMNICANALIDAD EN ENTORNOS DE HIPERACELERACION DIGITAL	Presencial asistida por tecnologías-PAT	Diplomado	1	80	30	$ 33.787.380	$ 0	$ 27.644.220	$ 61.431.600	$ 25.596
5	DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO PARA LA RESILIENCIA Y ADAPTACION EN ENTORNOS DE HIPERACELERACION DIGITAL	Presencial	Diplomado	2	80	50	$ 50.149.365	$ 0	$ 41.093.935	$ 91.243.300	$ 22.810

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	190	$ 118.600.000		$ 0		$ 97.100.000	

Presupuesto Total del Proyecto

	Cofinanciación SENA	Contrapartida especie	Contrapartida dinero	Valor total proyecto
Total Presupuesto Proyecto	$ 118.600.000	$ 0	$ 97.100.000	$ 215.700.000

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
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	$ 69.798.870	% 058,18	$ 0	% 000,00	$ 50.181.930	% 041,82	$ 119.980.800
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	$ 33.792.220	% 056,22	$ 0	% 000,00	$ 26.313.180	% 043,78	$ 60.105.400
R01.3.1.2 Honorarios Lider - Lider nacional	$ 4.362.185	% 054,53	$ 0	% 000,00	$ 3.637.815	% 045,47	$ 8.000.000
R02.1 Alojamiento, Manutención y Transporte Local - Capacitador nacional	$ 0	% 000,00	$ 0	% 000,00	$ 1.125.000	% 100,00	$ 1.125.000
R02.2 Alojamiento, Manutención y Transporte Local - Capacitador internacional - Lider mundial - Lider nacional	$ 0	% 000,00	$ 0	% 000,00	$ 125.000	% 100,00	$ 125.000
R05.2.1.1 Material de Formación - Impreso - Impresión de cartillas, de 1 a 200 unidades	$ 4.540.800	% 055,00	$ 0	% 000,00	$ 3.715.200	% 045,00	$ 8.256.000
R06.1.1.2 Alquiler de Salones y/o Espacios - Aulas convencionales hasta 30 beneficiarios	$ 4.358.125	% 067,67	$ 0	% 000,00	$ 2.081.875	% 032,33	$ 6.440.000
R06.1.1.3 Alquiler de Salones y/o Espacios - Salones Hoteles, laboratorios, aulas gastronomia o salones empresariales hasta 30 beneficiarios	$ 0	% 000,00	$ 0	% 000,00	$ 4.000.000	% 100,00	$ 4.000.000
R06.1.2.2 Alquiler de Salones y/o Espacios - Aulas convencionales entre 31 y 100 beneficiarios	$ 174.000	% 054,94	$ 0	% 000,00	$ 142.720	% 045,06	$ 316.720
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	$ 1.573.800	% 062,95	$ 0	% 000,00	$ 926.200	% 037,05	$ 2.500.000
R10.3 Garantías	$ 0	% 000,00	$ 0	% 000,00	$ 479.000	% 100,00	$ 479.000
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	$ 0	% 000,00	$ 0	% 000,00	$ 4.372.080	% 100,00	$ 4.372.080
TOTAL	**$ 118.600.000**	**% 054,98**	**$ 0**	**% 000,00**	**$ 97.100.000**	**% 045,02**	**$ 215.700.000**

ACCIONES DE FORMACIÓN

AF N° Accion de Formación	*Detalle AF*
1 TRANSFORMANDO EL MINDSET ÁGIL PARA GENERAR VALOR Y OPORTUNIDADES EN TIEMPOS DE CAMBIO EXPONENCIAL	IR AL DETALLE DE LA AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1506#AF-6396)
2 Transformando la experiencia del Colaborador para la competitividad organizacional en entornos de alta transformación digital y cambio	IR AL DETALLE DE LA AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1506#AF-6397)
3 Construyendo la experiencia del cliente del futuro	IR AL DETALLE DE LA AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1506#AF-6398)
4 GESTIONANDO EL RETAIL Y LA OMNICANALIDAD EN ENTORNOS DE HIPERACELERACION DIGITAL	IR AL DETALLE DE LA AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1506#AF-6401)
5 DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO PARA LA RESILIENCIA Y ADAPTACION EN ENTORNOS DE HIPERACELERACION DIGITAL	IR AL DETALLE DE LA AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1506#AF-6413)

AF N° : 1

ACCIÓN DE FORMACIÓN : TRANSFORMANDO EL MINDSET ÁGIL PARA GENERAR VALOR Y OPORTUNIDADES EN TIEMPOS DE CAMBIO EXPONENCIAL

Volver al Listado de AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1506#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

Promover una cultura de trabajo ágil al interior de la organización, que permita responder de manera oportuna a los cambios en el consumidor, la tecnología y la competencia que caracterizan al sector del retail.

Herramientas utilizadas para obtener la necesidad

Herramienta Utilizada	*Muestra Poblacional*
Otra	150

Fecha de diagnóstico

06/02/2024

Otro tipo de herramienta, cual?

Universidad Corporativa -Plan formacion

La herramienta es de creación propia?

Si

La Empresa/Gremio cuenta con un plan de capacitación?

Si

Descripción de la herramienta

Tenemos un plan de Formación que funciona bajo el modelo de Universidad Corporativa (Mundo Eureka). Esta Universidad funciona a través de Escuelas, Programas y Rutas de capacitación, los cuales son diseñados por expertos internos y externos y parten de la realidad del negocio y sus necesidades: nos basamos en la estrategia, grandes promesas, modelo de negocio, proyectos e iniciativas clave, y por supuesto en los desafíos planteados por el entorno; para diseñar y ejecutar nuestras acciones de formación, utilizando tanto información primaria como secundaria, de fuentes tanto internas como externas. De esa forma identificamos las necesidades de formación y brechas de competencia que queremos solucionar.

Resumen de resultados principales del diagnóstico de necesidades de formación

De tipo cualitativo:

*En el plan de formación de Sodimac Colombia S.A se documenta, como resultado de las entrevistas con los lideres de los procesos misionales, que se debe fortalecer la apropiación de la orientación al trabajo ágil en todos los niveles organizacionales.

*En el plan de formación de Sodimac Colombia S.A se documenta, como resultado de las entrevistas con los lideres de los procesos misionales, que se deben fortalecer las competencias del talento humano para llevar a cabo mejoras en los procesos de gestión del talento dentro de Sodimac, para fortalecer los indicadores de rotación de personal y maximizar las posibilidades de desarrollo de carrera para el personal clave.

*La necesidad por gestionar la experiencia del cliente es sintetizada en gran forma por la consultora norteamericana EY: “La experiencia del consumidor está evolucionando rápidamente desde un proceso transaccional centrado simplemente en buscar y comprar, a un modelo construido sobre relaciones profundas y enriquecedoras en cada paso del viaje del cliente. Los minoristas y las marcas deben convertirse en una parte indispensable de la vida de los consumidores. Deben desarrollar una comprensión sofisticada de la forma en que los consumidores viven, comen, compran, trabajan y juegan, y utilizar este conocimiento para brindar valor en el lugar correcto y en el momento correcto. Un vieje del consumidor basado en la experiencia no es poca cosa. Requiere una visión de todo el negocio centrada en el consumidor, desde la cadena de suministro y el modelo operativo hasta el contenido y el marketing, y un ecosistema tecnológico impulsado por datos de los consumidores en tiempo real (EY, Cómo dar forma a la experiencia del consumidor puede optimizar el crecimiento, 2023). Para llegar a ese ecosistema tecnológico adecuado se deben generar las condiciones necesarias para generar procesos de transformación digital pertinentes, adecuados a las necesidades de los clientes.
*Del plan de formación interno se extrae que se han identificado brechas de competencia de los colaboradores para apropiar los nuevos conceptos de gestión de retail aplicables a entornos de alta transformación digital y omnicanalidad.

*Deloitte hablando del retail del futuro ratifica la necesidad de centrarse en el cliente y en fortalecer las capacidades para responder a entornos extremadamente cambiantes en tecnología, competencia, y comportamiento del consumidor; y plantea la necesidad de agilidad para mantenerse sostenibles: “La centralidad en el cliente y la colaboración deben ir acompañadas de procesos de toma de decisiones rápidos y ágiles. Los minoristas deben lanzar nuevas primeras versiones de productos rápidamente, aprender de los comentarios de los clientes e integrarlos constantemente para realizar mejoras continuas en los productos. Esto requiere procesos de toma de decisiones rápidos y ágiles gestionados por un sistema de gobernanza iterativo, en lugar de largos procesos internos de toma de decisiones que se centren en productos pensados hasta el último detalle” (Deloitte, La nueva operación minorista, Modelo del futuro, 2020).

De tipo cuantitativo:
*- Según datos de KPMG, “en los últimos diez años la rentabilidad de la empresa minorista ha decrecido en hasta un 50% en muchos de los principales mercados, lo que ha generado grandes presiones sobre los márgenes

de ganancia a medida que los costos asociados con la producción de bienes, mano de obra, capital, operaciones y otros gastos comerciales se han disparado" (KPMG, Tendencias 2023 para la industria de Consumo y Retail en América del Sur). En este informe, se cita el ejemplo de Falabella, quien dentro de las medidas que tomó para optimizar sus costos y acelerar el proceso de transformación interna, apostó por una estructura más ágil, simple y eficiente, con su estrategia omnicanal.

*El indicador de rotación de personal de Sodimac Colombia SA para el cierre de 2023 es del 28.75% con un total de 2420 retiros. Por niveles ocupacionales, la alta gerencia tiene una rotación del 9.82%, las jefaturas y coordinaciones del 16.65% y los cargos base del 30.70%. Para maximizar el valor de los procesos de transformación digital que adelanta la organización es prioritario desplegar estrategias que permitan conservar al talento que participa de las implementaciones, ofreciéndoles propuestas de valor atractivas que reduzcan tales índices de rotación.

*Los datos disponibles de la operación de Sodimac, a través de Homecenter, muestran que se consiguieron 7,021,761 clientes compradores, de los cuales 646,621 son omnicanal. De 25.598.114 transacciones se tuvieron 155.059 reclamos, 1.117.691 devoluciones y 120.710 solicitudes de servicio técnico. Es importante indicar que la proporción de reclamos frente al numero de transacciones fue del 0.6% en 2022, mismo nivel alcanzado en 2020 (Sodimac Colombia, Reporte de Sostenibilidad, 2022). Si bien las cifras son muy positivas, los cambios constantes en el sector y las características del cliente hacen necesario ajustar constantemente las estrategias para mantener la posición competitiva, impulsado procesos de transformación digital que permitan impactar positivamente la experiencia del cliente.

* La necesidad de desplegar las mejores prácticas en gestión de retail a nuestros colaboradores se explica por el tamaño de la operación de Sodimac Colombia, donde se continua con una estrategia omnicanal de relacionamiento con sus clientes, en donde combina una red de tiendas físicas con presencia nacional con la potencia del e-commerce, todo soportado en una capacidad logística que permite llegar con sus productos y servicios a más de 800 municipios de Colombia. En la actualidad se tienen 40 almacenes, 3 centros de distribución, 3 plataformas de distribución regionales, 1 bodega alterna,1 call center y 1 oficina de apoyo a tiendas así como 199.294 referencias activas de productos (Sodimac Colombia, Reporte de sostenibilidad, 2022). El tamaño de la organización y su nivel de crecimiento demandan una constante actualización de las practicas que se utilizan para la gestión del retail.

El Foro económico mundial destaca el papel del COVID 19 en la acelerada transformación digital que el mundo ha vivido en los últimos años: "La transformación digital es una de las tendencias más importantes que ha surgido en los últimos años …. Debido a la pandemia, empresas de todos los sectores y regiones aceleraron la adopción de soluciones y herramientas digitales e inteligentemente conectadas para competir en un entorno empresarial que cambia rápidamente" y plantea como el advenimiento y convergencia de tecnologías como la conectividad ultrarrápida 5G y Wi-Fi, procesamiento energéticamente eficiente, dispositivos inteligentes y nube en el borde de la red no harán mas que mantener dicha aceleración. Sin embargo, el Foro indica que a pesar de que más del 84% de las empresas encuestadas tuvieron que acelerar los procesos de transformación digital, tres de cada cuatro trabajadores no tienen las habilidades digitales que las empresas necesitan, el 28% participa en programas de formación y sólo el 33% de los empleos tecnológicos en todo el mundo están ocupados por personas con las habilidades necesarias. (Foro Economico mundial, Por qué debemos priorizar la transformación digital, incluso en una recesión, Enero de 2023)

Análisis causas y efectos de la necesidad de formación detectada

Se tienen como CAUSAS que originan el problema o necesidad a las siguientes:
- No se ha desplegado integralmente en la cultura organizacional a la mentalidad ágil como componente fundamental que guie el desempeño de los colaboradores.
- Resistencia al cambio dentro de la organización.
-Aplicación no optima de modelos de colaboración ágil en los equipos de trabajo.

Se tienen como EFECTOS que se derivarían al no ejecutarse la acción de formación a los siguientes:
- Demoras en los proyectos de transformación digital abordados por la compañía
- No cumplimiento de las expectativas de generación de valor de los cambios implementados a los modelos de negocio.
- Perdida de competitividad

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

Aplicando la herramienta para el levantamiento de la información que incluyó el uso de fuentes internas y externas, el problema o necesidad identificado que afecta a Sodimac Colombia S.A, y al que se le da respuesta parcial con esta acción de formación, es: Promover una cultura de trabajo ágil al interior de la organización, que permita responder de manera oportuna a los cambios en el consumidor, la tecnología y la competencia que caracterizan al sector del retail.

Para su identificación se analizó información como la que se indica a continuación:

CUALITATIVA:
*Deloitte hablando del retail del futuro ratifica la necesidad de centrarse en el cliente y en fortalecer las capacidades para responder a entornos extremadamente cambiantes en tecnología, competencia, y comportamiento del consumidor; y plantea la necesidad de agilidad para mantenerse sostenibles: "La centralidad en el cliente y la colaboración deben ir acompañadas de procesos de toma de decisiones rápidos y ágiles. Los minoristas deben lanzar nuevas primeras versiones de productos rápidamente, aprender de los comentarios de los clientes e integrarlos constantemente para realizar mejoras continuas en los productos. Esto requiere procesos de toma de decisiones rápidos y ágiles gestionados por un sistema de gobernanza iterativo, en lugar de largos procesos internos de toma de decisiones que se centren en productos pensados hasta el último detalle" (Deloitte, La nueva operación minorista, Modelo del futuro, 2020).
*En el plan de formación de Sodimac Colombia S.A se documenta, como resultado de las entrevistas con los lideres de los procesos misionales, que se debe fortalecer la apropiación de la orientación al trabajo ágil en todos los niveles organizacionales.

CUANTITATIVA:
*McKinsey and Company, consultora de gran reconocimiento en Estados Unidos, resume en una de sus investigaciones la necesidad del sector de comercio retail de reinventarse: "El sector minorista ha llegado a una encrucijada: mantenerse tradicional o digitalizarse. El sector lleva una década encaminándose hacia esta bifurcación, y su viaje sólo se ha visto acelerado por la pandemia de COVID-19. Durante la crisis, las expectativas y comportamientos de los clientes han cambiado el panorama minorista: las ventajas competitivas tradicionales se están erosionando, las preferencias de canales están evolucionando y la sofisticación tecnológica se ha convertido en un requisito básico. Muchos minoristas tradicionales no están preparados para hacer frente a estas perturbaciones, lo que tiene un impacto devastador en la industria. Sólo en Estados Unidos, más de 100 minoristas se han declarado en quiebra en los últimos tres años y unas 30.000 tiendas cerraron en el mismo período. Los minoristas se encuentran en la incómoda posición de ser testigos de un ritmo de cambio externo que no pueden igualar internamente. Sus sistemas tradicionales, su gestión del talento y su velocidad de decisión se han convertido en barreras aparentemente insuperables al cambio." (McKinsey and Company, En busca

de velocidad: una nueva forma de organizarse para los minoristas. 2021). Este consultor plantea como una estrategia implementada por algunos minoristas es ajustar sus operaciones para aumentar la adaptabilidad y la velocidad lo que significa centrarse en un conjunto más pequeño de prioridades mejor definidas, enfatizar la centralidad en el cliente, formar pequeños equipos basados en misiones e impulsar una toma de decisiones y cambios de mentalidad más rápidos.

- Según datos de KPMG, “en los últimos diez años la rentabilidad de la empresa minorista ha decrecido en hasta un 50% en muchos de los principales mercados, lo que ha generado grandes presiones sobre los márgenes de ganancia a medida que los costos asociados con la producción de bienes, mano de obra, capital, operaciones y otros gastos comerciales se han disparado” (KPMG, Tendencias 2023 para la industria de Consumo y Retail en América del Sur). En este informe, se cita el ejemplo de Falabella, quien dentro de las medidas que tomó para optimizar sus costos y acelerar el proceso de transformación interna, apostó por una estructura más ágil, simple y eficiente, con su estrategia omnicanal.

-Gracias al proceso de hiperaceleración digital que llevamos a cabo en la compañía, alcanzamos ventas en retail digital por $820.977 millones y 164 millones de visitas en Web (Desktop y Mobile) y App. Esta cifras ponen de manifiesto la necesidad de practicas agiles para continuar con la tendencia de crecimiento y favores la veloz ejecución de los proyectos de transformación digital que adelantamos.

Objetivo de la acción de formación

El siguiente es el objetivo definido para la acción de formación, el cual refleja su propósito o intencionalidad (Para qué): Inspirar y potencializar a los colaboradores de Sodimac Colombia para desarrollar las capacidades ágiles que les permitan generar valor exponencial al cliente y al negocio de forma competitiva.

Este objetivo soluciona parcialmente la necesidad detectada.

Los resultados a alcanzar con esta acción, en términos de lo que nuestros trabajadores comprendan, conozcan y sean capaces de hacer es: reconocer los condicionantes de la necesidad de un midset ágil para el trabajo en el sector de retail, y cómo adoptar principios de trabajo ágil impacta la generación de valor, el enfoque en el cliente y el alto desempeño.

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	Conferencia	**Modalidad de formación**	Presencial Híbrida
Tipo de ambiente de aprendizaje		Aula convencional (Instituciones de educación superior)	
Número de grupos	1	**Número de horas por grupo**	2
Número de beneficiarios por grupo	80	**Número de días por grupo de la AF**	1
Número de beneficiarios de la AF	80	**Número total de horas por AF**	2

Perfil Beneficiarios

Area(s) funcional(es)

Área Funcional	*Otra*
Finanzas	
Otra	PERSONAS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL
Otra	OPERACIONES
Otra	Abastecimiento

Área Funcional	*Otra*
Otra	DESARROLLO
Otra	comercial
Tecnología	

Justificación áreas funcionales a beneficiar

Las áreas funcionales aquí mencionadas corresponden a las estructuras organizacionales donde se agrupan los trabajadores a beneficiar con la acción de formación. El análisis de necesidades de formación no depende linealmente del área funcional, sino de los procesos en los que participa el trabajador, por lo que puede haber mas de un área funcional involucrada en la formación. Queremos alcanzar colaboradores de todas las áreas de la organización, con el propósito de que en diferentes áreas funcionales, se cuente con el conocimiento que se impartirá con esta conferencia.

Cargo/ocupaciones/denominación

Cargo
GERENTES / JEFES / COORDINADORES / LÍDERES / ESPECIALISTAS / ANALISTAS (O cargos equivalentes a los mencionados)

Funciones

Función
Liderar o ejecutar los procesos relacionados con los objetivos a corto, mediano y largo plazo de la Compañía

Productos

Producto

Conocimientos

Conocimiento

Habilidades

Habilidad

Actitudes

Actitud

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional
MEDIO

Justificación beneficiarios de los niveles ocupacionales

Los niveles ocupacionales incluidos son los necesarios para poder reunir en la formación a los trabajadores necesarios para promover las realizaciones que se buscan con la ejecución de la acción de formación, por eso se justifica su inclusión. Para definir los niveles realizamos un análisis de las funciones que realizan los trabajadores participantes y si las mismas se encuentran horizontalmente en un mismo nivel o verticalmente a través de dos o más niveles. Queremos alcanzar a las personas de la Organización que pueden hacer uso práctico de las herramientas de agile desde los roles que desempeñan

Número de empresas mipymes a beneficiar

0

Número de trabajadores a beneficiar de empresas mipymes

0

Justificación empresas y trabajadores de mipymes a beneficiar

NA

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

NA

otros datos

Número de trabajadores en condición de discapacidad	0	**Número de trabajadores mujeres**	30
Número de trabajadores campesinos	0	**Número de empresas BIC a beneficiar**	0

Enfoque de la Acción de formación

Formación en el trabajo

En caso de tener un enfoque Internacional*

Nombre del beneficiario de la formación internacional

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

Cargo del beneficiario de la formación internacional

Tiempo de vinculación a la empresa

Descripción del perfil profesional del beneficiario de la formación internacional

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

Sectores y sub-sectores del beneficiario

Sector(es) a beneficiar con la AF

Comercio

Sub-sector(es) a beneficiar con la AF

Comercio

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

Comercio

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

Comercio

Justificación Sector - Subsector

La acción de formación puesta a consideración del SENA, fue preparada para los trabajadores de Sodimac Colombia S.A, empresa cuya actividad principal es la compra, venta, distribución, fabricación, producción, importación, exportación, transporte y comercialización de productos. Por esta razón la elección del sector y subsector Comercio es la más alineada tanto parea el sector a beneficiar como para los beneficiarios a impactar.

UNIDADES TEMÁTICAS

ID	8920
UT N°	1

AF N°	**1**
ACCIÓN DE FORMACIÓN	**TRANSFORMANDO EL MINDSET ÁGIL PARA GENERAR VALOR Y OPORTUNIDADES EN TIEMPOS DE CAMBIO EXPONENCIAL**
UNIDAD TEMÁTICA N°	**1**
UNIDAD TEMÁTICA	**TRANSFORMANDO EL MINDSET ÁGIL PARA GENERAR VALOR Y OPORTUNIDADES EN TIEMPOS DE CAMBIO EXPONENCIAL EN SODIMAC COLOMBIA**

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	Para la construcción de esta unidad temática se tuvo como base la necesidad de formación identificada, desarrollando un conjunto homogéneo de conocimientos expresados de manera estructurada, lógica y secuencial; en alineación con el diagnóstico realizado y con el perfil de la población beneficiaria de la acción. CONTENIDOS DETALLADOS APROPIACION DEL MUNDO ÁGIL EN SODIMAC COLOMBIA Entendimiento del por qué y para que pensar y accionar a otro ritmo e intensidad Mindset ágil como forma de liderazgo GENERACION DE VALOR ÁGIL Características de éxito de una operación ágil y de alto aporte de valor al cliente de Sodimac Colombia (Palancas) HERRAMIENTAS PARA EQUIPOS AGILES Y DE ALTO DESEMPEÑO Desarrollo de buenas prácticas de equipos agiles en Sodimac Colombia que impactan la experiencia del cliente APROPIACION DEL MUNDO ÁGIL SODIMAC COLOMBIA Entendimiento del por qué y para que pensar y accionar a otro ritmo e intensidad Mindset ágil como forma de liderazgo EL MUNDO ÁGIL Y LAS TECNOLOGIAS DE AVANZADA Entendimiento de la conexión entre pensar y accionar a otro ritmo e intensidad Mindset ágil como forma de liderazgo y el éxito de los proyectos de transformación digital para adoptar tecnologías de avanzada para la ciencia de datos, inteligencia artificial, entre otras.
Competencias a adquirir	Los contenidos que integran esta unidad temática permitirán al beneficiario desarrollar las siguientes competencias: - Reflexiona sobre su papel en equipos de trabajo agiles, para abordar los proyectos de transformación que demanda la organización. - Evalúa las implicaciones al modelo de liderazgo que tiene el enfoque ágil, para validar sus estrategias de trabajo en equipo.
Actividades de Aprendizaje	Durante el desarrollo de la unidad se llevarán a cabo actividades de aprendizaje que, guardando coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteadas, responden a sus contenidos y facilitaran el desarrollo de las competencias planteadas. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE Casos de análisis. Durante la conferencia se analizaron casos de aplicación de agile en la industria como estrategias para facilitar el entendimiento de los temas tratados. Conversatorios. Se promoverá la participación de los beneficiarios, con el uso de aplicaciones multimedia interactiva que permitan el interactuar y reforzar los temas aprendidos, además de la generación de preguntas al capacitador.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	*Horas de capacitación*	*Días de alojamiento, manutención y transporte local*
R01.3.1.2 Honorarios Lider - Lider nacional	2	0

Proveedor de la formación - persona jurídica

La entidad de formación seleccionada para el adelantamiento de esta acción de formación es el Colegio de Estudios Superiores de Administración CESA. Con domicilio en Bogotá D.C., en su objeto social es una institución de educación superior PRIVADA, de utilidad común, sin ánimo de lucro y su carácter académico es el de Institución Universitaria, con personería jurídica reconocida mediante resolución número 5157 de 1975-08-29, expedida por el Ministerio de Educación Nacional en el año de 1975 y cumple con lo establecido en el Articulo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995

Ofrece a nivel de pregrado el Programa de Administración de Empresas, registrado en el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior con el código 1770 y acreditado por el Ministerio de Educación Nacional como de alta calidad, mediante la Resolución 569 del 1.° de marzo de 2004, reafirmada mediante la Resolución 5320 10 de septiembre de 2007 y la Resolución 12455 del 29 de diciembre de 2011, esta última otorgada por seis años. A nivel de Posgrado, ofrece la Especialización en Finanzas Corporativas y la Especialización en Mercadeo Estratégico. También cuenta con la Maestría en Finanzas Corporativas, y ofrece la Maestría en Administración (MBA) Internacional en convenio de doble titulación internacional con Sprott School of Business, de Carleton University, Canadá. También cuenta con un área de formación ejecutiva con programas de formación continua cuidadosamente diseñados por expertos, combinan en su construcción competencias avanzadas, experiencia, técnica empresarial y metodologías innovadoras.

CESA tiene más de 10 años de experiencia adelantando formación presencial y más de 5 años adelantando formación virtual y cuenta con las licencias y permisos de funcionamiento exigidos por ley para la realización de la acción de formación aquí presentada, incluyendo lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995 y/o las normas que les sean aplicables para su funcionamiento en el territorio nacional. Esta experiencia incluye la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas a entidades públicas o privadas. Esta experiencia se acredita en el periodo comprendido entre los años 2010 a 2024.
CESA ha adelantado durante muchos años acciones de formación en el programa de formación continua especializada del SENA con excelentes resultados por lo que es una entidad idónea para adelantar la acción de formación propuesta, cuyos temas se alinean con las líneas de formación de esta Universidad.

Material de formación

Para esta acción de formación se entregará el siguiente material: Cartilla full color impresa para los participantes presenciales y material digital para los participantes que se conecten de forma remota.

Este material cumple con los requisitos del pliego de condiciones en el sentido de que reúne medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan el desarrollo de la acción de formación y el proceso de enseñanza-aprendizaje; alineándose a la modalidad de formación y a la metodología para su impartición, apoyando a los beneficiarios para el desarrollo de las competencias esperadas y las realizaciones que se espera generar en su puesto de trabajo.

El material de formación aquí incluido, cumple con la normatividad vigente en cuanto a propiedad intelectual y es de producción reciente, inferior a los 2 años.
El contenido del material de formación académico, está metodológicamente estructurado y guarda coherencia con las unidades temáticas propuestas de modo que facilite la transferencia de conocimiento:

APROPIACION DEL MUNDO ÁGIL EN SODIMAC COLOMBIA
GENERACION DE VALOR ÁGIL
HERRAMIENTAS PARA EQUIPOS AGILES Y DE ALTO DESEMPEÑO
APROPIACION DEL MUNDO ÁGIL SODIMAC COLOMBIA

Para la acción de formación se emplearán materiales como:

-Aplicaciones multimedia interactivas que incorpora contenidos tales como imágenes, vídeo, animaciones y sonido y que además proporciona medios para interactuar fácilmente con el usuario. Se usarán aplicaciones para estimular la diversión y participación en el aula, tales como Kahoot, Quizzis, entre otros.

Gestión del Conocimiento

Ítem Gestion Conocimiento

Infografía (Póster)

Alineación de la acción de formación

Alineación

PND - Uso y apropiación de tecnologías digitales

Justificación de la Alineación

La acción de formación busca generar dentro de los colaboradores de SODIMAC COLOMBIA SA capacidades ágiles para generar valor exponencial al cliente y al negocio de forma competitiva, facilitando la implementación de proyectos de transformación digital dentro de la organización. Esto se alinea con el criterio del pliego de condiciones denominado “Uso y apropiación de tecnologías digitales; uso de tecnologías para la innovación digital del sector productivo; fortalecimiento de los servicios del sector TIC; programación; ciencia de datos; infraestructura tecnológica; aprovechamiento de la información; ciberseguridad; transferencia tecnológica. (Bases Plan Nacional de Desarrollo, Colombia potencia mundial de la vida 2022 – 2026)”. Como ejemplo, se alinea con el Plan Nacional de desarrollo, en sus apartados de transformación digital como motor de oportunidades e igualdad, en particular con la medida de “Implementar iniciativas de transformación digital como herramienta para la productividad, la generación de empleo, la dinamización de la economía en las regiones y la potencialización de la economía popular” (Plan Nacional de desarrollo, 2022-20026).

Acción de formación especializada

Sodimac Colombia S.A pone a consideración del SENA esta acción de formación especializada, en tanto:

- Busca desarrollar las competencias laborales de los beneficiarios, actualizando y profundizando conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas de los trabajadores que luego serán aplicadas de forma inmediata en Sodimac Colombia S.A en desarrollo de su trabajo. En particular con esta acción de formación se buscan realizaciones tales como: Inspirar y potencializar a los colaboradores de Sodimac Colombia, las capacidades ágiles para generar valor exponencial al cliente y al negocio de forma competitiva, facilitando el desarrollo de proyectos de transformación digital.
- Impactaran la productividad y competitividad de Sodimac Colombia S.A
- Se estructuró específicamente para responder a la necesidad de formación identificada.
- Su duración es inferior a 120 horas.

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

Al trabajador aplicar el conocimiento adquirido en su puesto de trabajo, se espera que se alcancen los siguientes RESULTADOS:

- Apropiación de los conceptos de la mentalidad ágil para lograr el alto desempeño
- Apertura a los procesos de cambio y transformación digital
- Difusión de modelos de colaboración ágil dentro de los equipos de trabajo

Los resultados antes mencionados están alineados con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil de los beneficiarios.

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

Impactos en PRODUCTIVIDAD relacionados con la acción de formación:
- Disposición para lograr resultados más rápidos en los proyectos que se adelantan
- Propuestas para implementación de modelos de trabajo que permitan alcanzar un alto desempeño
- Fortalecimiento de un modelo de liderazgo orientado a los resultados.

Impactos en COMPETITIVIDAD relacionados con la acción de formación:
- Mayor adaptación al cambio
- Difusión de estrategias para generar mejoras mas rápidas en la forma como se sirve al cliente
- Mejoras más rápidas en la experiencia del cliente

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	80
Meta %	% 1,25
Indicador - Retención de trabajadores	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que continuan en sus empresas luego de recibir la formación	77
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	80
Meta %	% 96,25
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	80
Meta %	% 1,25
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	1
Meta %	% 100,00
Indicador - Trabajadores beneficiarios	**Valor Indicador - Meta**
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	80
Número total de trabajadores de la(s) empresa(s) que representa la empresa/ gremio	8700
Meta %	% 0,92

Justificación lugar de ejecución

Se justifica la relación de los trabajadores beneficiarios con los lugares de ejecución planteados en la medida en que Sodimac Colombia S.A tiene presencia comercial en tales lugares y por tanto sus trabajadores, que comparten las necesidades de formación identificadas, trabajan para la organización en dicha ubicación geográfica.

Lugar de ejecución

Grupo Número Departamento	*Ciudad*	*Zona Rural*	*N° Beneficiarios*
1 CASANARE		No	1
1 SUCRE		No	1
1 BOYACÁ		No	1
1 CÓRDOBA		No	1
1 HUILA		No	1
1 META		No	1
1 QUINDIO		No	1
1 SANTANDER		No	1
1 TOLIMA		No	1
1 VALLE DEL CAUCA		No	5
1 ANTIOQUIA		No	6
1 BOGOTÁ D.C	BOGOTÁ	No	40
1 BOGOTÁ D.C		No	6
1 BOLÍVAR		No	2
1 CALDAS		No	1
1 CESAR		No	1
1 CUNDINAMARCA		No	4
1 MAGDALENA		No	1
1 NORTE DE SANTANDER		No	1
1 RISARALDA		No	1

Grupo Número Departamento	Ciudad	Zona Rural	N° Beneficiarios
1 ATLÁNTICO		No	3

Presupuesto de la AF

Rubro	Descripción	Cofinanciación SENA	%	Contrapartida especie	%	Contrapartida dinero	%	Valor total
R01.3.1.2 Honorarios Lider - Lider nacional	HONORARIOS LIDER NACIONAL	$ 4.362.185	% 54,53	$ 0	% 0,00	$ 3.637.815	% 45,47	$ 8.000.000
R05.2.1.1 Material de Formación - Impreso - Impresión de cartillas, de 1 a 200 unidades	MATERIAL IMPRESO CARTILLAS FULL COLOR: PARA UN GRUPO 40 PAX	$ 1.513.600	% 55,00	$ 0	% 0,00	$ 1.238.400	% 45,00	$ 2.752.000
R06.1.2.2 Alquiler de Salones y/o Espacios - Aulas convencionales entre 31 y 100 beneficiarios	SALÓN CAPACIDAD ENTRE 31 Y 100 BENEFICIARIOS	$ 174.000	% 54,94	$ 0	% 0,00	$ 142.720	% 45,06	$ 316.720
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	GASTOS DE OPERACIÓN	$ 500.000	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 500.000
R10.3 Garantías	PÓLIZAS DE SEGURO PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 100.000	% 100,00	$ 100.000
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	9	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 240.000	% 100,00	$ 240.000

	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida en Especie	% Especie	Contrapartida en Dinero	% Dinero	COSTO TOTAL AF
COSTO TOTAL DE LA AF	$ 6.549.785	% 55,00	$ 0	% 0,00	$ 5.358.935	% 45,00	$ 11.908.720

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	% 011 9	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 240.000	% 100,00	$ 240.000

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%	$ 500.000	% 100,00	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 500.000

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	$ 100.000	% 100,00	$ 100.000

AF N° : 2

ACCIÓN DE FORMACIÓN : Transformando la experiencia del Colaborador para la competitividad organizacional en entornos de alta transformación digital y cambio

Volver al Listado de AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1506#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

Fortalecer el proceso de gestión de la experiencia de los colaboradores de Sodimac Colombia SA adaptándolo a entornos de alta transformación digital y cambio

Herramientas utilizadas para obtener la necesidad

Herramienta Utilizada	*Muestra Poblacional*
Otra	150

Fecha de diagnóstico

06/02/2024

Otro tipo de herramienta, cual?

Universidad Corporativa -Plan formacion

La herramienta es de creación propia?

Si

La Empresa/Gremio cuenta con un plan de capacitación?

Si

Descripción de la herramienta

Tenemos un plan de Formación que funciona bajo el modelo de Universidad Corporativa (Mundo Eureka). Esta Universidad funciona a través de Escuelas, Programas y Rutas de capacitación, los cuales son diseñados por expertos internos y externos y parten de la realidad del negocio y sus necesidades: nos basamos en la estrategia, grandes promesas, modelo de negocio, proyectos e iniciativas clave, y por supuesto en los desafíos planteados por el entorno; para diseñar y ejecutar nuestras acciones de formación, utilizando tanto información primaria como secundaria, de fuentes tanto internas como externas. De esa forma identificamos las necesidades de formación y brechas de competencia que queremos solucionar.

Resumen de resultados principales del diagnóstico de necesidades de formación

De tipo cualitativo:

*En el plan de formación de Sodimac Colombia S.A se documenta, como resultado de las entrevistas con los lideres de los procesos misionales, que se debe fortalecer la apropiación de la orientación al trabajo ágil en todos los niveles organizacionales.

*En el plan de formación de Sodimac Colombia S.A se documenta, como resultado de las entrevistas con los lideres de los procesos misionales, que se deben fortalecer las competencias del talento humano para llevar a cabo mejoras en los procesos de gestión del talento dentro de Sodimac, para fortalecer los indicadores de rotación de personal y maximizar las posibilidades de desarrollo de carrera para el personal clave.

*La necesidad por gestionar la experiencia del cliente es sintetizada en gran forma por la consultora norteamericana EY: “La experiencia del consumidor está evolucionando rápidamente desde un proceso transaccional centrado simplemente en buscar y comprar, a un modelo construido sobre relaciones profundas y enriquecedoras en cada paso del viaje del cliente. Los minoristas y las marcas deben convertirse en una parte indispensable de la vida de los consumidores. Deben desarrollar una comprensión sofisticada de la forma en que los consumidores viven, comen, compran, trabajan y juegan, y utilizar este conocimiento para brindar valor en el lugar correcto y en el momento correcto. Un vieje del consumidor basado en la experiencia no es poca cosa. Requiere una visión de todo el negocio centrada en el consumidor, desde la cadena de suministro y el modelo operativo hasta el contenido y el marketing, y un ecosistema tecnológico impulsado por datos de los consumidores en tiempo real (EY, Cómo dar forma a la experiencia del consumidor puede optimizar el crecimiento, 2023). Para llegar a ese ecosistema tecnológico adecuado se deben generar las condiciones necesarias para generar procesos de transformación digital pertinentes, adecuados a las necesidades de los clientes.
*Del plan de formación interno se extrae que se han identificado brechas de competencia de los colaboradores para apropiar los nuevos conceptos de gestión de retail aplicables a entornos de alta transformación digital y omnicanalidad.

*Deloitte hablando del retail del futuro ratifica la necesidad de centrarse en el cliente y en fortalecer las capacidades para responder a entornos extremadamente cambiantes en tecnología, competencia, y comportamiento del consumidor; y plantea la necesidad de agilidad para mantenerse sostenibles: “La centralidad en el cliente y la colaboración deben ir acompañadas de procesos de toma de decisiones rápidos y ágiles. Los minoristas deben lanzar nuevas primeras versiones de productos rápidamente, aprender de los comentarios de los clientes e integrarlos constantemente para realizar mejoras continuas en los productos. Esto requiere procesos de toma de decisiones rápidos y ágiles gestionados por un sistema de gobernanza iterativo, en lugar de largos procesos internos de toma de decisiones que se centren en productos pensados hasta el último detalle” (Deloitte, La nueva operación minorista, Modelo del futuro, 2020).

De tipo cuantitativo:
*- Según datos de KPMG, “en los últimos diez años la rentabilidad de la empresa minorista ha decrecido en hasta un 50% en muchos de los principales mercados, lo que ha generado grandes presiones sobre los márgenes de ganancia a medida que los costos asociados con la producción de bienes, mano de obra, capital, operaciones y otros gastos comerciales se han disparado” (KPMG, Tendencias 2023 para la industria de Consumo y Retail en América del Sur). En este informe, se cita el ejemplo de Falabella, quien dentro de las medidas que tomó para optimizar sus costos y acelerar el proceso de transformación interna, apostó por una estructura más ágil, simple y eficiente, con su estrategia omnicanal.

*El indicador de rotación de personal de Sodimac Colombia SA para el cierre de 2023 es del 28.75% con un total de 2420 retiros. Por niveles ocupacionales, la alta gerencia tiene una rotación del 9.82%, las jefaturas y coordinaciones del 16.65% y los cargos base del 30.70%. Para maximizar el valor de los procesos de transformación digital que adelanta la organización es prioritario desplegar estrategias que permitan conservar al talento que participa de las implementaciones, ofreciéndoles propuestas de valor atractivas que reduzcan tales índices de rotación.

*Los datos disponibles de la operación de Sodimac, a través de Homecenter, muestran que se consiguieron 7,021,761 clientes compradores, de los cuales 646,621 son omnicanal. De 25.598.114 transacciones se tuvieron 155.059 reclamos, 1.117.691 devoluciones y 120.710 solicitudes de servicio técnico. Es importante indicar que la proporción de reclamos frente al numero de transacciones fue del 0.6% en 2022, mismo nivel alcanzado en 2020 (Sodimac Colombia, Reporte de Sostenibilidad, 2022). Si bien las cifras son muy positivas, los cambios constantes en el sector y las características del cliente hacen necesario ajustar constantemente las estrategias para mantener la posición competitiva, impulsado procesos de transformación digital que permitan impactar positivamente la experiencia del cliente.

* La necesidad de desplegar las mejores prácticas en gestión de retail a nuestros colaboradores se explica por el tamaño de la operación de Sodimac Colombia, donde se continua con una estrategia omnicanal de relacionamiento con sus clientes, en donde combina una red de tiendas físicas con presencia nacional con la potencia del e-commerce, todo soportado en una capacidad logística que permite llegar con sus productos y servicios a más de 800 municipios de Colombia. En la actualidad se tienen 40 almacenes, 3 centros de distribución, 3 plataformas de distribución regionales, 1 bodega alterna,1 call center y 1 oficina de apoyo a tiendas así como 199.294 referencias activas de productos (Sodimac Colombia, Reporte de sostenibilidad, 2022). El tamaño de la organización y su nivel de crecimiento demandan una constante actualización de las practicas que se utilizan para la gestión del retail.

El Foro económico mundial destaca el papel del COVID 19 en la acelerada transformación digital que el mundo ha vivido en los últimos años: “La transformación digital es una de las tendencias más importantes que ha surgido en los últimos años …. Debido a la pandemia, empresas de todos los sectores y regiones aceleraron la adopción de soluciones y herramientas digitales e inteligentemente conectadas para competir en un entorno empresarial que cambia rápidamente” y plantea como el advenimiento y convergencia de tecnologías como la conectividad ultrarrápida 5G y Wi-Fi, procesamiento energéticamente eficiente, dispositivos inteligentes y nube en el borde de la red no harán mas que mantener dicha aceleración. Sin embargo, el Foro indica que a pesar de que más del 84% de las empresas encuestadas tuvieron que acelerar los procesos de transformación digital, tres de cada cuatro trabajadores no tienen las habilidades digitales que las empresas necesitan, el 28% participa en programas de formación y sólo el 33% de los empleos tecnológicos en todo el mundo están ocupados por personas con las habilidades necesarias. (Foro Economico mundial, Por qué debemos priorizar la transformación digital, incluso en una recesión, Enero de 2023)

Análisis causas y efectos de la necesidad de formación detectada

Se tienen como CAUSAS que originan el problema o necesidad a las siguientes:

-Las estrategias de desarrollo y retención no responden óptimamente al perfil de la fuerza de trabajo actual y a las características de alta rotación, escases de talento y cambio que plantea el entorno.
- No se han madurado adecuadamente las estrategias para aplicar data analytics para apoyar la gestión del desarrollo del talento humano en la organización
- No se han desplegado técnicas para implementar de manera formal análisis del ciclo de vida de los colaboradores de la organización.

Se tienen como EFECTOS que se derivarían al no ejecutarse la acción de formación a los siguientes:

- No retención del talento humano clave para la organización.
- Insatisfacción del talento humano al interior de la organización
- NO optimización del desarrollo profesional del colaborador dentro de la organización.

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

Aplicando la herramienta para el levantamiento de la información que incluyó el uso de fuentes internas y externas, el problema o necesidad identificado que afecta a Sodimac Colombia S.A, y al que se le da respuesta parcial con esta acción de formación, es: Fortalecer el proceso de gestión de la experiencia de los colaboradores de Sodimac Colombia SA adaptándolo a entornos de alta transformación digital y cambio.

Para su identificación se analizó información como la que se indica a continuación:

CUALITATIVA:
*En el plan de formación de Sodimac Colombia S.A se documenta, como resultado de las entrevistas con los lideres de los procesos misionales, que se deben fortalecer las competencias del talento humano para llevar a cabo mejoras en los procesos de gestión del talento dentro de Sodimac, para fortalecer los indicadores de rotación de personal y maximizar las posibilidades de desarrollo de carrera para el personal clave.
*KPMG adelantó un estudio del sector retail en América del Sur, encontró que “Si hay una serie de inquietudes que las empresas de la industria del retail han destacado una y otra vez a lo largo de las últimas ediciones de la encuesta KPMG CEO Outlook, éstas son el impacto en los consumidores y partes interesadas del riesgo reputacional, y la inhabilidad para mejorar la propuesta de valor al empleado y poder retener el talento con salarios adecuados en un contexto de presión inflacionaria global” (KPMG, Tendencias 2023 para la industria de Consumo y Retail en América del Sur). Y al respecto la firma consultora aporta conclusiones sobre lo que se demanda en una estrategia de retención y desarrollo del talento humano: “Estas iniciativas resultan determinantes para mantener la competitividad en un mercado donde reina la escasez de talento, especialmente teniendo en cuenta que las trabajadores de las nuevas generaciones ya no consideran el sueldo como la única contraprestación de un trabajo, sino que esperan un “paquete de beneficios” bastante más amplio. Se trata de cultivar una buena relación con el empleador y el resto de los colaboradores, de buscar coincidencia de intereses y un propósito en común, de generar los espacios para que los empleados puedan crecer y desarrollarse, y de construir una cultura donde los trabajadores se sientan realmente ligados a la marca para la que trabajan.” (KPMG, IDEM)

CUANTITATIVA:
*Deloitte en su análisis del sector de comercio, particularmente retail, reconoce los retos inmensos que afronta: “El comercio minorista significa cambio. Casi ningún otro sector está experimentando cambios tan fuertes como la industria minorista actual, que ha experimentado una transformación significativa a lo largo de la última década y continúa evolucionando rápidamente” y uno de los determinantes de la capacidad de afrontar ese cambio está dado por el talento humano: “Existe una necesidad cada vez mayor de encontrar personas que puedan trabajar en un entorno digitalizado y que cambia rápidamente. Hay una gran demanda de personas con las habilidades necesarias para implementar, utilizar y desarrollar nuevas tecnologías. En el futuro, estas demandas no harán más que aumentar…. La fuerza laboral capaz de cumplir estos requisitos es limitada; simplemente no hay suficientes personas con las habilidades adecuadas. Como lo confirma el estudio de directores financieros de Deloitte, la mayor preocupación para el 67 por ciento de los directores financieros de cara a los próximos 12 meses es el riesgo de escasez de mano de obra debido a la falta de habilidades (Deloitte, La nueva operación minorista, Modelo del futuro, 2020)
*El indicador de rotación de personal de Sodimac Colombia SA para el cierre de 2023 es del 28.75% con un total de 2420 retiros. Por niveles ocupacionales, la alta gerencia tiene una rotación del 9.82%, las jefaturas y

coordinaciones del 16.65% y los cargos base del 30.70%. Para maximizar el valor de los procesos de transformación digital que adelanta la organización es prioritario desplegar estrategias que permitan conservar al talento que participa de las implementaciones, ofreciéndoles propuestas de valor atractivas que reduzcan tales índices de rotación.

Con esta acción se busca solucionar brechas de pertinencia.

Objetivo de la acción de formación

El siguiente es el objetivo definido para la acción de formación, el cual refleja su propósito o intencionalidad (Para qué): Proponer mejoras puntuales al proceso de gestión del talento humano de Sodimac para responder a los retos de alta transformación digital y cambio, que afectan su experiencia y permanencia en la compañía.

Este objetivo soluciona parcialmente la necesidad detectada.

Los resultados a alcanzar con esta acción, en términos de lo que nuestros trabajadores comprendan, conozcan y sean capaces de hacer es: Reconocer los retos que plantea para el reclutamiento y desarrollo del talento humano en el retail el entorno de cambio constante y transformación digital al que está expuesta la industria; apropiar herramientas tecnológicas para, a partir del análisis de la data, formular estrategias más efectivas de retención del talento humano; diseñar el ciclo de vida del talento humano en la organización, para formular mejoras puntuales que impacten la experiencia del colaborador. Gestiona y ejecuta planes de formación y desarrollo, así como los planes de compensación y bienestar y beneficios para los colaboradores.

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

Nombre del catálogo	GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO
Nombre de la cualificación	Director de talento humano
Brecha de capital humano	Brecha de Pertinencia

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	1	**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	20	**Número total de horas por AF**	16

Perfil Beneficiarios

Area(s) funcional(es)

Área Funcional	*Otra*
Otra	GERENCIA DE PERSONAS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

Justificación áreas funcionales a beneficiar

Las áreas funcionales aquí mencionadas corresponden a las estructuras organizacionales donde se agrupan los trabajadores a beneficiar con la acción de formación. El análisis de necesidades de formación no depende linealmente del área funcional, sino de los procesos en los que participa el trabajador, por lo que puede haber mas de un área funcional involucrada en la formación. Es el área funcional responsable de los procesos de Gestión Humana

Cargo/ocupaciones/denominación

Cargo

HRBP / JEFES / DIRTECTORES / LÍDERES / ESPECIALISTAS /

Los cargos se relacionan con la denominación Director de Talento Humano del Catalogo dentro de Sodimac

Funciones

Función

Liderar procesos o cumplir funciones relacionadas con uno o varios procesos de Gestión Humana

Planear y desarrollar los procedimientos, políticas y procesos de selección, vinculación, formación, promoción, traslado y desvinculación del personal

Productos

Producto

Documento Planeación estratégica de Talento Humano

Conocimientos

Conocimiento

Habilidades

Habilidad

Actitudes

Actitud

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional

MEDIO

Justificación beneficiarios de los niveles ocupacionales

Los niveles ocupacionales incluidos son los necesarios para poder reunir en la formación a los trabajadores necesarios para promover las realizaciones que se buscan con la ejecución de la acción de formación, por eso se justifica su inclusión. Para definir los niveles realizamos un análisis de las funciones que realizan los trabajadores participantes y si las mismas se encuentran horizontalmente en un mismo nivel o verticalmente a través de dos o más niveles. Buscamos que las personas que lideran uno o varios procesos relacionados con Gestión Humana, se mantengan actualizadas y cuenten con herramientas y conocimientos para desempeñar sus roles asegurando una buena experiencia para nuestros colaboradores.

Número de empresas mipymes a beneficiar

0

Número de trabajadores a beneficiar de empresas mipymes

0

Justificación empresas y trabajadores de mipymes a beneficiar

na

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

na

otros datos

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

Enfoque de la Acción de formación

Formación en el trabajo

En caso de tener un enfoque Internacional*

Nombre del beneficiario de la formación internacional

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

Cargo del beneficiario de la formación internacional

Tiempo de vinculación a la empresa

Descripción del perfil profesional del beneficiario de la formación internacional

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

Sectores y sub-sectores del beneficiario

Sector(es) a beneficiar con la AF

Comercio

Sub-sector(es) a beneficiar con la AF

Comercio

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

Comercio

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

Comercio

Justificación Sector - Subsector

La acción de formación puesta a consideración del SENA, fue preparada para los trabajadores de Sodimac Colombia S.A, empresa cuya actividad principal es la compra, venta, distribución, fabricación, producción, importación, exportación, transporte y comercialización de productos. Por esta razón la elección del sector y subsector Comercio es la más alineada tanto parea el sector a beneficiar como para los beneficiarios a impactar.

UNIDADES TEMÁTICAS

ID 8926

UT N° 1

AF N° **2**

ACCIÓN DE FORMACIÓN **Transformando la experiencia del Colaborador para la competitividad organizacional en entornos de alta transformación digital y cambio**

UNIDAD TEMÁTICA N° **1**

UNIDAD TEMÁTICA **UT I PLANEANDO LA CULTURA ORGANIZACIONAL DEL FUTURO**

N° total de horas prácticas presenciales	1	**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		3	

Contenidos de la UT	Para la construcción de esta unidad temática se tuvo como base la necesidad de formación identificada, desarrollando un conjunto homogéneo de conocimientos expresados de manera estructurada, lógica y secuencial; en alineación con el diagnóstico realizado y con el perfil de la población beneficiaria de la acción. CONTENIDOS DETALLADOS -Planeación del talento humano del futuro y de su desarrollo (Necesidades y actividades) -Nuevas habilidades laborales – tendencias de aprendizaje y desarrollo - Entendiendo la experiencia integral del colaborador - ciclo de vida y Journey map actual -Herramientas tecnológicas para la gestión y colaboración. Se aclara que para la realización del Bootcamp participaran dos (2) capacitadores de manera simultánea con perfil profesional con título de maestría, así: - Un capacitador manejara las competencias técnicas. - Y el otro capacitador quien realizará un análisis integral de cada perfil del beneficiario, por tanto, contará con experiencia en competencias blandas.
Competencias a adquirir	Los contenidos que integran esta unidad temática permitirán al beneficiario desarrollar las siguientes competencias: -Propone aproximaciones para identificar el ciclo de vida del colaborador en la organización cuando planea estrategias de desarrollo del talento humano. -Reflexiona sobre cuál es la influencia sobre las políticas de gestión del talento humano que ejerce el entorno en el sector de retail - Planea el desarrollo del talento humano según requerimientos y modelos de gestión
Actividades de Aprendizaje	Durante el desarrollo de la unidad se llevarán a cabo actividades de aprendizaje que, guardando coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteadas, responden a sus contenidos y facilitaran el desarrollo de las competencias planteadas. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE: Entre otras: -Lecturas. El docente facilitará lecturas para comprender algunos de los temas abordados en la unidad. -Estudio de casos. El docente abordará casos de éxito en el abordaje de la experiencia del colaborador en entornos de alta transformación digital. -Juegos de simulación. Se usan para, de forma lúdica, entender en qué consiste la experiencia del colaborador.

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	3	0

ID	8949
UT N°	3

AF N° 2

ACCIÓN DE FORMACIÓN Transformando la experiencia del Colaborador para la competitividad organizacional en entornos de alta transformación digital y cambio

UNIDAD TEMÁTICA N° 3

UNIDAD TEMÁTICA UTIII. FORMACIÓN Y DESARROLLO DEL TALENTO: ENTRE LA ORGANIZACIONAL Y LO VOCACIONAL

N° total de horas prácticas presenciales	4	**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		5	

Contenidos de la UT	Para la construcción de esta unidad temática se tuvo como base la necesidad de formación identificada, desarrollando un conjunto homogéneo de conocimientos expresados de manera estructurada, lógica y secuencial; en alineación con el diagnóstico realizado y con el perfil de la población beneficiaria de la acción. CONTENIDOS DETALLADOS -Design Thinking para creación de rutas de talento: inducción, desarrollo y formación -Ecosistemas virtuales de aprendizaje y desarrollo: espacios híbridos, uso de tecnologías digitales. -Mapas de talento, sucesión y planes de desarrollo -HR Analytics para la toma de decisiones. Hacia un enfoque basado en datos para la gestión de personas en el trabajo.
Competencias a adquirir	Los contenidos que integran esta unidad temática permitirán al beneficiario desarrollar las siguientes competencias: - Propone aplicaciones tecnológicas para analizar la data como insumo en el proceso de desarrollo de estrategias de la gestión del talento humano. - Aplica prácticas de design thinking para descubrir nuevas formas de abordar la gestión del talento humano, cuando busca mejoras a la forma como se hacen las cosas. - Desarrollar programas de inducción de acuerdo con metodologías y normativa técnica
Actividades de Aprendizaje	Durante el desarrollo de la unidad se llevarán a cabo actividades de aprendizaje que, guardando coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteadas, responden a sus contenidos y facilitaran el desarrollo de las competencias planteadas. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE Entre otras: -Torbellino de ideas. Se usa para fomentar la creatividad en el descubrimiento de mejoras a los procesos analizados. -Proyecto aplicado: Los participantes distribuidos por grupos, en desarrollo de la solución al problema identificado, aplicaran herramientas de design thinking para modelar su solución para la gestión de la experiencia del colaborador, en lo que se refiere a las rutas de desarrollo del talento humano - Practica guiada: Con la guía del docente, los participantes exploraran un conjunto de datos para plantear aproximaciones al HR Analytics

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	5	0

ID 8968

UT N° 2

AF N° 2

ACCIÓN DE FORMACIÓN Transformando la experiencia del Colaborador para la competitividad organizacional en entornos de alta transformación digital y cambio

UNIDAD TEMÁTICA N° 2

UNIDAD TEMÁTICA UTII PLANEACIÓN Y ESTRATEGIA DEL TALENTO HUMANO

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	Para la construcción de esta unidad temática se tuvo como base la necesidad de formación identificada, desarrollando un conjunto homogéneo de conocimientos expresados de manera estructurada, lógica y secuencial; en alineación con el diagnóstico realizado y con el perfil de la población beneficiaria de la acción. CONTENIDOS DETALLADOS -Nuevas fuentes de talento – semilleros internos y externos -Más allá de la atracción del talento – tendencias de reclutamiento y selección -La selección y vinculación del talento (Reclutamiento, evaluación, documentación). -Experiencias innovadoras de Onboarding y formación para la vida (Upskillin, Reskilling y Superskilling) -Estrategias de Diversidad, Equidad e Inclusión para la experiencia de colaborador
Competencias a adquirir	Los contenidos que integran esta unidad temática permitirán al beneficiario desarrollar las siguientes competencias: *Reconoce las tendencias en material de reclutamiento, selección y desarrollo de personal, cuando propone cambios a los modelos de gestión del talento en la organización. * Seleccionar candidatos de acuerdo con procedimiento técnico y normativa *Vincular personal de acuerdo con normativa
Actividades de Aprendizaje	Durante el desarrollo de la unidad se llevarán a cabo actividades de aprendizaje que, guardando coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteadas, responden a sus contenidos y facilitaran el desarrollo de las competencias planteadas. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE Entre otras: -Infografía. Se utilizará para promover el aprendizaje resaltando los aspectos más importantes del desarrollo del personal en entornos de alta transformación digital -Conversatorios. Se realizarán conversatorios para discutir los retos de la planeación del desarrollo del talento humano. -Proyecto aplicado: Los participantes comenzaran a trabajar en la solución al problema identificado, comenzando con identificar la estructura actual del proceso de gestión de la experiencia de los colaboradores, el cual se construirá de manera colaborativa entre todos los asistentes y servirá de insumo para el resto del trabajo que se hará distribuido por grupos.

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	2	0

ID 8969

UT N° 4

AF N° 2

ACCIÓN DE FORMACIÓN Transformando la experiencia del Colaborador para la competitividad organizacional en entornos de alta transformación digital y cambio

UNIDAD TEMÁTICA N° 4

UNIDAD TEMÁTICA UT IV EXPERIENCIA DEL COLABORADOR – ARMONÍA Y CUIDADO DEL COLABORADOR

N° total de horas prácticas presenciales	4	**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	5

Contenidos de la UT	Para la construcción de esta unidad temática se tuvo como base la necesidad de formación identificada, desarrollando un conjunto homogéneo de conocimientos expresados de manera estructurada, lógica y secuencial; en alineación con el diagnóstico realizado y con el perfil de la población beneficiaria de la acción. CONTENIDOS DETALLADOS -Clima y cultura organizacional: más allá de una declaración organizacional -Liderazgo Homecenter: nuevas prácticas y desafíos de los líderes en los entornos cambiantes -Gestión del cambio en Homecenter -Aplicaciones tecnológicas para gestionar la experiencia del colaborador - El bienestar en el trabajo, programas y actividades El capacitador elaborará un informe en el cual se refleje el análisis de resultados obtenidos de la formación y el impacto generado para la empresa o empresas beneficiarias.
Competencias a adquirir	Los contenidos que integran esta unidad temática permitirán al beneficiario desarrollar las siguientes competencias: -Propone planes de acción para desplegar mejoras a los procesos en los que participa, para lograr resultados tangibles y agiles. -Establecer programas de bienestar laboral de acuerdo con el plan estratégico y normativa
Actividades de Aprendizaje	Durante el desarrollo de la unidad se llevarán a cabo actividades de aprendizaje que, guardando coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteadas, responden a sus contenidos y facilitaran el desarrollo de las competencias planteadas. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE Entre otras: -Proyecto aplicado: Los participantes distribuidos por grupos, en desarrollo de la solución al problema identificado, proponen puntos de mejora al proceso de gestión de la experiencia del talento humano para adaptarlo a entornos de alta transformación digital y cambio, incluyendo el uso de data analytics para la gestión de su desarrollo. -Picth de soluciones. Cada uno de los grupos presenta su trabajo a los demás beneficiarios. Se retroalimenta y se escoge una aproximación que es mejorada con los inputs de los participantes. -Plan de acción. se deberá generar el plan de acción de implementación de la propuesta seleccionada con objetivos, estrategia a implementar, actividades que evidenciarán las acciones de mejora que se esperan alcanzar en Sodimac Colombia SA con la implementación del bootcamp. Una vez finalizado el bootcamp, los capacitadores elaboraran un primer informe, en el cual se refleje el análisis de resultados obtenidos de cada grupo de formación y el plan de acción propuesto, el cual contenga la estrategia a implementar con sus respectivos objetivos y actividades. Se entregará un segundo informe que evidencie las acciones de mejora alcanzadas después de dos meses de finalizada la acción de formación.

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	5	0

ID 9961

UT N° 5

AF N° 2

ACCIÓN DE FORMACIÓN Transformando la experiencia del Colaborador para la competitividad organizacional en entornos de alta transformación digital y cambio

UNIDAD TEMÁTICA N° 5

UNIDAD TEMÁTICA UT 5 -Liderazgo e influencia social (Habilidad Transversal)

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	1
N° total de horas prácticas virtuales	0	**N° total de horas teóricas virtuales**	0

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

Contenidos de la UT	Para la construcción de esta unidad temática se tuvo como base la necesidad de formación identificada, desarrollando un conjunto homogéneo de conocimientos expresados de manera estructurada, lógica y secuencial; en alineación con el diagnóstico realizado y con el perfil de la población beneficiaria de la acción. *Atributos del liderazgo en entornos agiles de alta transformación digital. nuevas prácticas y desafíos de los líderes en los entornos cambiantes *Influencia social, cómo influenciar a los colaboradores y construir confianza *Cómo medir la efectividad del líder
Competencias a adquirir	Los contenidos que integran esta unidad temática permitirán al beneficiario desarrollar las siguientes competencias: *Reflexiona sobre cómo el modelo de liderazgo responde a entornos de alto cambio, para proponer ajustes al mismo.
Actividades de Aprendizaje	Durante el desarrollo de la unidad se llevarán a cabo actividades de aprendizaje que, guardando coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteadas, responden a sus contenidos y facilitaran el desarrollo de las competencias planteadas. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE Entre otras: *Conversatorio. Los participantes bajo la guía del docente conversan sobre el modelo de liderazgo aplicado en la organización. Dichas actividades de aprendizaje guardan coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteada.

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	1	0

Proveedor de la formación - persona jurídica

La entidad de formación seleccionada para el adelantamiento de esta acción de formación es el Colegio de Estudios Superiores de Administración CESA. Con domicilio en Bogotá D.C., en su objeto social es una institución de educación superior PRIVADA, de utilidad común, sin ánimo de lucro y su carácter académico es el de Institución Universitaria, con personería jurídica reconocida mediante resolución número 5157 de 1975-08-29, expedida por el Ministerio de Educación Nacional en el año de 1975 y cumple con lo establecido en el Articulo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995

Ofrece a nivel de pregrado el Programa de Administración de Empresas, registrado en el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior con el código 1770 y acreditado por el Ministerio de Educación Nacional como de alta calidad, mediante la Resolución 569 del 1.° de marzo de 2004, reafirmada mediante la Resolución 5320 10 de septiembre de 2007 y la Resolución 12455 del 29 de diciembre de 2011, esta última otorgada por seis años. A nivel de Posgrado, ofrece la Especialización en Finanzas Corporativas y la Especialización en Mercadeo Estratégico. También cuenta con la Maestría en Finanzas Corporativas, y ofrece la Maestría en Administración (MBA) Internacional en convenio de doble titulación internacional con Sprott School of Business, de Carleton University, Canadá. También cuenta con un área de formación ejecutiva con programas de formación continua cuidadosamente diseñados por expertos, combinan en su construcción competencias avanzadas, experiencia, técnica empresarial y metodologías innovadoras.

CESA tiene más de 10 años de experiencia adelantando formación presencial y más de 5 años adelantando formación virtual y cuenta con las licencias y permisos de funcionamiento exigidos por ley para la realización de la acción de formación aquí presentada, incluyendo lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995 y/o las normas que les sean aplicables para su funcionamiento en el territorio nacional. Esta experiencia incluye la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas a entidades públicas o privadas. Esta experiencia se acredita en el periodo comprendido entre los años 2010 a 2024.
CESA ha adelantado durante muchos años acciones de formación en el programa de formación continua especializada del SENA con excelentes resultados por lo que es una entidad idónea para adelantar la acción de formación propuesta, cuyos temas se alinean con las líneas de formación de esta Universidad.

Material de formación

Para esta acción de formación se entregará el siguiente material: Cartillas impresas a full color.

Este material cumple con los requisitos del pliego de condiciones en el sentido de que reúne medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan el desarrollo de la acción de formación y el proceso de enseñanza-aprendizaje; alineándose a la modalidad de formación y a la metodología para su impartición, apoyando a los beneficiarios para el desarrollo de las competencias esperadas y las realizaciones que se espera generar en su puesto de trabajo.

El material de formación aquí incluido, cumple con la normatividad vigente en cuanto a propiedad intelectual y es de producción reciente, inferior a los 2 años.
El contenido del material de formación académico, está metodológicamente estructurado y guarda coherencia con las unidades temáticas propuestas de modo que facilite la transferencia de conocimiento:

PLANEANDO LA CULTURA ORGANIZACIONAL DEL FUTURO
PLANEACIÓN Y ESTRATEGIA DEL TALENTO HUMANO
FORMACIÓN Y DESARROLLO DEL TALENTO: ENTRE LA ORGANIZACIONAL Y LO VOCACIONAL
EXPERIENCIA DEL COLABORADOR – ARMONÍA Y CUIDADO DEL COLABORADOR

Para la acción de formación se emplearán materiales como:

-Aplicaciones multimedia interactivas que incorpora contenidos tales como imágenes, vídeo, animaciones y sonido y que además proporciona medios para interactuar fácilmente con el usuario. Se usarán aplicaciones para estimular la diversión y participación en el aula, tales como Kahoot, Quizzis, entre otros.

También se proveerá a los beneficiarios con recursos didácticos como material de apoyo para facilitar la transmisión de conocimientos, tales como diapositivas digitales y presentaciones que no se consideran material de formación y por tanto no se incluyen en el presupuesto, los cuales incluyen:

-Presentaciones audiovisuales: que describen los conceptos clave, las herramientas y elementos que el docente abordará durante las sesiones de trabajo.
-Material físico: elementos que el docente empleará para el despliegue práctico de los ejercicios individuales y grupales, estos pueden ser: recursos de papel, marcadores, post-it, imágenes impresas, entre otros.
-Tableros digitales web: requeridos para el despliegue de las metodologías centradas en cliente e innovación, y el afianzamiento de los conocimientos en los participantes facilitando el uso de metodologías como Kanban, Miro, Jamboard, entre otros.
-Sonido y ambientación del salón: como parte del proceso de aprendizaje para estimular la concentración de los participantes.

Gestión del Conocimiento

Ítem Gestion Conocimiento

Video (Experiencia de Beneficiario)

Alineación de la acción de formación

Alineación

PND - Uso y apropiación de tecnologías digitales

Justificación de la Alineación

La acción de formación busca generar dentro de los colaboradores de SODIMAC COLOMBIA SA capacidades para desplegar estrategias de gestión de la experiencia de los colaboradores de la empresa, utilizando tecnologías de gestión y análisis de la data, para responder a los procesos de transformación digital que se adelantan y que caracteriza al sector económico en el que nos desenvolvemos. Esto se alinea con el criterio del pliego de condiciones denominado “Uso y apropiación de tecnologías digitales; uso de tecnologías para la innovación digital del sector productivo; fortalecimiento de los servicios del sector TIC; programación; ciencia de datos; infraestructura tecnológica; aprovechamiento de la información; ciberseguridad; transferencia tecnológica. (Bases Plan Nacional de Desarrollo, Colombia potencia mundial de la vida 2022 – 2026)”. Como ejemplo, se alinea con el Plan Nacional de desarrollo, en sus apartados de transformación digital como motor de oportunidades e igualdad, en particular con la medida de “Implementar iniciativas de transformación digital como herramienta para la productividad, la generación de empleo, la dinamización de la economía en las regiones y la potencialización de la economía popular” (Plan Nacional de desarrollo, 2022-20026).

De igual forma, dentro del bootcamp se da cobertura a las estrategias de Diversidad, Equidad e Inclusión para impactar la experiencia de colaborador, lo que se alinea con las políticas del gobierno en el plan nacional de desarrollo en lo que tiene que ver con el apartado de alcanzar una “Colombia igualitaria, diversa y libre de discriminación” en donde “Las transformaciones de este Plan llevan a una sociedad inclusiva, libre de estereotipos y estigmas, que supera las discriminaciones de tipo económico, social, cultural y político basadas en el género y la orientación sexual. La diversidad será fuente de desarrollo sostenible y no de exclusión.” (Plan Nacional de desarrollo, 2022-20026).

Acción de formación especializada

Sodimac Colombia S.A pone a consideración del SENA esta acción de formación especializada, en tanto:

- Busca desarrollar las competencias laborales de los beneficiarios, actualizando y profundizando conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas de los trabajadores que luego serán aplicadas de forma inmediata en Sodimac Colombia S.A en desarrollo de su trabajo. En particular con esta acción de formación se buscan realizaciones tales como: Reconocer los retos que plantea para el reclutamiento y desarrollo del talento humano en el retail el entorno de cambio constante y transformación digital al que está expuesta la industria; apropiar herramientas tecnológicas para, a partir del análisis de la data, formular estrategias más efectivas de retención

del talento humano; diseñar el ciclo de vida del talento humano en la organización, para formular mejoras puntuales que impacten la experiencia del colaborador.
- Impactaran la productividad y competitividad de Sodimac Colombia S.A
- Se estructuró específicamente para responder a la necesidad de formación identificada.
- Su duración es inferior a 120 horas.

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

Al trabajador aplicar el conocimiento adquirido en su puesto de trabajo, se espera que se alcancen los siguientes RESULTADOS:

- Soporta la gestión y ejecución de los planes de formación y desarrollo, así como los planes de compensación y bienestar y beneficios, teniendo en cuenta los resultados de la evaluación del desempeño y la evaluación y certificación de competencias, planes de carrera y otros aspectos de la política propia de la organización
- Valida la propuesta de selección, vinculación, formación, promoción, traslado y Desvinculación del personal de acuerdo con normativa.
- Evalúa la correspondencia de los perfiles seleccionados con los requeridos.
- Se proponen estrategias para abordar el análisis de la data como fuente primaria para el diseño de estrategias de reclutamiento y desarrollo del talento humano
- Se analiza el clico de vida de los colaboradores en la organización para definir políticas que mejoren su experiencia de trabajo.
- Se implementa un plan de acción para optimizar el proceso de gestión de talento humano en concordancia con los requerimientos del entorno y de los procesos de transformación digital.

Los resultados antes mencionados están alineados con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil de los beneficiarios.

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

Impactos en PRODUCTIVIDAD relacionados con la acción de formación:
- Los colaboradores tienen una experiencia de trabajo positiva, lo que potencia su desempeño
- Los índices de rotación de personal se disminuyen.
- Los planes de desarrollo del personal se potencian y mejora su pertinencia

Impactos en COMPETITIVIDAD relacionados con la acción de formación:
-Se atrae talento hacia la organización.
-Los proyectos de transformación digital se impactan positivamente
- Se mejora la capacidad de respuesta al entorno y los profundos cambios y proceso de transformación que exige.

Indicadores de Impacto

Indicador - Mejoramiento en la empleabilidad	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores con incremento salarial despues de recibir la formación	1
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	20
Meta %	% 5,00
Indicador - Retención de trabajadores	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que continuan en sus empresas luego de recibir la formación	20
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	20
Meta %	% 100,00
Indicador - Movilidad laboral	**Valor Indicador - Meta**

Número de trabajadores beneficiarios que cambian sus condiciones laborales luego de recibir la formación	1
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	20
Meta %	% 5,00
Indicador - Empresas beneficiarias	**Valor Indicador - Meta**
Número de empresas beneficiarias de de la acción de formación	1
Número de empresas de el(los) sector(es) que representa	1
Meta %	% 100,00
Indicador - Trabajadores beneficiarios	**Valor Indicador - Meta**
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	20
Número total de trabajadores de la(s) empresa(s) que representa la empresa/ gremio	8700
Meta %	% 0,23

Justificación lugar de ejecución

Se justifica la relación de los trabajadores beneficiarios con los lugares de ejecución planteados en la medida en que Sodimac Colombia S.A tiene presencia comercial en tales lugares y por tanto sus trabajadores, que comparten las necesidades de formación identificadas, trabajan para la organización en dicha ubicación geográfica.

Lugar de ejecución

Grupo Número Departamento	*Ciudad*	*Zona Rural*	*N° Beneficiarios*
1 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 DOCENTE NACIONAL MAESTRIA	$ 9.812.110	% 73,60	$ 3.519.090	% 26,40	$ 13.331.200
R05.2.1.1 Material de Formación - Impreso - Impresión de cartillas, de 1 a 200 unidades	MATERIAL IMPRESO CARTILLAS FULL COLOR	$ 756.800	% 55,00	$ 619.200	% 45,00	$ 1.376.000
R06.1.1.3 Alquiler de Salones y/o Espacios - Salones Hoteles, laboratorios, aulas gastronomia o salones empresariales hasta 30 beneficiarios	SALON EMPRESARIAL	$ 0	% 0,00	$ 4.000.000	% 100,00	$ 4.000.000
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	GASTOS DE OPERACIÓN	$ 127.050	% 50,82	$ 122.950	% 49,18	$ 250.000
R10.3 Garantías	PÓLIZAS DE SEGURO PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	$ 0	% 0,00	$ 100.000	% 100,00	$ 100.000
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	3	$ 0	% 0,00	$ 390.980	% 100,00	$ 390.980

	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida en Especie	% Especie	Contrapartida en Dinero	% Dinero	COSTO TOTAL AF
COSTO TOTAL DE LA AF	$ 10.695.960	% 55,00	$ 0	% 0,00	$ 8.752.220	% 45,00	$ 19.448.180

Presupuesto Transferencia de Conocimiento y Tecnología

Rubro	*% de Beneficiarios*	*Número de beneficiarios de transferencia*	*Cofinanciación SENA*	*Porcentaje Cofinanciación*	*Contrapartida Especie*	*Porcentaje Especie*	*Contrapartida Dinero*	*Porcentaje Dinero*	*Valor Total*
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	% 015	3	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 390.980	% 100,00	$ 390.980

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%	$ 127.050	% 50,82	$ 0	% 0,00	$ 122.950	% 49,18	$ 250.000

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	$ 100.000	% 100,00	$ 100.000

AF N° : 3

ACCIÓN DE FORMACIÓN : Construyendo la experiencia del cliente del futuro

Volver al Listado de AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1506#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 el proceso de definición de los objetivos estratégicos de la compañía a mediano y largo plazo con foco en la gestión de la experiencia del cliente del futuro como base para la definición de proyectos de transformación digital

Herramientas utilizadas para obtener la necesidad

Herramienta Utilizada	*Muestra Poblacional*
Otra	150

Fecha de diagnóstico

06/02/2024

Otro tipo de herramienta, cual?

Universidad Corporativa -Plan formacion

La herramienta es de creación propia?

Si

La Empresa/Gremio cuenta con un plan de capacitación?

Si

Descripción de la herramienta

Tenemos un plan de Formación que funciona bajo el modelo de Universidad Corporativa (Mundo Eureka). Esta Universidad funciona a través de Escuelas, Programas y Rutas de capacitación, los cuales son diseñados por expertos internos y externos y parten de la realidad del negocio y sus necesidades: nos basamos en la estrategia, grandes promesas, modelo de negocio, proyectos e iniciativas clave, y por supuesto en los desafíos planteados por el entorno; para diseñar y ejecutar nuestras acciones de formación, utilizando tanto información primaria como secundaria, de fuentes tanto internas como externas. De esa forma identificamos las necesidades de formación y brechas de competencia que queremos solucionar.

Resumen de resultados principales del diagnóstico de necesidades de formación

De tipo cualitativo:

*En el plan de formación de Sodimac Colombia S.A se documenta, como resultado de las entrevistas con los lideres de los procesos misionales, que se debe fortalecer la apropiación de la orientación al trabajo ágil en todos los niveles organizacionales.

*En el plan de formación de Sodimac Colombia S.A se documenta, como resultado de las entrevistas con los lideres de los procesos misionales, que se deben fortalecer las competencias del talento humano para llevar a cabo mejoras en los procesos de gestión del talento dentro de Sodimac, para fortalecer los indicadores de rotación de personal y maximizar las posibilidades de desarrollo de carrera para el personal clave.

*La necesidad por gestionar la experiencia del cliente es sintetizada en gran forma por la consultora norteamericana EY: “La experiencia del consumidor está evolucionando rápidamente desde un proceso transaccional centrado simplemente en buscar y comprar, a un modelo construido sobre relaciones profundas y enriquecedoras en cada paso del viaje del cliente. Los minoristas y las marcas deben convertirse en una parte indispensable de la vida de los consumidores. Deben desarrollar una comprensión sofisticada de la forma en que los consumidores viven, comen, compran, trabajan y juegan, y utilizar este conocimiento para brindar valor en el lugar correcto y en el momento correcto. Un vieje del consumidor basado en la experiencia no es poca cosa. Requiere una visión de todo el negocio centrada en el consumidor, desde la cadena de suministro y el modelo operativo hasta el contenido y el marketing, y un ecosistema tecnológico impulsado por datos de los consumidores en tiempo real (EY, Cómo dar forma a la experiencia del consumidor puede optimizar el crecimiento, 2023). Para llegar a ese ecosistema tecnológico adecuado se deben generar las condiciones necesarias para generar procesos de transformación digital pertinentes, adecuados a las necesidades de los clientes.
*Del plan de formación interno se extrae que se han identificado brechas de competencia de los colaboradores para apropiar los nuevos conceptos de gestión de retail aplicables a entornos de alta transformación digital y omnicanalidad.

*Deloitte hablando del retail del futuro ratifica la necesidad de centrarse en el cliente y en fortalecer las capacidades para responder a entornos extremadamente cambiantes en tecnología, competencia, y comportamiento del consumidor; y plantea la necesidad de agilidad para mantenerse sostenibles: “La centralidad en el cliente y la colaboración deben ir acompañadas de procesos de toma de decisiones rápidos y ágiles. Los minoristas deben lanzar nuevas primeras versiones de productos rápidamente, aprender de los comentarios de los clientes e integrarlos constantemente para realizar mejoras continuas en los productos. Esto requiere procesos de toma de decisiones rápidos y ágiles gestionados por un sistema de gobernanza iterativo, en lugar de largos procesos internos de toma de decisiones que se centren en productos pensados hasta el último detalle” (Deloitte, La nueva operación minorista, Modelo del futuro, 2020).

De tipo cuantitativo:
*- Según datos de KPMG, “en los últimos diez años la rentabilidad de la empresa minorista ha decrecido en hasta un 50% en muchos de los principales mercados, lo que ha generado grandes presiones sobre los márgenes de ganancia a medida que los costos asociados con la producción de bienes, mano de obra, capital, operaciones y otros gastos comerciales se han disparado” (KPMG, Tendencias 2023 para la industria de Consumo y Retail en América del Sur). En este informe, se cita el ejemplo de Falabella, quien dentro de las medidas que tomó para optimizar sus costos y acelerar el proceso de transformación interna, apostó por una estructura más ágil, simple y eficiente, con su estrategia omnicanal.

*El indicador de rotación de personal de Sodimac Colombia SA para el cierre de 2023 es del 28.75% con un total de 2420 retiros. Por niveles ocupacionales, la alta gerencia tiene una rotación del 9.82%, las jefaturas y coordinaciones del 16.65% y los cargos base del 30.70%. Para maximizar el valor de los procesos de transformación digital que adelanta la organización es prioritario desplegar estrategias que permitan conservar al talento que participa de las implementaciones, ofreciéndoles propuestas de valor atractivas que reduzcan tales índices de rotación.

*Los datos disponibles de la operación de Sodimac, a través de Homecenter, muestran que se consiguieron 7,021,761 clientes compradores, de los cuales 646,621 son omnicanal. De 25.598.114 transacciones se tuvieron 155.059 reclamos, 1.117.691 devoluciones y 120.710 solicitudes de servicio técnico. Es importante indicar que la proporción de reclamos frente al numero de transacciones fue del 0.6% en 2022, mismo nivel alcanzado en 2020 (Sodimac Colombia, Reporte de Sostenibilidad, 2022). Si bien las cifras son muy positivas, los cambios constantes en el sector y las características del cliente hacen necesario ajustar constantemente las estrategias para mantener la posición competitiva, impulsado procesos de transformación digital que permitan impactar positivamente la experiencia del cliente.

* La necesidad de desplegar las mejores prácticas en gestión de retail a nuestros colaboradores se explica por el tamaño de la operación de Sodimac Colombia, donde se continua con una estrategia omnicanal de relacionamiento con sus clientes, en donde combina una red de tiendas físicas con presencia nacional con la potencia del e-commerce, todo soportado en una capacidad logística que permite llegar con sus productos y servicios a más de 800 municipios de Colombia. En la actualidad se tienen 40 almacenes, 3 centros de distribución, 3 plataformas de distribución regionales, 1 bodega alterna,1 call center y 1 oficina de apoyo a tiendas así como 199.294 referencias activas de productos (Sodimac Colombia, Reporte de sostenibilidad, 2022). El tamaño de la organización y su nivel de crecimiento demandan una constante actualización de las practicas que se utilizan para la gestión del retail.

El Foro económico mundial destaca el papel del COVID 19 en la acelerada transformación digital que el mundo ha vivido en los últimos años: “La transformación digital es una de las tendencias más importantes que ha surgido en los últimos años …. Debido a la pandemia, empresas de todos los sectores y regiones aceleraron la adopción de soluciones y herramientas digitales e inteligentemente conectadas para competir en un entorno empresarial que cambia rápidamente” y plantea como el advenimiento y convergencia de tecnologías como la conectividad ultrarrápida 5G y Wi-Fi, procesamiento energéticamente eficiente, dispositivos inteligentes y nube en el borde de la red no harán mas que mantener dicha aceleración. Sin embargo, el Foro indica que a pesar de que más del 84% de las empresas encuestadas tuvieron que acelerar los procesos de transformación digital, tres de cada cuatro trabajadores no tienen las habilidades digitales que las empresas necesitan, el 28% participa en programas de formación y sólo el 33% de los empleos tecnológicos en todo el mundo están ocupados por personas con las habilidades necesarias. (Foro Economico mundial, Por qué debemos priorizar la transformación digital, incluso en una recesión, Enero de 2023)

Análisis causas y efectos de la necesidad de formación detectada

Se tienen como CAUSAS que originan el problema o necesidad a las siguientes:

- No apropiación de herramientas y metodologías que permitan modelar el cliente en el mediano y largo plazo
- No despliegue adecuado de las mejores practicas para, de manera ágil, analizar el valor que se genera en cada una de las etapas que componen la prestación del servicio a un cliente
- Fallas en la identificación de oportunidades de mejora derivadas de la experiencia actual del cliente.

Se tienen como EFECTOS que se derivarían al no ejecutarse la acción de formación a los siguientes:

-Perdida de participación en el mercado
-Experiencias de compra no significativas para el cliente
-Productos y servicios que no responden a las necesidades de los clientes
-No adecuada identificación de procesos de transformación digital

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

Esta acción de formación se hace para la empresa Sodimac Colombia S.A y el proceso a intervenir es el de definición de los objetivos estratégicos de la compañía a mediano y largo plazo con foco en la gestión de la experiencia del cliente del futuro en áreas como especialistas, plomería, construcción, electricidad y hogar, entre otros. La formación se realizará en las instalaciones del cliente (Se aclara pues no se encuentra una opción apropiada para poner en el menú desplegable de tipo de ambiente de aprendizaje).

Brindar la mejor experiencia de compra ha sido el principal objetivo al momento de pensar en los clientes de la empresa, por lo que cada año se trabaja en traer disposiciones innovadoras para facilitar los procesos. Lo anterior, ha sido un reto con la hiperaceleración digital de los últimos dos años, sin embargo, se ha sido resiliente en el proceso de adaptación a los cambios siendo consientes en todo momento que el cliente debe ser la prioridad, por lo que se busca anticiparse para preparar a la compañía para que pueda gestionar adecuadamente la experiencia del cliente del futuro.

Aplicando la herramienta para el levantamiento de la información que incluyó el uso de fuentes internas y externas, el problema o necesidad identificado que afecta a Sodimac Colombia S.A, y al que se le da respuesta parcial con esta acción de formación, es: Fortalecer el proceso de definición de los objetivos estratégicos de la compañía a mediano y largo plazo enfocado en la gestión de la experiencia del cliente del futuro como base para la definición de proyectos de transformación digital.

Para su identificación se analizó información como la que se indica a continuación:

CUALITATIVA:
*La necesidad por gestionar la experiencia del cliente es sintetizada en gran forma por la consultora norteamericana EY: “La experiencia del consumidor está evolucionando rápidamente desde un proceso transaccional centrado simplemente en buscar y comprar, a un modelo construido sobre relaciones profundas y enriquecedoras en cada paso del viaje del cliente. Los minoristas y las marcas deben convertirse en una parte indispensable de la vida de los consumidores. Deben desarrollar una comprensión sofisticada de la forma en que los consumidores viven, comen, compran, trabajan y juegan, y utilizar este conocimiento para brindar valor en el lugar correcto y en el momento correcto. Un vieje del consumidor basado en la experiencia no es poca cosa. Requiere una visión de todo el negocio centrada en el consumidor, desde la cadena de suministro y el modelo operativo hasta el contenido y el marketing, y un ecosistema tecnológico impulsado por datos de los consumidores en tiempo real (EY, Cómo dar forma a la experiencia del consumidor puede optimizar el crecimiento, 2023). Para llegar a ese ecosistema tecnológico adecuado se deben generar las condiciones necesarias para generar procesos de transformación digital pertinentes, adecuados a las necesidades de los clientes.
*Del plan de formación de la compañía se resaltan los hallazgos en el sentido de fortalecer las competencias que permitan a los hacedores e implementadores de las estrategias de negocio, aplicar herramientas y metodologías que les permitan anticiparse a las necesidades de los clientes para desarrollar experiencias significativas que garanticen la sostenibilidad en el mediano y largo plazo.

CUANTITATIVA:
*Los datos disponibles de la operación de Sodimac, a través de Homecenter, muestran que se consiguieron 7,021,761 clientes compradores, de los cuales 646,621 son omnicanal. De 25.598.114 transacciones se tuvieron 155.059 reclamos, 1.117.691 devoluciones y 120.710 solicitudes de servicio técnico. Es importante indicar que la proporción de reclamos frente al numero de transacciones fue del 0.6% en 2022, mismo nivel alcanzado en 2020 (Sodimac Colombia, Reporte de Sostenibilidad, 2022). Si bien las cifras son muy positivas, los cambios constantes en el sector y las características del cliente hacen necesario ajustar constantemente las estrategias para mantener la posición competitiva, impulsado procesos de transformación digital que permitan impactar positivamente la experiencia del cliente.
* De acuerdo con Deloitte, “el papel de los minoristas en el viaje del consumidor ha cambiado. La pandemia aceleró una tendencia que ya estaba en marcha: los consumidores esperan el mejor precio de la manera más conveniente posible. Para competir, los minoristas han desplegado la alfombra roja real (y virtual), ofreciendo servicios rápidos de última milla como recogida en la acera y entrega en el mismo día, compradores personales, herramientas de predicción de ajuste y planes de pago. Y los minoristas se han encontrado con los consumidores donde están: desde las tradicionales tiendas físicas hasta los escaparates metaversos y todos los lugares intermedios. Por lo tanto, no sorprende que los costos de adquisición y retención de clientes estén aumentando. Incluso antes de la pandemia y la discusión sobre el metaverso, los costos de adquisición aumentaron más del 60% entre 2013 y 2018. (Deloitte, Perspectivas de la industria minorista, 2023). Esta realidad en la que se desenvuelven las empresas de Retail, obliga a la organización a anticiparse a las necesidades de sus clientes, monitoreando sus interacciones durante el proceso de compra para gestionar experiencias que lo motiven a regresar.

Objetivo de la acción de formación

El siguiente es el objetivo definido para la acción de formación, el cual refleja su propósito o intencionalidad (Para qué): Aplicar mejoras puntuales al proceso de definición de los objetivos estratégicos de la compañía a mediano y largo plazo para impactar la gestión de la experiencia del cliente del futuro

Este objetivo soluciona parcialmente la necesidad detectada.

Los resultados a alcanzar con esta acción, en términos de lo que nuestros trabajadores comprendan, conozcan y sean capaces de hacer es: llevar a cabo un diagnostico del proceso de definición de los objetivos estratégicos de la compañía a mediano y largo plazo con aplicación la gestión de la experiencia del cliente, para aplicar mejoras que maximicen su capacidad de anticiparse a las necesidades del cliente futuro para promover acciones que optimicen su experiencia con la organización, de forma que se identifiquen y lleven a cabo procesos de transformación digital pertinentes y alineados con las necesidades del cliente.

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	10	**Número de días por grupo de la AF**	3
Número de beneficiarios de la AF	10	**Número total de horas por AF**	24

Perfil Beneficiarios

Area(s) funcional(es)

Área Funcional	*Otra*
Otra	COMERCIAL
Otra	ESTRATEGIA E INNOVACIÓN
Otra	OPERACIONES
Otra	TRANSPORTE A CLIENTES

Justificación áreas funcionales a beneficiar

Las áreas funcionales aquí mencionadas corresponden a las estructuras organizacionales donde se agrupan los trabajadores a beneficiar con la acción de formación. El análisis de necesidades de formación no depende linealmente del área funcional, sino de los procesos en los que participa el trabajador, por lo que puede haber más de un área funcional involucrada en la formación. En el caso de esta acción, son las áreas funcionales que liderarán el proyecto elegido para el programa Maximizando tu proceso.

Cargo/ocupaciones/denominación

Cargo
GERENTES / JEFES / COORDINADORES / LÍDERES / ESPECIALISTAS / ANALISTAS

Funciones

Función
Liderar o ejecutar los procesos relacionados con la Estrategia de la Compañía y sus principales objetivos a mediano y largo plazo (principalmente 2024), con implicaciones en la experiencia del cliente

Productos

Producto

Conocimientos

Conocimiento

Habilidades

Habilidad

Actitudes

Actitud

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional
ALTA DIRECCIÓN
MEDIO

Justificación beneficiarios de los niveles ocupacionales

Los niveles ocupacionales incluidos son los necesarios para poder reunir en la formación a los trabajadores necesarios para promover las realizaciones que se buscan con la ejecución de la acción de formación, por eso se justifica su inclusión. Para definir los niveles realizamos un análisis de las funciones que realizan los trabajadores participantes y si las mismas se encuentran horizontalmente en un mismo nivel o verticalmente a través de dos o más niveles. Los colaboradores de estos niveles ocupacionales son los que impactan los proyectos estratégicos de la Compañía a mediano y largo plazo

Número de empresas mipymes a beneficiar

0

Número de trabajadores a beneficiar de empresas mipymes

0

Justificación empresas y trabajadores de mipymes a beneficiar

NA

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

NA

otros datos

Número de trabajadores en condición de discapacidad	0	**Número de trabajadores mujeres**	3
Número de trabajadores campesinos	0	**Número de empresas BIC a beneficiar**	0

Enfoque de la Acción de formación

Formación en el trabajo

En caso de tener un enfoque Internacional*

Nombre del beneficiario de la formación internacional

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

Cargo del beneficiario de la formación internacional

Tiempo de vinculación a la empresa

Descripción del perfil profesional del beneficiario de la formación internacional

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

Sectores y sub-sectores del beneficiario

Sector(es) a beneficiar con la AF

Comercio

Sub-sector(es) a beneficiar con la AF

Comercio

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

Comercio

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

Comercio

Justificación Sector - Subsector

La acción de formación puesta a consideración del SENA, fue preparada para los trabajadores de Sodimac Colombia S.A, empresa cuya actividad principal es la compra, venta, distribución, fabricación, producción, importación, exportación, transporte y comercialización de productos. Por esta razón la elección del sector y subsector Comercio es la más alineada tanto parea el sector a beneficiar como para los beneficiarios a impactar.

UNIDADES TEMÁTICAS

ID	8971
UT N°	1

AF N° 3
ACCIÓN DE FORMACIÓN Construyendo la experiencia del cliente del futuro
UNIDAD TEMÁTICA N° 1
UNIDAD TEMÁTICA UT I Reconocimiento y diagnóstico del proceso o área de intervención

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

Contenidos de la UT	Para la construcción de esta unidad temática se tuvo como base la necesidad de formación identificada, desarrollando un conjunto homogéneo de conocimientos expresados de manera estructurada, lógica y secuencial; en alineación con el diagnóstico realizado y con el perfil de la población beneficiaria de la acción. CONTENIDOS DETALLADOS Durante esta fase los docentes expertos en compañía de los trabajadores de SODIMAC Colombia SA, llevarán a cabo el reconocimiento y diagnóstico del proceso de definición de los objetivos estratégicos de la compañía a mediano y largo plazo con foco en la gestión de la experiencia del cliente, documentando mediante entrevistas, observación y revisión documental, entre otros, el estado actual del proceso, diagramando sus etapas y entradas, salidas, registros y propuesta actual de gestión de las experiencia. Durante esa fase se definirá el alcance de la intervención a efectuar con base en los resultados del diagnóstico.
Competencias a adquirir	Los contenidos que integran esta unidad temática permitirán al beneficiario desarrollar las siguientes competencias: - Reconoce los componentes a implementar para evaluar el estado actual de un proceso productivo, en el marco de formular mejoras a su ejecución.
Actividades de Aprendizaje	Durante el desarrollo de la unidad se llevarán a cabo actividades de aprendizaje que, guardando coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteadas, responden a sus contenidos y facilitaran el desarrollo de las competencias planteadas. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE - Estudio de caso y conversatorios. Dado que esta unidad temática es eminentemente práctica, los docentes concentraran el trabajo en estudiar el proceso a intervenir (caso), promoviendo la discusión activa con los trabajadores respecto de los hallazgos que van encontrando durante la fase de reconocimiento y diagnóstico.

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	4	0
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	4	0
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	4	0

ID 8972

UT N° 2

AF N° 3

ACCIÓN DE FORMACIÓN Construyendo la experiencia del cliente del futuro

UNIDAD TEMÁTICA N° 2

UNIDAD TEMÁTICA UT II Creación

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

Contenidos de la UT	Para la construcción de esta unidad temática se tuvo como base la necesidad de formación identificada, desarrollando un conjunto homogéneo de conocimientos expresados de manera estructurada, lógica y secuencial; en alineación con el diagnóstico realizado y con el perfil de la población beneficiaria de la acción. CONTENIDOS DETALLADOS Teniendo como entrada los hallazgos derivados de la fase de reconocimiento y diagnóstico adelantada previamente, los docentes guiaran el trabajo de los estudiantes para proponer mejoras al proceso de definición de los objetivos estratégicos de la compañía a mediano y largo plazo que maximicen su capacidad para anticiparse a las necesidades del cliente futuro de la organización con el propósito de diseñar la gestión de su experiencia. Como resultado esta actividad se consolidará un set de mejoras consensuado con el que se trabajará durante el resto del espacio formativo.
Competencias a adquirir	Los contenidos que integran esta unidad temática permitirán al beneficiario desarrollar las siguientes competencias: - Identifica oportunidades de mejora en los procesos en los que participa para mejorar los resultados de impacto de los mismos.
Actividades de Aprendizaje	Durante el desarrollo de la unidad se llevarán a cabo actividades de aprendizaje que, guardando coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteadas, responden a sus contenidos y facilitaran el desarrollo de las competencias planteadas. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE - Elaboración de documentos de forma colaborativa. Los trabajadores beneficiarios elaboraran, bajo la guía de los docentes, un documento marco para la propuesta de mejora del proceso de Gestión de la experiencia del cliente

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	0
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	8	0
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	8	0

ID	8973
UT N°	3

AF N° **3**

ACCIÓN DE FORMACIÓN **Construyendo la experiencia del cliente del futuro**

UNIDAD TEMÁTICA N° **3**

UNIDAD TEMÁTICA **UT III Implementación**

N° total de horas prácticas presenciales	3	**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	5		

Contenidos de la UT	Para la construcción de esta unidad temática se tuvo como base la necesidad de formación identificada, desarrollando un conjunto homogéneo de conocimientos expresados de manera estructurada, lógica y secuencial; en alineación con el diagnóstico realizado y con el perfil de la población beneficiaria de la acción. CONTENIDOS DETALLADOS *EXPERIENCIA DE CLIENTE -Planeación de la gestión de la experiencia del cliente - Entendimiento del usuario/cliente - Entendiendo la experiencia integral del cliente - Journey map actual -Omnicanalidad al servicio del cliente *CHANGE AGILE PARA EL MEJORAMIENTO DE PROCESOS DE CLIENTE -Rediseñando la experiencia del cliente -Innovación de procesos: Value Stream Mapping -Transformación digital de la experiencia del cliente *HERRAMIENTAS DE AGILE E INNOVACIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DE LA EXPERIENCIA DE CLIENTE --Cliente/centrismo: transformación de procesos con el Cliente en el centro -Diseño basado en cliente: Mapa de empatía -Design Thinking -Metodologías agile para la transformación de la experiencia de cliente: Elementos Scrum y Kanban
Competencias a adquirir	Los contenidos que integran esta unidad temática permitirán al beneficiario desarrollar las siguientes competencias: -Reconoce las etapas que comprende construir la experiencia del cliente, dentro del proceso de formulación de estrategias para su adecuada gestión. - Aplica metodologías agiles para descubrir e implementar mejoras a los procesos en los que participa, buscando maximizar el valor generado en cada uno de sus componentes.

Actividades de Aprendizaje	Durante el desarrollo de la unidad se llevarán a cabo actividades de aprendizaje que, guardando coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteadas, responden a sus contenidos y facilitaran el desarrollo de las competencias planteadas. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE -Foros de discusión de clases. Se analizará con los asistentes las propuestas de mejora al proceso resultado de la unidad temática anterior y se ajustará de acuerdo a las discusiones que se den relacionadas con los temas abordados en esta unidad temática. -Talleres. Se desarrollan en el aula de clase y se utiliza la retroalimentación para el mejoramiento. Se trabajará por grupos grupo en la elaboración de mapas de valor del viaje del cliente a través de los canales de la organización. Dichas actividades de aprendizaje guardan coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteada.

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	5	0
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	5	0
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	5	0

ID 8974

UT N° 4

AF N° 3

ACCIÓN DE FORMACIÓN Construyendo la experiencia del cliente del futuro

UNIDAD TEMÁTICA N° 4

UNIDAD TEMÁTICA UT IV Liderazgo e influencia social (Habilidad Transversal)

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

Contenidos de la UT	Para la construcción de esta unidad temática se tuvo como base la necesidad de formación identificada, desarrollando un conjunto homogéneo de conocimientos expresados de manera estructurada, lógica y secuencial; en alineación con el diagnóstico realizado y con el perfil de la población beneficiaria de la acción. CONTENIDOS DETALLADOS *Atributos del liderazgo en entornos agiles de alta transformación digital. nuevas prácticas y desafíos de los líderes en los entornos cambiantes *Influencia social, cómo influenciar a los colaboradores y construir confianza *Cómo medir la efectividad del líder

Competencias a adquirir	Los contenidos que integran esta unidad temática permitirán al beneficiario desarrollar las siguientes competencias: *Reflexiona sobre cómo el modelo de liderazgo responde a entornos de alto cambio, para proponer ajustes al mismo.
Actividades de Aprendizaje	Durante el desarrollo de la unidad se llevarán a cabo actividades de aprendizaje que, guardando coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteadas, responden a sus contenidos y facilitaran el desarrollo de las competencias planteadas. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE Entre otras: *Conversatorio. Los participantes analizan el modelo de liderazgo aplicado en la organización. Dichas actividades de aprendizaje guardan coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteada.

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	1	0
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	1	0
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	1	0

ID 9975

UT N° 5

AF N° 3
ACCIÓN DE FORMACIÓN Construyendo la experiencia del cliente del futuro
UNIDAD TEMÁTICA N° 5
UNIDAD TEMÁTICA UT 5 Montaje

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	Para la construcción de esta unidad temática se tuvo como base la necesidad de formación identificada, desarrollando un conjunto homogéneo de conocimientos expresados de manera estructurada, lógica y secuencial; en alineación con el diagnóstico realizado y con el perfil de la población beneficiaria de la acción. CONTENIDOS DETALLADOS En esta última unidad temática, los estudiantes bajo la guía de los docentes preparan los planes de acción para llevar a la realidad las mejoras definidas al proceso de proceso de definición de los objetivos estratégicos de la compañía a mediano y largo plazo, así como diseñaran los indicadores para validar su implementación e impacto en la gestión de la experiencia del cliente. Para ello el capacitador abordará temas como: -Hipótesis y experimentación para la mejora de la experiencia de cliente -¿Cómo medir la experiencia del cliente? Indicadores de impacto A manera de conversatorio, se discutirá con los trabajadores beneficiarios la experiencia de trabajo, las lecciones aprendidas dentro del proceso de mejora del proceso llevado a cabo y alternativas para replicar esta iniciativa en otros procesos del Sodimac Colombia SA. Una vez terminada la acción, los capacitadores elaboraran un informe en el cual se refleje el análisis de resultados obtenidos de la formación y el impacto generado para la empresa.
Competencias a adquirir	Para la construcción de esta unidad temática se tuvo como base la necesidad de formación identificada, desarrollando un conjunto homogéneo de conocimientos expresados de manera estructurada, lógica y secuencial; en alineación con el diagnóstico realizado y con el perfil de la población beneficiaria de la acción. CONTENIDOS DETALLADOS En esta última unidad temática, los estudiantes bajo la guía de los docentes preparan los planes de acción para llevar a la realidad las mejoras definidas al proceso de proceso de definición de los objetivos estratégicos de la compañía a mediano y largo plazo, así como diseñaran los indicadores para validar su implementación e impacto en la gestión de la experiencia del cliente. Para ello el capacitador abordará temas como: -Hipótesis y experimentación para la mejora de la experiencia de cliente -¿Cómo medir la experiencia del cliente? Indicadores de impacto A manera de conversatorio, se discutirá con los trabajadores beneficiarios la experiencia de trabajo, las lecciones aprendidas dentro del proceso de mejora del proceso llevado a cabo y alternativas para replicar esta iniciativa en otros procesos del Sodimac Colombia SA. Una vez terminada la acción, los capacitadores elaboraran un informe en el cual se refleje el análisis de resultados obtenidos de la formación y el impacto generado para la empresa.
Actividades de Aprendizaje	Durante el desarrollo de la unidad se llevarán a cabo actividades de aprendizaje que, guardando coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteadas, responden a sus contenidos y facilitaran el desarrollo de las competencias planteadas. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE - Elaboración de documentos de forma colaborativa. Los trabajadores beneficiarios elaboraran, bajo la guía de los docentes, un documento de planes de acción para llevar a la realidad las mejoras definidas al proceso - Conversatorio. Se discutirá con los trabajadores beneficiarios la experiencia de trabajo, las lecciones aprendidas dentro del proceso de mejora del proceso llevado a cabo y alternativas para replicar esta iniciativa en otros procesos. Dichas actividades de aprendizaje guardan coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteada.

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	6	0
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	6	0
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	6	0

Proveedor de la formación - persona jurídica

La entidad de formación seleccionada para el adelantamiento de esta acción de formación es el Colegio de Estudios Superiores de Administración CESA. Con domicilio en Bogotá D.C., en su objeto social es una institución de educación superior PRIVADA, de utilidad común, sin ánimo de lucro y su carácter académico es el de Institución Universitaria, con personería jurídica reconocida mediante resolución número 5157 de 1975-08-29, expedida por el Ministerio de Educación Nacional en el año de 1975 y cumple con lo establecido en el Articulo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995

Ofrece a nivel de pregrado el Programa de Administración de Empresas, registrado en el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior con el código 1770 y acreditado por el Ministerio de Educación Nacional como de alta calidad, mediante la Resolución 569 del 1.° de marzo de 2004, reafirmada mediante la Resolución 5320 10 de septiembre de 2007 y la Resolución 12455 del 29 de diciembre de 2011, esta última otorgada por seis años. A nivel de Posgrado, ofrece la Especialización en Finanzas Corporativas y la Especialización en Mercadeo Estratégico. También cuenta con la Maestría en Finanzas Corporativas, y ofrece la Maestría en Administración (MBA) Internacional en convenio de doble titulación internacional con Sprott School of Business, de Carleton University, Canadá. También cuenta con un área de formación ejecutiva con programas de formación continua cuidadosamente diseñados por expertos, combinan en su construcción competencias avanzadas, experiencia, técnica empresarial y metodologías innovadoras.

CESA tiene más de 10 años de experiencia adelantando formación presencial y más de 5 años adelantando formación virtual y cuenta con las licencias y permisos de funcionamiento exigidos por ley para la realización de la acción de formación aquí presentada, incluyendo lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995 y/o las normas que les sean aplicables para su funcionamiento en el territorio nacional. Esta experiencia incluye la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas a entidades públicas o privadas. Esta experiencia se acredita en el periodo comprendido entre los años 2010 a 2024.
CESA ha adelantado durante muchos años acciones de formación en el programa de formación continua especializada del SENA con excelentes resultados por lo que es una entidad idónea para adelantar la acción de formación propuesta, cuyos temas se alinean con las líneas de formación de esta Universidad.

Material de formación

Para esta acción de formación se entregará el siguiente material: Cartillas a full color

Este material cumple con los requisitos del pliego de condiciones en el sentido de que reúne medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan el desarrollo de la acción de formación y el proceso de enseñanza-aprendizaje; alineándose a la modalidad de formación y a la metodología para su impartición, apoyando a los beneficiarios para el desarrollo de las competencias esperadas y las realizaciones que se espera generar en su puesto de trabajo.

El material de formación aquí incluido, cumple con la normatividad vigente en cuanto a propiedad intelectual y es de producción reciente, inferior a los 2 años.
El contenido del material de formación académico, está metodológicamente estructurado y guarda coherencia con las unidades temáticas propuestas de modo que facilite la transferencia de conocimiento:

*EXPERIENCIA DE CLIENTE
*CHANGE AGILE PARA EL MEJORAMIENTO DE PROCESOS DE CLIENTE
*HERRAMIENTAS DE AGILE E INNOVACIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DE LA EXPERIENCIA DE CLIENTE
*LIDERAZGO E INFLUENCIA SOCIAL

También se proveerá a los beneficiarios con recursos didácticos como material de apoyo para facilitar la transmisión de conocimientos, tales como diapositivas digitales y presentaciones que no se consideran material de formación y por tanto no se incluyen en el presupuesto.

Para la acción de formación se emplearán materiales como:

-Aplicaciones multimedia interactivas que incorpora contenidos tales como imágenes, vídeo, animaciones y sonido y que además proporciona medios para interactuar fácilmente con el usuario. Se usarán aplicaciones para estimular la diversión y participación en el aula, tales como Kahoot, Quizzis, entre otros.

Gestión del Conocimiento

Ítem Gestion Conocimiento

Infografía (Póster)

Alineación de la acción de formación

Alineación

PND - Uso y apropiación de tecnologías digitales

Justificación de la Alineación

La acción de formación busca desarrollar dentro de los colaboradores de SODIMAC COLOMBIA SA capacidades para llevar a cabo un diagnóstico del proceso de definición de los objetivos estratégicos de la compañía a mediano y largo plazo con aplicación la gestión de la experiencia del cliente, que permita aplicar mejoras que maximicen su capacidad de anticiparse a las necesidades del cliente futuro para promover acciones que optimicen su experiencia con la organización, de forma que se identifiquen y lleven a cabo procesos de transformación digital pertinentes y alineados con las necesidades del cliente. Esto se alinea con el criterio del pliego de condiciones denominado “Uso y apropiación de tecnologías digitales; uso de tecnologías para la innovación digital del sector productivo; fortalecimiento de los servicios del sector TIC; programación; ciencia de datos; infraestructura tecnológica; aprovechamiento de la información; ciberseguridad; transferencia tecnológica. (Bases Plan Nacional de Desarrollo, Colombia potencia mundial de la vida 2022 – 2026)”. Como ejemplo, se

alinea con el Plan Nacional de desarrollo, en sus apartados de transformación digital como motor de oportunidades e igualdad, en particular con la medida de “Implementar iniciativas de transformación digital como herramienta para la productividad, la generación de empleo, la dinamización de la economía en las regiones y la potencialización de la economía popular” (Plan Nacional de desarrollo, 2022-20026).

Acción de formación especializada

Sodimac Colombia S.A pone a consideración del SENA esta acción de formación especializada, en tanto:

- Busca desarrollar las competencias laborales de los beneficiarios, actualizando y profundizando conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas de los trabajadores que luego serán aplicadas de forma inmediata en Sodimac Colombia S.A en desarrollo de su trabajo. En particular con esta acción de formación se buscan realizaciones tales como: llevar a cabo un diagnóstico del proceso de definición de los objetivos estratégicos de la compañía a mediano y largo plazo con aplicación la gestión de la experiencia del cliente, para aplicar mejoras que maximicen su capacidad de anticiparse a las necesidades del cliente futuro para promover acciones que maximicen su experiencia con la organización. Esto, apropiando herramientas de tipo ágil para el modelado del ciclo de vida del cliente y el prototipado de las intervenciones a realizar.
- Impactaran la productividad y competitividad de Sodimac Colombia S.A
- Se estructuró específicamente para responder a la necesidad de formación identificada.
- Su duración es inferior a 120 horas.

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

Al trabajador aplicar el conocimiento adquirido en su puesto de trabajo, se espera que se alcancen los siguientes RESULTADOS:

- Aplicación de mejoras al proceso de definición de los objetivos estratégicos de la compañía a mediano y largo plazo con aplicación la gestión de la experiencia del cliente
- Modelación del ciclo de vida del cliente para identificar oportunidades de mejora en su experiencia.
- Formulación de estrategias para anticiparse a las necesidades futuras del cliente de la organización.
-Identificación de oportunidades de transformación digital que maximicen la experiencia del cliente en su interacción con la organización.

Los resultados antes mencionados están alineados con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil de los beneficiarios.

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

Impactos en PRODUCTIVIDAD relacionados con la acción de formación:
- Acertada definición de los objetivos estratégicos de la compañía a mediano y largo plazo
- Implementación de herramientas agiles para facilitar el diseño y despliegue de estrategias.
- Procesos más eficientes para escuchar la voz del cliente para identificar oportunidades de mejora.
-Ejecución de proyectos de transformación digital útiles para apalancar los objetivos estratégicos definidos.

Impactos en COMPETITIVIDAD relacionados con la acción de formación:
- Conservación de la posición de mercado en el mediano y largo
- Clientes con experiencias satisfactorias y significativas
- Productos y servicios adecuados a las necesidades de los clientes.

Indicadores de Impacto

Indicador - Mejoramiento en la empleabilidad	Valor Indicador - Meta
Número de trabajadores con incremento salarial despues de recibir la formación	1
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	10
Meta %	% 10,00
Indicador - Retención de trabajadores	**Valor Indicador - Meta**

Número de trabajadores beneficiarios que continuan en sus empresas luego de recibir la formación	9
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	10
Meta %	% 90,00
Indicador - Movilidad laboral	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que cambian sus condiciones laborales luego de recibir la formación	1
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	10
Meta %	% 10,00
Indicador - Empresas beneficiarias	**Valor Indicador - Meta**
Número de empresas beneficiarias de de la acción de formación	1
Número de empresas de el(los) sector(es) que representa	1
Meta %	% 100,00
Indicador - Trabajadores beneficiarios	**Valor Indicador - Meta**
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	10
Número total de trabajadores de la(s) empresa(s) que representa la empresa/ gremio	8700
Meta %	% 0,11

Justificación lugar de ejecución

Se justifica la relación de los trabajadores beneficiarios con los lugares de ejecución planteados en la medida en que Sodimac Colombia S.A tiene presencia comercial en tales lugares y por tanto sus trabajadores, que comparten las necesidades de formación identificadas, trabajan para la organización en dicha ubicación geográfica.

Lugar de ejecución

Grupo Número Departamento	*Ciudad*	*Zona Rural*	*N° Beneficiarios*
1 BOGOTÁ D.C	BOGOTÁ	No	10

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 DOCENTE NACIONAL MAESTRIA - EXPERTO INNOVACION	$ 5.639.120	% 56,40	$ 0	% 0,00	$ 4.359.280	% 43,60	$ 9.998.400
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	HONORARIOS DOCENTE NACIONAL MAESTRIA - EXPERTO DISEÑO	$ 5.639.120	% 56,40	$ 0	% 0,00	$ 4.359.280	% 43,60	$ 9.998.400
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	HONORARIOS DOCENTE NACIONAL MAESTRIA - EXPERTO PROCESO	$ 5.639.120	% 56,40	$ 0	% 0,00	$ 4.359.280	% 43,60	$ 9.998.400

Rubro	Descripción	Cofinanciación SENA	%	Contrapartida especie	%	Contrapartida dinero	%	Valor total
R05.2.1.1 Material de Formación - Impreso - Impresión de cartillas, de 1 a 200 unidades	MATERIAL IMPRESO CARTILLAS FULL COLOR: PARA UN GRUPO	$ 378.400	% 55,00	$ 0	% 0,00	$ 309.600	% 45,00	$ 688.000
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	GASTOS DE OPERACIÓN	$ 121.750	% 48,70	$ 0	% 0,00	$ 128.250	% 51,30	$ 250.000
R10.3 Garantías	PÓLIZAS DE SEGURO PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 100.000	% 100,00	$ 100.000
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	2	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 635.000	% 100,00	$ 635.000

	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida en Especie	% Especie	Contrapartida en Dinero	% Dinero	COSTO TOTAL AF
COSTO TOTAL DE LA AF	$ 17.417.510	% 55,00	$ 0	% 0,00	$ 14.250.690	% 45,00	$ 31.668.200

Presupuesto Transferencia de Conocimiento y Tecnología

Rubro	% de Beneficiarios Número de beneficiarios de transferencia	Cofinanciación SENA	Porcentaje Cofinanciación	Contrapartida Especie	Porcentaje Especie	Contrapartida Dinero	Porcentaje Dinero	Valor Total
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	% 020 2	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 635.000	% 100,00	$ 635.000

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%	$ 121.750	% 48,70	$ 0	% 0,00	$ 128.250	% 51,30	$ 250.000

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	$ 100.000	% 100,00	$ 100.000

AF N° : 4

ACCIÓN DE FORMACIÓN : GESTIONANDO EL RETAIL Y LA OMNICANALIDAD EN ENTORNOS DE HIPERACELERACION DIGITAL

Volver al Listado de AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1506#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

Promover mejores practicas de gestión del retail que contribuyan a unificar la experiencia del cliente y a construir relaciones duraderas con los mismos.

Herramientas utilizadas para obtener la necesidad

Herramienta Utilizada	Muestra Poblacional
Otra	150

Fecha de diagnóstico

06/02/2024

Otro tipo de herramienta, cual?

Universidad Corporativa -Plan formacion

La herramienta es de creación propia?

Si

La Empresa/Gremio cuenta con un plan de capacitación?

Si

Descripción de la herramienta

Tenemos un plan de Formación que funciona bajo el modelo de Universidad Corporativa (Mundo Eureka). Esta Universidad funciona a través de Escuelas, Programas y Rutas de capacitación, los cuales son diseñados por expertos internos y externos y parten de la realidad del negocio y sus necesidades: nos basamos en la estrategia, grandes promesas, modelo de negocio, proyectos e iniciativas clave, y por supuesto en los desafíos planteados por el entorno; para diseñar y ejecutar nuestras acciones de formación, utilizando tanto información primaria como secundaria, de fuentes tanto internas como externas. De esa forma identificamos las necesidades de formación y brechas de competencia que queremos solucionar.

Resumen de resultados principales del diagnóstico de necesidades de formación

De tipo cualitativo:

*En el plan de formación de Sodimac Colombia S.A se documenta, como resultado de las entrevistas con los lideres de los procesos misionales, que se debe fortalecer la apropiación de la orientación al trabajo ágil en todos los niveles organizacionales.

*En el plan de formación de Sodimac Colombia S.A se documenta, como resultado de las entrevistas con los lideres de los procesos misionales, que se deben fortalecer las competencias del talento humano para llevar a cabo mejoras en los procesos de gestión del talento dentro de Sodimac, para fortalecer los indicadores de rotación de personal y maximizar las posibilidades de desarrollo de carrera para el personal clave.

*La necesidad por gestionar la experiencia del cliente es sintetizada en gran forma por la consultora norteamericana EY: “La experiencia del consumidor está evolucionando rápidamente desde un proceso transaccional centrado simplemente en buscar y comprar, a un modelo construido sobre relaciones profundas y enriquecedoras en cada paso del viaje del cliente. Los minoristas y las marcas deben convertirse en una parte indispensable de la vida de los consumidores. Deben desarrollar una comprensión sofisticada de la forma en que los consumidores viven, comen, compran, trabajan y juegan, y utilizar este conocimiento para brindar valor en el lugar correcto y en el momento correcto. Un vieje del consumidor basado en la experiencia no es poca cosa. Requiere una visión de todo el negocio centrada en el consumidor, desde la cadena de suministro y el modelo operativo hasta el contenido y el marketing, y un ecosistema tecnológico impulsado por datos de los consumidores en tiempo real (EY, Cómo dar forma a la experiencia del consumidor puede optimizar el crecimiento, 2023). Para llegar a ese ecosistema tecnológico adecuado se deben generar las condiciones necesarias para generar procesos de transformación digital pertinentes, adecuados a las necesidades de los clientes.
*Del plan de formación interno se extrae que se han identificado brechas de competencia de los colaboradores para apropiar los nuevos conceptos de gestión de retail aplicables a entornos de alta transformación digital y omnicanalidad.

*Deloitte hablando del retail del futuro ratifica la necesidad de centrarse en el cliente y en fortalecer las capacidades para responder a entornos extremadamente cambiantes en tecnología, competencia, y comportamiento del consumidor; y plantea la necesidad de agilidad para mantenerse sostenibles: “La centralidad en el cliente y la colaboración deben ir acompañadas de procesos de toma de decisiones rápidos y ágiles. Los minoristas deben lanzar nuevas primeras versiones de productos rápidamente, aprender de los comentarios de los clientes e integrarlos constantemente para realizar mejoras continuas en los productos. Esto requiere procesos de toma de decisiones rápidos y ágiles gestionados por un sistema de gobernanza iterativo, en lugar de largos procesos internos de toma de decisiones que se centren en productos pensados hasta el último detalle” (Deloitte, La nueva operación minorista, Modelo del futuro, 2020).

De tipo cuantitativo:
*- Según datos de KPMG, “en los últimos diez años la rentabilidad de la empresa minorista ha decrecido en hasta un 50% en muchos de los principales mercados, lo que ha generado grandes presiones sobre los márgenes de ganancia a medida que los costos asociados con la producción de bienes, mano de obra, capital, operaciones y otros gastos comerciales se han disparado” (KPMG, Tendencias 2023 para la industria de Consumo y Retail en América del Sur). En este informe, se cita el ejemplo de Falabella, quien dentro de las medidas que tomó para optimizar sus costos y acelerar el proceso de transformación interna, apostó por una estructura más ágil, simple y eficiente, con su estrategia omnicanal.

*El indicador de rotación de personal de Sodimac Colombia SA para el cierre de 2023 es del 28.75% con un total de 2420 retiros. Por niveles ocupacionales, la alta gerencia tiene una rotación del 9.82%, las jefaturas y coordinaciones del 16.65% y los cargos base del 30.70%. Para maximizar el valor de los procesos de transformación digital que adelanta la organización es prioritario desplegar estrategias que permitan conservar al talento que participa de las implementaciones, ofreciéndoles propuestas de valor atractivas que reduzcan tales índices de rotación.

*Los datos disponibles de la operación de Sodimac, a través de Homecenter, muestran que se consiguieron 7,021,761 clientes compradores, de los cuales 646,621 son omnicanal. De 25.598.114 transacciones se tuvieron 155.059 reclamos, 1.117.691 devoluciones y 120.710 solicitudes de servicio técnico. Es importante indicar que la proporción de reclamos frente al numero de transacciones fue del 0.6% en 2022, mismo nivel alcanzado en 2020 (Sodimac Colombia, Reporte de Sostenibilidad, 2022). Si bien las cifras son muy positivas, los cambios constantes en el sector y las características del cliente hacen necesario ajustar constantemente las estrategias para mantener la posición competitiva, impulsado procesos de transformación digital que permitan impactar positivamente la experiencia del cliente.

* La necesidad de desplegar las mejores prácticas en gestión de retail a nuestros colaboradores se explica por el tamaño de la operación de Sodimac Colombia, donde se continua con una estrategia omnicanal de relacionamiento con sus clientes, en donde combina una red de tiendas físicas con presencia nacional con la potencia del e-commerce, todo soportado en una capacidad logística que permite llegar con sus productos y servicios a más de 800 municipios de Colombia. En la actualidad se tienen 40 almacenes, 3 centros de distribución, 3 plataformas de distribución regionales, 1 bodega alterna,1 call center y 1 oficina de apoyo a tiendas así como 199.294 referencias activas de productos (Sodimac Colombia, Reporte de sostenibilidad, 2022). El tamaño de la organización y su nivel de crecimiento demandan una constante actualización de las practicas que se utilizan para la gestión del retail.

El Foro económico mundial destaca el papel del COVID 19 en la acelerada transformación digital que el mundo ha vivido en los últimos años: “La transformación digital es una de las tendencias más importantes que ha surgido en los últimos años …. Debido a la pandemia, empresas de todos los sectores y regiones aceleraron la adopción de soluciones y herramientas digitales e inteligentemente conectadas para competir en un entorno empresarial que cambia rápidamente” y plantea como el advenimiento y convergencia de tecnologías como la conectividad ultrarrápida 5G y Wi-Fi, procesamiento energéticamente eficiente, dispositivos inteligentes y nube en el borde de la red no harán mas que mantener dicha aceleración. Sin embargo, el Foro indica que a pesar de que más del 84% de las empresas encuestadas tuvieron que acelerar los procesos de transformación digital, tres de cada cuatro trabajadores no tienen las habilidades digitales que las empresas necesitan, el 28% participa en programas de formación y sólo el 33% de los empleos tecnológicos en todo el mundo están ocupados por personas con las habilidades necesarias. (Foro Economico mundial, Por qué debemos priorizar la transformación digital, incluso en una recesión, Enero de 2023)

Análisis causas y efectos de la necesidad de formación detectada

Se tienen como CAUSAS que originan el problema o necesidad a las siguientes:

-No se han desplegado a todos los colaboradores requeridos las mejores practicas para la gestión de retail para responder a entornos de hiperaceleracion digital
- No se han apropiado adecuadamente las implicaciones de la digitalización en la transformación de los hábitos del cliente y las repercusiones en la gestión del retail.
- No se evalúan adecuadamente los efectos en la experiencia del cliente de las estrategias desplegadas para la gestión del retail.

Se tienen como EFECTOS que se derivarían al no ejecutarse la acción de formación a los siguientes:

- Experiencias negativas de los clientes en sus contactos con la organización
- No adecuada disponibilidad de los productos ofrecidos,
- Afectaciones a la rentabilidad del negocio.

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

Aplicando la herramienta para el levantamiento de la información que incluyó el uso de fuentes internas y externas, el problema o necesidad identificado que afecta a Sodimac Colombia S.A, y al que se le da respuesta parcial con esta acción de formación, es: Promover mejores practicas de gestión del retail que contribuyan a unificar la experiencia del cliente y a construir relaciones duraderas con los mismos.

Para su identificación se analizó información como la que se indica a continuación:

CUALITATIVA:
*Del plan de formación interno se extrae que se han identificado brechas de competencia de los colaboradores para apropiar los nuevos conceptos de gestión de retail aplicables a entornos de alta transformación digital y omnicanalidad.

* La consultora Deloitte espera que para el 2024 se avance en la consolidación de una experiencia unificada para el cliente en todos los canales, lo cual aún no se consigue en la mayoría de los jugadores de retail: “La aceleración digital provocada por la pandemia fue una bendición para las compras online y omnicanal. Las actualizaciones tecnológicas ayudaron a solucionar algunas de las deficiencias de la experiencia en línea, desde la adaptación hasta la visualización de productos. Las redes sociales y los influencers dieron vida a los productos en contenidos de vídeo cortos. Se ampliaron las billeteras digitales y las nuevas opciones de última milla y devolución, lo que generó menos fricción para que los consumidores hicieran clic y compraran. A pesar de estos avances (y de lo cansado que pueda parecer el tema), a menudo falta una omniexperiencia cohesiva y consistente, lo que potencialmente erosiona la confianza”(Deloitte, Perspectivas de la industria minorista para 2024, 2024).

CUANTITATIVA:
* La necesidad de desplegar las mejores prácticas en gestión de retail a nuestros colaboradores se explica por el tamaño de la operación de Sodimac Colombia, donde se continua con una estrategia omnicanal de relacionamiento con sus clientes, en donde combina una red de tiendas físicas con presencia nacional con la potencia del e-commerce, todo soportado en una capacidad logística que permite llegar con sus productos y servicios a más de 800 municipios de Colombia. En la actualidad se tienen 40 almacenes, 3 centros de distribución, 3 plataformas de distribución regionales, 1 bodega alterna,1 call center y 1 oficina de apoyo a tiendas así como 199.294 referencias activas de productos (Sodimac Colombia, Reporte de sostenibilidad, 2022). El tamaño de la organización y su nivel de crecimiento demandan una constante actualización de las practicas que se utilizan para la gestión del retail.

- La consultora McKensey explica adecuadamente lo que significa la hiperdigitalización en el entorno del retail: “El sector minorista ha experimentado tanta disrupción en los últimos cinco años como en los 25 anteriores. Considere esto: tal vez nunca antes en la historia de la industria, cada uno de los principales grupos de interés del comercio minorista (clientes, proveedores, empleados e inversores) haya cambiado drásticamente su comportamiento y sus expectativas, todos al mismo tiempo”; y las dramáticas disrupciones que han ocurrido en el entorno han derivado en que “casi uno de cada cinco minoristas ha registrado ganancias económicas negativas desde 2015, y si bien el sector minorista en conjunto ha creado valor durante ese tiempo, la brecha entre ganadores y perdedores se está ampliando: El 10 por ciento superior de los minoristas que cotizan en bolsa ahora representan el 70 por ciento de las ganancias económicas del sector” (McKensey, Reinicio del comercio minorista: un nuevo manual para los líderes del comercio minorista, julio de 2023). La realidad es que los jugadores de retail que no sean capaces de adaptar su operación al entorno de trasformación digital, perderan sus posiciones competitivas con el tiempo.

Objetivo de la acción de formación

El siguiente es el objetivo definido para la acción de formación, el cual refleja su propósito o intencionalidad (Para qué): Desplegar mejores prácticas para la gestión del retail que permitan a los colaboradores formular e implementar estrategias orientadas a mejorar la experiencia del cliente bajo un enfoque de omnicanalidad.

Este objetivo soluciona parcialmente la necesidad detectada.

Los resultados a alcanzar con esta acción, en términos de lo que nuestros trabajadores comprendan, conozcan y sean capaces de hacer es: reconocer todos los componentes que integran la gestión de retail, entendiendo las implicaciones de la digitalización en las relaciones con clientes, proveedores y terceros; y apropiando el concepto de experiencia de cliente como un determinante fundamental en su despliegue. Incluye además como resultado, la apropiación de conceptos relacionados con la analítica de datos para apoyar el seguimiento y la reorientación de las estrategias de gestión del retail.

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

Nombre del catálogo	
Nombre de la cualificación	
Brecha de capital humano	

Evento de formación

Tipo de evento de formación	Diplomado	**Modalidad de formación**	Presencial asistida por tecnologías-PAT
Tipo de ambiente de aprendizaje		Plataforma o herramienta tecnológica	
Número de grupos	1	**Número de horas por grupo**	80
Número de beneficiarios por grupo	30	**Número de días por grupo de la AF**	20
Número de beneficiarios de la AF	30	**Número total de horas por AF**	80

Perfil Beneficiarios

Area(s) funcional(es)

Área Funcional	*Otra*
Otra	PERSONAS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL
Otra	ABASTECIMIENTO
Otra	DESARROLLO
Otra	OPERACIONES
Otra	TECNOLOGIA
Otra	FINANCIERA
Otra	COMERCIAL
Tecnología	

Justificación áreas funcionales a beneficiar

Las áreas funcionales aquí mencionadas corresponden a las estructuras organizacionales donde se agrupan los trabajadores a beneficiar con la acción de formación. El análisis de necesidades de formación no depende linealmente del área funcional, sino de los procesos en los que participa el trabajador, por lo que puede haber mas de un área funcional involucrada en la formación. Queremos alcanzar colaboradores con roles de liderazgo, de todas las áreas de la organización, ya que es clave para nosotros que todos conozcan el Retail y sus tendencias más vanguardistas.

Cargo/ocupaciones/denominación

Cargo

GERENTES / JEFES / COORDINADORES / LÍDERES / (o cargos equivalentes a los mencionados)

Funciones

Función

Liderar o ejecutar los procesos relacionados con los objetivos a corto, mediano y largo plazo de la Compañía, relacionados con el retail

Productos

Producto

Conocimientos

Conocimiento

Habilidades

Habilidad

Actitudes

Actitud

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional

MEDIO

Justificación beneficiarios de los niveles ocupacionales

Los niveles ocupacionales incluidos son los necesarios para poder reunir en la formación a los trabajadores necesarios para promover las realizaciones que se buscan con la ejecución de la acción de formación, por eso se justifica su inclusión. Para definir los niveles realizamos un análisis de las funciones que realizan los trabajadores participantes y si las mismas se encuentran horizontalmente en un mismo nivel o verticalmente a través de dos o más niveles. Requerimos que los colaboradores de este nivel ocupacional, se mantenga actualizados y adquieran conocimientos y herramientas para trabajar en retail, en el marco del contexto actual.

Número de empresas mipymes a beneficiar

0

Número de trabajadores a beneficiar de empresas mipymes

0

Justificación empresas y trabajadores de mipymes a beneficiar

NA

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

NA

otros datos

Número de trabajadores en condición de discapacidad	0	**Número de trabajadores mujeres**	12
Número de trabajadores campesinos	0	**Número de empresas BIC a beneficiar**	0

Enfoque de la Acción de formación

Formación en el trabajo

En caso de tener un enfoque Internacional*

Nombre del beneficiario de la formación internacional

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

Cargo del beneficiario de la formación internacional

Tiempo de vinculación a la empresa

Descripción del perfil profesional del beneficiario de la formación internacional

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

Sectores y sub-sectores del beneficiario

Sector(es) a beneficiar con la AF

Comercio

Sub-sector(es) a beneficiar con la AF

Comercio

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

Comercio

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

Comercio

Justificación Sector - Subsector

La acción de formación puesta a consideración del SENA, fue preparada para los trabajadores de Sodimac Colombia S.A, empresa cuya actividad principal es la compra, venta, distribución, fabricación, producción, importación, exportación, transporte y comercialización de productos. Por esta razón la elección del sector y subsector Comercio es la más alineada tanto parea el sector a beneficiar como para los beneficiarios a impactar.

UNIDADES TEMÁTICAS

ID 8952

UT N° 3

AF N° 4

ACCIÓN DE FORMACIÓN GESTIONANDO EL RETAIL Y LA OMNICANALIDAD EN ENTORNOS DE HIPERACELERACION DIGITAL

UNIDAD TEMÁTICA N° 3

UNIDAD TEMÁTICA UT III CONTROL DE GESTIÓN EN RETAIL

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	4	**N° total de horas teóricas PAT**	4
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	Para la construcción de esta unidad temática se tuvo como base la necesidad de formación identificada, desarrollando un conjunto homogéneo de conocimientos expresados de manera estructurada, lógica y secuencial; en alineación con el diagnóstico realizado y con el perfil de la población beneficiaria de la acción. CONTENIDOS DETALLADOS -Cómo medir el desempeño del Retail -Evolución del consumo masivo y sus efectos en las modalidades de producción, distribución, manejo de categorías y otros. -Variables estratégicas de Retail - segmento, mix, formato, localización y marca. La realidad en diferentes países. -Control desde la perspectiva de los clientes - fidelidad, contribución -Control desde la perspectiva de los dueños - margen y rotación - categorías -Niveles de control - negocio, zona, sala. -Indicadores de control de gestión: relación entre rentabilidad, rotación y margen -Análisis de la rentabilidad en cadenas de Retail – EBITDA, ¿cómo se construye?
Competencias a adquirir	Los contenidos que integran esta unidad temática permitirán al beneficiario desarrollar las siguientes competencias: -Define el alcance del control a aplicar en las estrategias de retail, para asegurar el cumplimiento de las metas de rentabilidad, rotación y margen -Interpreta los indicadores para validar la efectividad de las estrategias de retail, desde las perspectivas del cliente y de la organización.
Actividades de Aprendizaje	Durante el desarrollo de la unidad se llevarán a cabo actividades de aprendizaje que, guardando coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteadas, responden a sus contenidos y facilitaran el desarrollo de las competencias planteadas. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE - Discusión en grupos. El docente organiza por grupos a los participantes para que discutan las estrategias de control expuestas en la unidad y propongan mejoras a los procedimientos que se implementan en la organización. Se exponen los resultados en plenarias. Lecturas. El docente comparte lecturas para profundizar en algunos de los temas de control de retail vistos en la unidad.

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	0

ID 8953

UT N° 6

AF N° 4

ACCIÓN DE FORMACIÓN GESTIONANDO EL RETAIL Y LA OMNICANALIDAD EN ENTORNOS DE HIPERACELERACION DIGITAL

UNIDAD TEMÁTICA N° 6

UNIDAD TEMÁTICA UT VI GESTIÓN DE TIENDA

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	4	**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	6

Contenidos de la UT	Para la construcción de esta unidad temática se tuvo como base la necesidad de formación identificada, desarrollando un conjunto homogéneo de conocimientos expresados de manera estructurada, lógica y secuencial; en alineación con el diagnóstico realizado y con el perfil de la población beneficiaria de la acción. CONTENIDOS DETALLADOS En esta unidad se busca desarrollar las habilidades para una óptima gestión de la tienda, así como conocer los diferentes elementos y herramientas que faciliten la calidad del servicio. -Ambientación de sala y Merchandising -Gestión de servicios adicionales o complementarios -Calidad de servicio en el punto de venta -Planogramas -Creación y aplicación de un Layout. -Surtido estratégico de productos. -Tecnologías de información aplicadas a la Sala – Integración con los sistemas centrales. -Gestión de la tienda en omnicanalidad
Competencias a adquirir	Los contenidos que integran esta unidad temática permitirán al beneficiario desarrollar las siguientes competencias: - Explica los fundamentos detrás del diseño de los planogramas, para garantizar su adecuada implementación en el punto de venta. - Reconoce las buenas practicas para unificar la experiencia del cliente en canales presenciales y virtuales cuando diseña estrategias de gestión de la tienda.
Actividades de Aprendizaje	Durante el desarrollo de la unidad se llevarán a cabo actividades de aprendizaje que, guardando coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteadas, responden a sus contenidos y facilitaran el desarrollo de las competencias planteadas. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE -Estudios de caso. El docente suministrará estudios de caso de aplicación de buenas practicas para la distribución de productos en tienda. Se comparten las conclusiones del análisis en plenaria. -Conversatorios. Los participantes discuten en plenaria las estrategias de gestión de tienda que se usan en Sodimac Colombia. - Discusión en grupos. El docente organiza por grupos a los participantes para que diseñen estrategias para la distribución de los productos en tienda. Se exponen los resultados en plenarias.

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	6	0

ID 8975

UT N° 1

AF N° 4

ACCIÓN DE FORMACIÓN GESTIONANDO EL RETAIL Y LA OMNICANALIDAD EN ENTORNOS DE HIPERACELERACION DIGITAL

UNIDAD TEMÁTICA N° 1

UNIDAD TEMÁTICA UT I LIDERAZGO E INFLUENCIA SOCIAL (HABILIDAD TRANSVERSAL)

N° total de horas prácticas presenciales	0	**N° total de horas teóricas presenciales**	0
N° total de horas prácticas virtuales	0	**N° total de horas teóricas virtuales**	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	Para la construcción de esta unidad temática se tuvo como base la necesidad de formación identificada, desarrollando un conjunto homogéneo de conocimientos expresados de manera estructurada, lógica y secuencial; en alineación con el diagnóstico realizado y con el perfil de la población beneficiaria de la acción. CONTENIDOS DETALLADOS -Atributos del liderazgo en entornos de alta transformación digital -Influencia social, cómo influenciar a los colaboradores y construir confianza -Cómo medir la efectividad del líder
Competencias a adquirir	Los contenidos que integran esta unidad temática permitirán al beneficiario desarrollar las siguientes competencias: -Reflexiona sobre cómo sus actuaciones afectan la construcción de confianza entre su equipo de trabajo, cuando interactúa con sus colegas en desarrollo de sus funciones. -Evalúa como entornos altamente digitalizados afectan el modelo de liderazgo, para formular mejoras al mismo.
Actividades de Aprendizaje	Durante el desarrollo de la unidad se llevarán a cabo actividades de aprendizaje que, guardando coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteadas, responden a sus contenidos y facilitaran el desarrollo de las competencias planteadas. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE *Juegos de roles. Se usan para, de forma lúdica, apropiar técnicas para fortalecer los modelos de liderazgo. *Conversatorios. Los participantes discuten en plenaria el modelo de liderazgo de Sodimac Colombia y la forma como se ve afectado por la alta digitalización propia del sector de retail.

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	4	0

ID 8976

UT N° 2

AF N° 4

ACCIÓN DE FORMACIÓN GESTIONANDO EL RETAIL Y LA OMNICANALIDAD EN ENTORNOS DE HIPERACELERACION DIGITAL

UNIDAD TEMÁTICA N° 2

UNIDAD TEMÁTICA UT II EXPERIENCIA OMNICANAL EN ENTORNOS DE ALTA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

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	3	**N° total de horas teóricas PAT**	5
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	Para la construcción de esta unidad temática se tuvo como base la necesidad de formación identificada, desarrollando un conjunto homogéneo de conocimientos expresados de manera estructurada, lógica y secuencial; en alineación con el diagnóstico realizado y con el perfil de la población beneficiaria de la acción. CONTENIDOS DETALLADOS En esta unidad se busca desarrollar el conocimiento para identificar los puntos clave de la experiencia de cliente en la ominicanalidad y como las tendencias digitales impactan en esta experiencia. -El reto de construir experiencias únicas, independientemente del canal. -Estrategia digital en Retail. -Experiencias unificadas. El cliente debe lograr una experiencia unificada con la empresa, ya sea que adquiera sus productos en la tienda, desde su móvil o desde el PC. -Principios de la omnicanalidad en el retail. La omnicanalidad como modelo de contacto con el cliente, con una interacción que integre lo digital. -El valor de lo digital. Optimizar la presencia multicanal, diseñar contenidos apropiados, integrar los canales y aprovechar las posibilidades que ofrecen la web y el acceso a través de los dispositivos multiplataforma. -El principio de simplicidad. Hoy el usuario omnicanal debe lograr interactuar de modo sencillo, amigable e intuitivo en cualquiera de las plataformas que elija. Sólo de este modo se logrará fidelizarlo y establecer un vínculo de confianza realmente durable. -La voz del cliente. El análisis de la información que los clientes dejan en los diferentes canales de comunicación digitales les permite conocer más de cerca al cliente y su comportamiento para detectar Insights y así ofrecerles soluciones más adecuadas a sus necesidades. -Implicaciones de la alta transformación digital para el sector de retail.
Competencias a adquirir	Los contenidos que integran esta unidad temática permitirán al beneficiario desarrollar las siguientes competencias: - Reconoce los cambios en las estrategias de retail derivados de la acelerada transformación digital, para validar la eficacia de las practicas que utiliza.
Actividades de Aprendizaje	Durante el desarrollo de la unidad se llevarán a cabo actividades de aprendizaje que, guardando coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteadas, responden a sus contenidos y facilitaran el desarrollo de las competencias planteadas. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE -Estudios de caso. Se usan para apropiar las mejores prácticas que en el área de retail usan los grandes jugadores del sector. Se comparten las conclusiones del análisis en plenaria. -Conversatorios. Los participantes discuten en plenaria los cambios que se han aplicado en las practicas productivas de Sodimac Colombia ante la alta digitalización propia del sector de retail.

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	0

ID	8977
UT N°	4

AF N° 4

ACCIÓN DE FORMACIÓN GESTIONANDO EL RETAIL Y LA OMNICANALIDAD EN ENTORNOS DE HIPERACELERACION DIGITAL

UNIDAD TEMÁTICA N° 4

UNIDAD TEMÁTICA UT IV GESTIÓN DE CATEGORÍAS

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	7	**N° total de horas teóricas PAT**	7
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0

N° total de horas de la Unidad Temática	14

Contenidos de la UT	Para la construcción de esta unidad temática se tuvo como base la necesidad de formación identificada, desarrollando un conjunto homogéneo de conocimientos expresados de manera estructurada, lógica y secuencial; en alineación con el diagnóstico realizado y con el perfil de la población beneficiaria de la acción. CONTENIDOS DETALLADOS En esta unidad se busca desarrollar en los participantes los conocimiento y habilidades para una adecuada gestión de las categorías, así como su gestión eficiente. -Técnicas utilizadas en la aplicación de la administración por categorías -Los efectos económicos sobre el Shopper. Efectos cruzados entre categorías. -Mix – variedad y surtido - qué, cuánto y sus efectos – atributos y niveles. -Pricing – o fijación de precios intra e inter categoría. -¿Gestión de Promociones – para qué sirven? -La gestión por categorías trade y shopper marketing como una poderosa herramienta en el crecimiento. -Análisis de Categorías – juego de gestión categorías -La influencia de la gestión de categorías en la experiencia del cliente -Data analytics para la gestión de las categorías.
Competencias a adquirir	Los contenidos que integran esta unidad temática permitirán al beneficiario desarrollar las siguientes competencias: - Aplica buenas prácticas para la gestión de las categorías, buscando maximizar la experiencia del cliente en la búsqueda de los productos o servicios que necesita - Reconoce las aplicaciones de data analytics en el contexto de la gestión de categorías, en el contexto de ajustar las estrategias desplegadas.
Actividades de Aprendizaje	Durante el desarrollo de la unidad se llevarán a cabo actividades de aprendizaje que, guardando coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteadas, responden a sus contenidos y facilitaran el desarrollo de las competencias planteadas. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE -Estudios de caso. Se usan para apropiar conceptos clave en gestión de categorías. Se comparten las conclusiones del análisis en plenaria. -Conversatorios. Los participantes discuten en plenaria las estrategias de gestión de categorías que se usan en Sodimac Colombia. - Discusión en grupos. El docente organiza por grupos a los participantes para que discutan mejoras a aplicar a las prácticas de gestión de categorías que utilizan en su entorno de trabajo. Se exponen los resultados en plenarias.

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	14	0

ID	8978
UT N°	5

AF N° 4

ACCIÓN DE FORMACIÓN GESTIONANDO EL RETAIL Y LA OMNICANALIDAD EN ENTORNOS DE HIPERACELERACION DIGITAL

UNIDAD TEMÁTICA N° 5

UNIDAD TEMÁTICA UT V GESTIÓN DEL SHOPPER

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	8	**N° total de horas teóricas PAT**	8
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática	16		

Contenidos de la UT	Para la construcción de esta unidad temática se tuvo como base la necesidad de formación identificada, desarrollando un conjunto homogéneo de conocimientos expresados de manera estructurada, lógica y secuencial; en alineación con el diagnóstico realizado y con el perfil de la población beneficiaria de la acción. CONTENIDOS DETALLADOS En esta unidad se busca desarrollar en los participantes las habilidades para potenciar su relación con el consumidor, así como conocer sus expectativas y necesidades y trabajar en pro de diseñar una experiencia de cliente de alto impacto. -Comportamiento del consumidor y del comprador -¿Cómo piensa? -¿Qué es valor para el consumidor y cómo se mide? -Fidelización del comprador: ¿es posible realmente? -Saber qué lo motiva, qué le preocupa o qué le causa incertidumbre -Importancia del servicio en la generación de valor -Definir las reales necesidades de nuestro cliente -Cómo diseñar una experiencia a partir del Customer Journey Map -Impacto en el P&G. -Implicaciones de la alta transformación digital en la gestión de la experiencia del cliente.
Competencias a adquirir	Los contenidos que integran esta unidad temática permitirán al beneficiario desarrollar las siguientes competencias: - Evalúa las estrategias de gestión del shopper a implementar según las características de experiencia de cliente que quiere lograr. - Reconoce los elementos que componen el Customer Journey Map para validar interacciones que requieran ajustes para mejorar la experiencia del cliente.
Actividades de Aprendizaje	Durante el desarrollo de la unidad se llevarán a cabo actividades de aprendizaje que, guardando coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteadas, responden a sus contenidos y facilitaran el desarrollo de las competencias planteadas. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE -Conversatorios. Los participantes discuten en plenaria las estrategias de gestión del shopper que se usan en Sodimac Colombia. - Discusión en grupos. El docente organiza por grupos a los participantes para que diseñen el Customer Journey Map de un cliente en un entorno omnicanal. Se exponen los resultados en plenarias.

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	16	0

ID 8979

UT N° 7

AF N° 4

ACCIÓN DE FORMACIÓN GESTIONANDO EL RETAIL Y LA OMNICANALIDAD EN ENTORNOS DE HIPERACELERACION DIGITAL

UNIDAD TEMÁTICA N° 7

UNIDAD TEMÁTICA **UT VII GESTIÓN DE DISPONIBILIDAD**

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	8	**N° total de horas teóricas PAT**	8
N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática		16	

Contenidos de la UT	Para la construcción de esta unidad temática se tuvo como base la necesidad de formación identificada, desarrollando un conjunto homogéneo de conocimientos expresados de manera estructurada, lógica y secuencial; en alineación con el diagnóstico realizado y con el perfil de la población beneficiaria de la acción. CONTENIDOS DETALLADOS En esta unidad el estudiante afianzará sus conocimientos y habilidades en la gestión de disponibilidad, reconocimiento las variables que permiten mejorar el desempeño y la eficiencia de los procesos. -Gestión de cadenas y redes de valor desde el abastecimiento -Macro procesos de la gestión de cadenas de suministro -Variabilidad y sincronización con la demanda: Efecto látigo -Procesos de la logística y el transporte que impactan costos y niveles de servicio -Variables que contribuyen a mejorar el desempeño frente a clientes y los dueños – inventarios, infraestructura, información, transporte. -Mejores prácticas en la gestión de inventarios -Estrategias para la reducción de inventario. -La reposición inteligente - Ubicación del inventario. -Eficiencia en costos -Métrica e indicadores del SCM para el retail. -La gestión de la disponibilidad y la experiencia del cliente
Competencias a adquirir	Los contenidos que integran esta unidad temática permitirán al beneficiario desarrollar las siguientes competencias: -Propone indicadores para medir la eficacia de las políticas de gestión de la disponibilidad para garantizar el cumplimiento de los objetivos trazados. - Reconoce las buenas practicas para la gestión de la reposición de inventario, cuando define estrategias de gestión del suministro.
Actividades de Aprendizaje	Durante el desarrollo de la unidad se llevarán a cabo actividades de aprendizaje que, guardando coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteadas, responden a sus contenidos y facilitaran el desarrollo de las competencias planteadas. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE -Lecturas. El docente facilitará lecturas al estudiante para profundizar en los temas de gestión de la cadena de suministro y el entorno económico actual que ha afectado los suministros a nivel mundial. -Conversatorios. Los participantes discuten en plenaria las estrategias de gestión de disponibilidad que se usan en Sodimac Colombia. - Discusión en grupos. El docente organiza por grupos a los participantes para que diseñen estrategias para la gestión de inventarios y para que propongan indicadores para su control. Se exponen los resultados en plenarias.

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	16	0

ID	8981
UT N°	8

AF N° 4

ACCIÓN DE FORMACIÓN GESTIONANDO EL RETAIL Y LA OMNICANALIDAD EN ENTORNOS DE HIPERACELERACION DIGITAL

UNIDAD TEMÁTICA N° 8

UNIDAD TEMÁTICA UT VIII ANÁLISIS DE DATOS EN EL RETAIL

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	5	**N° total de horas teóricas PAT**	3
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	Para la construcción de esta unidad temática se tuvo como base la necesidad de formación identificada, desarrollando un conjunto homogéneo de conocimientos expresados de manera estructurada, lógica y secuencial; en alineación con el diagnóstico realizado y con el perfil de la población beneficiaria de la acción. CONTENIDOS DETALLADOS En esta unidad se busca desarrollar el pensamiento centrado en los datos y su uso en el contexto corporativo, así el líder podrá tener un mapa de navegación que le oriente para tomar mejores decisiones y proponer alternativas de solución a los desafíos del sector retail. -Introducción al Big Data -Retail Analytics. -Aplicaciones tecnológicas para hacer análisis e interpretación de la data.
Competencias a adquirir	Los contenidos que integran esta unidad temática permitirán al beneficiario desarrollar las siguientes competencias: - Organizan la data para facilitar su análisis en el proceso de toma de decisiones en la gestión del retail - Despliegan la data para identificar tendencias, en el proceso de toma de decisiones en la gestión del retail
Actividades de Aprendizaje	Durante el desarrollo de la unidad se llevarán a cabo actividades de aprendizaje que, guardando coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteadas, responden a sus contenidos y facilitaran el desarrollo de las competencias planteadas. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE - Discusión en grupos. El docente organiza por grupos a los participantes para que para un conjunto de datos dado apliquen las tecnicas aprendidas para hacer análisis e interpretación de la data -Conversatorios. Los participantes discuten en plenaria los resultados del diplomado y las potenciales aplicaciones de lo aprendido en Sodimac Colombia.

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	0

Proveedor de la formación - persona jurídica

La entidad de formación seleccionada para el adelantamiento de esta acción de formación es el Colegio de Estudios Superiores de Administración CESA. Con domicilio en Bogotá D.C., en su objeto social es una institución de educación superior PRIVADA, de utilidad común, sin ánimo de lucro y su carácter académico es el de Institución Universitaria, con personería jurídica reconocida mediante resolución número 5157 de 1975-08-29, expedida por el Ministerio de Educación Nacional en el año de 1975 y cumple con lo establecido en el Articulo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995

Ofrece a nivel de pregrado el Programa de Administración de Empresas, registrado en el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior con el código 1770 y acreditado por el Ministerio de Educación Nacional

como de alta calidad, mediante la Resolución 569 del 1.° de marzo de 2004, reafirmada mediante la Resolución 5320 10 de septiembre de 2007 y la Resolución 12455 del 29 de diciembre de 2011, esta última otorgada por seis años. A nivel de Posgrado, ofrece la Especialización en Finanzas Corporativas y la Especialización en Mercadeo Estratégico. También cuenta con la Maestría en Finanzas Corporativas, y ofrece la Maestría en Administración (MBA) Internacional en convenio de doble titulación internacional con Sprott School of Business, de Carleton University, Canadá. También cuenta con un área de formación ejecutiva con programas de formación continua cuidadosamente diseñados por expertos, combinan en su construcción competencias avanzadas, experiencia, técnica empresarial y metodologías innovadoras.

CESA tiene más de 10 años de experiencia adelantando formación presencial y más de 5 años adelantando formación virtual y cuenta con las licencias y permisos de funcionamiento exigidos por ley para la realización de la acción de formación aquí presentada, incluyendo lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995 y/o las normas que les sean aplicables para su funcionamiento en el territorio nacional. Esta experiencia incluye la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas a entidades públicas o privadas. Esta experiencia se acredita en el periodo comprendido entre los años 2010 a 2024.
CESA ha adelantado durante muchos años acciones de formación en el programa de formación continua especializada del SENA con excelentes resultados por lo que es una entidad idónea para adelantar la acción de formación propuesta, cuyos temas se alinean con las líneas de formación de esta Universidad.

Material de formación

Para esta acción de formación se entregará el siguiente material: DIGITAL.

Este material cumple con los requisitos del pliego de condiciones en el sentido de que reúne medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan el desarrollo de la acción de formación y el proceso de enseñanza-aprendizaje; alineándose a la modalidad de formación y a la metodología para su impartición, apoyando a los beneficiarios para el desarrollo de las competencias esperadas y las realizaciones que se espera generar en su puesto de trabajo.

El material de formación aquí incluido, cumple con la normatividad vigente en cuanto a propiedad intelectual y es de producción reciente, inferior a los 2 años.

Para la acción de formación se emplearán materiales como:

-Aplicaciones multimedia interactivas que incorpora contenidos tales como imágenes, vídeo, animaciones y sonido y que además proporciona medios para interactuar fácilmente con el usuario. Se usarán aplicaciones para estimular la diversión y participación en el aula, tales como Kahoot, Quizzis, entre otros.

El contenido del material de formación académico, está metodológicamente estructurado y guarda coherencia con las unidades temáticas propuestas de modo que facilite la transferencia de conocimiento:

- LIDERAZGO E INFLUENCIA SOCIAL
-EXPERIENCIA OMNICANAL Y ACELERAMIENTO DIGITAL
-CONTROL DE GESTIÓN EN RETAIL
-GESTIÓN DE CATEGORÍAS
-GESTIÓN DEL SHOPPER
-GESTIÓN DE TIENDA
-GESTIÓN DE DISPONIBILIDAD
-ANÁLISIS DE DATOS EN EL RETAIL

También se proveerá a los beneficiarios con recursos didácticos como material de apoyo para facilitar la transmisión de conocimientos, tales como diapositivas digitales y presentaciones que no se consideran material de formación y por tanto no se incluyen en el presupuesto.

Gestión del Conocimiento

Ítem Gestion Conocimiento

Infografía (Póster)

Alineación de la acción de formación

Alineación

PND - Uso y apropiación de tecnologías digitales

Justificación de la Alineación

La acción de formación busca generar dentro de los colaboradores de SODIMAC COLOMBIA SA competencias que le permitan responder a los retos que la transformación digital plantea para la sostenibilidad del sector retail, incluyendo dentro de sus temáticas la gestión de la experiencia del cliente en entornos digitales, omnicanal, y el uso de la analítica de datos para tomar decisiones de gestión de las tiendas físicas y virtuales. Esto se alinea con el criterio del pliego de condiciones denominado “Uso y apropiación de tecnologías digitales; uso de tecnologías para la innovación digital del sector productivo; fortalecimiento de los servicios del sector TIC; programación; ciencia de datos; infraestructura tecnológica; aprovechamiento de la información; ciberseguridad; transferencia tecnológica. (Bases Plan Nacional de Desarrollo, Colombia potencia mundial de la vida 2022 – 2026)”. Como ejemplo, se alinea con el Plan Nacional de desarrollo, en sus apartados de transformación digital como motor de oportunidades e igualdad, en particular con la medida de “Implementar iniciativas de

transformación digital como herramienta para la productividad, la generación de empleo, la dinamización de la economía en las regiones y la potencialización de la economía popular" (Plan Nacional de desarrollo, 2022-20026). Esta acción de formación prepara a Sodimac Colombia SA para ser sostenible y crecer en dicha transformación digital, continuando con su capacidad de generar empleos de calidad en el territorio nacional: 8718 colaboradores en 25 municipios.

Acción de formación especializada

Sodimac Colombia S.A pone a consideración del SENA esta acción de formación especializada, en tanto:

- Busca desarrollar las competencias laborales de los beneficiarios, actualizando y profundizando conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas de los trabajadores que luego serán aplicadas de forma inmediata en Sodimac Colombia S.A en desarrollo de su trabajo. En particular con esta acción de formación se buscan realizaciones tales como: reconocer todos los componentes que integran la gestión de retail, entendiendo las implicaciones de la digitalización en las relaciones con clientes, proveedores y terceros; y apropiando el concepto de experiencia de cliente como un determinante fundamental en su despliegue.
- Impactaran la productividad y competitividad de Sodimac Colombia S.A
- Se estructuró específicamente para responder a la necesidad de formación identificada.
- Su duración es inferior a 120 horas.

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

Al trabajador aplicar el conocimiento adquirido en su puesto de trabajo, se espera que se alcancen los siguientes RESULTADOS:

- La gestión de retail en las tiendas se hace aplicando las mejores prácticas para dar respuesta al entorno de hiperaceleracion digital al que se enfrenta Sodimac Colombia
- Se coloca a la gestión de la experiencia del cliente como referente para el diseño e implementación de las estrategias para la gestión del retail
- Se analiza adecuadamente la data para tomar decisiones que afectan la gestión del retail

Los resultados antes mencionados están alineados con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil de los beneficiarios.

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

Impactos en PRODUCTIVIDAD relacionados con la acción de formación:
- Se implementan indicadores para validar la eficacia de las estrategias implementadas para la gestión del retail
- Se minimiza la afectación de las cadenas de suministro en la gestión del inventario
- Se simplifica el esfuerzo del cliente para encontrar y comprar el producto que busca
- Disminuye el costo de adquisición de clientes.
- Se unifica la experiencia del cliente bajo un enfoque de omnicanalidad

Impactos en COMPETITIVIDAD relacionados con la acción de formación:
- Los clientes tienen experiencias positivas en sus relaciones con la organización
- Mejora la rentabilidad de la compañía
- Se potencializa la generación de valor de los procesos de transformación digital

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	30
Meta %	% 3,33
Indicador - Retención de trabajadores	**Valor Indicador - Meta**

Número de trabajadores beneficiarios que continuan en sus empresas luego de recibir la formación	28
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	30
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	30
Meta %	% 3,33
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	1
Meta %	% 100,00
Indicador - Trabajadores beneficiarios	**Valor Indicador - Meta**
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	30
Número total de trabajadores de la(s) empresa(s) que representa la empresa/ gremio	8700
Meta %	% 0,34

Justificación lugar de ejecución

Se justifica la relación de los trabajadores beneficiarios con los lugares de ejecución planteados en la medida en que Sodimac Colombia S.A tiene presencia comercial en tales lugares y por tanto sus trabajadores, que comparten las necesidades de formación identificadas, trabajan para la organización en dicha ubicación geográfica.

Lugar de ejecución

Departamento	***N° Beneficiarios***
VALLE DEL CAUCA	1
BOGOTÁ D.C	26
ANTIOQUIA	1
CUNDINAMARCA	1
SUCRE	1

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 DOCENTE NACIONAL MAESTRIA	$ 9.165.200	% 55,00	$ 0	% 0,00	$ 7.498.800	% 45,00	$ 16.664.000
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	HONORARIOS DOCENTE INTERNACIONAL MAESTRÍA EXP 5 AÑOS	$ 24.347.180	% 56,71	$ 0	% 0,00	$ 18.585.420	% 43,29	$ 42.932.600
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	GASTOS DE OPERACIÓN	$ 275.000	% 55,00	$ 0	% 0,00	$ 225.000	% 45,00	$ 500.000
R10.3 Garantías	PÓLIZAS DE SEGURO PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 100.000	% 100,00	$ 100.000
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	4	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 1.235.000	% 100,00	$ 1.235.000

	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida en Especie	% Especie	Contrapartida en Dinero	% Dinero	COSTO TOTAL AF
COSTO TOTAL DE LA AF	$ 33.787.380	% 55,00	$ 0	% 0,00	$ 27.644.220	% 45,00	$ 61.431.600

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	% 013	4	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 1.235.000	% 100,00	$ 1.235.000

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%	$ 275.000	% 55,00	$ 0	% 0,00	$ 225.000	% 45,00	$ 500.000

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	$ 100.000	% 100,00	$ 100.000

AF N° : 5

ACCIÓN DE FORMACIÓN : DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO PARA LA RESILIENCIA Y ADAPTACION EN ENTORNOS DE HIPERACELERACION DIGITAL

Volver al Listado de AF (https://sep.sena.edu.co/proyectosreportedetalle.aspx?1506#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 capacidades de resiliencia, adaptación y velocidad de la organización, para responder a entornos altamente cambiantes maximizando los beneficios de la transformación digital acelerada.

Herramientas utilizadas para obtener la necesidad

Herramienta Utilizada	Muestra Poblacional
Otra	150

Fecha de diagnóstico

06/02/2024

Otro tipo de herramienta, cual?

Universidad Corporativa -Plan formacion

La herramienta es de creación propia?

Si

La Empresa/Gremio cuenta con un plan de capacitación?

Si

Descripción de la herramienta

Tenemos un plan de Formación que funciona bajo el modelo de Universidad Corporativa (Mundo Eureka). Esta Universidad funciona a través de Escuelas, Programas y Rutas de capacitación, los cuales son diseñados por expertos internos y externos y parten de la realidad del negocio y sus necesidades: nos basamos en la estrategia, grandes promesas, modelo de negocio, proyectos e iniciativas clave, y por supuesto en los desafíos planteados por el entorno; para diseñar y ejecutar nuestras acciones de formación, utilizando tanto información primaria como secundaria, de fuentes tanto internas como externas. De esa forma identificamos las necesidades de formación y brechas de competencia que queremos solucionar.

Resumen de resultados principales del diagnóstico de necesidades de formación

De tipo cualitativo:

*En el plan de formación de Sodimac Colombia S.A se documenta, como resultado de las entrevistas con los lideres de los procesos misionales, que se debe fortalecer la apropiación de la orientación al trabajo ágil en todos los niveles organizacionales.

*En el plan de formación de Sodimac Colombia S.A se documenta, como resultado de las entrevistas con los lideres de los procesos misionales, que se deben fortalecer las competencias del talento humano para llevar a cabo mejoras en los procesos de gestión del talento dentro de Sodimac, para fortalecer los indicadores de rotación de personal y maximizar las posibilidades de desarrollo de carrera para el personal clave.

*La necesidad por gestionar la experiencia del cliente es sintetizada en gran forma por la consultora norteamericana EY: “La experiencia del consumidor está evolucionando rápidamente desde un proceso transaccional centrado simplemente en buscar y comprar, a un modelo construido sobre relaciones profundas y enriquecedoras en cada paso del viaje del cliente. Los minoristas y las marcas deben convertirse en una parte indispensable de la vida de los consumidores. Deben desarrollar una comprensión sofisticada de la forma en que los consumidores viven, comen, compran, trabajan y juegan, y utilizar este conocimiento para brindar valor en el lugar correcto y en el momento correcto. Un vieje del consumidor basado en la experiencia no es poca cosa. Requiere una visión de todo el negocio centrada en el consumidor, desde la cadena de suministro y el modelo operativo hasta el contenido y el marketing, y un ecosistema tecnológico impulsado por datos de los consumidores en tiempo real (EY, Cómo dar forma a la experiencia del consumidor puede optimizar el crecimiento, 2023). Para llegar a ese ecosistema tecnológico adecuado se deben generar las condiciones necesarias para generar procesos de transformación digital pertinentes, adecuados a las necesidades de los clientes.
*Del plan de formación interno se extrae que se han identificado brechas de competencia de los colaboradores para apropiar los nuevos conceptos de gestión de retail aplicables a entornos de alta transformación digital y omnicanalidad.

*Deloitte hablando del retail del futuro ratifica la necesidad de centrarse en el cliente y en fortalecer las capacidades para responder a entornos extremadamente cambiantes en tecnología, competencia, y comportamiento del consumidor; y plantea la necesidad de agilidad para mantenerse sostenibles: “La centralidad en el cliente y la colaboración deben ir acompañadas de procesos de toma de decisiones rápidos y ágiles. Los minoristas deben lanzar nuevas primeras versiones de productos rápidamente, aprender de los comentarios de los clientes e integrarlos constantemente para realizar mejoras continuas en los productos. Esto requiere procesos de toma de decisiones rápidos y ágiles gestionados por un sistema de gobernanza iterativo, en lugar de largos procesos internos de toma de decisiones que se centren en productos pensados hasta el último detalle” (Deloitte, La nueva operación minorista, Modelo del futuro, 2020).

De tipo cuantitativo:
*- Según datos de KPMG, “en los últimos diez años la rentabilidad de la empresa minorista ha decrecido en hasta un 50% en muchos de los principales mercados, lo que ha generado grandes presiones sobre los márgenes de ganancia a medida que los costos asociados con la producción de bienes, mano de obra, capital, operaciones y otros gastos comerciales se han disparado” (KPMG, Tendencias 2023 para la industria de Consumo y Retail en América del Sur). En este informe, se cita el ejemplo de Falabella, quien dentro de las medidas que tomó para optimizar sus costos y acelerar el proceso de transformación interna, apostó por una estructura más ágil, simple y eficiente, con su estrategia omnicanal.

*El indicador de rotación de personal de Sodimac Colombia SA para el cierre de 2023 es del 28.75% con un total de 2420 retiros. Por niveles ocupacionales, la alta gerencia tiene una rotación del 9.82%, las jefaturas y coordinaciones del 16.65% y los cargos base del 30.70%. Para maximizar el valor de los procesos de transformación digital que adelanta la organización es prioritario desplegar estrategias que permitan conservar al talento que participa de las implementaciones, ofreciéndoles propuestas de valor atractivas que reduzcan tales índices de rotación.

*Los datos disponibles de la operación de Sodimac, a través de Homecenter, muestran que se consiguieron 7,021,761 clientes compradores, de los cuales 646,621 son omnicanal. De 25.598.114 transacciones se tuvieron 155.059 reclamos, 1.117.691 devoluciones y 120.710 solicitudes de servicio técnico. Es importante indicar que la proporción de reclamos frente al numero de transacciones fue del 0.6% en 2022, mismo nivel alcanzado en 2020 (Sodimac Colombia, Reporte de Sostenibilidad, 2022). Si bien las cifras son muy positivas, los cambios constantes en el sector y las características del cliente hacen necesario ajustar constantemente las estrategias para mantener la posición competitiva, impulsado procesos de transformación digital que permitan impactar positivamente la experiencia del cliente.

* La necesidad de desplegar las mejores prácticas en gestión de retail a nuestros colaboradores se explica por el tamaño de la operación de Sodimac Colombia, donde se continua con una estrategia omnicanal de relacionamiento con sus clientes, en donde combina una red de tiendas físicas con presencia nacional con la potencia del e-commerce, todo soportado en una capacidad logística que permite llegar con sus productos y

servicios a más de 800 municipios de Colombia. En la actualidad se tienen 40 almacenes, 3 centros de distribución, 3 plataformas de distribución regionales, 1 bodega alterna,1 call center y 1 oficina de apoyo a tiendas así como 199.294 referencias activas de productos (Sodimac Colombia, Reporte de sostenibilidad, 2022). El tamaño de la organización y su nivel de crecimiento demandan una constante actualización de las practicas que se utilizan para la gestión del retail.

El Foro económico mundial destaca el papel del COVID 19 en la acelerada transformación digital que el mundo ha vivido en los últimos años: “La transformación digital es una de las tendencias más importantes que ha surgido en los últimos años …. Debido a la pandemia, empresas de todos los sectores y regiones aceleraron la adopción de soluciones y herramientas digitales e inteligentemente conectadas para competir en un entorno empresarial que cambia rápidamente” y plantea como el advenimiento y convergencia de tecnologías como la conectividad ultrarrápida 5G y Wi-Fi, procesamiento energéticamente eficiente, dispositivos inteligentes y nube en el borde de la red no harán mas que mantener dicha aceleración. Sin embargo, el Foro indica que a pesar de que más del 84% de las empresas encuestadas tuvieron que acelerar los procesos de transformación digital, tres de cada cuatro trabajadores no tienen las habilidades digitales que las empresas necesitan, el 28% participa en programas de formación y sólo el 33% de los empleos tecnológicos en todo el mundo están ocupados por personas con las habilidades necesarias. (Foro Economico mundial, Por qué debemos priorizar la transformación digital, incluso en una recesión, Enero de 2023)

Análisis causas y efectos de la necesidad de formación detectada

Se tienen como CAUSAS que originan el problema o necesidad a las siguientes:
-Las trasformaciones digitales se aceleraron por presiones del entorno y cambios en las conductas del consumidor, sin necesariamente haber desplegado todas las estrategias y políticas para preparar al talento humano y a la estructura organizacional para maximizar sus beneficios.
- Resistencia al cambio derivado de la acelerada transformación digital
- Modelos de liderazgo con necesidad de refinarse para que la alta gerencia continue respondiendo optima y ágilmente a los retos provistos por entornos impredecibles, con información imperfecta y alta incertidumbre en lo que se desenvuelve el sector de retail.

Se tienen como EFECTOS que se derivarían al no ejecutarse la acción de formación a los siguientes:
- No se maximizan los beneficios de la acelerada transformación digital llevada a cabo
- La experiencia de trabajo de los colaboradores se ve afectada
- Demora la aplicación de las trasformaciones planeadas
- No se potencias las capacidades de resiliencia, adaptación y velocidad de la organización para responder a los drásticos cambios que ofrece el entorno
- No se trasladan de forma optima todos los beneficios de la transformación digital hacia la mejora en la experiencia ofrecida al cliente durante su viaje con la organización.

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

Aplicando la herramienta para el levantamiento de la información que incluyó el uso de fuentes internas y externas, el problema o necesidad identificado que afecta a Sodimac Colombia S.A, y al que se le da respuesta parcial con esta acción de formación, es: Fortalecer las capacidades de resiliencia, adaptación y velocidad de la organización, para responder a entornos altamente cambiantes maximizando los beneficios de la transformación digital acelerada.

Para su identificación se analizó información como la que se indica a continuación:

CUALITATIVA:
*Deloitte hablando del retail del futuro ratifica la necesidad de centrarse en el cliente y en fortalecer las capacidades para responder a entornos extremadamente cambiantes en tecnología, competencia, y comportamiento del consumidor; y plantea la necesidad de agilidad para mantenerse sostenibles: “La centralidad en el cliente y la colaboración deben ir acompañadas de procesos de toma de decisiones rápidos y ágiles. Los minoristas deben lanzar nuevas primeras versiones de productos rápidamente, aprender de los comentarios de los clientes e integrarlos constantemente para realizar mejoras continuas en los productos. Esto requiere procesos de toma de decisiones rápidos y ágiles gestionados por un sistema de gobernanza iterativo, en lugar de largos procesos internos de toma de decisiones que se centren en productos pensados hasta el último detalle” (Deloitte, La nueva operación minorista, Modelo del futuro, 2020).

*En el plan de formación de Sodimac Colombia S.A se documenta, como resultado de las entrevistas con los lideres de los procesos misionales, que se deben fortalecer las capacidades de gestión estratégica y formulación de políticas que permitan maximizar el valor de los proyectos de hiperaceleracion digital que ha emprendido la compañía para responder a los rapidos cambios en la conducta del consumidor motivados por entornos altamente digitales.

CUANTITATIVA:
-El Foro económico mundial destaca el papel del COVID 19 en la acelerada transformación digital que el mundo ha vivido en los últimos años: “La transformación digital es una de las tendencias más importantes que ha surgido en los últimos años …. Debido a la pandemia, empresas de todos los sectores y regiones aceleraron la adopción de soluciones y herramientas digitales e inteligentemente conectadas para competir en un entorno empresarial que cambia rápidamente” y plantea como el advenimiento y convergencia de tecnologías como la conectividad ultrarrápida 5G y Wi-Fi, procesamiento energéticamente eficiente, dispositivos inteligentes y nube en el borde de la red no harán mas que mantener dicha aceleración. Sin embargo, el Foro indica que a pesar de que más del 84% de las empresas encuestadas tuvieron que acelerar los procesos de transformación digital, tres de cada cuatro trabajadores no tienen las habilidades digitales que las empresas necesitan, el 28% participa en programas de formación y sólo el 33% de los empleos tecnológicos en todo el mundo están ocupados por personas con las habilidades necesarias. (Foro Economico mundial, Por qué debemos priorizar la transformación digital, incluso en una recesión, Enero de 2023)

- La consultora McKensey explica adecuadamente lo que significa la hiperdigitalización en el entorno del retail: “El sector minorista ha experimentado tanta disrupción en los últimos cinco años como en los 25 anteriores. Considere esto: tal vez nunca antes en la historia de la industria, cada uno de los principales grupos de interés del comercio minorista (clientes, proveedores, empleados e inversores) haya cambiado drásticamente su comportamiento y sus expectativas, todos al mismo tiempo”; y las dramáticas disrupciones que han ocurrido en el entorno han derivado en que “casi uno de cada cinco minoristas ha registrado ganancias económicas negativas desde 2015, y si bien el sector minorista en conjunto ha creado valor durante ese tiempo, la brecha entre ganadores y perdedores se está ampliando: El 10 por ciento superior de los minoristas que cotizan en bolsa ahora representan el 70 por ciento de las ganancias económicas del sector” (McKensey, Reinicio del comercio minorista: un nuevo manual para los líderes del comercio minorista, julio de 2023). La realidad es que los jugadores de retail que no sean capaces de adaptar su operación al entorno de trasformación digital, perderan sus posiciones competitivas con el tiempo

*Del informe de sostenibilidad de Sodimac Colombia, se extrar que se ha implementado un modelo de hiperaceleración digital que ha permitido llegar a más destinos y consumidores a nivel nacional. De este modo, en

2022 se alcanzó un valor de 5,9 billones de pesos en ventas netas, aumentando un 14 % frente a 2021 y cumpliendo el plan en 113%. Adicionalmente, se alcanzó 7 mil millones de clientes compradores. En Sodimac para poner al cliente en el centro, se trabaja en la modernización de las tiendas y dotando a los a colaboradores de herramientas tecnológicas para ofrecer un servicio eficiente y de calidad.

Objetivo de la acción de formación

El siguiente es el objetivo definido para la acción de formación, el cual refleja su propósito o intencionalidad (Para qué):
- Afinar el modelo de liderazgo aplicado en Sodimac Corona para fortalecer su dimensión adaptativa que permita responder optima y ágilmente a los retos provistos por entornos impredecibles, con información imperfecta y alta incertidumbre
- Fortalecer el proceso de diseño y formulación de de estrategias y políticas de forma que se impacten las capacidades de resiliencia, adaptación y velocidad de la organización para responder a entornos altamente cambiantes, maximizando los beneficios de la transformación digital acelerada.

Con estos objetivos se soluciona parcialmente la necesidad detectada.

Los resultados a alcanzar con esta acción, en términos de lo que nuestros trabajadores comprendan, conozcan y sean capaces de hacer es, entre otros: Reconocer los principios del liderazgo adaptativo, y apropiarlos dentro del modelo de liderazgo de la organización, reconocer los posibles futuros organizacionales y cómo responder para sostenerse en el tiempo; fomentar la creatividad para reconocer oportunidades y nuevas formas de afrontar las disrupciones al modelo de negocio, fomentar el trabajo ágil y el aprovechamiento de la data disponible como consecuencia de la transformación digital acelerada, formular estrategias que permitan a la organización avanzar al ritmo de sus cambios tecnológicos.

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

Nombre del catálogo	
Nombre de la cualificación	
Brecha de capital humano	

Evento de formación

Tipo de evento de formación	Diplomado	**Modalidad de formación**	Presencial
Tipo de ambiente de aprendizaje		Aula convencional (Instituciones de educación superior)	
Número de grupos	2	**Número de horas por grupo**	80
Número de beneficiarios por grupo	25	**Número de días por grupo de la AF**	20
Número de beneficiarios de la AF	50	**Número total de horas por AF**	160

Perfil Beneficiarios

Area(s) funcional(es)

Área Funcional	*Otra*
Otra	OPERACIONES
Otra	PERSONAS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL
Otra	DESARROLLO
Otra	COMERCIAL
Otra	FINANCIERA
Otra	ABASTECIMIENTO

Área Funcional	*Otra*
Tecnología	

Justificación áreas funcionales a beneficiar

Las áreas funcionales aquí mencionadas corresponden a las estructuras organizacionales donde se agrupan los trabajadores a beneficiar con la acción de formación. El análisis de necesidades de formación no depende linealmente del área funcional, sino de los procesos en los que participa el trabajador, por lo que puede haber mas de un área funcional involucrada en la formación. Queremos alcanzar gerentes de todas las áreas de la organización, con el propósito de desarrollar habilidades gerenciales útiles para cada proceso estratégico de la Compañía

Cargo/ocupaciones/denominación

Cargo
GERENTES

Funciones

Función
Liderar la formulación y planeación de la estrategia corporativa

Productos

Producto

Conocimientos

Conocimiento

Habilidades

Habilidad

Actitudes

Actitud

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional
ALTA DIRECCIÓN

Justificación beneficiarios de los niveles ocupacionales

Los niveles ocupacionales incluidos son los necesarios para poder reunir en la formación a los trabajadores necesarios para promover las realizaciones que se buscan con la ejecución de la acción de formación, por eso se justifica su inclusión. Para definir los niveles realizamos un análisis de las funciones que realizan los trabajadores participantes y si las mismas se encuentran horizontalmente en un mismo nivel o verticalmente a través de dos o más niveles. Nuestro objetivo es que nuestra alta gerencia logre desarrollar las habilidades necesarias para impulsar la estrategia corporativa y que se haga realidad.

Número de empresas mipymes a beneficiar

0

Número de trabajadores a beneficiar de empresas mipymes

0

Justificación empresas y trabajadores de mipymes a beneficiar

NA

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

NA

otros datos

Número de trabajadores en condición de discapacidad	0	**Número de trabajadores mujeres**	15
Número de trabajadores campesinos	0	**Número de empresas BIC a beneficiar**	0

Enfoque de la Acción de formación

Formación Gerencial

En caso de tener un enfoque Internacional*

Nombre del beneficiario de la formación internacional

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

Cargo del beneficiario de la formación internacional

Tiempo de vinculación a la empresa

Descripción del perfil profesional del beneficiario de la formación internacional

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

Sectores y sub-sectores del beneficiario

Sector(es) a beneficiar con la AF

Comercio

Sub-sector(es) a beneficiar con la AF

Comercio

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

Comercio

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

Comercio

Justificación Sector - Subsector

La acción de formación puesta a consideración del SENA, fue preparada para los trabajadores de Sodimac Colombia S.A, empresa cuya actividad principal es la compra, venta, distribución, fabricación, producción, importación, exportación, transporte y comercialización de productos. Por esta razón la elección del sector y subsector Comercio es la más alineada tanto parea el sector a beneficiar como para los beneficiarios a impactar.

UNIDADES TEMÁTICAS

ID 9963

UT N° 1

AF N° 5

ACCIÓN DE FORMACIÓN DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO PARA LA RESILIENCIA Y ADAPTACION EN ENTORNOS DE HIPERACELERACION DIGITAL

UNIDAD TEMÁTICA N° 1

UNIDAD TEMÁTICA UT I Resiliencia, tolerancia al estrés y flexibilidad (HABILIDAD TRANSVERSAL)

N° total de horas prácticas presenciales	2	**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		4	

Contenidos de la UT	Para la construcción de esta unidad temática se tuvo como base la necesidad de formación identificada, desarrollando un conjunto homogéneo de conocimientos expresados de manera estructurada, lógica y secuencial; en alineación con el diagnóstico realizado y con el perfil de la población beneficiaria de la acción. CONTENIDOS DETALLADOS En esta unidad se busca desarrollar habilidades para el autorreconocimiento y la autovaloración del líder y su propósito de liderar entornos impredecibles y complejos, anticipar posibles desafíos y encontrar sus motivaciones personales. *Qué es la resiliencia y por qué es importante *Atributos de una persona resiliente *La resiliencia y el manejo de las adversidades *El estrés y lo que desencadena en el cuerpo y mente *La flexibilidad y su importancia en entornos de alto cambio *Técnicas para el fortalecimiento de la resiliencia y la tolerancia al estrés
Competencias a adquirir	Los contenidos que integran esta unidad temática permitirán al beneficiario desarrollar las siguientes competencias: Aplica técnicas conscientes en desarrollo de su trabajo, para responder a situaciones de alto estrés
Actividades de Aprendizaje	Durante el desarrollo de la unidad se llevarán a cabo actividades de aprendizaje que, guardando coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteadas, responden a sus contenidos y facilitaran el desarrollo de las competencias planteadas. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE Taller. El docente acompaña a los participantes en la aplicación de técnicas para reconocer y gestionar las respuestas del cuerpo frente a situaciones complejas y de alto estrés

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	4	1

ID 9964

UT N° 2

AF N° 5

ACCIÓN DE FORMACIÓN DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO PARA LA RESILIENCIA Y ADAPTACION EN ENTORNOS DE HIPERACELERACION DIGITAL

UNIDAD TEMÁTICA N° 2

UNIDAD TEMÁTICA UT II AUTOLIDERAZGO: Bases y principios para responder a los retos provistos por entornos impredecibles

N° total de horas prácticas presenciales	3	**N° total de horas teóricas presenciales**	3
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	Para la construcción de esta unidad temática se tuvo como base la necesidad de formación identificada, desarrollando un conjunto homogéneo de conocimientos expresados de manera estructurada, lógica y secuencial; en alineación con el diagnóstico realizado y con el perfil de la población beneficiaria de la acción. CONTENIDOS DETALLADOS En esta unidad se busca desarrollar habilidades para el autorreconocimiento y la autovaloración del líder y su propósito de liderar entornos impredecibles y complejos, anticipar posibles desafíos y encontrar sus motivaciones personales. -La importancia del autoconocimiento, la autovaloración, la autocrítica y el autoaprendizaje del líder. -Líder EDGER: creando nuevos entornos futuros. -LIDERAZGO E INFLUENCIA SOCIAL (HABILIDAD TRANSVERSAL, 4 HORAS) *Atributos del liderazgo en entornos de alta transformación digital *Influencia social, cómo influenciar a los colaboradores y construir confianza *Cómo medir la efectividad del líder -Liderazgo adaptativo: -Identificar retos técnicos y adaptativos -Poder formal e informal -Fuentes de poder -Principios del liderazgo adaptativo
Competencias a adquirir	Los contenidos que integran esta unidad temática permitirán al beneficiario desarrollar las siguientes competencias: Reflexiona sobre su modelo de liderazgo para identificar oportunidades de mejora que le permitan adaptarse y responder a los retos del entorno en una mejor manera
Actividades de Aprendizaje	Durante el desarrollo de la unidad se llevarán a cabo actividades de aprendizaje que, guardando coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteadas, responden a sus contenidos y facilitaran el desarrollo de las competencias planteadas. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE Juego de roles. Se usan para de una manera lúdica apropiar los conceptos y metodologías del liderazgo adaptativo. Mapas conceptuales / mentales. El docente y los lideres participantes diseñaran mapas de ideas para representar sus modelos de liderazgo e identificar oportunidades de mejora.

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	6	1

ID 9965

UT N° 4

AF N° 5

ACCIÓN DE FORMACIÓN DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO PARA LA RESILIENCIA Y ADAPTACION EN ENTORNOS DE HIPERACELERACION DIGITAL

UNIDAD TEMÁTICA N° 4

UNIDAD TEMÁTICA UT IV LIDERANDO DESDE LA DIVERSIDAD: Desarrollando equipos de alto potencial

N° total de horas prácticas presenciales	5	**N° total de horas teóricas presenciales**	5
N° total de horas prácticas virtuales	0	**N° total de horas teóricas virtuales**	0
N° total de horas prácticas PAT	0	**N° total de horas teóricas PAT**	0

N° total de horas prácticas híbridas	0	**N° total de horas teóricas híbridas**	0
N° total de horas de la Unidad Temática	10		

Contenidos de la UT	Para la construcción de esta unidad temática se tuvo como base la necesidad de formación identificada, desarrollando un conjunto homogéneo de conocimientos expresados de manera estructurada, lógica y secuencial; en alineación con el diagnóstico realizado y con el perfil de la población beneficiaria de la acción. CONTENIDOS DETALLADOS En esta unidad se busca desarrollar las habilidades para el reconocimiento de las diferentes y el poder de las ideas en los equipos diversos como estrategia para para preparar al talento humano y a la estructura organizacional para maximizar los beneficios de la transformación digital acelerada. -Diversidad, Equidad e Inclusión en los equipos del futuro -Desarrollo de habilidades en un equipo diverso de alto desempeño: *Comunicación y gestión de conflictos *Cocreación *Visión de futuro *Gestión del cambio -Equilibrio entre vida y trabajo: Equipos en armonía obtienen mejores resultados -Principios de sostenibilidad corporativa: Enfoque ESG (social, económico y ambiental)
Competencias a adquirir	Los contenidos que integran esta unidad temática permitirán al beneficiario desarrollar las siguientes competencias: - Reflexiona sobre los impactos de la gestión de la diversidad en el desempeño, al formular estrategias de apropiación de los avances tecnológicos implementados. - Formula estrategias para movilizar las estrategias de ESG con miras a promover el respeto por la diversidad dentro de los equipos de trabajo
Actividades de Aprendizaje	Durante el desarrollo de la unidad se llevarán a cabo actividades de aprendizaje que, guardando coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteadas, responden a sus contenidos y facilitaran el desarrollo de las competencias planteadas. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE Conversatorios. Los lideres discuten en plenaria, con la guía del docente, el modelo de ESG de Sodimac Colombia y como la gestión de la diversidad aporta a las metas de productividad definidas. Discusión en grupos. El docente organiza por grupos a los lideres para que propongan estrategias para alcanzar las metas definidas en materia de inclusión y diversidad dentro de Sodimac Colombia. Los resultados se discuten en plenaria.

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	10	1

ID 9966

UT N° 8

AF N° 5

ACCIÓN DE FORMACIÓN DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO PARA LA RESILIENCIA Y ADAPTACION EN ENTORNOS DE HIPERACELERACION DIGITAL

UNIDAD TEMÁTICA N° 8

UNIDAD TEMÁTICA UT VIII USO Y APROPIACIÓN DE TECNOLOGÍAS DIGITALES

N° total de horas prácticas presenciales	5	**N° total de horas teóricas presenciales**	5
N° total de horas prácticas virtuales	0	**N° total de horas teóricas virtuales**	0

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

Contenidos de la UT	Para la construcción de esta unidad temática se tuvo como base la necesidad de formación identificada, desarrollando un conjunto homogéneo de conocimientos expresados de manera estructurada, lógica y secuencial; en alineación con el diagnóstico realizado y con el perfil de la población beneficiaria de la acción. CONTENIDOS DETALLADOS En esta unidad se busca desarrollar la habilidad del líder para formular y desplegar estrategias que faciliten al talento humano la apropiación de las transformaciones digitales implementadas. -Transformación digital: Retos y hoja de ruta en empresas altamente digitalizadas. -Gestión del talento humano para fortalecer habilidades en entornos altamente transformados digitalmente. Experiencia del colaborador y desafíos en las organizaciones. -Tecnologías digitales y su uso en los equipos de trabajo: Agile y las tendencias Gartner 2024, enfocadas en retail.
Competencias a adquirir	Los contenidos que integran esta unidad temática permitirán al beneficiario desarrollar las siguientes competencias: - Evalúa el estado de apropiación de las mejoras tecnológicas implementadas al diseñar políticas y estrategias para fomentar el desempeño organizacional. - Gestiona la experiencia del colaborador para identificar oportunidades de desarrollo profesional - Calcula el valor generado de las mejoras tecnológicas para proponer ajustes a la hoja de ruta de transformación digital
Actividades de Aprendizaje	Durante el desarrollo de la unidad se llevarán a cabo actividades de aprendizaje que, guardando coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteadas, responden a sus contenidos y facilitaran el desarrollo de las competencias planteadas. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE Conversatorio. Los lideres discuten en plenaria, con la guía del docente, cómo es el proceso de apropiación de las trasformaciones digitales por parte de los equipos de trabajo al interior de la organización. Lecturas. Los participantes analizan lecturas recomendadas por el docente para afianzar los conocimientos impartidos en la unidad. Discusión en grupos. El docente organiza por grupos a los lideres para que formulen estrategias para maximizar la generación de valor de las mejoras tecnológicas implementadas. Los resultados se comparten en plenaria

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	10	1

ID 9971

UT N° 3

AF N° 5

ACCIÓN DE FORMACIÓN DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO PARA LA RESILIENCIA Y ADAPTACION EN ENTORNOS DE HIPERACELERACION DIGITAL

UNIDAD TEMÁTICA N° 3

UNIDAD TEMÁTICA UT III LIDERAZGO ESTRATÉGICO: desarrollando el pensamiento estratégico para la resiliencia, adaptación y velocidad

N° total de horas prácticas presenciales	5	**N° total de horas teóricas presenciales**	5

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

Contenidos de la UT	Para la construcción de esta unidad temática se tuvo como base la necesidad de formación identificada, desarrollando un conjunto homogéneo de conocimientos expresados de manera estructurada, lógica y secuencial; en alineación con el diagnóstico realizado y con el perfil de la población beneficiaria de la acción. CONTENIDOS DETALLADOS En esta unidad se busca desarrollar las habilidades para el reconocimiento de los posibles futuros organizacionales y como los líderes pueden promover las estrategias y políticas que preparen a la organización para responder con resiliencia, adaptación y velocidad a las trasformaciones digitales aceleradas propias del sector retail -Visión de futuro y mundo BANI -Las capacidades del líder en los nuevos entornos de alta transformación digital: *Planificar *Creatividad *Visión de futuro *Imaginación *Toma de riesgos *Optimización de recursos *Visión de largo plazo *Competitividad -El liderazgo en el retail
Competencias a adquirir	Los contenidos que integran esta unidad temática permitirán al beneficiario desarrollar las siguientes competencias: -Reflexiona sobre los determinantes de su entorno empresarial para diseñar un modelo de liderazgo para su organización. -Propone estrategias para implementar un modelo de liderazgo que promueva la resiliencia, adaptación y velocidad para responder a los cambios del entorno
Actividades de Aprendizaje	Durante el desarrollo de la unidad se llevarán a cabo actividades de aprendizaje que, guardando coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteadas, responden a sus contenidos y facilitaran el desarrollo de las competencias planteadas. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE Conversatorios. Los lideres discuten en plenaria, con la guía del docente, el modelo de liderazgo de Sodimac Colombia y los retos que el tiene para adaptarse a las tendencias y condiciones del entorno actual. Discusión en grupos. El docente organiza por grupos a los lideres para que propongan estrategias que promuevan la resiliencia, adaptación y velocidad de la organización para adelantar sus actividades misionales. Lectura textos asignados. Se revisan lecturas sobre temas relacionados al liderazgo estratégico, para promover la discusión entre los participantes.

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	10	1

ID 9972

UT N° 5

AF N° 5

ACCIÓN DE FORMACIÓN **DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO PARA LA RESILIENCIA Y ADAPTACION EN ENTORNOS DE HIPERACELERACION DIGITAL**

UNIDAD TEMÁTICA N° **5**

UNIDAD TEMÁTICA **UT V MINDSET AGILE: Nuevas formas de trabajo**

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

Contenidos de la UT	Para la construcción de esta unidad temática se tuvo como base la necesidad de formación identificada, desarrollando un conjunto homogéneo de conocimientos expresados de manera estructurada, lógica y secuencial; en alineación con el diagnóstico realizado y con el perfil de la población beneficiaria de la acción. CONTENIDOS DETALLADOS En esta unidad se busca que los lideres apropien las herramientas para formular y desplegar estrategias y políticas que promuevan un enfoque ágil para para afrontar la operación en todos los niveles organizacionales, promoviendo soluciones rápidas y efectivas para gestionar eficazmente la experiencia del cliente -Pensamiento agile: Principios y valores -Pensamiento centrado en el cliente: La experiencia del cliente -Métodos agile *Scrum *Kanban *Agile Change Management -Despliegue estratégico de agile en la organización -El rol de la transformación digital en la experiencia del cliente -Aplicación al retail
Competencias a adquirir	Los contenidos que integran esta unidad temática permitirán al beneficiario desarrollar las siguientes competencias: -Evalúa los principios, practicas y herramientas del trabajo ágil para priorizar estrategias que faciliten su despliegue en la organización. -Analiza las áreas y procesos de la organización para identificar puntos donde se maximice la contribución a los objetivos estratégicos de implementar practicas agiles.
Actividades de Aprendizaje	Durante el desarrollo de la unidad se llevarán a cabo actividades de aprendizaje que, guardando coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteadas, responden a sus contenidos y facilitaran el desarrollo de las competencias planteadas. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE Conversatorios. Los lideres discuten en plenaria, con la guía del docente, los retos que ha vivido la organización al implementar prácticas de agile dentro de sus equipos de trabajo. Lluvia de ideas. Con el apoyo del docente se aplican dinámicas para generar ideas en torno a cuáles procesos u áreas de negocio deben ser priorizadas para fortalecer la apropiación de los principios, practicas y herramientas de agile. Discusión en grupos. El docente organiza por grupos a los lideres para que propongan estrategias para implementar agile en las áreas o procesos priorizados. Los resultados se discuten en plenaria.

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	10	1

ID 9973

UT N° 6

AF N° **5**

ACCIÓN DE FORMACIÓN **DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO PARA LA RESILIENCIA Y ADAPTACION EN ENTORNOS DE HIPERACELERACION DIGITAL**

UNIDAD TEMÁTICA N° **6**

UNIDAD TEMÁTICA **UT VI INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD: Gerenciando desde nuevas perspectivas**

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

Contenidos de la UT	Para la construcción de esta unidad temática se tuvo como base la necesidad de formación identificada, desarrollando un conjunto homogéneo de conocimientos expresados de manera estructurada, lógica y secuencial; en alineación con el diagnóstico realizado y con el perfil de la población beneficiaria de la acción. CONTENIDOS DETALLADOS En esta unidad se busca desarrollar en los líderes las habilidades para potenciar su creatividad y facilitar el diseño, formulación y despliegue de estrategias, practicas y herramientas que promuevan la innovación al interior de la organización -Agile y la innovación aplicadas al sector de retail -Pensamiento creativo -Habilidades de un líder y un equipo creativo -Innovación: Disruptiva, Incremental y Abierta -Herramientas para la innovación: Design Thinking para examinar la cadena de valor organizacional -La innovación en el marco de las políticas y estrategias organizacionales.
Competencias a adquirir	Los contenidos que integran esta unidad temática permitirán al beneficiario desarrollar las siguientes competencias: -Evalúa los diferentes tipos de innovación para generar planes de trabajo que fomenten la creatividad y la innovación como parte de la cultura empresarial. -Aplica modelos agiles de diseño para evaluar la cadena de valor, con el propósito de identificar oportunidades de mejora.
Actividades de Aprendizaje	Durante el desarrollo de la unidad se llevarán a cabo actividades de aprendizaje que, guardando coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteadas, responden a sus contenidos y facilitaran el desarrollo de las competencias planteadas. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE Conversatorios y debates. Los lideres discuten en plenaria, con la guía del docente, los retos que ha vivido la organización al promover la innovación dentro de sus equipos de trabajo y cuál es el rol del directivo en la innovación. Se debate sobre la pertinencia en la organización de las innovaciones disruptivas, Incrementales y abiertas. Discusión en grupos. El docente organiza por grupos a los lideres para que usando la técnica de design thinking propongan mejoras a la cadena de valor diseñada para Sodimac Colombia. Los resultados se comparten en plenaria.

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	10	1

ID 9974

UT N° 7

AF N° **5**

ACCIÓN DE FORMACIÓN **DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO PARA LA RESILIENCIA Y ADAPTACION EN ENTORNOS DE HIPERACELERACION DIGITAL**

UNIDAD TEMÁTICA N° **7**

UNIDAD TEMÁTICA **UT VII SOSTENIBILIDAD FINANCIERA Y TRANSFORMACION DIGITAL ACELERADA**

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

Contenidos de la UT	Para la construcción de esta unidad temática se tuvo como base la necesidad de formación identificada, desarrollando un conjunto homogéneo de conocimientos expresados de manera estructurada, lógica y secuencial; en alineación con el diagnóstico realizado y con el perfil de la población beneficiaria de la acción. CONTENIDOS DETALLADOS Esta unidad busca generar escenarios de reflexión en los que el líder afianzará sus conocimientos financieros y discutirá sus necesidades de inversión en tecnología frente al entorno económico y la gestión de la rentabilidad. -Inteligencia financiera -Toma de decisiones basada en indicadores financieros en el sector de retail: indicadores de liquidez, rentabilidad y endeudamiento, inventarios, cartera, cuentas por cobrar, capital de trabajo, etc. - Enfoque ESG (social, económico y ambiental) y equilibrio financiero -Transformación digital en épocas de recesión económica. - Aolicación en el retail
Competencias a adquirir	Los contenidos que integran esta unidad temática permitirán al beneficiario desarrollar las siguientes competencias: -Calcula el valor generado de las iniciativas de trasnformación digital propuestas, para definir planes de inversión en tecnología. -Manipula diversos indicadores financieros para validar el cumplimiento de las metas propuestas.
Actividades de Aprendizaje	Durante el desarrollo de la unidad se llevarán a cabo actividades de aprendizaje que, guardando coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteadas, responden a sus contenidos y facilitaran el desarrollo de las competencias planteadas. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE Debates. Los lideres debaten en plenaria, con la guía del docente, sobre cómo manejar las inversiones en transformación digital en tiempos de recesión económica. Lecturas. Los participantes analizan lecturas recomendadas por el docente para afianzar los conocimientos impartidos en la unidad. Discusión en grupos. El docente organiza por grupos a los lideres, para que apliquen indicadores financieros y propongan estrategias para aplicar mejoras en una estudio de caso aportado por el docente.

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	10	1

ID	9987
UT N°	9

AF N° **5**

ACCIÓN DE FORMACIÓN **DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO PARA LA RESILIENCIA Y ADAPTACION EN ENTORNOS DE HIPERACELERACION DIGITAL**

UNIDAD TEMÁTICA N° **9**

UNIDAD TEMÁTICA **UT IX GESTION ESTRATEGICA DEL BIG DATA ANALYTICS: Aplicada a la toma de decisiones inteligentes**

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

Contenidos de la UT	Para la construcción de esta unidad temática se tuvo como base la necesidad de formación identificada, desarrollando un conjunto homogéneo de conocimientos expresados de manera estructurada, lógica y secuencial; en alineación con el diagnóstico realizado y con el perfil de la población beneficiaria de la acción. CONTENIDOS DETALLADOS En esta unidad se busca fortalecer el diseño de estrategias que promuevan el pensamiento centrado en los datos y su uso en el contexto corporativo, así el líder podrá desarrollar un mapa de navegación que le oriente para tomar mejores decisiones y proponer alternativas de solución a los desafíos organizacionales, maximizando el valor de la transformación digital. -Gestión de los datos: La clave para maximizar el valor de la transformación digital -Análisis de la información y el big data para mejorar la toma de decisiones en entornos corporativos -Decisiones basadas en datos: las V del big data -Business Analytics – Fundamentos -Estrategia y Business Analytics
Competencias a adquirir	Los contenidos que integran esta unidad temática permitirán al beneficiario desarrollar las siguientes competencias: - Evalúa el tipo de data que captura con la digitalización de los procesos productivos, para definir estrategias que promuevan el mejore conocimiento del negocio y de los clientes. - Utiliza herramientas tecnológicas para analizar la data disponible, en el proceso de diseño de estrategias y toma de decisiones.
Actividades de Aprendizaje	Durante el desarrollo de la unidad se llevarán a cabo actividades de aprendizaje que, guardando coherencia con la modalidad de formación y la metodología planteadas, responden a sus contenidos y facilitaran el desarrollo de las competencias planteadas. ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE Debates. Los lideres debaten en plenaria, con la guía del docente, los retos, problemas y fallos ocurridos en desarrollo de los procesos de transformación digital. Se analizan áreas en las que no se maximiza el valor de la transformación digital, en particular la forma cómo se usa la data recolectada con la digitalización de los procesos. Discusión en grupos. El docente organiza por grupos a los lideres para que apropien técnicas para analizar la data que faciliten su uso en el diseño y formulación de estrategias y en el proceso de toma de decisiones.

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	2	1

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

Proveedor de la formación - persona jurídica

La entidad de formación seleccionada para el adelantamiento de esta acción de formación es el Colegio de Estudios Superiores de Administración CESA. Con domicilio en Bogotá D.C., en su objeto social es una institución de educación superior PRIVADA, de utilidad común, sin ánimo de lucro y su carácter académico es el de Institución Universitaria, con personería jurídica reconocida mediante resolución número 5157 de 1975-08-29, expedida por el Ministerio de Educación Nacional en el año de 1975 y cumple con lo establecido en el Articulo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995

Ofrece a nivel de pregrado el Programa de Administración de Empresas, registrado en el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior con el código 1770 y acreditado por el Ministerio de Educación Nacional como de alta calidad, mediante la Resolución 569 del 1.° de marzo de 2004, reafirmada mediante la Resolución 5320 10 de septiembre de 2007 y la Resolución 12455 del 29 de diciembre de 2011, esta última otorgada por seis años. A nivel de Posgrado, ofrece la Especialización en Finanzas Corporativas y la Especialización en Mercadeo Estratégico. También cuenta con la Maestría en Finanzas Corporativas, y ofrece la Maestría en Administración (MBA) Internacional en convenio de doble titulación internacional con Sprott School of Business, de Carleton University, Canadá. También cuenta con un área de formación ejecutiva con programas de formación continua cuidadosamente diseñados por expertos, combinan en su construcción competencias avanzadas, experiencia, técnica empresarial y metodologías innovadoras.

CESA tiene más de 10 años de experiencia adelantando formación presencial y más de 5 años adelantando formación virtual y cuenta con las licencias y permisos de funcionamiento exigidos por ley para la realización de la acción de formación aquí presentada, incluyendo lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995 y/o las normas que les sean aplicables para su funcionamiento en el territorio nacional. Esta experiencia incluye la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas a entidades públicas o privadas. Esta experiencia se acredita en el periodo comprendido entre los años 2010 a 2024.
CESA ha adelantado durante muchos años acciones de formación en el programa de formación continua especializada del SENA con excelentes resultados por lo que es una entidad idónea para adelantar la acción de formación propuesta, cuyos temas se alinean con las líneas de formación de esta Universidad.

Material de formación

Para esta acción de formación se entregará el siguiente material: Cartillas Full color

Este material cumple con los requisitos del pliego de condiciones en el sentido de que reúne medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan el desarrollo de la acción de formación y el proceso de enseñanza-aprendizaje; alineándose a la modalidad de formación y a la metodología para su impartición, apoyando a los beneficiarios para el desarrollo de las competencias esperadas y las realizaciones que se espera generar en su puesto de trabajo.

Para la acción de formación se emplearán materiales como:

-Aplicaciones multimedia interactivas que incorpora contenidos tales como imágenes, vídeo, animaciones y sonido y que además proporciona medios para interactuar fácilmente con el usuario. Se usarán aplicaciones para estimular la diversión y participación en el aula, tales como Kahoot, Quizzis, entre otros.

El material de formación aquí incluido, cumple con la normatividad vigente en cuanto a propiedad intelectual y es de producción reciente, inferior a los 2 años.
El contenido del material de formación académico, está metodológicamente estructurado y guarda coherencia con las unidades temáticas propuestas de modo que facilite la transferencia de conocimiento:

AUTOLIDERAZGO: Bases y principios para responder a los retos provistos por entornos impredecibles
LIDERAZGO ESTRATÉGICO: desarrollando el pensamiento estratégico para la resiliencia, adaptación y velocidad
LIDERANDO DESDE LA DIVERSIDAD: Desarrollando equipos de alto potencial
MINDSET AGILE: Nuevas formas de trabajo
INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD: Gerenciando desde nuevas perspectivas
SOSTENIBILIDAD FINANCIERA Y TRANSFORMACION DIGITAL ACELERADA
USO Y APROPIACIÓN DE TECNOLOGÍAS DIGITALES
GESTION ESTRATEGICA DEL BIG DATA ANALYTICS: Aplicada a la toma de decisiones inteligentes

También se proveerá a los beneficiarios con recursos didácticos como material de apoyo para facilitar la transmisión de conocimientos, tales como diapositivas digitales y presentaciones que no se consideran material de formación y por tanto no se incluyen en el presupuesto.

Gestión del Conocimiento

Ítem Gestion Conocimiento
Video (Experiencia de Beneficiario)

Alineación de la acción de formación

Alineación

PND - Enfoque de género y diferencial

PND - Uso y apropiación de tecnologías digitales

Justificación de la Alineación

La acción de formación busca impactar a la alta gerencia de SODIMAC COLOMBIA SA mejorando el proceso de formulación y despliegue de estrategias que permitan a la empresa, entre otras, maximizar los beneficios de la transformación digital acelerada adelantada, fortaleciendo sus competencias para el análisis estratégico de la data disponible. Esto se alinea con el criterio del pliego de condiciones denominado “Uso y apropiación de tecnologías digitales; uso de tecnologías para la innovación digital del sector productivo; fortalecimiento de los servicios del sector TIC; programación; ciencia de datos; infraestructura tecnológica; aprovechamiento de la información; ciberseguridad; transferencia tecnológica. (Bases Plan Nacional de Desarrollo, Colombia potencia mundial de la vida 2022 – 2026)”. Como ejemplo, se alinea con el Plan Nacional de desarrollo, en sus apartados de transformación digital como motor de oportunidades e igualdad, en particular con la medida de “Implementar iniciativas de transformación digital como herramienta para la productividad, la generación de empleo, la dinamización de la economía en las regiones y la potencialización de la economía popular” (Plan Nacional de desarrollo, 2022-20026). Esta acción de formación prepara a Sodimac Colombia SA para ser sostenible y crecer en dicha transformación digital, continuando con su capacidad de generar empleos de calidad en el territorio nacional: 8718 colaboradores en 25 municipios.

De igual forma, dentro diplomado se da cobertura al liderazgo desde la diversidad, lo que se alinea con las políticas del gobierno en el plan nacional de desarrollo en lo que tiene que ver con el apartado de alcanzar una “Colombia igualitaria, diversa y libre de discriminación” en donde “Las transformaciones de este Plan llevan a una sociedad inclusiva, libre de estereotipos y estigmas, que supera las discriminaciones de tipo económico, social, cultural y político basadas en el género y la orientación sexual. La diversidad será fuente de desarrollo sostenible y no de exclusión.” (Plan Nacional de desarrollo, 2022-20026).

Acción de formación especializada

Sodimac Colombia S.A pone a consideración del SENA esta acción de formación especializada, en tanto:

- Busca desarrollar las competencias laborales de los beneficiarios, actualizando y profundizando conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas de los trabajadores que luego serán aplicadas de forma inmediata en Sodimac Colombia S.A en desarrollo de su trabajo. En particular con esta acción de formación se buscan realizaciones tales como: Reconocer los principios del liderazgo adaptativo, y apropiarlos dentro del modelo de liderazgo de la organización, reconocer los posibles futuros organizacionales y cómo responder para sostenerse en el tiempo; fomentar la creatividad para reconocer oportunidades y nuevas formas de afrontar las disrupciones al modelo de negocio, fomentar el trabajo ágil y el aprovechamiento de la data disponible como consecuencia de la transformación digital acelerada, formular estrategias que permitan a la organización avanzar al ritmo de sus cambios tecnológicos.
- Impactaran la productividad y competitividad de Sodimac Colombia S.A
- Se estructuró específicamente para responder a la necesidad de formación identificada.
- Su duración es inferior a 120 horas.

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

Al trabajador aplicar el conocimiento adquirido en su puesto de trabajo, se espera que se alcancen los siguientes RESULTADOS:

- Despliegue de estrategias y políticas para preparar al talento humano y a la estructura organizacional para maximizar los beneficios de la transformación digital acelerada llevada a cabo por la organización.
- Afinamiento del modelo de liderazgo para generar respuestas apropiadas a los retos del entorno.
- Aprovechamiento de la data para mejorar la experiencia del cliente en su viaje con la organización.
- Diseño y formulación de estrategias que faciliten la generación de innovaciones al interior de la organización.

Los resultados antes mencionados están alineados con los objetivos de la acción de formación, sus unidades temáticas y el perfil de los beneficiarios.

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

Impactos en PRODUCTIVIDAD relacionados con la acción de formación:
- Maximización de los beneficios de la acelerada transformación digital llevada a cabo en Sodimac Colombia SA
- Disminución de la resistencia al cambio derivada de los procesos de transformación
- Agilidad en la implementación de proyectos de transformación organizacional

Impactos en COMPETITIVIDAD relacionados con la acción de formación:
- Fortalecimiento de las capacidades de resiliencia, adaptación y velocidad de la organización para responder a los drásticos cambios que ofrece el entorno
- Experiencia positiva del cliente frente a su viaje en la organización.
- Mantenimiento de la posición en el mercado.

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	50
Meta %	% 2,00
Indicador - Retención de trabajadores	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que continuan en sus empresas luego de recibir la formación	47
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	50
Meta %	% 94,00
Indicador - Movilidad laboral	**Valor Indicador - Meta**
Número de trabajadores beneficiarios que cambian sus condiciones laborales luego de recibir la formación	1
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	50
Meta %	% 2,00
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	1
Meta %	% 100,00
Indicador - Trabajadores beneficiarios	**Valor Indicador - Meta**
Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	50
Número total de trabajadores de la(s) empresa(s) que representa la empresa/ gremio	8700
Meta %	% 0,57

Justificación lugar de ejecución

Se justifica la relación de los trabajadores beneficiarios con los lugares de ejecución planteados en la medida en que Sodimac Colombia S.A tiene presencia comercial en tales lugares y por tanto sus trabajadores, que comparten las necesidades de formación identificadas, trabajan para la organización en dicha ubicación geográfica.

Lugar de ejecución

Grupo Número Departamento	Ciudad	Zona Rural	N° Beneficiarios
1 BOGOTÁ D.C	BOGOTÁ	No	25
2 CUNDINAMARCA	FUNZA	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 DOCENTE NACIONAL MAESTRIA	$ 33.904.200	% 56,52	$ 0 % 0,00	$ 26.086.200 % 43,48	$ 59.990.400
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	HONORARIOS DOCENTE INTERNACIONAL MAESTRÍA EXP 5 AÑOS	$ 9.445.040	% 55,00	$ 0 % 0,00	$ 7.727.760 % 45,00	$ 17.172.800
R02.1 Alojamiento, Manutención y Transporte Local - Capacitador nacional	Manutención y transporte grupo en Funza (9 días)	$ 0 % 0,00		$ 0 % 0,00	$ 1.125.000 % 100,00	$ 1.125.000
R02.2 Alojamiento, Manutención y Transporte Local - Capacitador internacional - Lider mundial - Lider nacional	Manutención y transporte grupo en Funza (1 días) CAPACITADOR INTERNACIONAL	$ 0 % 0,00		$ 0 % 0,00	$ 125.000 % 100,00	$ 125.000
R05.2.1.1 Material de Formación - Impreso - Impresión de cartillas, de 1 a 200 unidades	MATERIAL IMPRESO CARTILLAS FULL COLOR: PARA DOS GRUPOS DE 25 PAX C/U	$ 1.892.000	% 55,00	$ 0 % 0,00	$ 1.548.000 % 45,00	$ 3.440.000
R06.1.1.2 Alquiler de Salones y/o Espacios - Aulas convencionales hasta 30 beneficiarios	Valor por 80 horas grupo BOGOTÁ. Las aulas del grupo en Funza son aporte del oferente, sin cargo al presupuesto.	$ 4.358.125	% 67,67	$ 0 % 0,00	$ 2.081.875 % 32,33	$ 6.440.000
R07.1 Gastos de Operación del Proyecto 10%	GASTOS DE OPERACIÓN	$ 550.000	% 55,00	$ 0 % 0,00	$ 450.000 % 45,00	$ 1.000.000
R10.3 Garantías	PÓLIZAS DE SEGURO PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	$ 0 % 0,00		$ 0 % 0,00	$ 79.000 % 100,00	$ 79.000
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	6	$ 0 % 0,00		$ 0 % 0,00	$ 1.871.100 % 100,00	$ 1.871.100

	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida en Especie	% Especie	Contrapartida en Dinero	% Dinero	COSTO TOTAL AF
COSTO TOTAL DE LA AF	$ 50.149.365	% 54,96	$ 0	% 0,00	$ 41.093.935	% 45,04	$ 91.243.300

Presupuesto Transferencia de Conocimiento y Tecnología

Rubro	% de Beneficiarios Número de beneficiarios de transferencia	Cofinanciación SENA	Porcentaje Cofinanciación	Contrapartida Especie	Porcentaje Especie	Contrapartida Dinero	Porcentaje Dinero	Valor Total
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	% 012 6	$ 0	% 0,00	$ 0	% 0,00	$ 1.871.100	% 100,00	$ 1.871.100

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%	$ 550.000	% 55,00	$ 0	% 0,00	$ 450.000	% 45,00	$ 1.000.000

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	$ 79.000	% 100,00	$ 79.000