**PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO**

**FORMATO INFORME MENSUAL EJECUCIÓN CONTRACTUAL**

Barranquilla, Agosto de 2020

Señor (a)
**ERIKA ROJAS SANJUANELO**
SUPERVISOR(A) CONTRATO No. CO1.PCCNTR.1563027 de 2020
Cargo del supervisor PROFESIONAL G02
Centro Comercio y Servicios
Barranquilla

**Asunto:** Informe mensual de ejecución contractual Mes 08 del año 2020

**Referencia: No CO1.PCCNTR.1563027 del año 2020**

Karina del Carmen Batista Zea, identificada con la cédula de ciudadanía No. 32.757.062 de Barranquilla, en mi calidad de Contratista del SENA, en el Centro de Comercio y Servicios - Barranquilla, en cumplimiento del Contrato de Prestación de Servicios de la referencia, a continuación presento el Informe de actividades realizadas en el mes objeto de cobro.

**Valor y forma de Pago**: El valor total del presente contrato asciende a la suma de $39.311.667.00 incluido IVA (de conformidad con el régimen tributario a que pertenezca el contratista), Esta suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera: a) Un primer pago correspondiente al mes mayo de 2020 por valor de $3.261.667.00 COP incluido IVA; b) Siete pagos iguales por los meses de junio a diciembre, por valor de $5.150.000,00 COP cada uno, incluido IVA.). Los honorarios serán pagados por el SENA al contratista de acuerdo al cronograma definido por la Dirección Administrativa y Financiera de la Dirección General, en la cuenta de ahorros No. 023570003139 del Banco Davivienda, cuyo titular es el Contratista.

**Plazo:** Será hasta el (31) de (Diciembre) de 2020.

| **OBJETO:** |
|---|
| **"Prestar servicios profesionales en el Programa de Extensionismo Tecnológico – Sennova, para implementar desde el Centro de Comercio y Servicios del Sena Regional Atlántico, las actividades relacionadas con la intervención a las empresas para mejorar la transformación digital, la productividad, competitividad y/o rentabilidad."** |

**CLÁUSULA** (No. de cláusula donde se encuentren las obligaciones del contratista)

| No | Obligaciones | Acciones realizadas | Evidencias |
|---|---|---|---|
| 1 | Contactar las empresas asignadas por la persona responsable de la Línea Programática "Extensionismo Tecnológico" del Grupo Sennova de la Dirección General del SENA y validar el | • Elaboraciòn de los Planes de Acciòn en la plataforma softwhere de las 12 empresas asignadas.. | Plan de acción formato determinado por la plataforma. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | instrumento aplicado desde el autodiagnóstico de SoftWhere (MinCIT). | | |
| 2 | Asesorar y acompañar en la transformación digital de las MiPymes colombianas, mediante la implementación de planes de mejora | • Reuniòn virtual, individual con cada uno de las 12 empresa asignadas dentro del programa Mi Pyme se transforma para la solicitud de firma del acta de inicio, construcción del diagnóstico inicial, respuesta a preguntas e inquietudes particulares y costrucciòn de planes de mejora. | Correos eslectrònicos, mensajes de ws, lista de asistencia Meet. |
| 3 | Mantener comunicación constante con la persona responsable de la Línea Programática "Extensionismo Tecnológico" del Grupo Sennova de la Dirección General del SENA y con el Gestor Consultor en su región/nodo | • Reuniones delineamiento sistema de información del grupo de extensionismo, Lider Sennova Centro de Comercio, DIrecciòn Regional y Direccion Nacional | Fotos reuniones programadas. |
| 4 | Garantizar el flujo de información recolectada completa y de calidad, en el proceso de servicios de Extensionismo Tecnológico, con el fin de realizar el cumplimiento de los resultados y la evaluación del programa. | • Construcción y seguimiento de firmas de las actas de inicio de los Planes de Acciòn de Mi Pyme se Transforma, por parte de las 12 empresas asignadas.<br>• Construcción y seguimiento a firma de las necesidades de formaciòn de las 12 empresas asignadas. | Archivos y Documentos del proceso. |
| 5 | Realizar el registro documental y analítico de las lecciones aprendidas en la asesoría especializada bajo el concepto de Extensionismo Tecnológico, que incorpora el diagnóstico, concertación e implementación de plan de mejora en las Empresas | • Registro documental , alimentación de Drive compartidos y softwhere informàtico, según formatos diseñados de los procesos de inicio y seguimiento de la estrategia para las 12 empreas asignadas. | Plataformas habilitadas para la implementación de los documentos. |
| 6 | Atender las solicitudes y requerimientos de información que se generen desde la Línea Programática "Extensionismo Tecnológico" del Grupo Sennova de la Dirección General del SENA. | • Revisiòn y envío de inconsistencias en la plataforma softwhere segùn lineamientos de la Direcciòn Nacional con respecto a los casos puntuales de los Empresarios atendidos. | Fotos reuniones programadas. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 7 | Las demás que se requieran para la ejecución del contrato | • Apoyo en la construcción de proyecto de autorización de Tecnoparque para la Regional Atlàntico.<br>• Entrega de informe mensual del mes de agosto de 2020 | Archivo documental. |

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

| ITEM | No DE LA ORDEN DE VIAJE | LUGAR DE DESPLAZAMIENTO | FECHAS DE DESPLAZAMIENTOS | |
|---|---|---|---|---|
| | | | INICIO | FINALIZACIÓN |
| 1. | | | | |
| 2. | | | | |

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

Para el trámite de la cuenta me permito adjuntar: Documentos enunciados como evidencias del cumplimiento de las obligaciones contractuales y los desplazamientos realizados y el No. 45226732 de la planilla , ., operador ARUS correspondiente al perìodo de julio del año 2020 (Decreto Ley 2106 de 2019 – “*Decreto Ley Antitrámites”*)

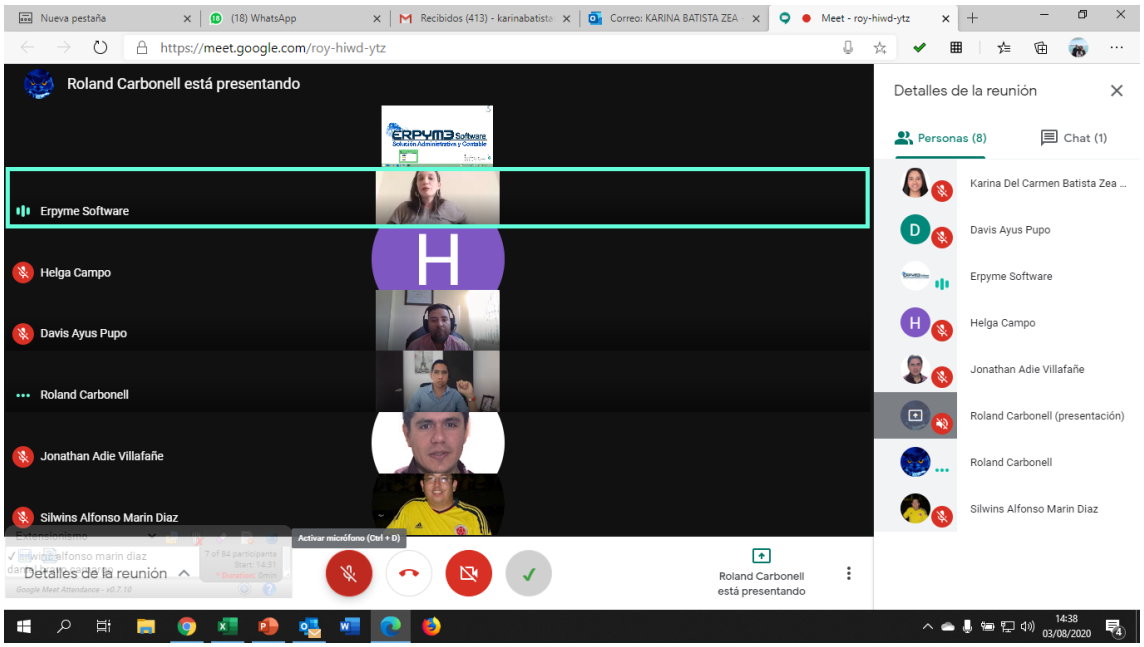
Evidencias en ( ) folios

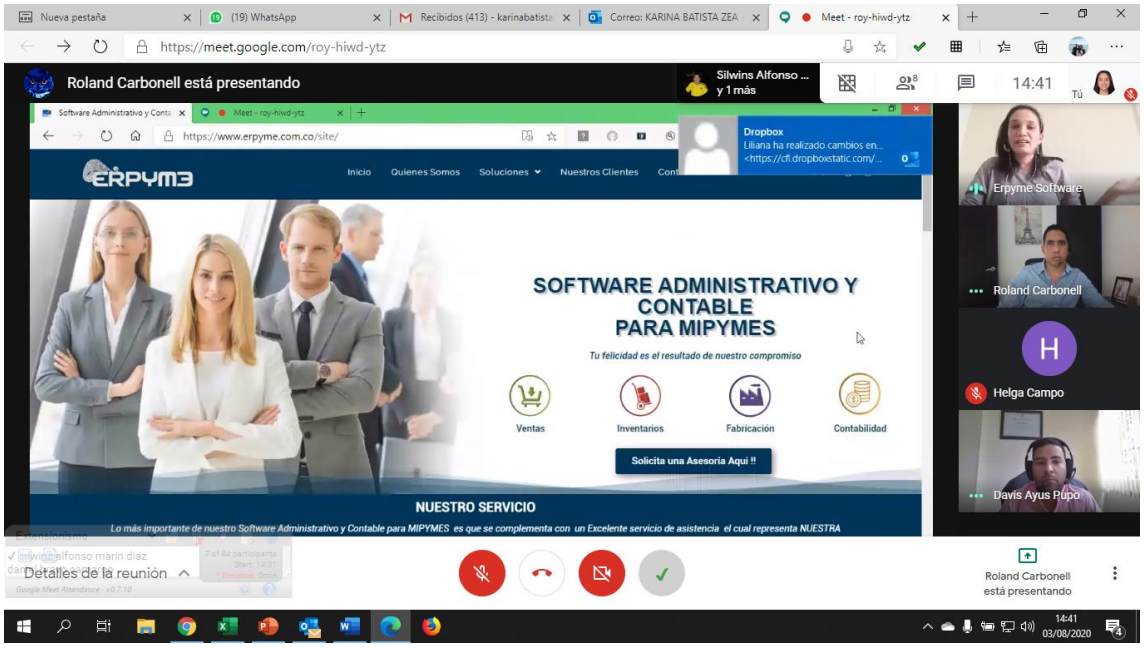
Cordialmente,

**Karina del Carmen Batista Zea**
**Contratista**
**C.C. No. 32.757.062**

Recibí a satisfacción:

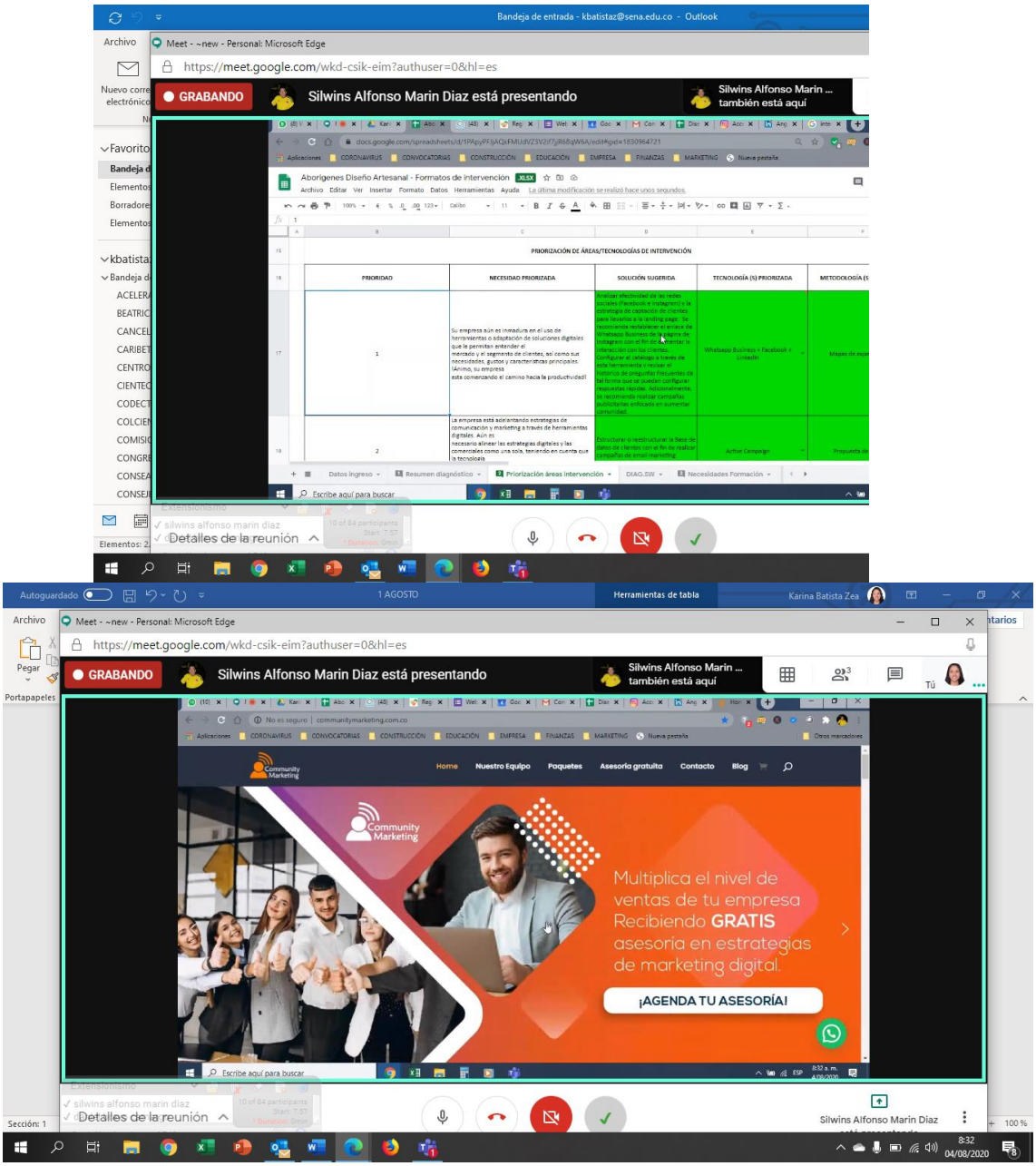
**ERIKA ROJAS SANJUANELO**
**Supervisor Contrato CO1.PCCNTR.1563027 de 2020**
**PROFESIONAL G02**



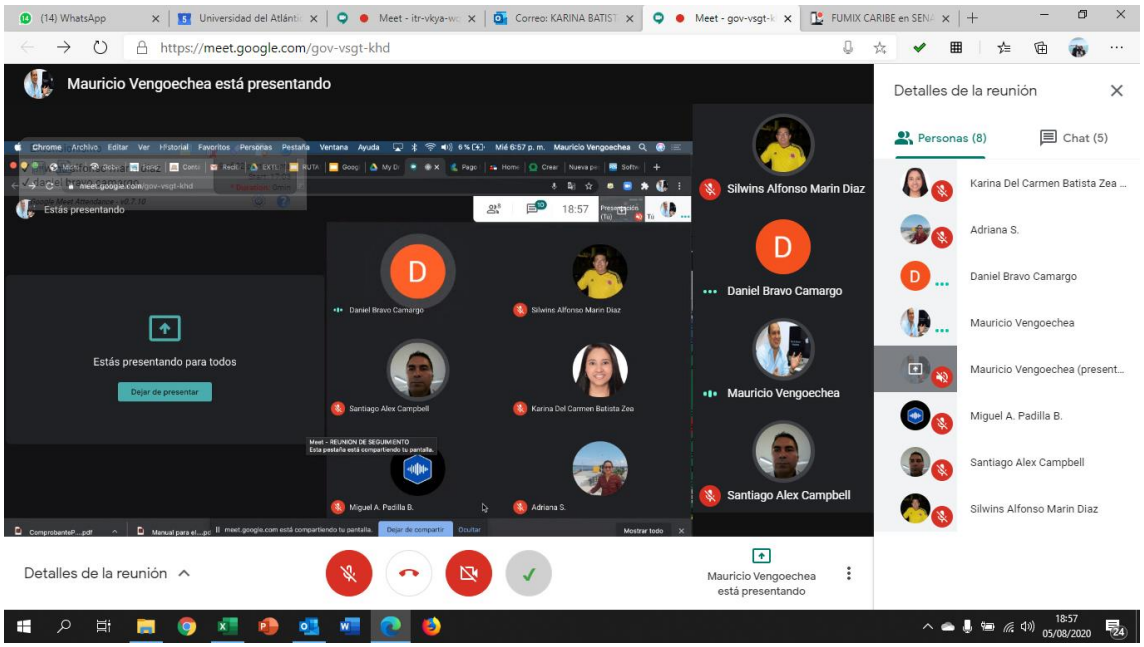

Attendance for: Extensionismo on 2020-08-03

Names 2020-08-03 14:31 Arrival time
silwins alfonso marin diaz ✔ 14:31 14:37 14:46
daniel bravo camargo ✔ 14:47 14:48
jonathan adie villafañe ✔ 14:31 14:41
miguel a. padilla b. ✔ 14:50
Mauricio Vengoechea ✔ 15:08
karina del carmen batista zea ✔ 14:31
helga campo ✔ 14:31
davis ayus pupo ? 14:31 15:17
erpyme software ? 14:31
roland carbonell ? 14:31 14:38



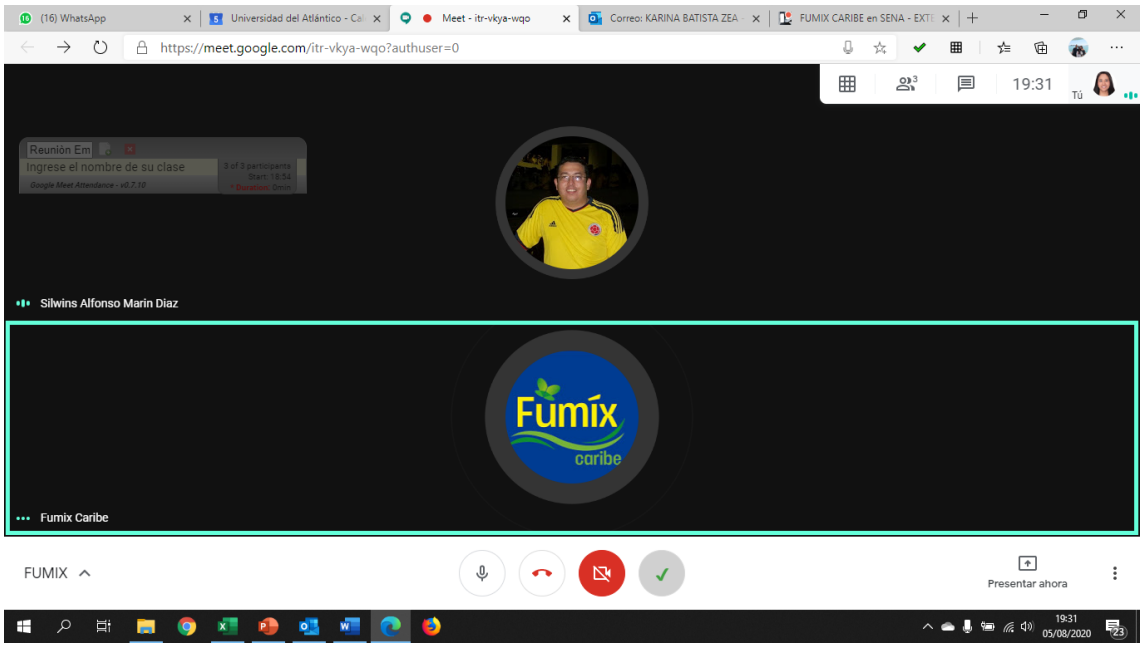

Attendance for: Extensionismo on 2020-08-04

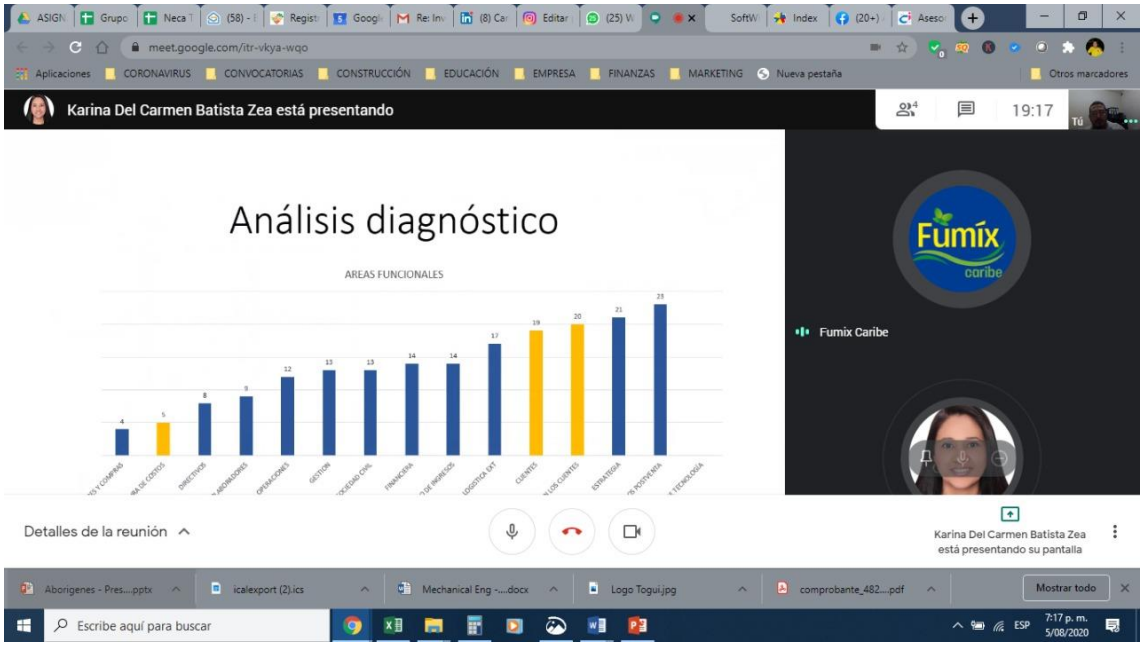
Names 2020-08-04 7:57 Arrival time
silwins alfonso marin diaz ✔ 7:59 8:06 10:41 10:54 11:22 11:51
jonathan adie villafañe ✔ 11:14




Attendance for: Extensionismo on 2020-08-05

Names 2020-08-05 17:03 Arrival time
silwins alfonso marin diaz ✔ 17:05
daniel bravo camargo ✔ 17:03
jonathan adie villafañe ✔ 17:03 17:12 17:14 17:56
miguel a. padilla b. ✔ 17:03
mauricio vengoechea ✔ 17:18 18:29 18:48
santiago alex campbell ✔ 17:17
karina del carmen batista zea ✔ 17:12
helga campo ✔ 17:10
Adriana S. ? 17:42


Meet - itr-vkya-wqo
https://meet.google.com/itr-vkya-wqo?authuser=0
19:31
Tú
Ingrese el nombre de su clase
Silwins Alfonso Marin Diaz
Fumix
caribe
Fumix Caribe
FUMIX
Presentar ahora
19:31
05/08/2020


meet.google.com/itr-vkya-wqo
Karina Del Carmen Batista Zea está presentando
19:17
Análisis diagnóstico
AREAS FUNCIONALES
Fumix
caribe
Fumix Caribe
Detalles de la reunión
Karina Del Carmen Batista Zea está presentando su pantalla
Mostrar todo
Escribe aquí para buscar
ESP
7:17 p. m.
5/08/2020

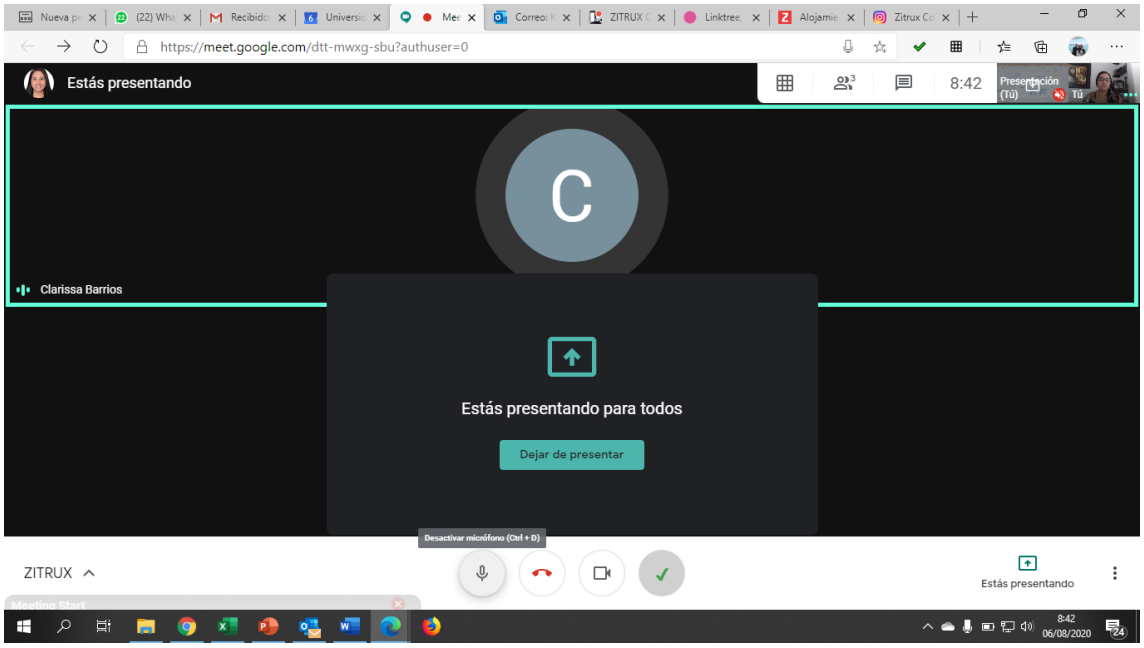


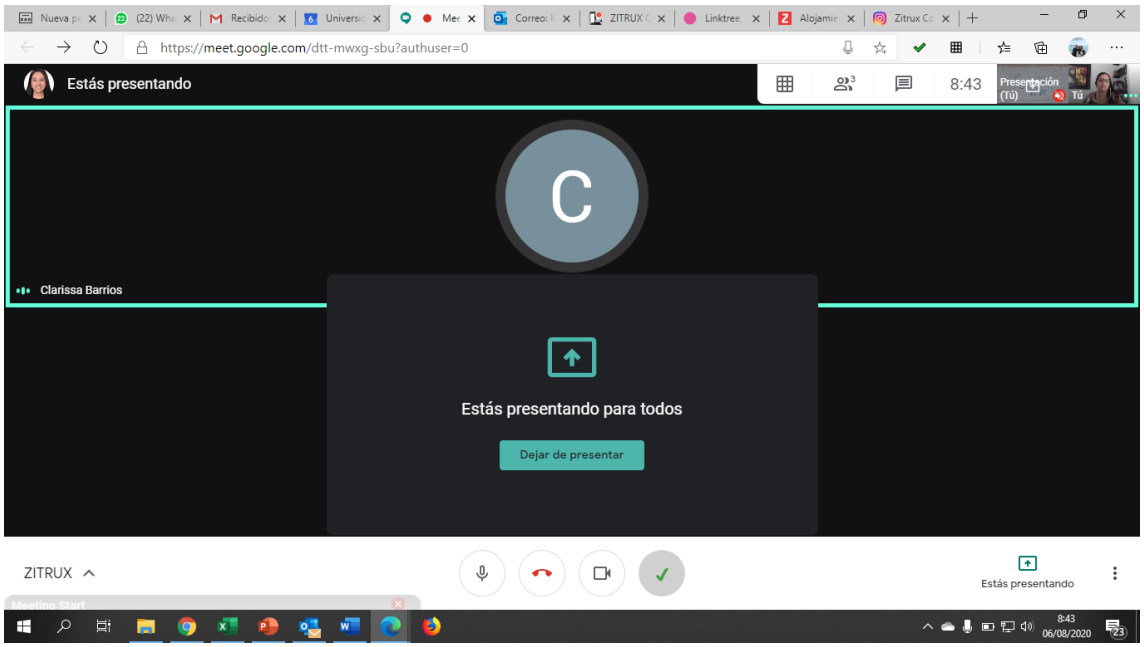

Attendance for: Añadir on 2020-08-05

Names 2020-08-05 18:54 Arrival time
silwins alfonso marin diaz ? 19:02
karina del carmen batista zea ? 19:08
Fumix Caribe ? 19:12 19:13

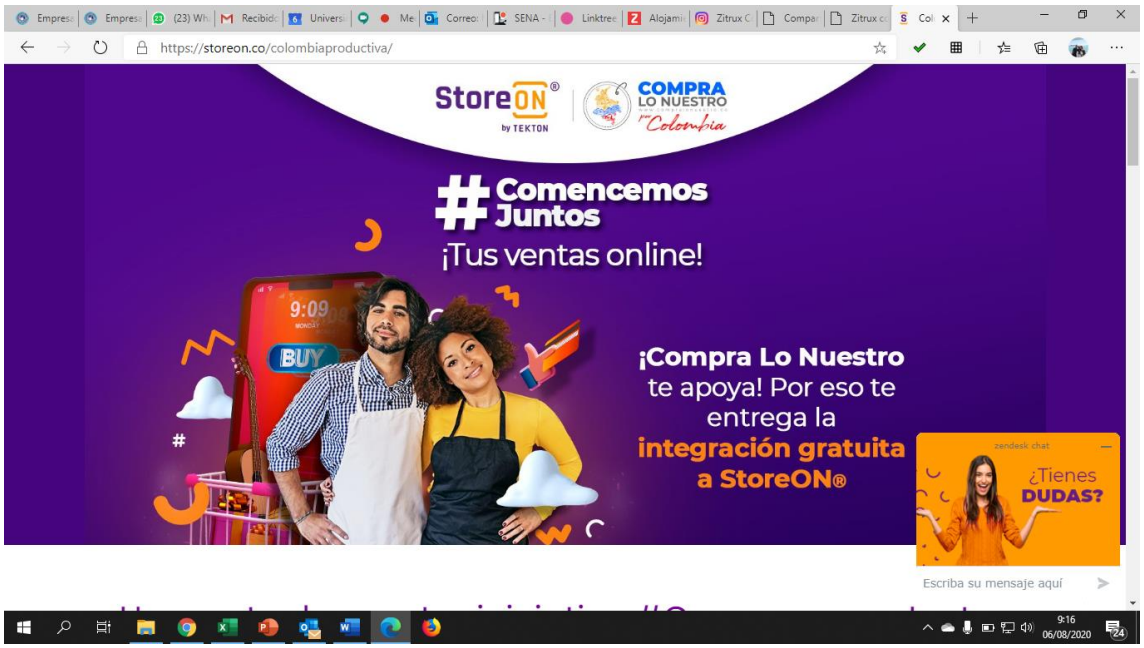
https://melodijoadela.com/linktree-link-multiple-bio-instagram/

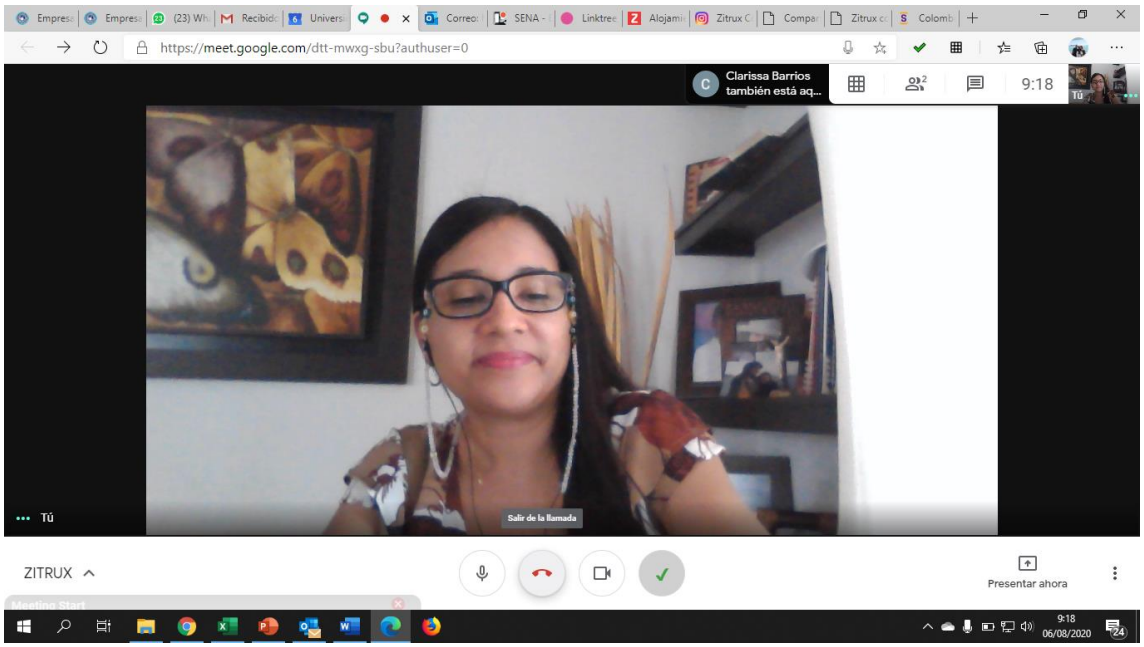
https://www.websa100.com/blog/diseno-ux-10-ejemplos-de-paginas-con-buena-usabilidad/






https://storeon.co/colombiaproductiva/

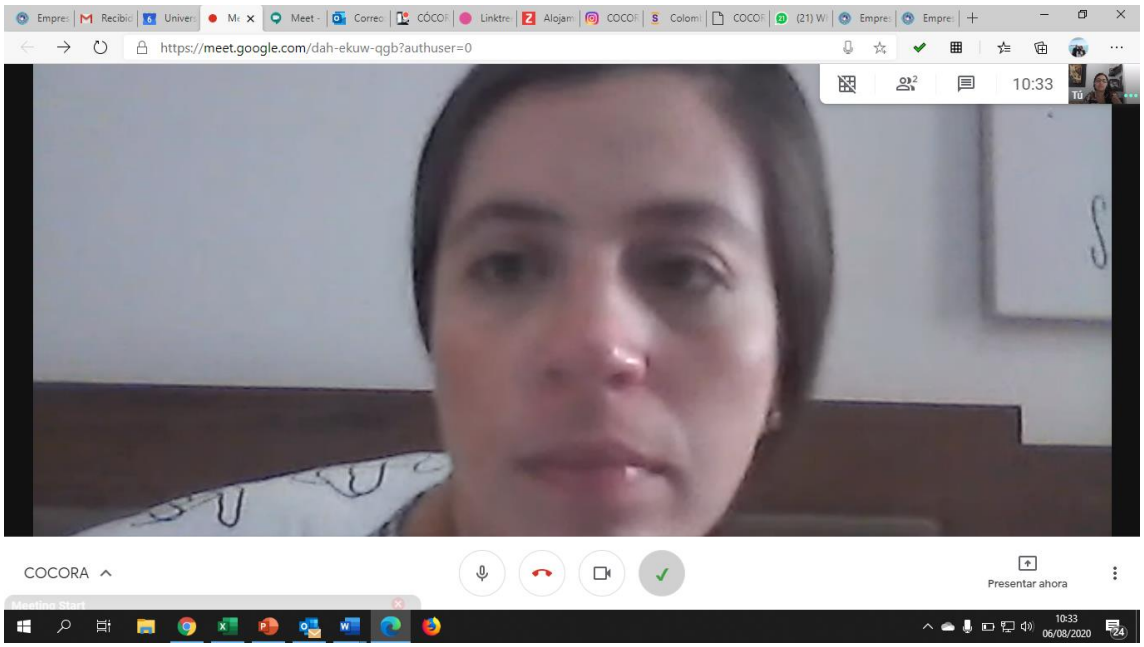





Attendance for: Extensionismo on 2020-08-06

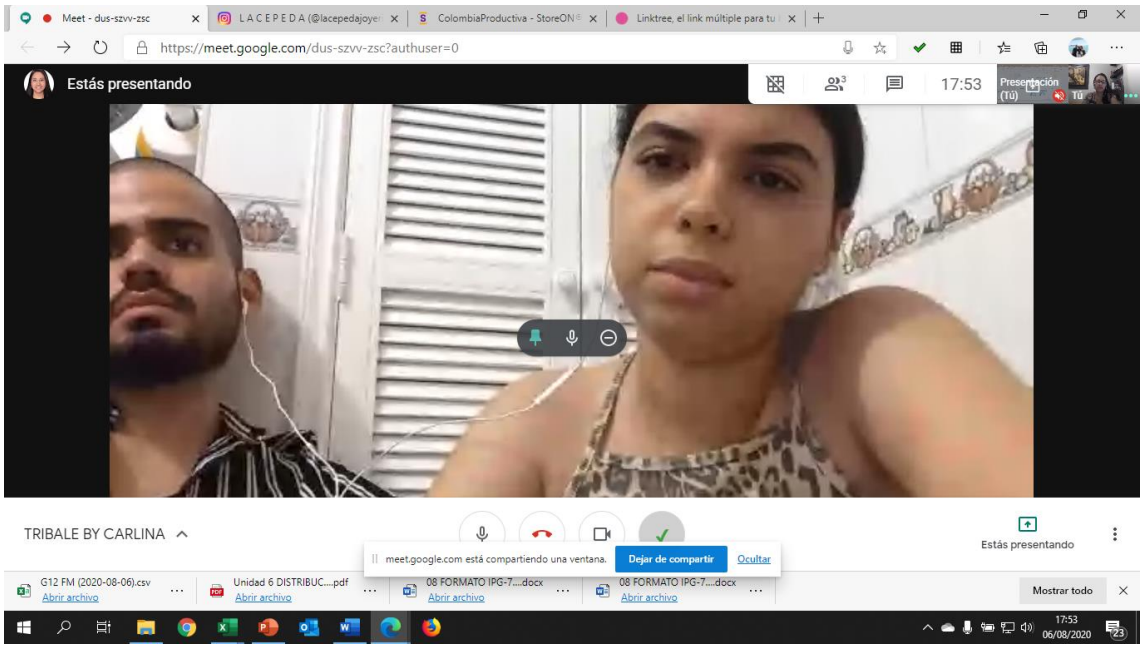
Names 2020-08-06 8:33 Arrival time
karina del carmen batista zea
Clarissa Barrios ? 8:34
https://storeon.co/colombiaproductiva/

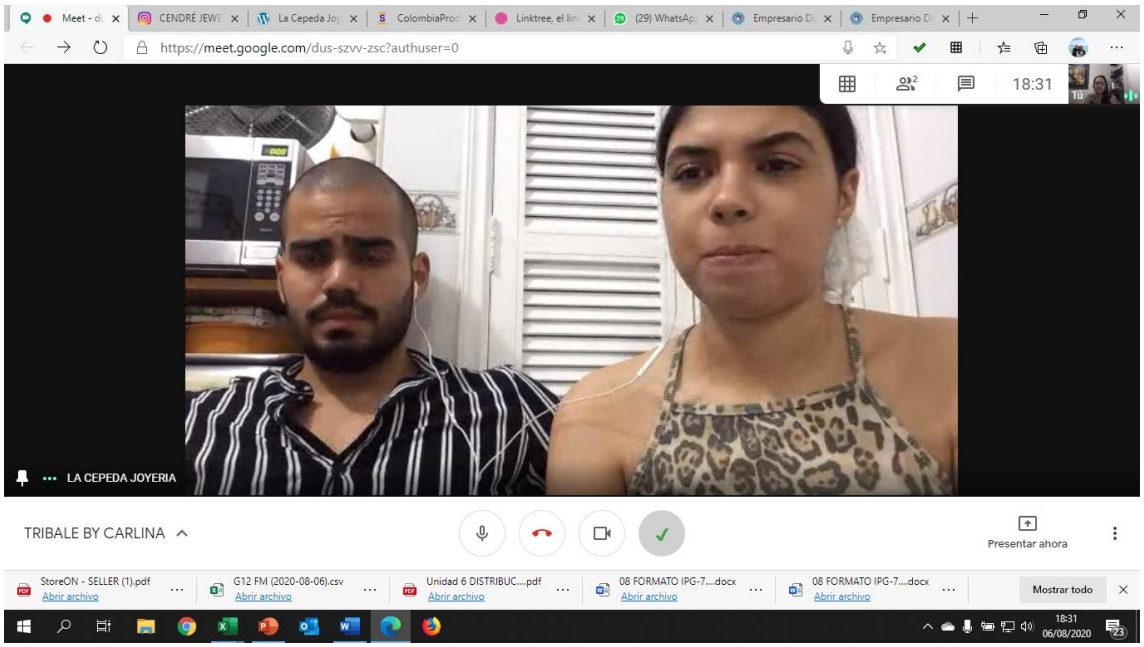


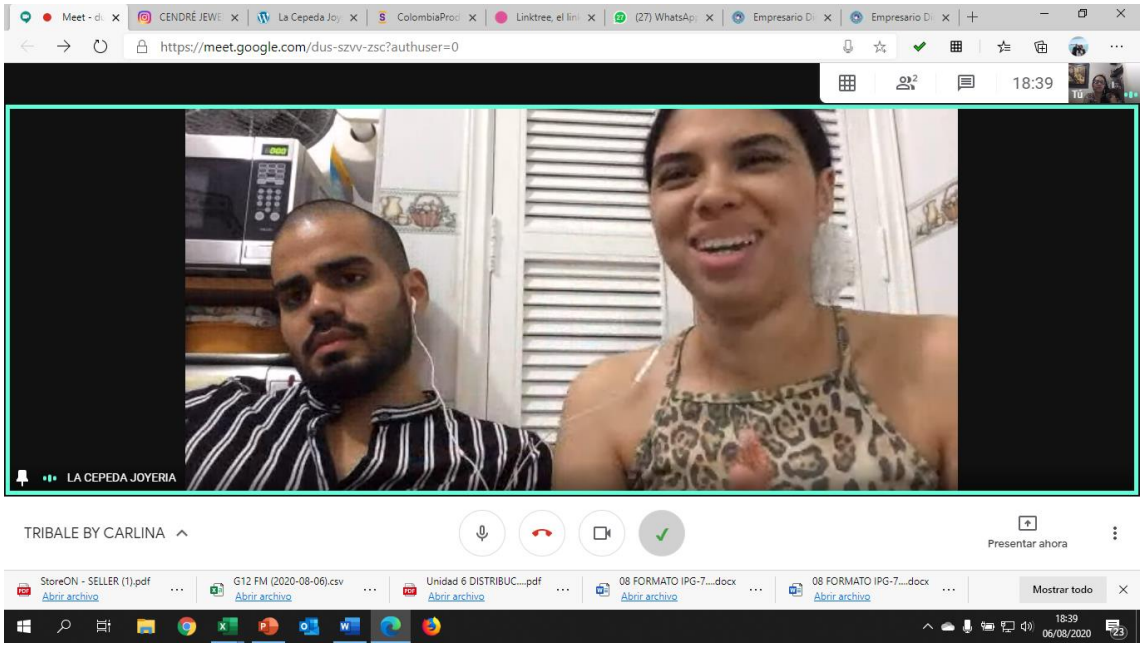


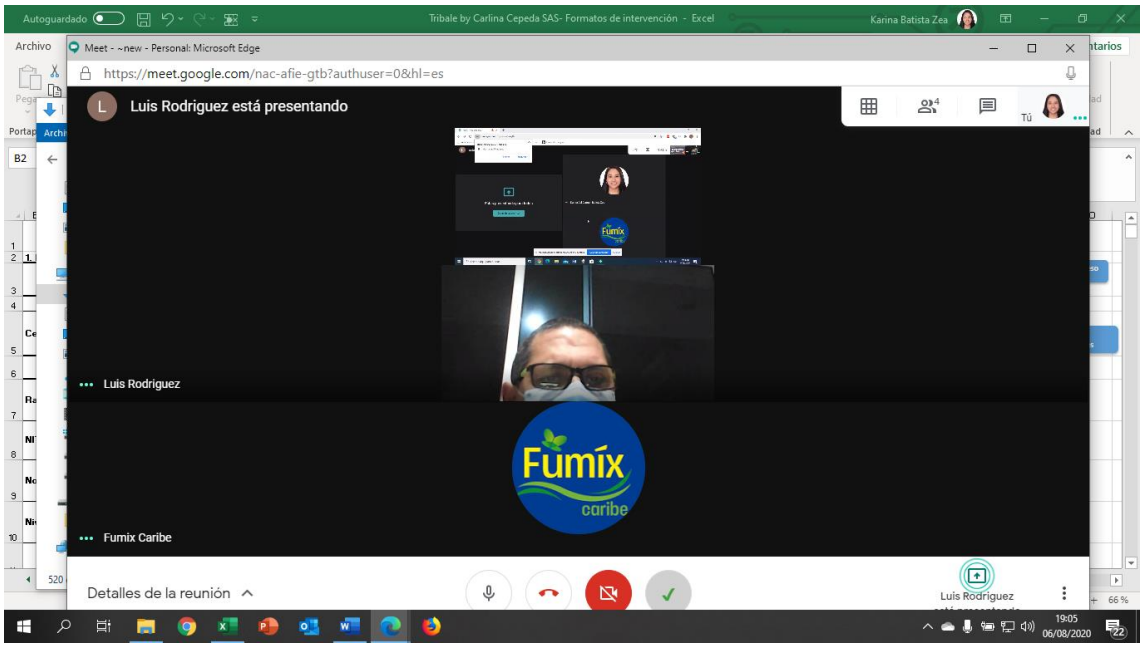

Attendance for: Extensionismo on 2020-08-06

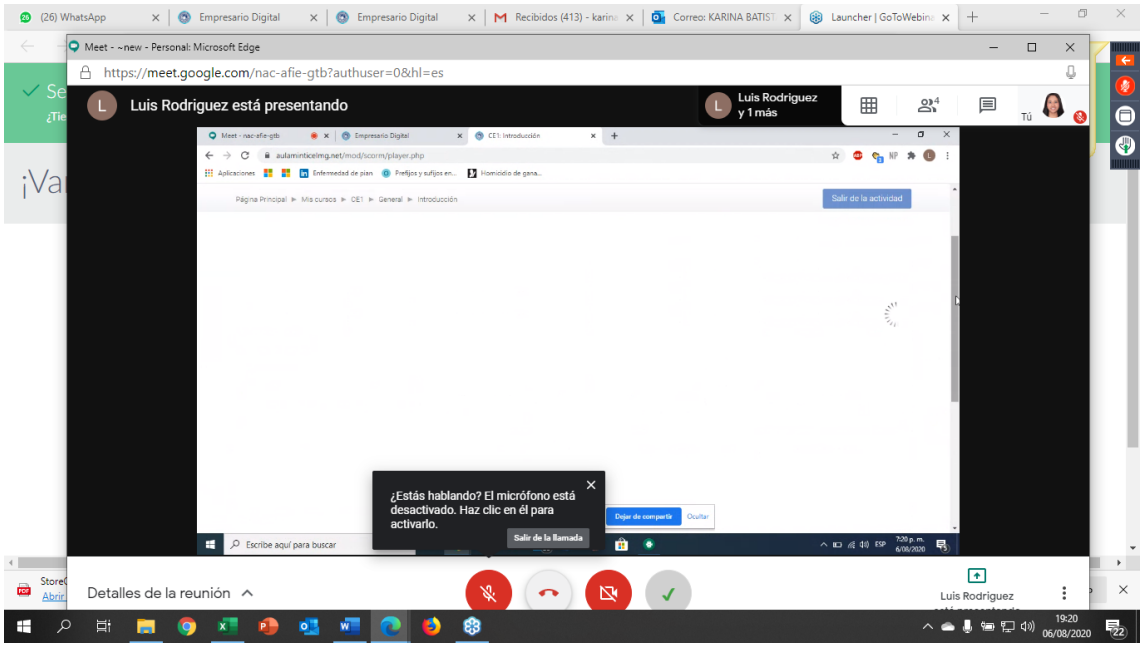
Names 2020-08-06 10:00 Arrival time
karina del carmen batista zea
Múcura Body Essentials ? 10:00 10:21




https://meet.google.com/dus-szvv-zsc?authuser=0
18:31
LA CEPEDA JOYERIA
TRIBALE BY CARLINA
Presentar ahora
StoreON - SELLER (1).pdf
Abrir archivo
G12 FM (2020-08-06).csv
Abrir archivo
Unidad 6 DISTRIBUC....pdf
Abrir archivo
08 FORMATO IPG-7....docx
Abrir archivo
08 FORMATO IPG-7....docx
Abrir archivo
Mostrar todo
18:31
06/08/2020


https://meet.google.com/dus-szvv-zsc?authuser=0
18:39
LA CEPEDA JOYERIA
TRIBALE BY CARLINA
Presentar ahora
StoreON - SELLER (1).pdf
Abrir archivo
G12 FM (2020-08-06).csv
Abrir archivo
Unidad 6 DISTRIBUC....pdf
Abrir archivo
08 FORMATO IPG-7....docx
Abrir archivo
08 FORMATO IPG-7....docx
Abrir archivo
Mostrar todo
18:39
06/08/2020


Tribale by Carlina Cepeda SAS- Formatos de intervención - Excel
Karina Batista Zea
Meet - ~new - Personal: Microsoft Edge
https://meet.google.com/nac-afie-gtb?authuser=0&hl=es
Luis Rodriguez está presentando
Tú
Luis Rodriguez
Fumix
caribe
Fumix Caribe
Detalles de la reunión
Luis Rodriguez
19:05
06/08/2020


Meet - ~new - Personal: Microsoft Edge
https://meet.google.com/nac-afie-gtb?authuser=0&hl=es
Luis Rodriguez está presentando
Luis Rodriguez y 1 más
Tú
Salir de la actividad
¿Estás hablando? El micrófono está desactivado. Haz clic en él para activarlo.
Salir de la llamada
Dejar de compartir
Ocultar
Detalles de la reunión
Luis Rodriguez
19:20
06/08/2020

## NIVEL DE DIGITALIZACIÓN DE PROCESOS EMPRESARIALES

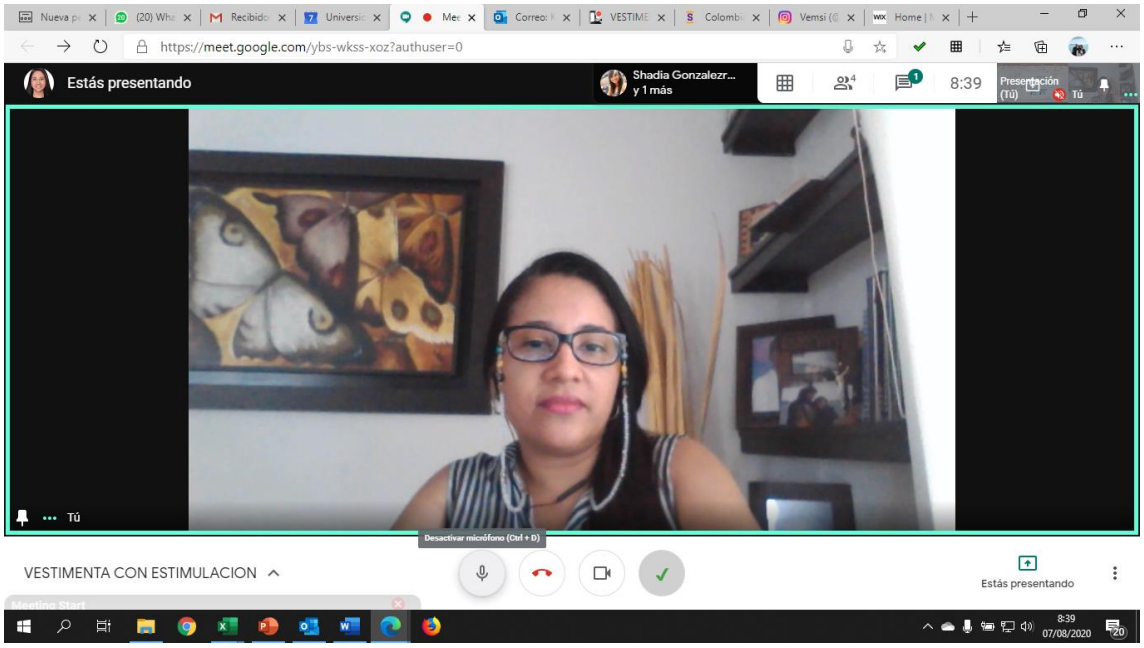


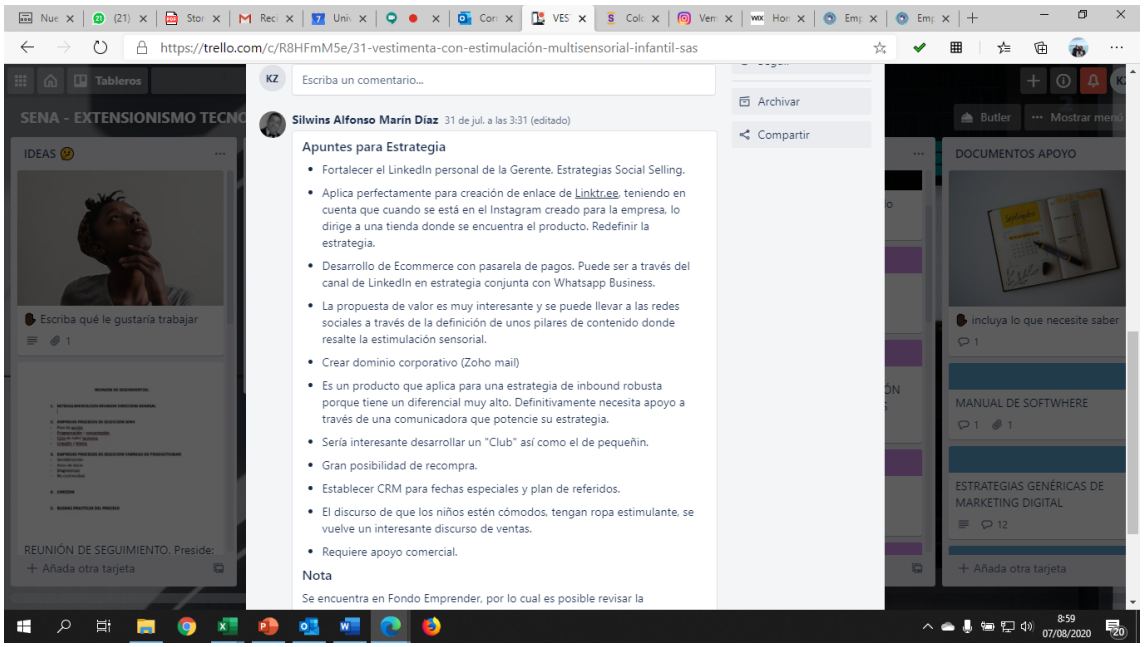

| Ejes de análisis | Ponderación empresa |
|---|---|
| AREAS FUNCIONALES | 21.0% |
| CADENA DE VALOR | 17.0% |
| STAKEHOLDERS | 13.0% |
| MODELO DE NEGOCIO | 22.0% |
| BSC (PERSPECTIVAS ESTRATÉGICAS) | 23.0% |

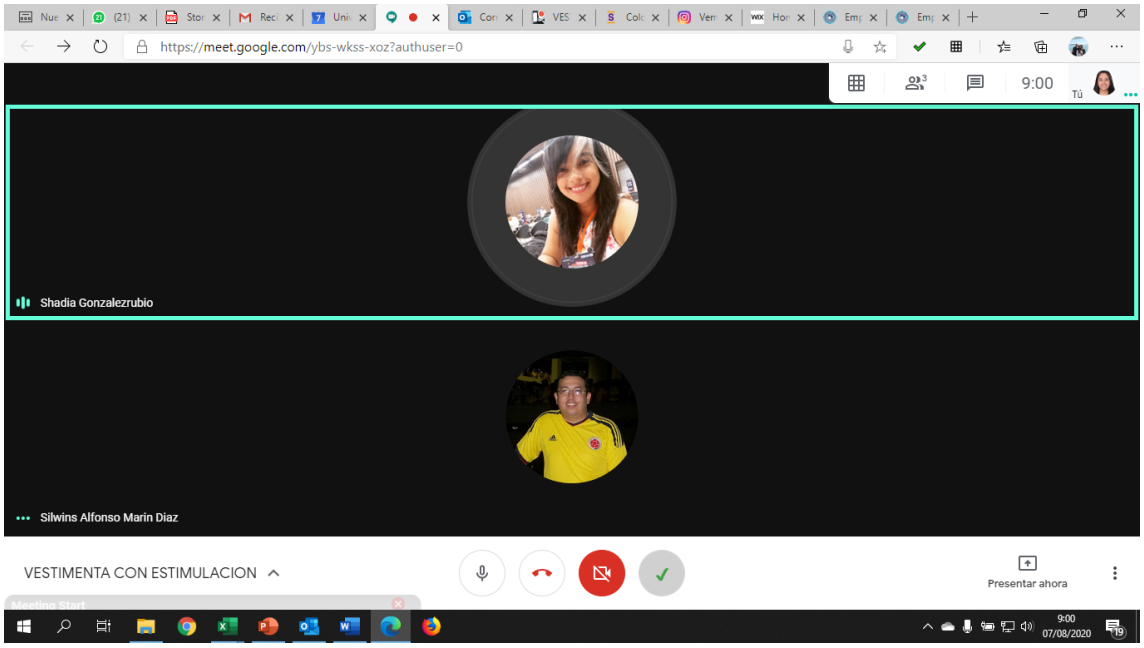
**Principiante Digital**

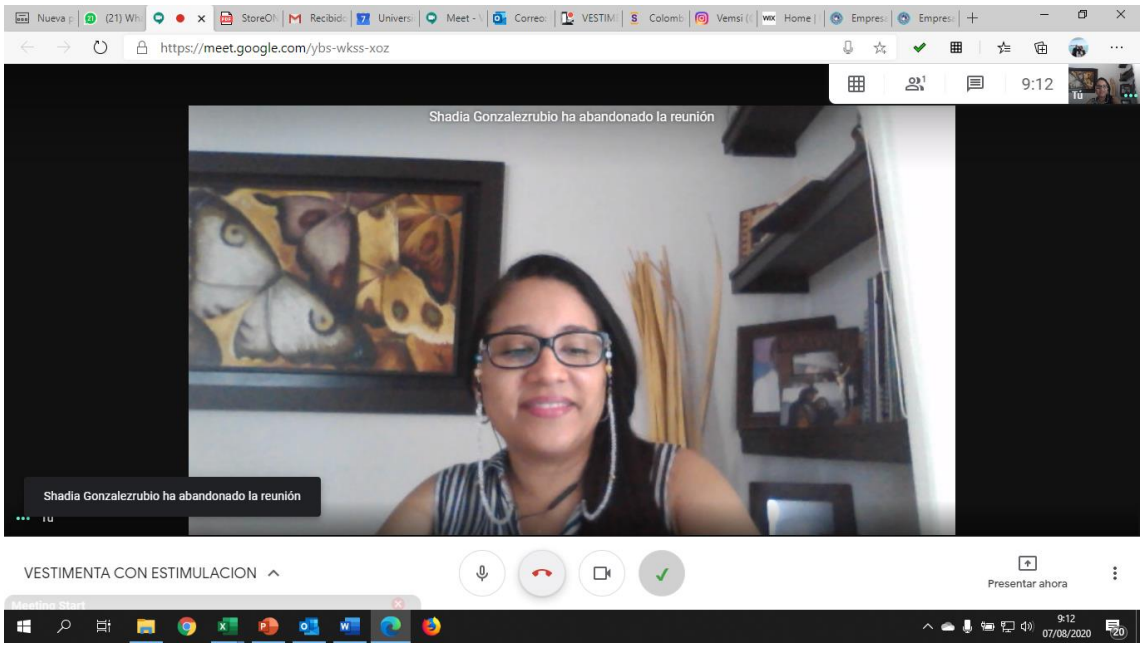
Organizaciones que han experimentado e implantado soluciones tecnológicas, y aunque algunas
mayoría no lo hace. Falta una estrategia coordinada y visión de
transformación integral

meet.google.com está compartiendo una ventana. Dejar de compartir Ocultar




https://trello.com/c/R8HFmM5e/31-vestimenta-con-estimulación-multisensorial-infantil-sas
Tableros
SENA - EXTENSIONISMO TECNO
IDEAS
Escriba qué le gustaría trabajar
REUNIÓN DE SEGUIMIENTO. Preside:
Añada otra tarjeta
Escriba un comentario...
Archivar
Compartir
Silwins Alfonso Marin Díaz 31 de jul. a las 3:31 (editado)
Apuntes para Estrategia
Fortalecer el LinkedIn personal de la Gerente. Estrategias Social Selling.
Aplica perfectamente para creación de enlace de Linktr.ee, teniendo en cuenta que cuando se está en el Instagram creado para la empresa, lo dirige a una tienda donde se encuentra el producto. Redefinir la estrategia.
Desarrollo de Ecommerce con pasarela de pagos. Puede ser a través del canal de LinkedIn en estrategia conjunta con Whatsapp Business.
La propuesta de valor es muy interesante y se puede llevar a las redes sociales a través de la definición de unos pilares de contenido donde resalte la estimulación sensorial.
Crear dominio corporativo (Zoho mail)
Es un producto que aplica para una estrategia de inbound robusta porque tiene un diferencial muy alto. Definitivamente necesita apoyo a través de una comunicadora que potencie su estrategia.
Sería interesante desarrollar un "Club" así como el de pequeñin.
Gran posibilidad de recompra.
Establecer CRM para fechas especiales y plan de referidos.
El discurso de que los niños estén cómodos, tengan ropa estimulante, se vuelve un interesante discurso de ventas.
Requiere apoyo comercial.
Nota
Se encuentra en Fondo Emprender, por lo cual es posible revisar la
Butler
Mostrar menú
DOCUMENTOS APOYO
incluya lo que necesite saber
MANUAL DE SOFTWHERE
ESTRATEGIAS GENÉRICAS DE MARKETING DIGITAL
Añada otra tarjeta
8:59
07/08/2020


https://meet.google.com/ybs-wkss-xoz?authuser=0
9:00
Tú
Shadia Gonzalezrubio
Silwins Alfonso Marin Diaz
VESTIMENTA CON ESTIMULACION
Presentar ahora
9:00
07/08/2020



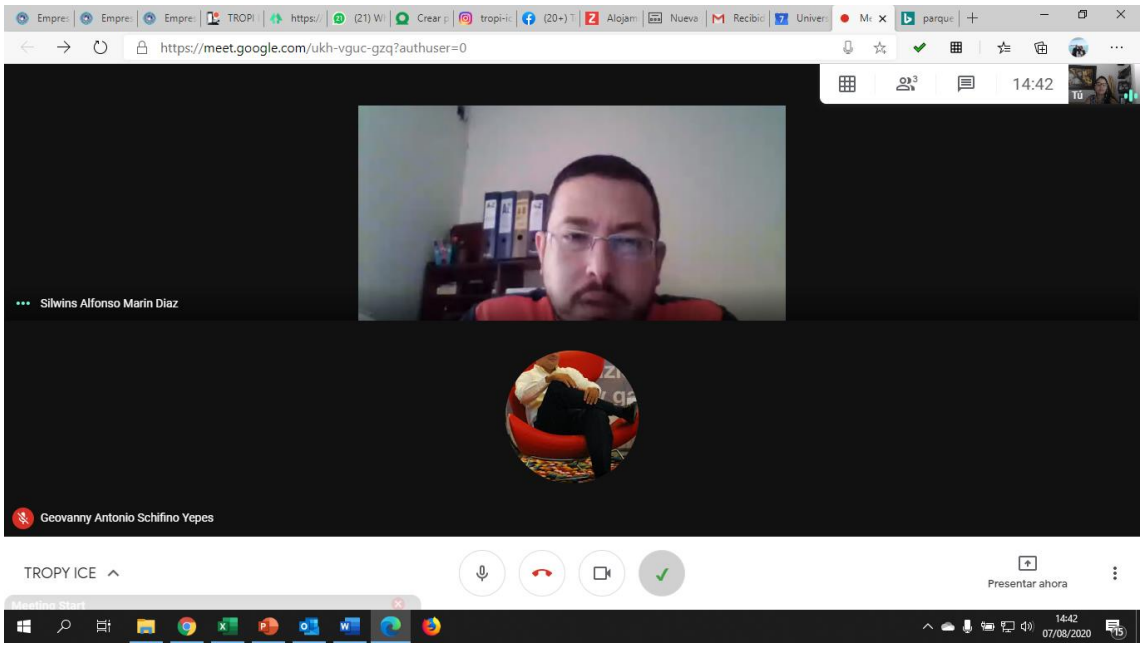

Attendance for: Reuniòn Extensionismo on 2020-08-07

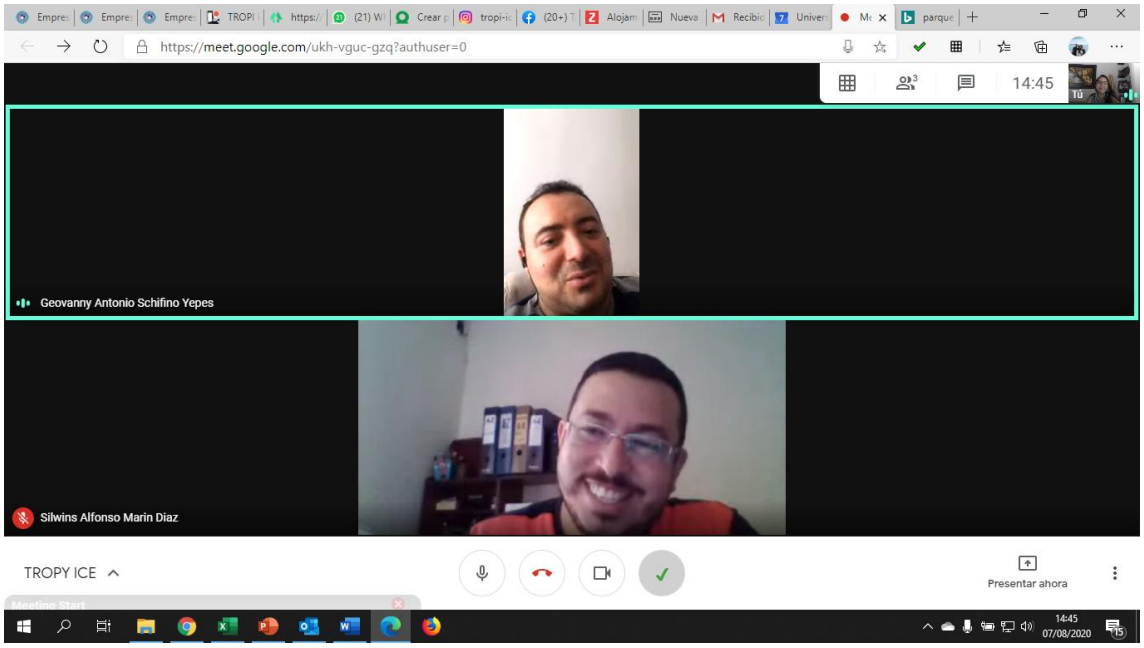
Names 2020-08-07 9:06 Arrival time
Karina Del Carmen Batista Zea ✔
silwins alfonso marin diaz ?
shadia gonzalezrubio ? 9:06 9:06

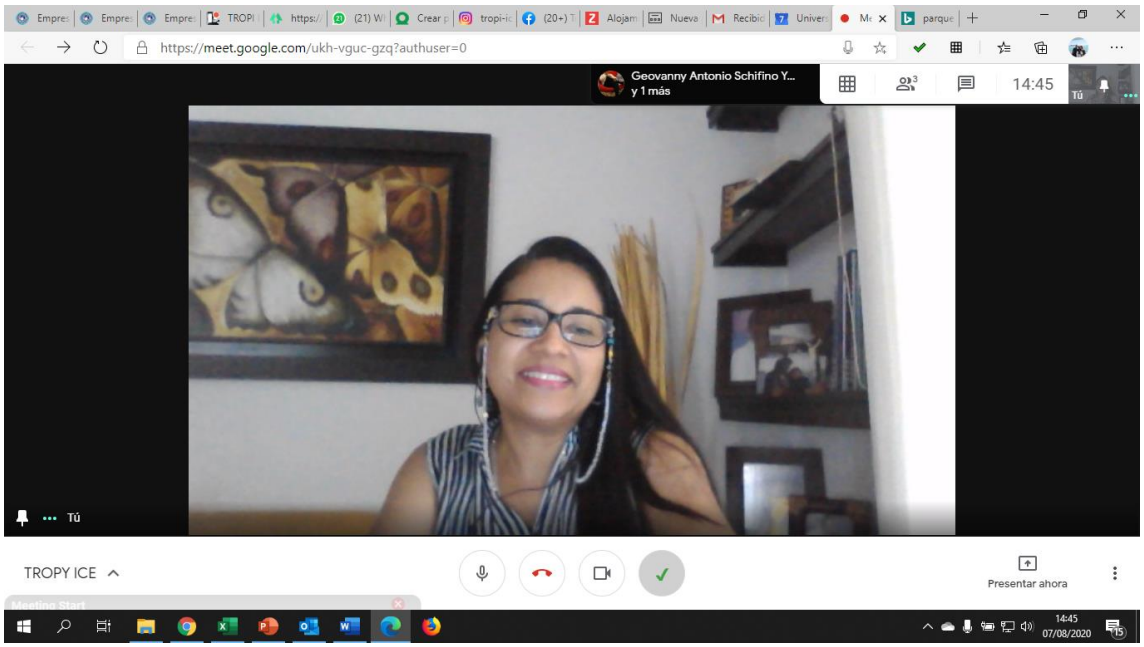
CREAR PAGINA WEB

https://www.kolau.es/colombia



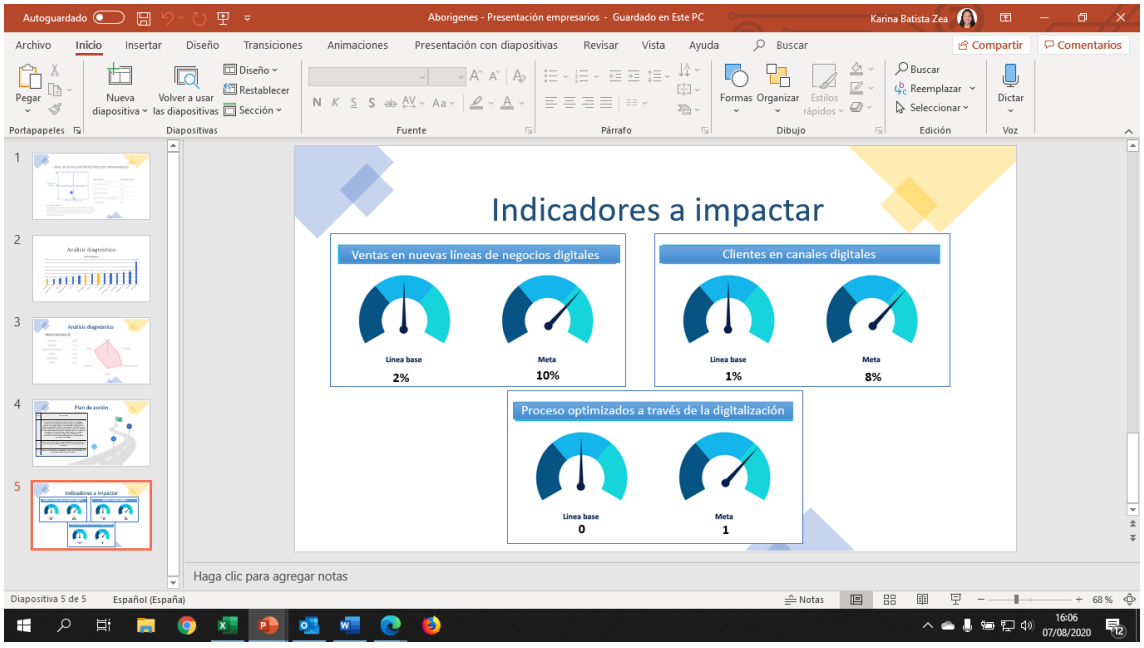

https://meet.google.com/ukh-vguc-gzq?authuser=0
14:42
Silwins Alfonso Marin Diaz
Geovanny Antonio Schifino Yepes
TROPY ICE
Presentar ahora
14:42
07/08/2020

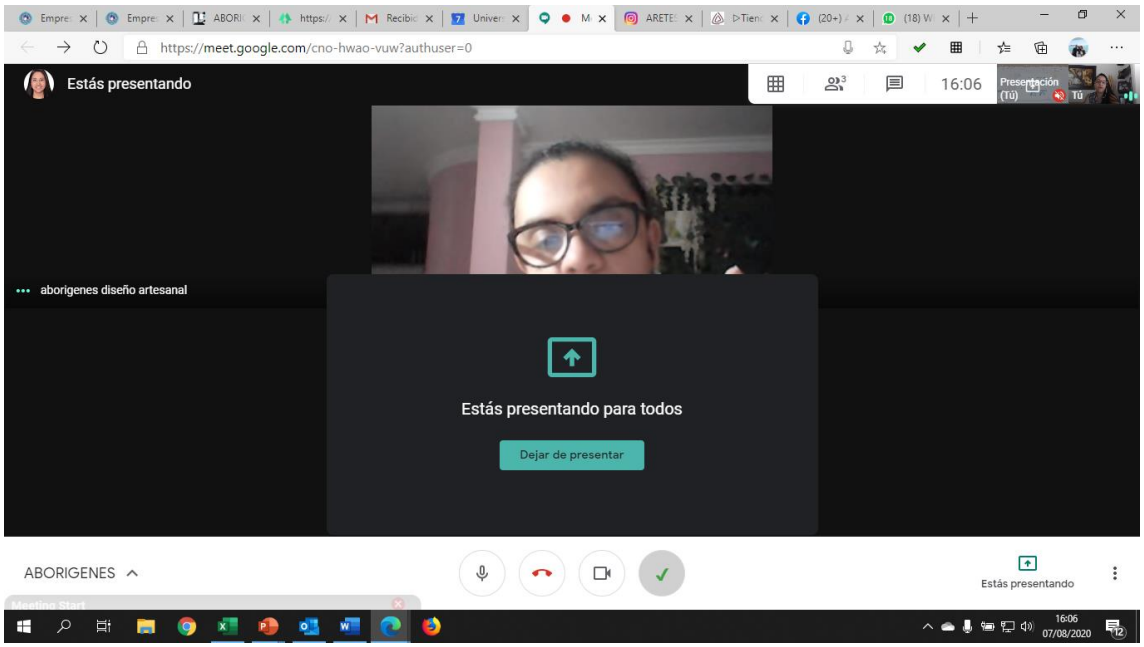

https://meet.google.com/ukh-vguc-gzq?authuser=0
14:45
Geovanny Antonio Schifino Yepes
Silwins Alfonso Marin Diaz
TROPY ICE
Presentar ahora
14:45
07/08/2020

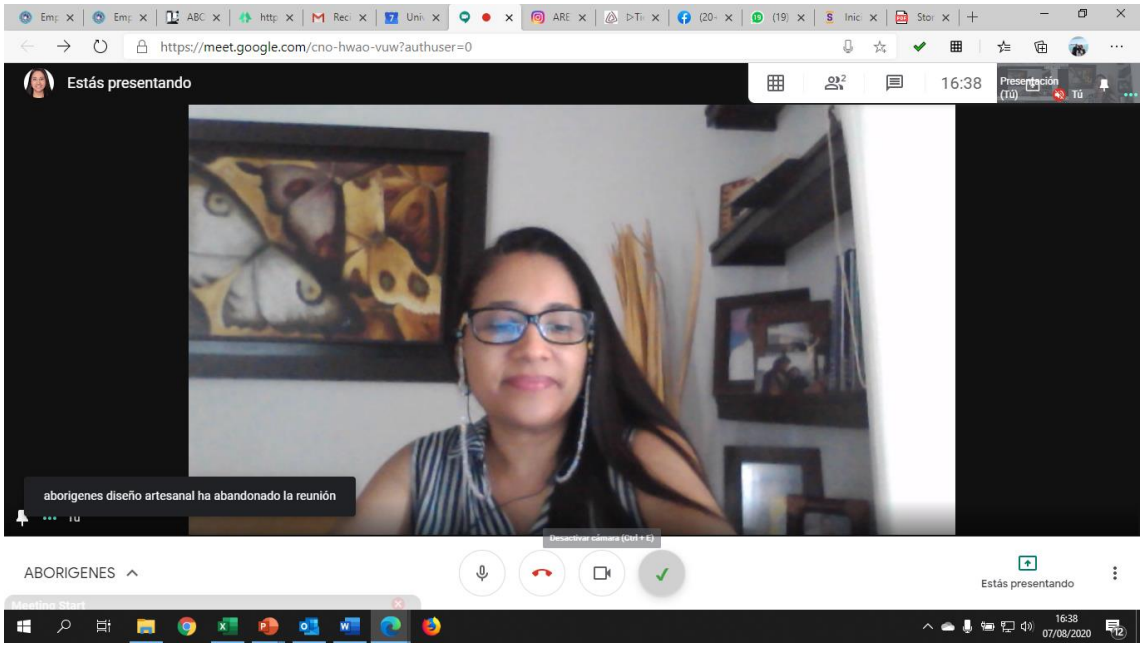


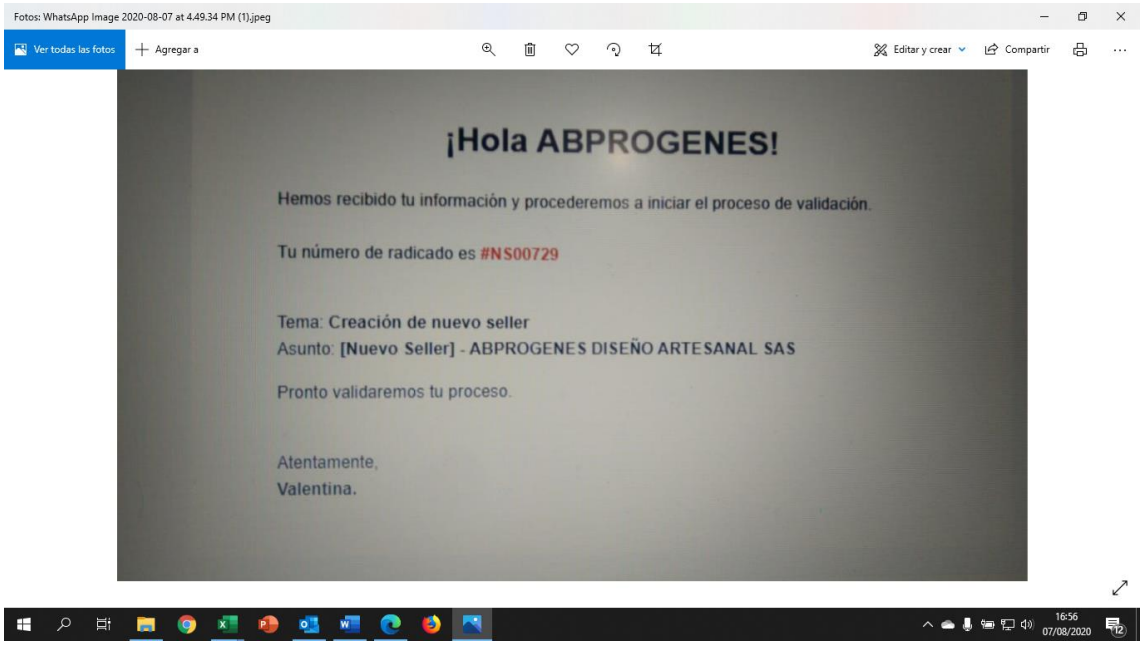

Attendance for: Reuniòn Extensionismo on 2020-08-07

Names 2020-08-07 13:45 Arrival time
karina del carmen batista zea
silwins alfonso marin diaz ✔ 14:00 14:06 15:02
geovanny antonio schifino yepes ? 14:01 14:06 14:35 14:42 14:51
Tropi-ice Paletas de fruta ? 14:49



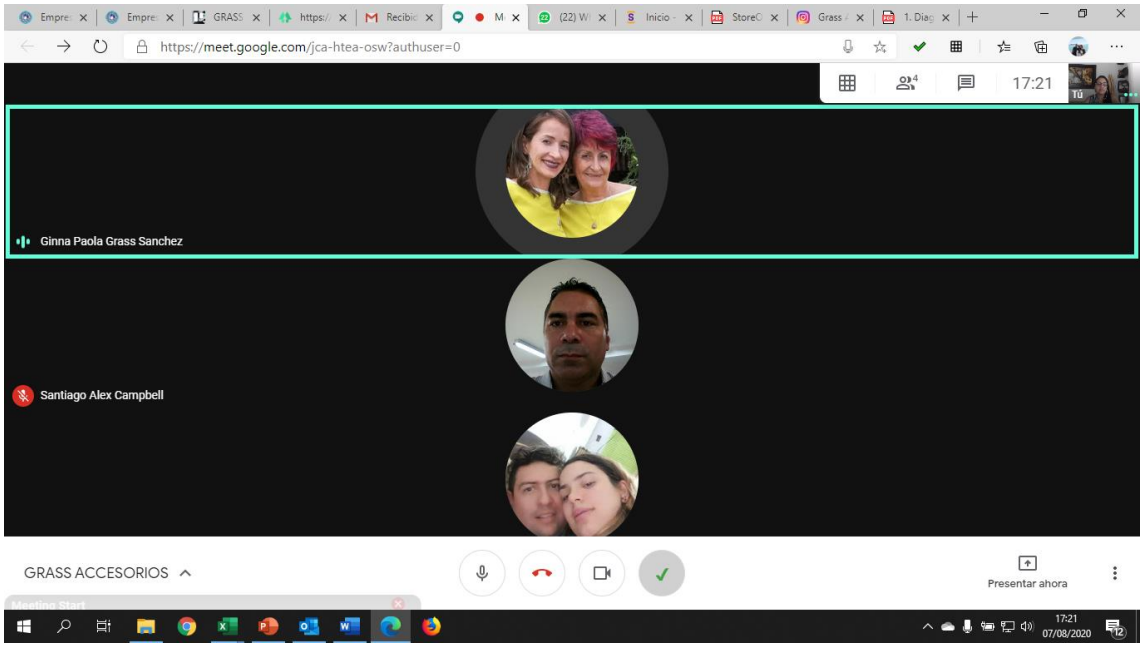

https://meet.google.com/cno-hwao-vuw?authuser=0
Estás presentando
16:06
Presentación (Tú)
Tú
aborigenes diseño artesanal
Estás presentando para todos
Dejar de presentar
ABORIGENES
Estás presentando
16:06
07/08/2020

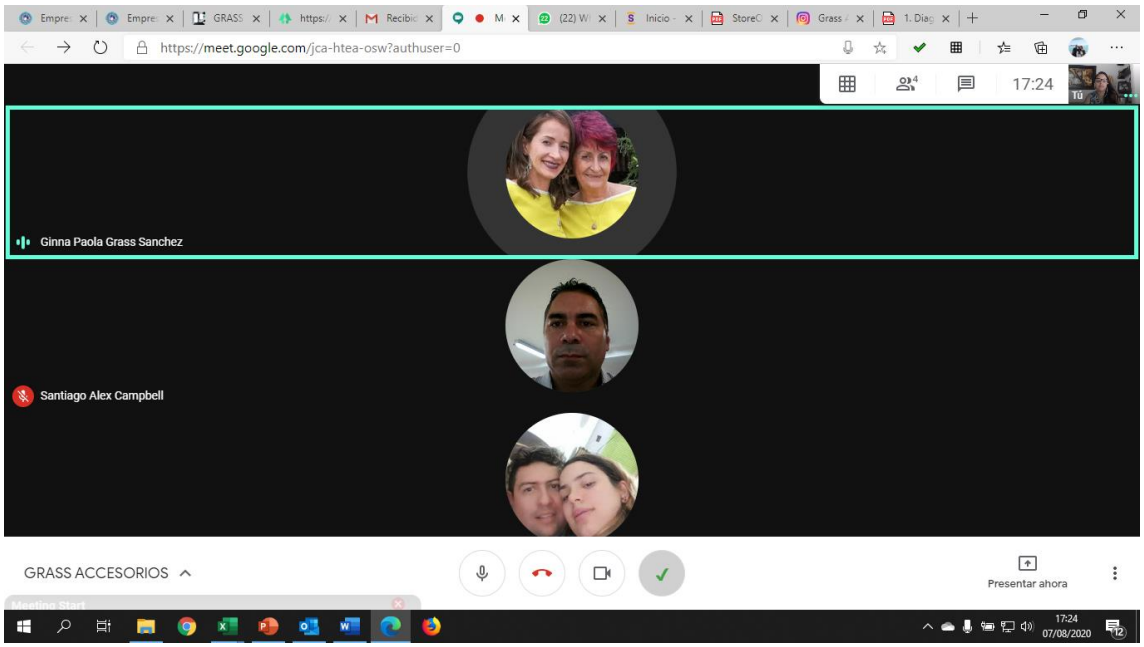

https://meet.google.com/cno-hwao-vuw?authuser=0
Estás presentando
16:38
Presentación (Tú)
Tú
aborigenes diseño artesanal ha abandonado la reunión
Desactivar cámara (Ctrl + E)
ABORIGENES
Estás presentando
16:38
07/08/2020

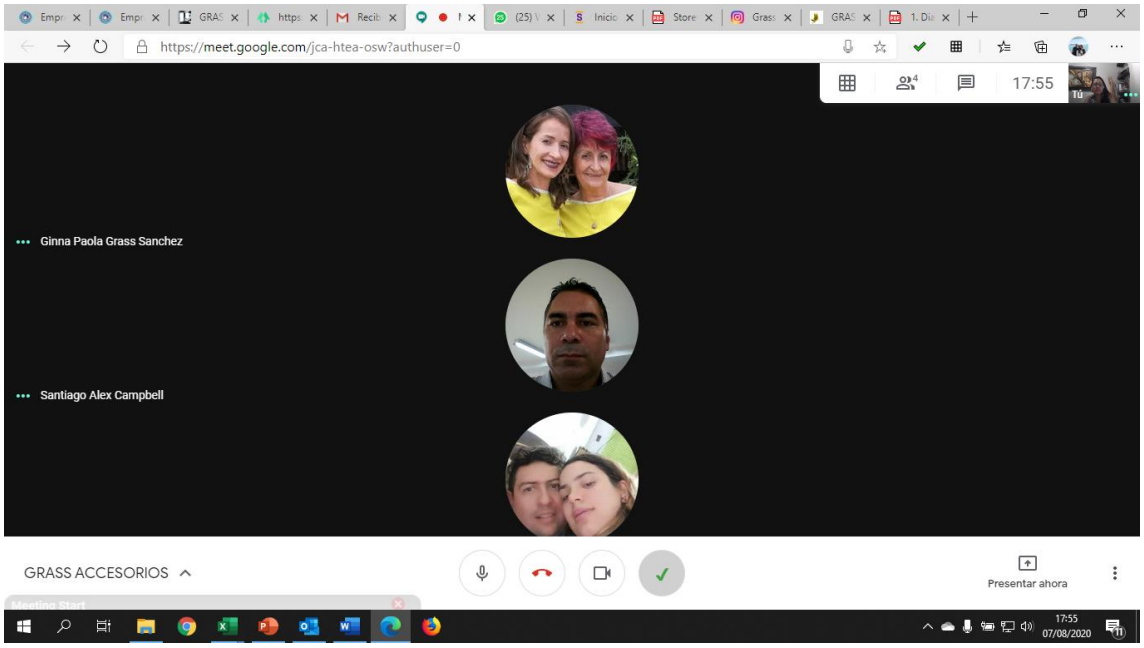



Attendance for: Reuniòn Extensionismo on 2020-08-07

Names 2020-08-07 15:25 Arrival time
karina del carmen batista zea
aborigenes diseño artesanal ? 15:58 16:07

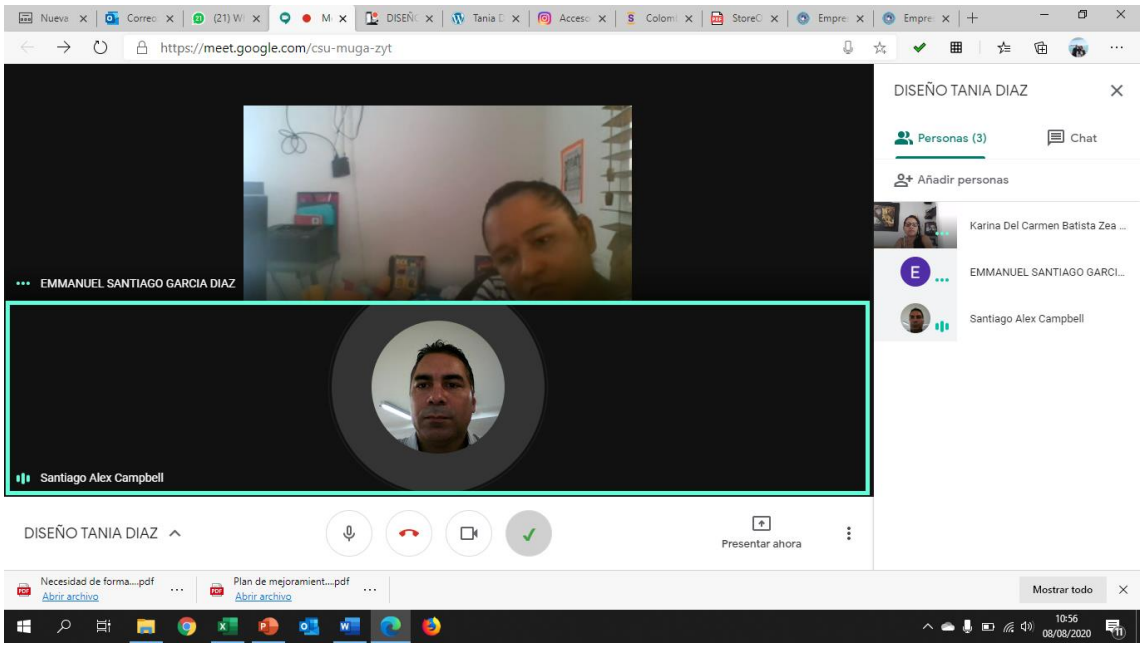




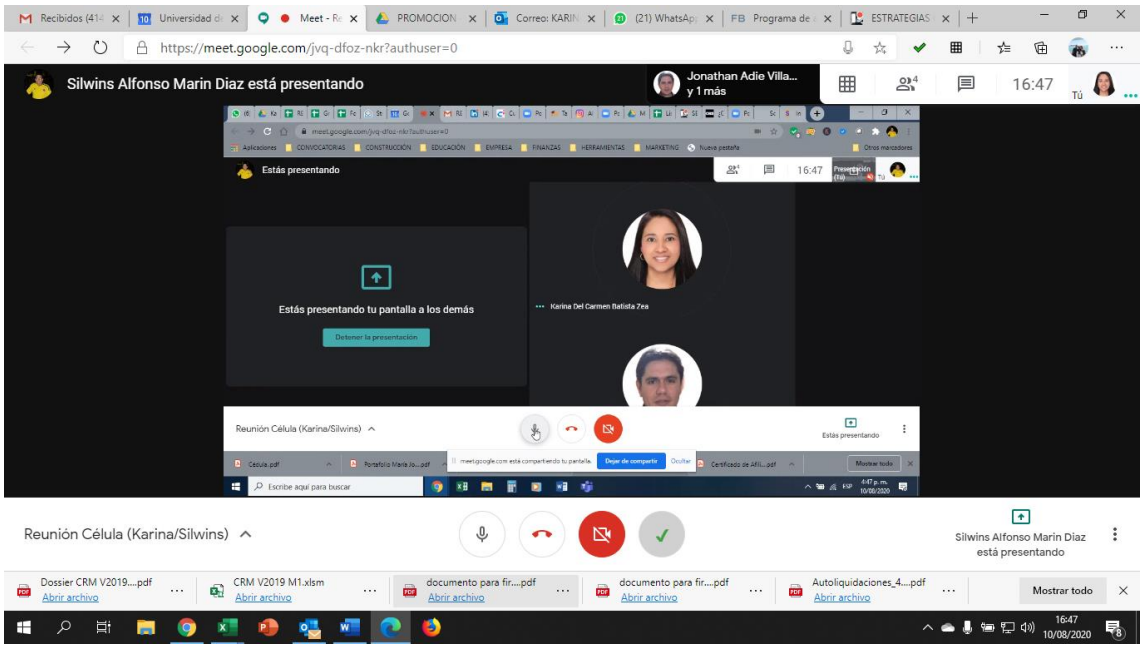




Attendance for: Reuniòn Extensionismo on 2020-08-07

Names 2020-08-07 16:55 Arrival time
santiago alex campbell ✔ 17:04
ginna paola grass sanchez ? 16:59
JHOAN SAID GRASS SANCHEZ ? 17:06 17:19



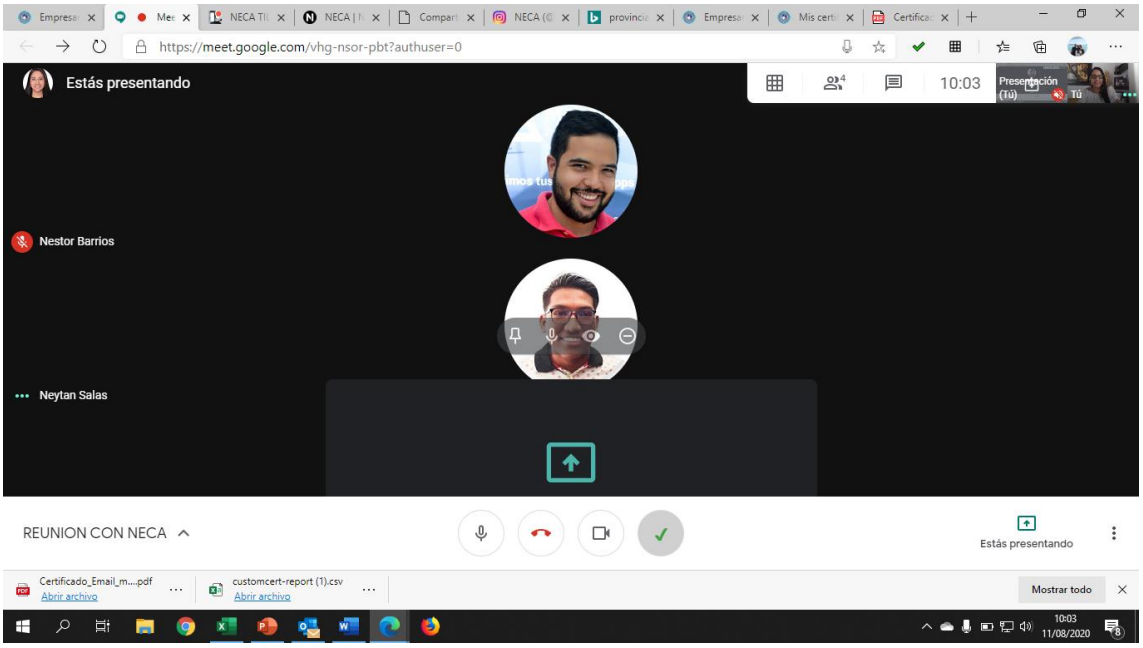

Agosto 10




Names 2020-08-10 14:55 Arrival time
silwins alfonso marin diaz ✔ 15:17 16:24
karina del carmen batista zea
Jonathan Adie Villafañe ? 16:02 16:42

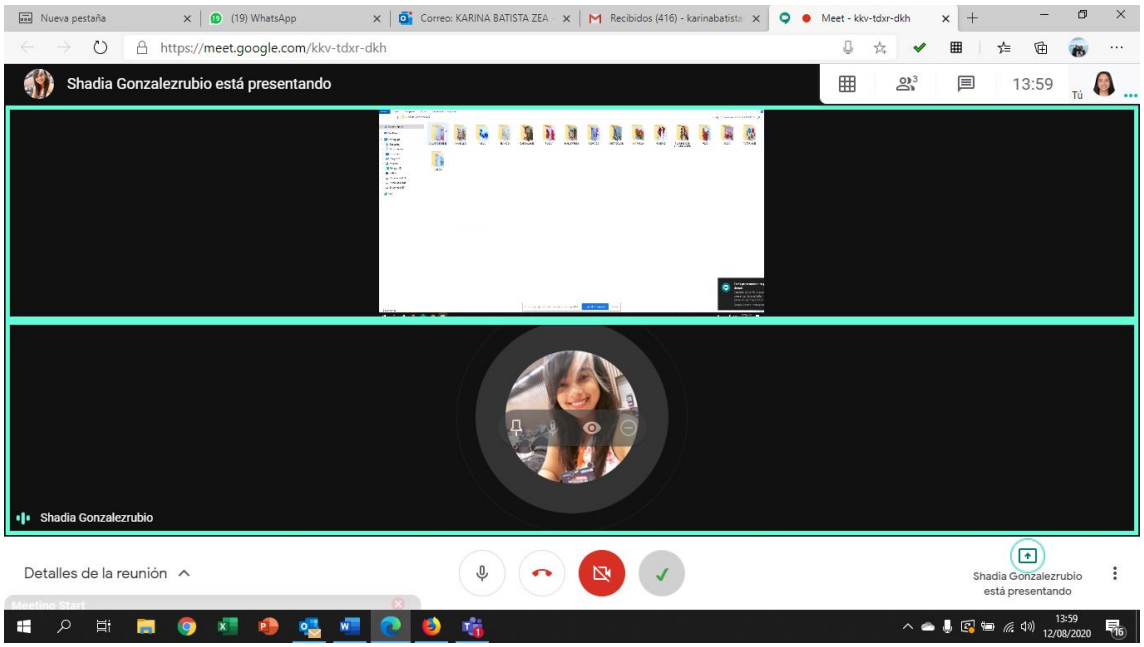
# Plan de acción

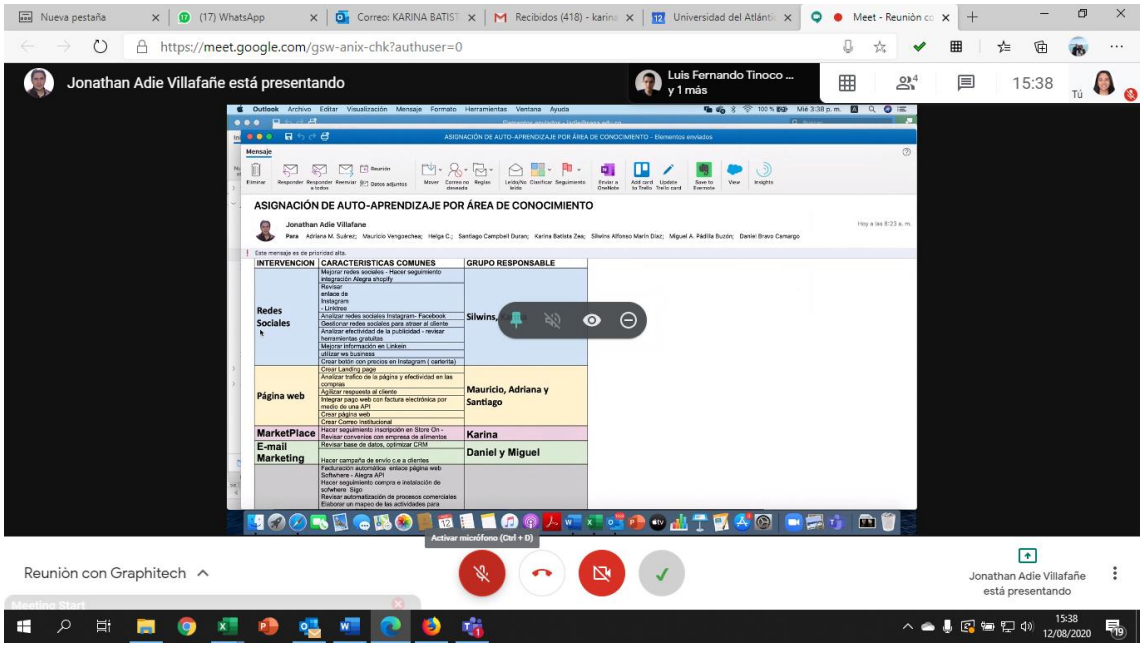
| No. | ACTIVIDAD |
|---|---|
| 1 | Evaluar la estrategia de distribución actual, jerarquizar las prioridades para expandir los canales, crear planes de accion del proceso y elaborar un pilotaje de tal forma que les permita accionar la herramienta tecnologica expedita para que la operaciòn logistica de toda la organizaciòn se convierta en una propuesta de valor para el cliente. |
| 2 | Mantener a los arquitectos, diseñadores e interioristas cautivos, de tal forma que, siempre tengan a Neca en el radar. Se requiere estructurar la Base de Datos a través del CRM // Configurar el LinkedIn de Nestor Barrios para promover su marca utilizando estrategias de Social Selling. |
| 3 | Aplicar estrategias de advertising // La propuesta de valor no se ve reflejada en la página web y no está alineada con la comunicación de las redes sociales. |




Attendance for: Extensionismo on 2020-08-11

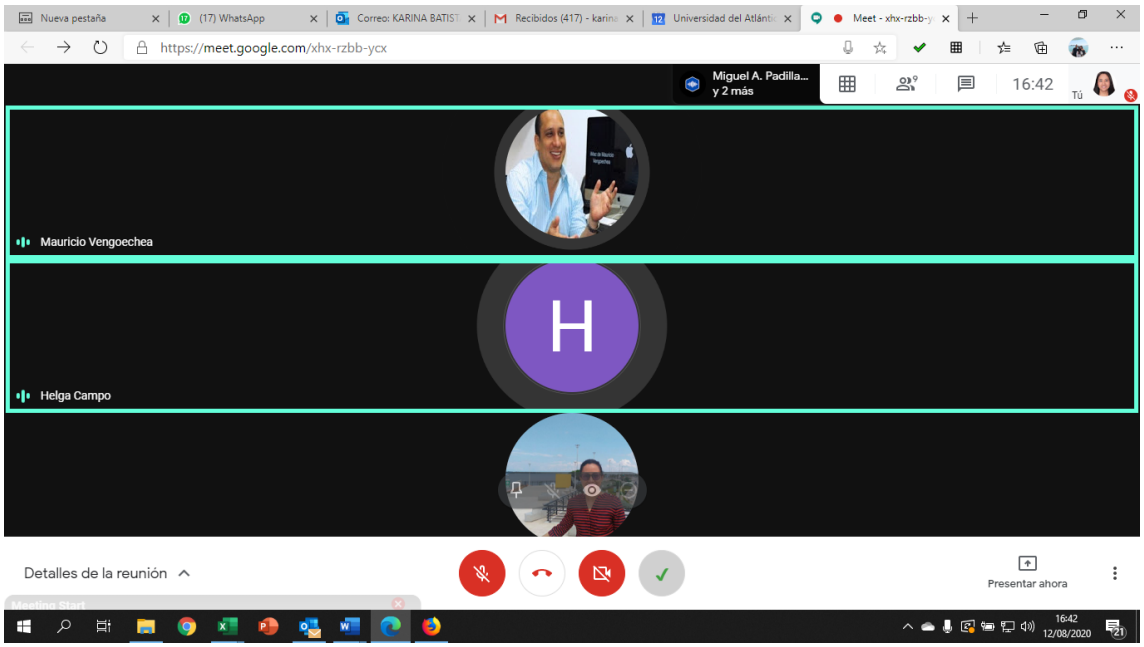
Names 2020-08-11 8:55 Arrival time
neytan salas ? 9:02
Nestor Barrios ? 9:10

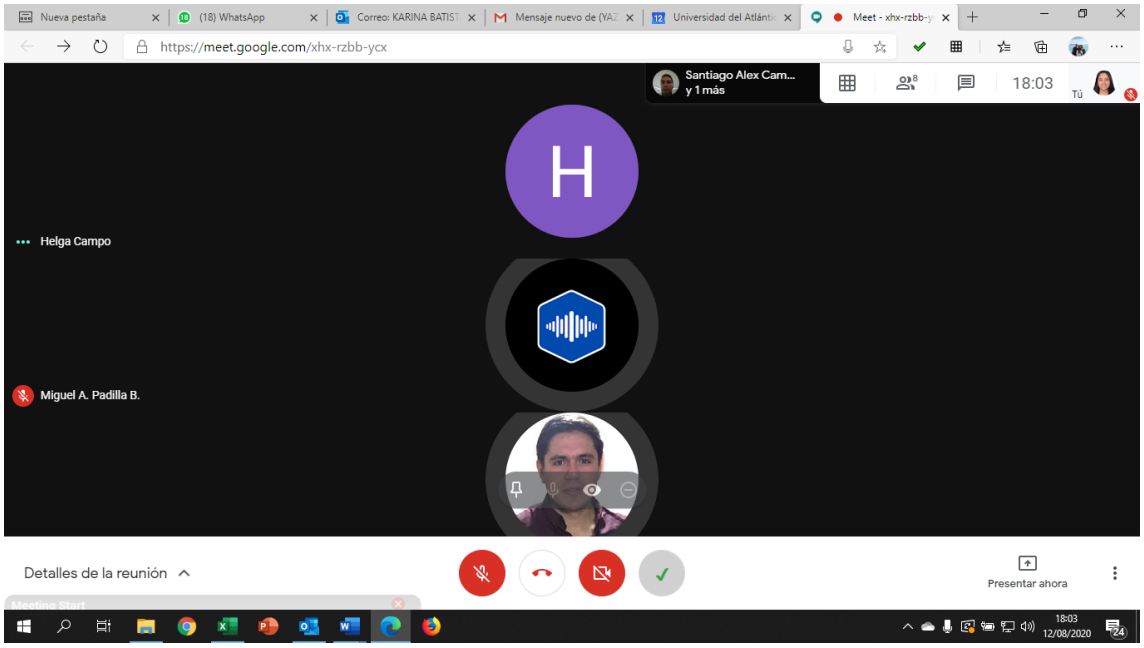


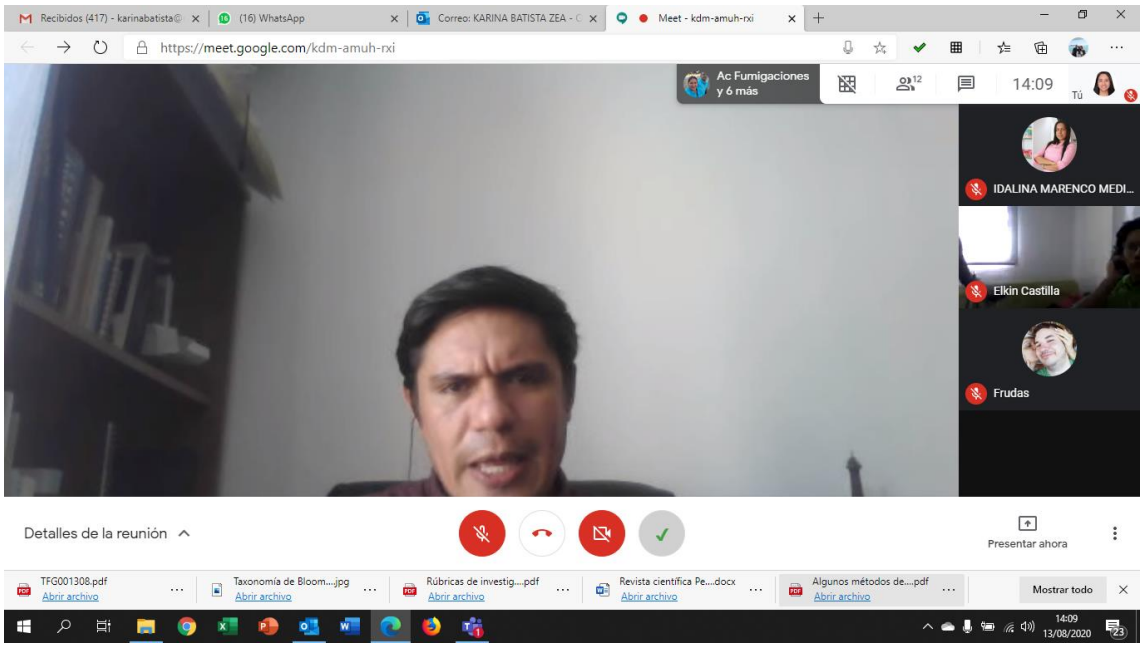




Attendance for: Extensionismo on 2020-08-12

Names 2020-08-12 14:52 Arrival time
karina del carmen batista zea ✔ 14:52
jonathan adie villafañe ✔ 15:00 15:16 15:30
Luis Fernando Tinoco Oliva ? 15:03 15:03 15:04


https://meet.google.com/xhx-rzbb-ycx
Miguel A. Padilla...
y 2 más
16:42
Tú
Mauricio Vengoechea
H
Helga Campo
Detalles de la reunión
Presentar ahora
16:42
12/08/2020


https://meet.google.com/xhx-rzbb-ycx
Santiago Alex Cam...
y 1 más
18:03
Tú
H
Helga Campo
Miguel A. Padilla B.
Detalles de la reunión
Presentar ahora
18:03
12/08/2020







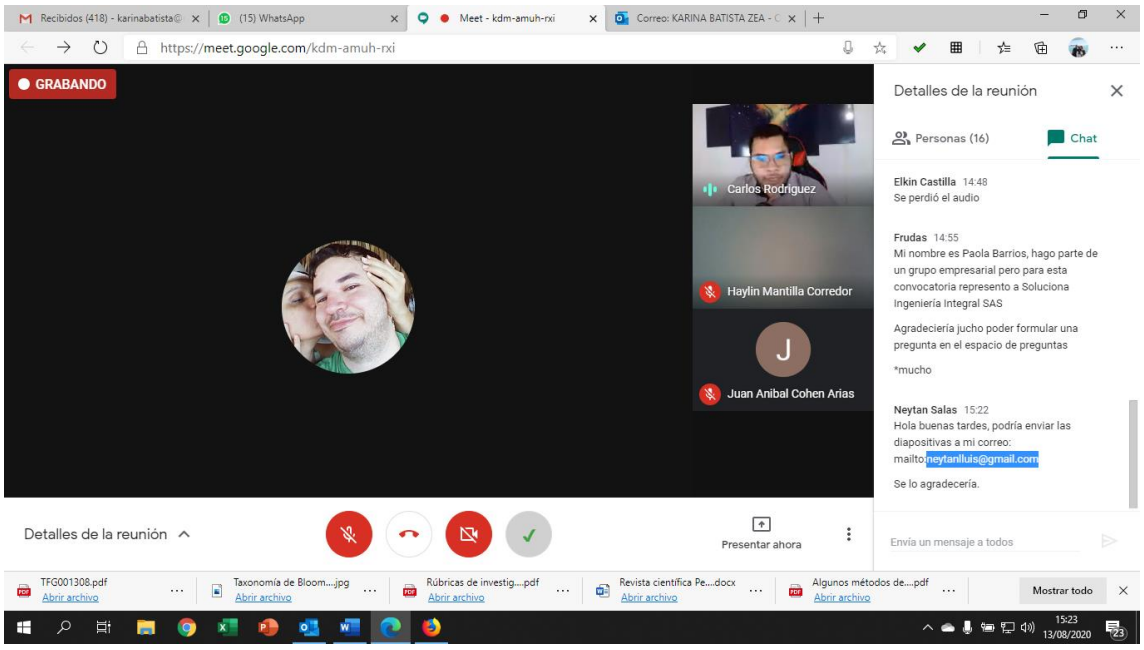
neytanlluis@gmail.com

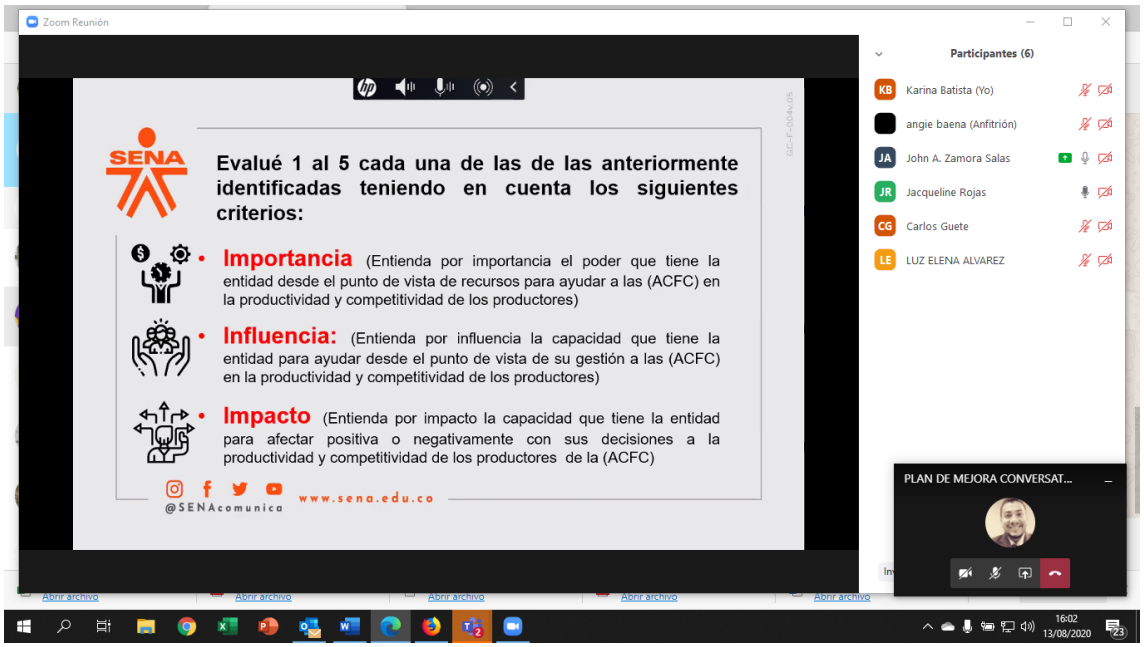
Link Sena: https://www.sena.edu.co/es-co/Empresarios/Paginas/SENA%20INNOVA%202020/Pliego-Definitivo-y-Anexos.aspx Link Fabricas de productividad: https://www.colombiaproductiva.com/senainnova-productividad

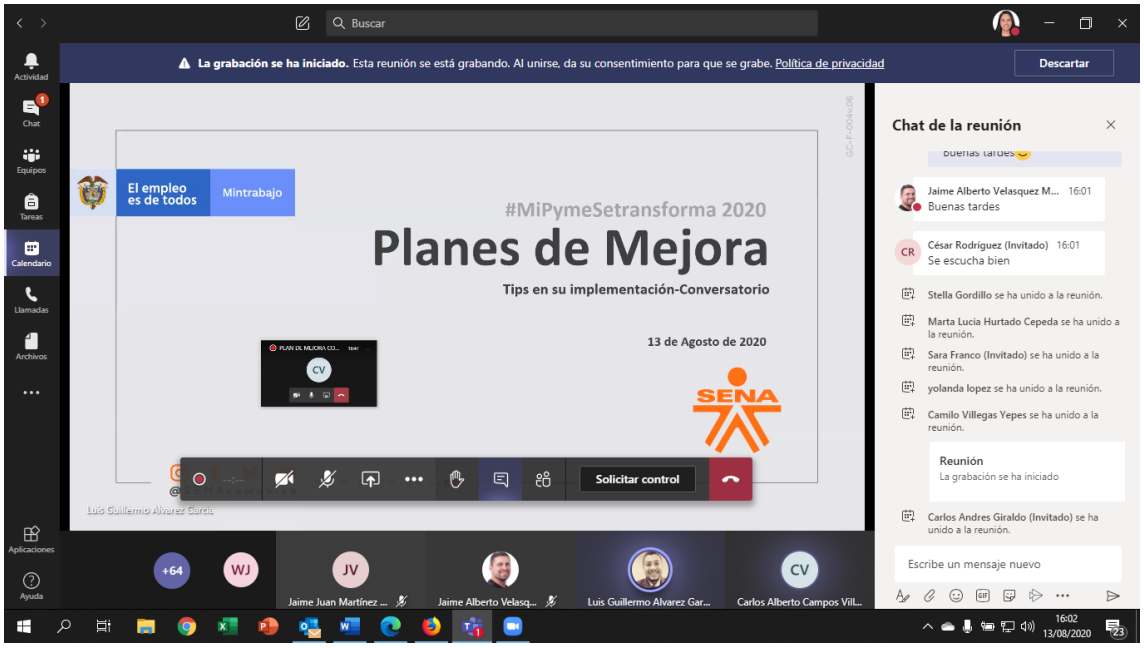
Attendance for: Extensionismo on 2020-08-13

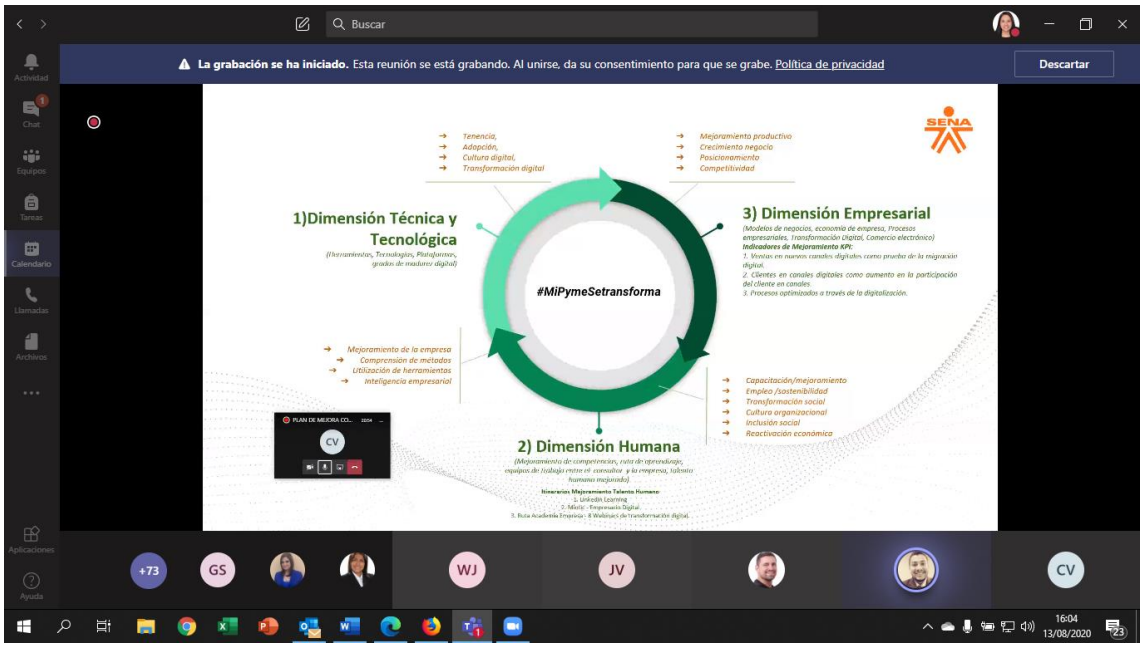
Names 2020-08-13 14:01 Arrival time
karina del carmen batista zea ✔ 14:01
jonathan adie villafañe ✔ 14:01
neytan salas ✔ 14:13 14:48
donald fernandez martinez ? 14:01 15:26 15:34

idalina marenco medina ? 14:01
frudas ? 14:02
haylin mantilla corredor ? 14:03 14:55
valentina valdäs granda ? 14:04 14:21 14:21 15:21
carlos rodriguez ? 14:06 14:12
ilse saumeth ? 14:06 14:15 14:16 14:30 14:40 14:54 15:27
ac fumigaciones ? 14:07
sara m ? 14:08
vianey velilla ? 14:09
elkin castilla ? 14:09
juan anibal cohen arias ? 14:19
andrés ribón ? 14:22
jennifer rodriguez ? 14:24
jonathan f quant colpas ? 14:30
natalia gisell garcia villarreal ? 14:32
diego quiroz ? 14:59
Adriana Hernández Dangond ? 15:03 15:28



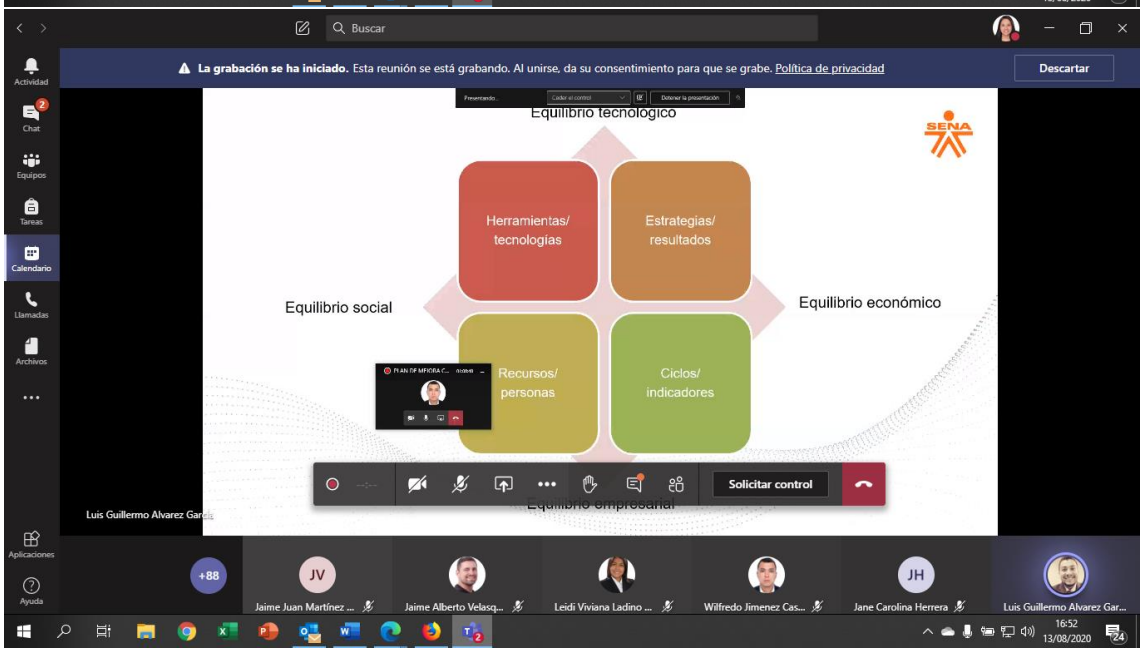

Zoom Reunión
Evalué 1 al 5 cada una de las de las anteriormente identificadas teniendo en cuenta los siguientes criterios:
Importancia (Entienda por importancia el poder que tiene la entidad desde el punto de vista de recursos para ayudar a las (ACFC) en la productividad y competitividad de los productores)
Influencia: (Entienda por influencia la capacidad que tiene la entidad para ayudar desde el punto de vista de su gestión a las (ACFC) en la productividad y competitividad de los productores)
Impacto (Entienda por impacto la capacidad que tiene la entidad para afectar positiva o negativamente con sus decisiones a la productividad y competitividad de los productores de la (ACFC)
@SENAcomunica
www.sena.edu.co
Participantes (6)
Karina Batista (Yo)
angie baena (Anfitrión)
John A. Zamora Salas
Jacqueline Rojas
Carlos Guete
LUZ ELENA ALVAREZ
PLAN DE MEJORA CONVERSAT...
16:02
13/08/2020


Buscar
La grabación se ha iniciado. Esta reunión se está grabando. Al unirse, da su consentimiento para que se grabe. Política de privacidad
Descartar
El empleo es de todos
Mintrabajo
#MiPymeSetransforma 2020
Planes de Mejora
Tips en su implementación-Conversatorio
13 de Agosto de 2020
Solicitar control
Chat de la reunión
Jaime Alberto Velasquez M... 16:01
Buenas tardes
César Rodriguez (Invitado) 16:01
Se escucha bien
Stella Gordillo se ha unido a la reunión.
Marta Lucia Hurtado Cepeda se ha unido a la reunión.
Sara Franco (Invitado) se ha unido a la reunión.
yolanda lopez se ha unido a la reunión.
Camilo Villegas Yepes se ha unido a la reunión.
Reunión
La grabación se ha iniciado
Carlos Andres Giraldo (Invitado) se ha unido a la reunión.
Escribe un mensaje nuevo
Jaime Juan Martínez ...
Jaime Alberto Velasq...
Luis Guillermo Alvarez Gar...
Carlos Alberto Campos Vill...
16:02
13/08/2020


Buscar
La grabación se ha iniciado. Esta reunión se está grabando. Al unirse, da su consentimiento para que se grabe. Política de privacidad
Descartar
Tenencia,
Adopción,
Cultura digital,
Transformación digital
Mejoramiento productivo
Crecimiento negocio
Posicionamiento
Competitividad
1)Dimensión Técnica y Tecnológica
(Herramientas, Tecnologías, Plataformas, grados de madurez digital)
#MiPymeSetransforma
3) Dimensión Empresarial
(Modelos de negocios, economía de empresa, Procesos empresariales, Transformación Digital, Comercio electrónico)
Indicadores de Mejoramiento KPI:
1. Ventas en nuevos canales digitales como prueba de la migración digital.
2. Clientes en canales digitales como aumento en la participación del cliente en canales.
3. Procesos optimizados a través de la digitalización.
Mejoramiento de la empresa
Comprensión de métodos
Utilización de herramientas
Inteligencia empresarial
Capacitación/mejoramiento
Empleo /sostenibilidad
Transformación social
Cultura organizacional
Inclusión social
Reactivación económica
2) Dimensión Humana
(Mejoramiento de competencias, ruta de aprendizaje, equipos de trabajo entre el consultor y la empresa, talento humano mejorado)
Itinerario Mejoramiento Talento Humano:
1. LinkedIn Learning
2. Mintic - Empresario Digital
3. Ruta Academia Empresa - 8 Webinars de transformación digital
PLAN DE MEJORA CO...
CV
+73
GS
WJ
JV
CV
Aplicaciones
Ayuda
16:04
13/08/2020


Buscar
La grabación se ha iniciado. Esta reunión se está grabando. Al unirse, da su consentimiento para que se grabe. Política de privacidad
Descartar
RESULTADOS
Positivos
Negativos
Visión
Misión
Objetivos
Metas
Recursos
Procesos
Personas
Indicadores
Estrategias
Disponibilidad
Necesidad
Motivación
Deserción
Desconocimiento
Tiempo
Alineación
Coordinación
Optimización
Direccionamiento
Enfoque
Solicitar control
EMPRESA-CONSULTOR
Luis Guillermo Alvarez Garcia
PLAN DE MEJORA CO...
JH
+89
WJ
JV
MT
Miguel Tirado
JH
Jane Carolina Herrera
Jaime Alberto Velasq...
Luis Guillermo Alvarez Gar...
CV
Carlos Alberto Camp...
Aplicaciones
Ayuda
16:27
13/08/2020


Buscar
La grabación se ha iniciado. Esta reunión se está grabando. Al unirse, da su consentimiento para que se grabe. Política de privacidad
Descartar
Planes de Mejora
6. Los Planes de mejora No son los resultados, estos dependen de las actividades y estrategias que se acuerden con los empresarios.
7. Los Planes de Mejora que se diseñen con temporalidad mayor al tiempo de ciclo, deben ser revisados y analizados en detalle, ya que esto afecta directamente los resultados e indicadores.
8. Los Planes de Mejora para empresas y sectores con escalamiento incremental (reapertura económica) que presentan dificultades y externalidades deben ser revisados caso a caso.
9. Los Planes de Mejora que se diseñan con diversas actividades (+ de 5) deben tener cuidado con los resultados y equilibrio de tiempos y ejecución frente a los ciclos.
10. Los Planes de mejora se articulan/potencian con los valores agregados de la estrategia MiPymesetransforma, esto significa plataformas, herramientas, rutas de aprendizaje, talleres, etc.
11. Los Planes de Mejora deben ser parte de un proceso de acompañamiento integral entre el CONSULTOR y el
Solicitar control
Luis Guillermo Alvarez Gar...
+87
Jaime Juan Martínez ...
Jaime Alberto Velasq...
Leidi Viviana Ladino ...
Wilfredo Jimenez Cas...
Jane Carolina Herrera
Luis Guillermo Alvarez Gar...
16:52
13/08/2020


Buscar
La grabación se ha iniciado. Esta reunión se está grabando. Al unirse, da su consentimiento para que se grabe. Política de privacidad
Descartar
Equilibrio tecnológico
Herramientas/ tecnologías
Estrategias/ resultados
Equilibrio social
Equilibrio económico
Recursos/ personas
Ciclos/ indicadores
Solicitar control
Luis Guillermo Alvarez Gar...
+88
Jaime Juan Martínez ...
Jaime Alberto Velasq...
Leidi Viviana Ladino ...
Wilfredo Jimenez Cas...
Jane Carolina Herrera
Luis Guillermo Alvarez Gar...
16:52
13/08/2020

**Karina Batista Zea**

**De:** Karina Batista Zea
**Enviado el:** martes, 11 de agosto de 2020 15:49
**Para:** Ginna Paola Grass Sanchez
**Asunto:** RE: GRASS ACCESORIOS - PLAN DE INTERVENSION Y NECESIDAD DE FORMACIÒN PROGRAMA EXTENSIONISMO TECNOLÒGICO

Gracias Ginna, recibido


**Karina Batista Zea**
Extensionista Tecnológico - Sennova - Centro de Comercio y Servicios
Email: kbatistaz@sena.edu.co
Tel.: + 57 3851285 ext.52157 Cel. 3163324777
Carrera 43 # 42-40, piso 11 Barranquilla-Atlántico.

@SENAcomunica www.sena.edu.co


**De:** Ginna Paola Grass Sanchez <ginnagrass@gmail.com>
**Enviado el:** martes, 11 de agosto de 2020 14:23
**Para:** Karina Batista Zea <kbatistaz@sena.edu.co>
**Asunto:** Re: GRASS ACCESORIOS - PLAN DE INTERVENSION Y NECESIDAD DE FORMACIÒN PROGRAMA EXTENSIONISMO TECNOLÒGICO

Buenas tardes, adjunto certificado del curso que hice hoy,

saludos


Ginna Paola Grass Sánchez
Cel. 301 5650888
Barranquilla

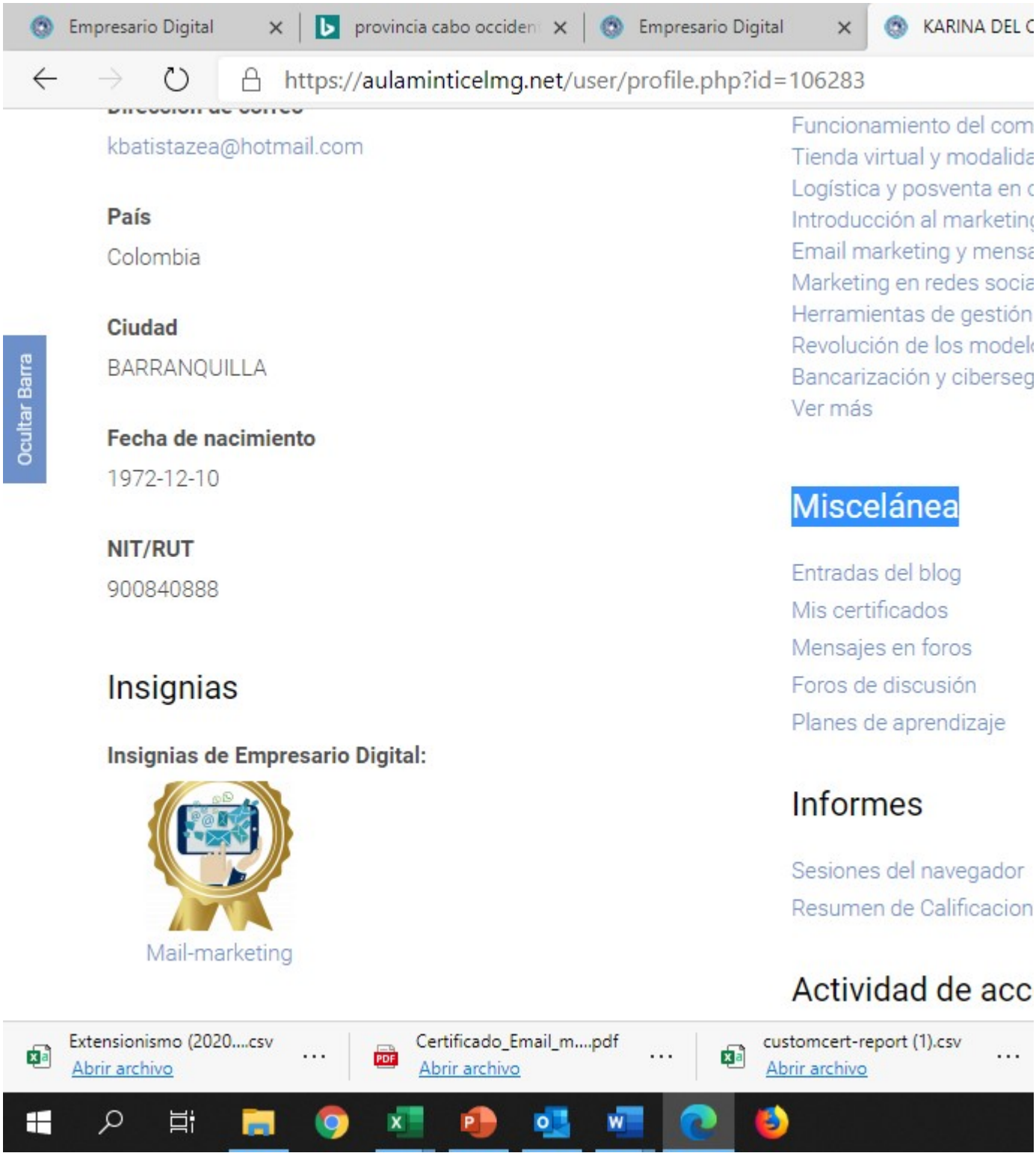
Grass accesorios joyería artesanal


El mar., 11 ago. 2020 a las 10:38, Karina Batista Zea (<kbatistaz@sena.edu.co>) escribió:

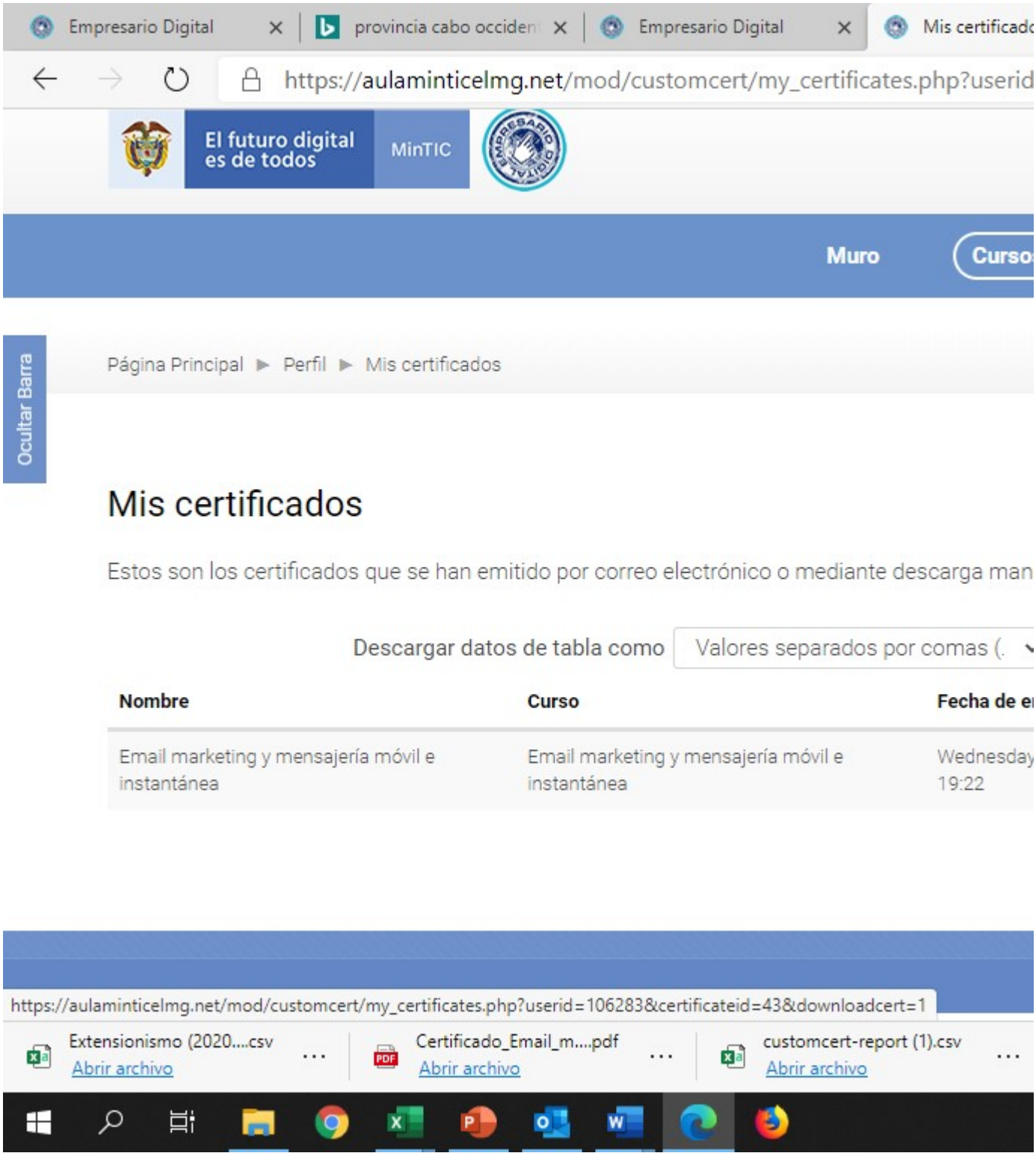
> Buenos días Ginna, estas son las instrucciones para el certificado:
>
> Ingresas a tu perfil




**Luego donde dice** Miscelánea




Mis Cetificados




Debajo de Archivo hay un boton ( flecha hacia abajo) y lo puedes descargar en pdf

Y lo guardas donde gustes.

Eso es todo. Si necesitas que lo hagamos juntas me cuentas.

Quedo atenta,

**Karina Batista Zea**

Extensionista Tecnológico – Sennova – Centro de Comercio y Servicios

Email: kbatistaz@sena.edu.co

Tel.: + 57 3851285 ext.52157 Cel. 3163324777

Carrera 43 # 42-40, piso 11 Barranquilla-Atlántico.

@SENAcomunica www.sena.edu.co

**De:** Ginna Paola Grass Sanchez <ginnagrass@gmail.com>
**Enviado el:** martes, 11 de agosto de 2020 8:09
**Para:** Karina Batista Zea <kbatistaz@sena.edu.co>
**Asunto:** Re: GRASS ACCESORIOS - PLAN DE INTERVENSION Y NECESIDAD DE FORMACIÒN PROGRAMA EXTENSIONISMO TECNOLÒGICO

Buenos días, Karina ya hice uno de los cursos adjunto lo que sale en la pantalla de certificado porque le doy generar certificado y me lleva al principio y no lo genera.

quedo atenta, gracias

Ginna Paola Grass Sánchez
Cel. 301 5650888
Barranquilla

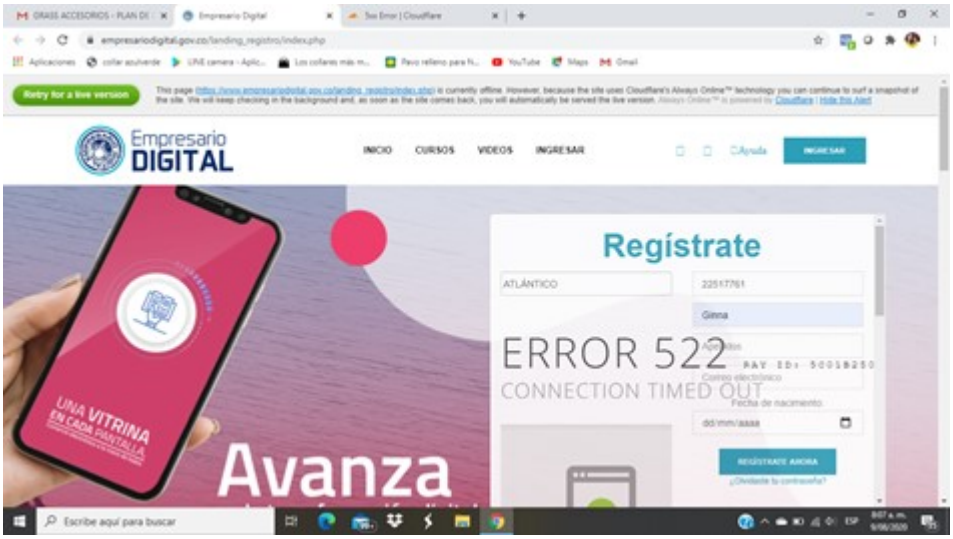
Grass accesorios joyería artesanal

El dom., 9 ago. 2020 a las 8:43, Ginna Paola Grass Sanchez (<ginnagrass@gmail.com>) escribió:

> Hola Karina te agradezco por favor en la afiliación preguntan que por medio de quien llegamos alli sera Colombia productiva?
>
> Ginna Paola Grass Sánchez
> Cel. 301 5650888
> Barranquilla
>
> Grass accesorios joyería artesanal

El dom., 9 ago. 2020 a las 8:08, Ginna Paola Grass Sanchez (<ginnagrass@gmail.com>) escribió:

> > Hola Karina hazme un favor desde ayer en la tarde y la noche he intentado ingresar pero sale un error hay que instalar algo para ingresar a los cursos que no puedo, te agradezco,
> >
> > saludos,




Ginna Paola Grass Sánchez
Cel. 301 5650888
Barranquilla

## Grass accesorios joyería artesanal

El vie., 7 ago. 2020 a las 18:20, Karina Batista Zea (<kbatistaz@sena.edu.co>) escribió:

> Estimada Ginna Grass:
>
> Según reunión sostenida en el día de hoy, y tal como lo acordamos adjunto los dos formatos de la referencia, los cuales me los debe retornar a la menor brevedad posible a mi correo con su respectiva firma, ya que con ellos se valida el inicio del plan de intervención para su empresa.
>
> Con respecto a su capacitación virtual acortamos que deberá efectuar por lo menos uno de los cursos ofertados en la plataforma del Ministerio de las TIC en el área de COMERCIO ELECTRÒNICO. Una vez finalice uno de esos cursos deberá generar certificado y hacérmelo llegar por este medio. Posteriormente le estaremos indicando el mecanismo de ingreso a otra plataforma con cursos disponibles para empresarios ofertados por LINKEIN
>
> https://www.empresariodigital.gov.co/landing_registro/index.php
>
> Adicionalmente remito enlace para el Market Place Sorteon de Colombia Productiva
>
> https://storeon.co/pre-registro/

Quedo atenta a sus inquietudes,


**Karina Batista Zea**

Extensionista Tecnológico - Sennova - Centro de Comercio y Servicios

Email: kbatistaz@sena.edu.co

Tel.: + 57 3851285 ext.52157 Cel. 3163324777

Carrera 43 # 42-40, piso 11 Barranquilla-Atlántico.

@SENAcomunica

www.sena.edu.co

## Karina Batista Zea

**De:** Karina Batista Zea
**Enviado el:** sábado, 8 de agosto de 2020 13:03
**Para:** tania isabel diaz arrieta
**Asunto:** TANIA DIAZ ACCESORIOS - PLAN DE INTERVENSION Y NECESIDAD DE FORMACIÒN PROGRAMA EXTENSIONISMO TECNOLÒGICO
**Datos adjuntos:** Necesidad de capacitaciòn - Diseño Tania Diaz.pdf; Plan de mejora - Diseño Tania Diaz.pdf; StoreON - SELLER (3).pdf

Estimada Tania Diaz:

Según reunión sostenida en el día de hoy, y tal como lo acordamos adjunto los dos formatos de la referencia, los cuales me los debe retornar a la menor brevedad posible a mi correo con su respectiva firma, ya que con ellos se valida el inicio del plan de intervención para su empresa.

Con respecto a su capacitación virtual acortamos que deberá efectuar por lo menos uno de los cursos ofertados en la plataforma del Ministerio de las TIC en el área de COMERCIO ELECTRÒNICO. Una vez finalice uno de esos cursos deberá generar certificado y hacérmelo llegar por este medio. Posteriormente le estaremos indicando el mecanismo de ingreso a otra plataforma con cursos disponibles para empresarios ofertados por LINKEIN

https://www.empresariodigital.gov.co/landing_registro/index.php

Adicionalmente remito enlace para el Market Place Sorteon de Colombia Productiva

https://storeon.co/pre-registro/

Ya estoy gestionando su solicitud con respecto a la necesidad indicada para la culminación de la página web y estoy atenta de la información de la cámara recomendada.

Quedo atenta a sus inquietudes ,

**Karina Batista Zea**
Extensionista Tecnológico - Sennova - Centro de Comercio y Servicios
Email: kbatistaz@sena.edu.co
Tel.: + 57 3851285 ext.52157 Cel. 3163324777
Carrera 43 # 42-40, piso 11 Barranquilla-Atlántico.

@SENAcomunica www.sena.edu.co

## Proceso GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD
## Formato IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES DE FORMACIÓN

Versión: 01
Código: GIC-F-045

| | |
|---|---|
| Fecha de diligenciamiento: | viernes, 7 de agosto de 2020 |

**I. Información Empresa**

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Nombre de la empresa | ABORIGENES DISEÑO ARTESANAL SAS | | NIT | 901029284-1 | Teléfono(s) | N/A |
| Dirección | TRANSV 41 #45-95 URB EL PARQUE SOLEDAD | | Ciudad | SOLEDAD | Departamento | ATLANTICO |
| Persona que diligencia | MARIA DE LA HOZ | | Cargo | Dir Adm. | E-mail corporativo | mhoz@aborigenes.co |
| Señale con una X el tamaño de la empresa | | Unipersonal | Microempresa XX | Pequeña | Mediana | Grande |
| Otra | Cuál: | | | | | |

**II. Identificación necesidades de formación**

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Señale con una X las habilidades en las que requiere cualificación del talento humano** | | Gerenciales | Administrativas | Comerciales | Soporte | Otra, cuál: Introducción al marketing digital (Comercio Electrónico) |
| **Señale con una X las metodologías para el mejoramiento de la productividad, en las que requiere acciones de formación para el talento humano** | | | CEP | KAIZEN | Gestión de la Cadena de Abastecimiento | Solución de Problemas |
| Lean Management | Lean Six Sigma | Estandarización | 5S | Total Quality Management | Otra | Cuál: |
| **Señale con una X las especialidades en las que requiere acciones de formación para el talento humano** | | | Mejora de procesos | Eficiencia Energética | Calidad | Estrategia y fortalecimiento comercial |
| Gestión del Talento Humano | Gestión de la Innovación y Sofisticación de Producto | Gestión Tecnológica | Sostenibilidad | Logística | Otra | Cuál: |
| **Señale con una X las competencias blandas en las que requiere acciones de formación para el talento humano** | | | Habilidades Comunicativas | Manejo del estrés | Resolución de conflictos | Relaciones interpersonales y Trabajo en equipo |
| Orientación al servicio | Liderazgo | Creatividad | Inteligencia Emocional | Toma de decisiones | Capacidad de negociación | Otra, cuál: |

**III. Ejecución de la formación**

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Indique el número de personas | 1 | **Señale con una X la modalidad de formación** | | Presencial | Virtual XX | Combinado (presencial y virtual) |
| **Señale el lugar donde desea se oriente la formación** | | Empresa | Sena | **Indique el horario que desea se oriente la formación** | | |
| **Señale los días que desea se oriente la formación** | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado / Domingo |

**Observaciones Generales: Segùn Diangòstico de Softwher la empresa es PRINCIPIANTE DIGITAL por tanto se recomiendan los siguientes cursos: Introducción al marketing digital (Comercio Electrónico) de MINTIC y Liderazco en Transformaciòn Digital de LInkein**

| | |
|---|---|
| **Persona Responsable de la Empresa** | **Extensionista Tecnològico** |

## INDICADORES - PLAN DE MEJORA

### 1. INFORMACIÓN GENERAL

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **Centro de Formación SENA** | Centro de Comercio y Servicios | **Gestor Consultor o Extensionista** | Karina Batista Zea | **Ciclo de Intervención** | 1o. |

### DATOS DE LA EMPRESA

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **Razón Social:** | ABORIGENES DISEÑO ARTESANAL SAS | | **Nombre de representante de la empresa** | **MARIA DEL ROSARIO DE LA HOZ MANGA** | |
| **NIT:** | 901029284-1 | | **Fecha de concertación:** | 7/8/2020 | |
| **Nombres de otros asistentes a reunión / cargo** | **MARIA DEL ROSARIO DE LA HOZ MANGA** | | | | |
| **Nivel de madurez digital global de la empresa** | **Principiante** | **Fecha proyectada de inicio plan de mejora** | **7/8/2020** | **Fecha estimada finalización plan de mejora (ciclo 40 horas / 3 meses)** | **26/9/2020** |

### 2. RUTA DE SOLUCIONES

**Necesidades identificadas y priorizados con el empresario.**

| | |
|---|---|
| 1. | Su empresa aún es inmadura en el uso de herramientas o adaptación de soluciones digitales que le permitan entender elmercado y el segmento de clientes, así como sus necesidades, gustos y características principales. ¡Ánimo, su empresaesta comenzando el camino hacia la pro |
| 2. | La empresa está adelantando estrategias de comunicación y marketing a través de herramientas digitales. Aún esnecesario alinear las estrategias digitales y las comerciales como una sola, teniendo en cuenta que la tecnologíadinamiza la relación con los clientes, lo cual se ve refl |
| 3. | Carece de sistemas de información adecuados para una correcta gestión de sus procesos operacionales (Núcleo del negocio) sin la capacidad para manejar los volúmenes de información requeridos, sin la granularidad y calidad requerida, o sin la necesaria integración con los siste |

| | |
|---|---|
| **Con base en las necesidades identificadas y priorizadas, definir el alcance de la intervención:** | Asesoria y acompañamiento integral en el proceso de anàlisis, implementación, gestión y optimización de los procesos críticos con los clientes y en el proceso comercial y operativo |
| **Área (s) o proceso (s) de la empresa donde se va a implementar la mejora.** | Experiencia del Cliente, Productividad - Operacional y Transversal (Tecnologia) |

| **Área de Transformación Digital a intervenir** | **Modelo de Negocio** | | **Experiencia de Usuario- Cliente** | | **Operaciones - Procesos** | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **X** | | **X** | |

### 3. INDICADORES

**Liste los indicadores que la empresa trabajará; en las primeras casillas seleccione indicadores que son de carácter obligatorio y luego los de libre elección.**

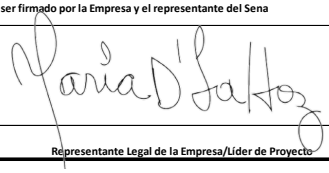
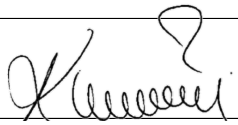
| | Nombre del indicador | Descripción | Fórmula | Variables | Línea base | Fecha de medición inicial |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **1.** | Ventas en nuevas líneas de negocios digitales (Obligatorio) | Prueba de migración hacia mundo digital | Ventas en nuevos u optimización de canales de comercialización digitales (VCD)/ Ventas totales en el periodo de intervención | Ventas en nuevos canales de comercialización digital= 90.000<br>Ventas totales en un periodo= 4.500.000 | 2% | 7/8/2020 |
| **2.** | Clientes en canales digitales (Obligatorio) | Aumento en participación del cliente en canales digitales | (Clientes en canales digitales / Clientes activos)*100 | (Clientes en canales digitales= 20<br>Clientes activos= 2000 | 1% | 7/8/2020 |
| **3** | Proceso optimizados a través de la digitalización (Obligatorio) | Eliminación de procesos manuales: papel, otros. | (No. de procesos optimizados a través de la digitalización / No. total de procesos)*100 | Número áreas integradas a través de la transformación digital = 0<br>Número áreas de la empresa =4 | 0 | 7/8/2020 |

### 4. PLAN DE MEJORA

| No. | ACTIVIDAD | RECURSOS NECESARIOS (Tecnológicos, Humanos, Financieros) | RESULTADOS ESPERADOS | RESPONSABLE | DURACIÓN HORAS | OBSERVACIÓN |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **1** | **Analizar efectividad de las redes sociales (Facebook e Instagram) y la estrategia de captación de clientes para llevarlos a la landing page. Se recomienda restablecer el enlace de Whatsapp Business de la página de Instagram con el fin de aumentar la interacción con los clientes. Configurar el catálogo a través de esta herramienta y revisar el histórico de preguntas frecuentes de tal forma que se puedan configurar respuestas rápidas. Adicionalmente, se recomienda realizar campañas publicitarias enfocada en aumentar comunidad.** | **TECNOLOGICOS: Redes sociales, dispositivos móviles e Internet<br>HUMANOS: Diseñador / Comunicador y/o Community Manager<br>FINANCIEROS: Pago de campañas publicitarias** | **Mejorar los KPIs de la estrategia de marketing digital y aumentar el conocimieto de los clientes.** | **Empresario / Extensionista** | **12** | Realizar inventario tecnológico (hardware, software) y disponibilidad de recursos humanos |
| **2** | **Estructurar o reestructurar la Base de datos de clientes con el fin de realizar campañas de email marketing impulsando la recompra.** | TECNOLOGICOS: Redes sociales, dispositivos móviles e Internet<br>HUMANOS: Apoyo en Marketing<br>FINANCIEROS: Canon mensual Active Campaign | **Incremento de las ventas a través de recompra de los clientes actuales de la marca y activación de la referenciación con el circulo más cercano** | **Empresario / Extensionista** | **10** | Disponibilidad de talento humano que maneje plataformas de Mailing |
| **3** | **Revisión de las oportunidades de mejora en la organización interna de documentos y procesos.** | TECNOLOGICOS: Dispositivos móviles, PC e Internet<br>HUMANOS: Personal de la empresa<br>FINANCIEROS: N/A | **Optimización de procesos.** | **Empresario / Extensionista** | **10** | Disposición del talento humano para mejorar organizacionalmente. |

### 5. FIRMA

**Este documento debe ser firmado por la Empresa y el representante del Sena**

| | |
|---|---|
|  |  |
| **Representante Legal de la Empresa/Líder de Proyecto** | **Gestor consultor o Extensionista** |

## Proceso GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD
## Formato IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES DE FORMACIÓN

Versión: 01
Código: GIC-F-045

| | |
|---|---|
| Fecha de diligenciamiento: | jueves, 6 de agosto de 2020 |

**I. Información Empresa**

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Nombre de la empresa | CÓCORA INSTITUTE SAS | | NIT | 901202908-8 | Teléfono(s) | n/a |
| Dirección | Vía 40 no 85-470 | | Ciudad | Barranquilla | Departamento | Atlántico |
| Persona que diligencia | Laura Pachón | | Cargo | Gerente | E-mail corporativo | Mucurabody@gmail.com |
| Señale con una X el tamaño de la empresa | | Unipersonal | Microempresa | Pequeña (x) | Mediana | Grande |
| Otra | Cuál: | | | | | |

**II. Identificación necesidades de formación**

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Señale con una X las habilidades en las que requiere cualificación del talento humano** | | Gerenciales | Administrativas X | Comerciales | Soporte | Otra, cuál: Funcionamiento del comercio electrónico / COMERCIO ELECTRÒNICO MINTIC |
| **Señale con una X las metodologías para el mejoramiento de la productividad, en las que requiere acciones de formación para el talento humano** | | | CEP | KAIZEN | Gestión de la Cadena de Abastecimiento | Solución de Problemas |
| Lean Management | Lean Six Sigma | Estandarización X | 5S | Total Quality Management | Otra X | Cuál: Fundamentos de planificación estratégica |
| **Señale con una X las especialidades en las que requiere acciones de formación para el talento humano** | | | Mejora de procesos | Eficiencia Energética | Calidad | Estrategia y fortalecimiento comercial |
| Gestión del Talento Humano | Gestión de la Innovación y Sofisticación de Producto | Gestión Tecnológica | Sostenibilidad | Logística | Otra | Cuál: |
| **Señale con una X las competencias blandas en las que requiere acciones de formación para el talento humano** | | | Habilidades Comunicativas | Manejo del estrés | Resolución de conflictos | Relaciones interpersonales y Trabajo en equipo |
| Orientación al servicio | Liderazgo | Creatividad | Inteligencia Emocional | Toma de decisiones | Capacidad de negociación | Otra, cuál: |

**III. Ejecución de la formación**

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Indique el número de personas | **4** | **Señale con una X la modalidad de formación** | | Presencial | Virtual X | Combinado (presencial y virtual) |
| **Señale el lugar donde desea se oriente la formación** | | Empresa X | Sena | **Indique el horario que desea se oriente la formación** | | |
| **Señale los días que desea se oriente la formación** | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado / Domingo |

**Observaciones Generales:**
**La empresa se encuentra en el nivel de GESTOR DIGITAL y para lo cual se recomienda la siguiente ruta de aprendizaje:**
**Funcionamiento del comercio electrónico / COMERCIO ELECTRÒNICO MINTIC**
**Gestión Estratégica y Comercial - Fundamentos de planificación estratégica (Linkedin)**



| **Persona Responsable de la Empresa** | **Extensionista Tecnològico** |
|---|---|

# PLAN DE MEJORA

## 1. INFORMACIÓN GENERAL

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **Centro de Formación SENA** | Centro de Comercio y Servicios | **Gestor Consultor o Extensionista** | Karina Batista | **Ciclo de Intervención** | 1o. |

## DATOS DE LA EMPRESA

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **Razón Social:** | CÓCORA INSTITUTE SAS | | **Nombre de representante de la empresa** | **Laura Pachón** | |
| **NIT:** | 901202908-8 | | **Fecha de concertación:** | 6/8/2020 | |
| **Nombres de otros asistentes a reunión / cargo** | **Laura Pachón - Gerente** | | | | |
| **Nivel de madurez digital global de la empresa** | **Gestor** | **Fecha proyectada de inicio plan de mejora** | **6/8/2020** | **Fecha estimada finalización plan de mejora (ciclo 40 horas / 3 meses)** | **25/9/2020** |

## 2. RUTA DE SOLUCIONES

**Necesidades identificadas y priorizados con el empresario.**

| | |
|---|---|
| 1. | La gestión de proveedores es un proceso clave en el desarrollo de los negocios. Este eslabón en la cadena de valor debegestionarse con soporte digital para la toma de decisiones y el desarrollo de un plan de reducción de costos en laempresa. |
| 2. | No se cuenta con herramientas para una efectiva gestión de la información de los clientes, que permita conocer susexpectativas, mejorar su satisfacción, y por tanto, asegurar la delización y recompra de los productos o servicios. |
| 3. | El nivel de conocimiento de sus clientes es básico, aunque ha comenzado a implementar estrategias y herramientas tecnológicas, aún le queda camino por recorrer para alcanzar un conocimiento de las necesidades y requerimientos de sus clientes. |

| | |
|---|---|
| **Con base en las necesidades identificadas y priorizadas, definir el alcance de la intervención:** | Acompañamiento integral en el proceso de implementación, gestión y optimización de los procesos críticos con los clientes y en el proceso financiero e integración interna de los procesos. |
| **Área (s) o proceso (s) de la empresa donde se va a implementar la mejora.** | Procesos<br>Productividad - Operación<br>Transversal (Tecnología) |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Área de Transformación Digital a intervenir** | **Modelo de Negocio** | | **Experiencia de Usuario- Cliente** | **X** | **Operaciones - Procesos** | **x** | |

## 3. INDICADORES

**Liste los indicadores que la empresa trabajará; en las primeras casillas seleccione indicadores que son de carácter obligatorio y luego los de libre elección.**

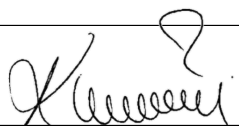
| | Nombre del indicador | Descripción | Fórmula | Variables | Línea base | Fecha de medición inicial |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **1.** | Ventas en nuevas líneas de negocios digitales (Obligatorio) | Prueba de migración hacia mundo digital | Ventas en nuevos u optimización de canales de comercialización digitales (VCD)/ Ventas totales en el periodo de intervención | Ventas en nuevos canales de comercialización digital= $24.958.500<br>Ventas totales en un periodo= $24.958.500 | $24.958.500.oo | 6/8/2020 |
| **2.** | Clientes en canales digitales (Obligatorio) | Aumento en participación del cliente en canales digitales | (Clientes en canales digitales / Clientes activos)*100 | (Clientes en canales digitales= 2000<br>Clientes activos= 2000 | 2.000 | 6/8/2020 |
| **3** | Proceso optimizados a través de la digitalización (Obligatorio) | Eliminación de procesos manuales: papel, otros. | (No. de procesos optimizados a través de la digitalización / No. total de procesos)*100 | Número áreas integradas a través de la transformación digital = 0<br>Número áreas de la empresa =4 | 0 | 6/8/2020 |

## 4. PLAN DE MEJORA

| No. | ACTIVIDAD | RECURSOS NECESARIOS (Tecnológicos, Humanos, Financieros) | RESULTADOS ESPERADOS | RESPONSABLE | DURACIÓN HORAS | OBSERVACIÓN |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **1** | Manejo de las finanzas de forma digital y sistematizada, que permitan acceder a la información desde cualquier lugar y dispositivo, así como compartir la información con otros miembros de la organización para que la consulten o actualicen. Implementar sistemas de seguimiento contable, u optimizar el ya existente. | Tecnológicos: Computador, ERP<br>Recursos Humanos: Contador / Financiero / Gerente.<br>Financieros: Canon mensual ERP | Oportunidad en la toma de decisiones financieras. | **Empresario Extensionista** | **12** | Realizar inventario tecnológico (hardware, software) y disponibilidad de recursos humanos |
| **2** | Revisión de redes sociales a través de herramientas de analítica de datos que permitan obtener información valiosa de los KPIs actuales y emplear estrategias de optimización. | Tecnológicos: Computador, ERP<br>Recursos Humanos: Contador / Financiero / Gerente.<br>Financieros: Canon mensual software contable (oscila entre $50.000 y $200.000 | Optimización de la estrategia de marketing digital. | **Empresario Extensionista** | **10** | Disponibilidad de formación en CRM del personal requerido |
| **3** | Optimizar la comunicación con los clientes requiere de varios componentes: 1. Diagnóstico de comunicaciones. 2. Establecer indicadores a partir del diagnóstico 3. Realizar una estrategia según los modelos de Gerencia Integral de Comunicaciones. 4. Establecer una medición trimestral de las variables de comunicación. 5. Incluir una estrategia de Whatsapp Business desde la página de Instagram con el fin de no permitir que se "enfríen" los leads. 6. Incluir un correo corporativo con la herramienta Zoho (en versión gratuita). | Tecnológicos: Computador<br>Recursos Humanos: Comunicadora social / Experto en marketing<br>Financieros: Aplica sólo si se escoge una herramienta paga. | Estrategia de comunicación efectiva, mejora de imagen corporativa y mayor posibilidad de cierre de prospectos a través de un canal inmediato (Whatsapp Business). | **Empresario Extensionista** | **10** | Disponibilidad de talento humano especializado para el desarrollo |

## 5. FIRMA

**Este documento debe ser firmado por la Empresa y el representante del Sena**

| | |
|---|---|
| |  |
| **Representante Legal de la Empresa/Líder de Proyecto** | **Gestor consultor o Extensionista** |

Empresario DIGITAL

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

Certifica que

# Ginna Paola Grass Sanchez

Forma parte de los empresarios colombianos que generan procesos de transformación digital contribuyendo al fortalecimiento de la productividad y competitividad a través de su partipación en el curso

## Marketing en redes sociales y analítica web

**11/08/20**

Martha Liliana Amaya

Martha Liliana Amaya Parra

Directora Transformación Digital

vive digital para la gente

MINTIC

GOBIERNO DE COLOMBIA

# PLAN DE MEJORA

## 1. INFORMACIÓN GENERAL

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **Centro de Formación SENA** | Centro de Comercio y Servicios | **Gestor Consultor o Extensionista** | Karina Batista | **Ciclo de Intervención** | 1o. |

## DATOS DE LA EMPRESA

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Razón Social:** | GRASS ACCESORIOS SAS | **Nombre de representante de la empresa** | **Ginna Paola Grass Sánchez** |
| **NIT:** | 901088958 | **Fecha de concertación:** | 7/8/2020 |
| **Nombres de otros asistentes a reunión / cargo** | **Ginna Paola Grass Sanhez - Gerente** | | |
| **Nivel de madurez digital global de la empresa** | **Gestor** | **Fecha proyectada de inicio plan de mejora** | **7/8/2020** |
| **Fecha estimada finalización plan de mejora (ciclo 40 horas / 3 meses)** | **30/9/2020** | | |

## 2. RUTA DE SOLUCIONES

**Necesidades identificadas y priorizados con el empresario.**

| | |
|---|---|
| 1. | La gestión de proveedores es un proceso clave en el desarrollo de los negocios. Este eslabón en la cadena de valor debegestionarse con soporte digital para la toma de decisiones y el desarrollo de un plan de reducción de costos en laempresa |
| 2. | Su empresa aún es inmadura en el uso de herramientas o adaptación de soluciones digitales que le permitan entender el mercado y el segmento de clientes, así como sus necesidades, gustos y características principales. !Ánimo, su empresaesta comenzando el camino hacia la pr |
| 3. | No se cuenta con herramientas para una efectiva gestión de la información de los clientes, que permita conocer susexpectativas, mejorar su satisfacción, y por tanto, asegurar la delización y recompra de los productos o servicio |

| | |
|---|---|
| **Con base en las necesidades identificadas y priorizadas, definir el alcance de la intervención:** | Acompañamiento integral en el proceso de implementación, gestión y optimización de los procesos críticos con los clientes y en el proceso financiero e integración interna de los procesos. |
| **Área (s) o proceso (s) de la empresa donde se va a implementar la mejora.** | Procesos<br>Productividad - Operación<br>Transversal (Tecnología) |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Área de Transformación Digital a intervenir** | **Modelo de Negocio** | | **Experiencia de Usuario- Cliente** | **X** | **Operaciones - Procesos** | **x** | |

## 3. INDICADORES

**Liste los indicadores que la empresa trabajará; en las primeras casillas seleccione indicadores que son de carácter obligatorio y luego los de libre elección.**

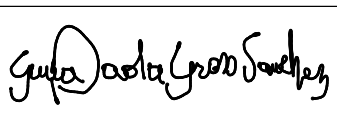
| | Nombre del indicador | Descripción | Fórmula | Variables | Línea base | Fecha de medición inicial |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **1.** | Ventas en nuevas líneas de negocios digitales (Obligatorio) | Prueba de migración hacia mundo digital | Ventas en nuevos u optimización de canales de comercialización digitales (VCD)/ Ventas totales en el periodo de intervención | Ventas en nuevos canales de comercialización digital= $ 200.000<br>Ventas totales en un periodo= $200.000 | 200.000,00 | |
| **2.** | Clientes en canales digitales (Obligatorio) | Aumento en participación del cliente en canales digitales | (Clientes en canales digitales / Clientes activos)*100 | (Clientes en canales digitales= 6<br>Clientes activos= 6 | 6 | 7/8/2020 |
| **3** | Proceso optimizados a través de la digitalización (Obligatorio) | Eliminación de procesos manuales: papel, otros. | (No. de procesos optimizados a través de la digitalización / No. total de procesos)*100 | Número áreas integradas a través de la transformación digital = 0<br>Número áreas de la empresa =4 | 0 | 7/8/2020 |

## 4. PLAN DE MEJORA

| No. | ACTIVIDAD | RECURSOS NECESARIOS (Tecnológicos, Humanos, Financieros) | RESULTADOS ESPERADOS | RESPONSABLE | DURACIÓN HORAS | OBSERVACIÓN |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **1** | Se recomienda revisar la relaciòn con los proveedores, para gestionalos de forma integral, de tal forma que las decisiones sean las mas efectivas. Podria estudiarse la implementación de un SRM (Supplier Relationship Management) ajustado a la estrategia de la empresa. De lo contrario revisar las herramientas actuales utilizadas y optimizarlas para lograr su seguimiento. | **Tecnológicos: Dispositivo móvil, SRM<br>Recursos Humanos: Experto en SRM<br>Financieros: Costo del SRM en caso de ser adquirido.** | Manejo integral de los proveedores. | **Empresario Extensionista** | **12** | Realizar inventario tecnológico (hardware, software) y disponibilidad de recursos humanos |
| **2** | Trabajar propuesta de valor / Realizar análisis de datos para medir la efectividad de las redes sociales / Optimizar página web y estrategias en redes sociales dirigidas a su target. | **Tecnológicos: Dispositivo móvil y app de análisis de datos. Internet.<br>Recursos Humanos: Profesional con perfil analista de datos / Profesional en Marketing Digital<br>Financieros: N/A** | Mejora en los KPIs. | **Empresario Extensionista** | **10** | Disponibilidad de formación en CRM del personal requerido |
| **3** | Configurar correo corporativo para darle a la empresa un toque más institucional / Implementar Whatsapp Business | **Tecnológicos: Dispositivo móvil, Woocomerce o equiovalente;<br>Recursos Humanos: Técnico en Marketing Digital** | Mejora de branding de la empresa y aumento de la tasa de conversión. | **Empresario Extensionista** | **10** | Disponibilidad de talento humano especializado para el desarrollo |

## 5. FIRMA

**Este documento debe ser firmado por la Empresa y el representante del Sena**

| | |
|---|---|
|  |  |
| **Representante Legal de la Empresa/Líder de Proyecto** | **Gestor consultor o Extensionista** |

## Proceso GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD
## Formato IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES DE FORMACIÓN

Versión: 01
Código: GIC-F-045

| | |
|---|---|
| Fecha de diligenciamiento: | viernes, 7 de agosto de 2020 |

**I. Información Empresa**

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Nombre de la empresa | GRASS ACCESORIOS SAS | NIT | 901088958 | Teléfono(s) | (5) 3011221 |
| Dirección | calle 43 No 36 - 44 | Ciudad | Barranquilla | Departamento | Atlántico |
| Persona que diligencia | Ginna Paola Grass Sánchez | Cargo | Gerente | E-mail corporativo | ginnagrass@gmail.com |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Señale con una X el tamaño de la empresa | Unipersonal | Microempresa | Pequeña (x) | Mediana | Grande |
| Otra | Cuál: | | | | |

**II. Identificación necesidades de formación**

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **Señale con una X las habilidades en las que requiere cualificación del talento humano** | Gerenciales | Administrativas X | Comerciales | Soporte | Otra, cuál: |
| **Señale con una X las metodologías para el mejoramiento de la productividad, en las que requiere acciones de formación para el talento humano** | | CEP | KAIZEN | Gestión de la Cadena de Abastecimiento | Solución de Problemas |
| Lean Management | Lean Six Sigma | Estandarización X | 5S | Total Quality Management | Otra X |
| | | | | | Cuál: Fundamentos de planificación estratégica |
| **Señale con una X las especialidades en las que requiere acciones de formación para el talento humano** | | | Mejora de procesos | Eficiencia Energética | Calidad |
| | | | | | Estrategia y fortalecimiento comercial |
| Gestión del Talento Humano | Gestión de la Innovación y Sofisticación de Producto | Gestión Tecnológica | Sostenibilidad | Logística | Otra |
| | | | | | Cuál: |
| **Señale con una X las competencias blandas en las que requiere acciones de formación para el talento humano** | | | Habilidades Comunicativas | Manejo del estrés | Resolución de conflictos |
| | | | | | Relaciones interpersonales y Trabajo en equipo |
| Orientación al servicio | Liderazgo | Creatividad | Inteligencia Emocional | Toma de decisiones | Capacidad de negociación |
| | | | | | Otra, cuál: |

**III. Ejecución de la formación**

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Indique el número de personas | 1 | **Señale con una X la modalidad de formación** | | Presencial | Virtual X |
| | | | | | Combinado (presencial y virtual) |
| **Señale el lugar donde desea se oriente la formación** | | Empresa X | Sena | **Indique el horario que desea se oriente la formación** | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Señale los días que desea se oriente la formación** | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado | Domingo |

**Observaciones Generales:**
**La empresa se encuentra en el nivel de PRINCIPIANTE DIGITAL y para lo cual se recomienda la siguiente ruta de aprendizaje: 1. COMERCIO ELECTRÒNICO EN LA PLATAFORMA DE MINTIC. https://www.empresariodigital.gov.co/landing_registro/index.php**
**Gestión Estratégica y Comercial - Fundamentos de planificación estratégica (Linkedin)**

| | |
|---|---|
| **Persona Responsable de la Empresa** | **Extensionista Tecnològico** |