

	INFORME VISITA DE CAMPO	N.º	 Dirección General
	Contrato de Interventoría n.º C01.PCCNTR. 6836437 de 2024 suscrito entre el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA y la Universidad de Antioquia	IVC-529	

Bogotá D.C., 03 de febrero de 2025

SEPTIMO INFORME DE VISITA A LAS ACCIONES DE FORMACIÓN INFORMACIÓN GENERAL DEL CONVENIO

Conviniente	CAMARA COLOMBIANA DE COMERCIO ELECTRONICO - CCCE
NIT	900223319-6
Convenio n.º	CO1.PCCNTR.6816846 de 2024
Nombre de la acción formativa	AF7 Estrategias de fidelización del cliente como elemento diferenciador del negocio en Ecommerce
Modalidad	Presencial
Grupo	1
Unidad temática	UT2 - Promoción y personalización en el portafolio de productos y servicios en el comercio electrónico
Tipo de evento formativo	Taller - Articulación SNC
Metodología	Prácticas
Lugar de ejecución	Calle 16 # 21-17 Institución Educativa San Juan Del Córdoba - Salón De Informática (Ciénaga Magdalena)
Fecha de visita	23 de noviembre de 2024
Hora de la visita	10:00 am – 12:00 m
Interventor académico	Sergio Eduardo Montenegro Vásquez
Interventor que realiza la visita	Galicia Gómez Goenaga

La Interventoría de la Universidad de Antioquia, en cumplimiento del objeto del contrato de interventoría n.º C01.PCCNTR.6836437 de 2024, el cual consiste en prestar los servicios de interventoría técnica, administrativa, jurídica, financiera, contable de los convenios suscritos como resultado de la convocatoria DG –0001 de 2024, del Programa de Formación Continua Especializada, al convenio suscrito entre el Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA y CAMARA COLOMBIANA DE COMERCIO ELECTRONICO, se permite presentar el informe de la visita de campo realizada al evento de la referencia.

1. DATOS DEL CAPACITADOR

- Nombre: Jorge Enrique Jiménez Calvano
- Identificación: C.C. 7.601.811

	INFORME VISITA DE CAMPO	N.º	 Dirección General
	Contrato de Interventoría n.º C01.PCCNTR. 6836437 de 2024 suscrito entre el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA y la Universidad de Antioquia	IVC-529	

2. OBJETIVOS DE LA VISITA

- Verificar el cumplimiento de las actividades de capacitación programadas en los cronogramas aprobados por la Interventoría.
- Verificar las condiciones y los recursos, físicos o digitales, empleados en el desarrollo de la actividad de capacitación.

A continuación, se presentan los resultados de la visita de campo efectuada a la acción de formación:

3. DESARROLLO DE LA VISITA

3.1. Detalles de la acción de formación:

La Interventoría verificó la realización de una sesión académica de 2 horas, efectuada a la AF7 “Estrategias de fidelización del cliente como elemento diferenciador del negocio en Ecommerce” correspondiente al evento de formación taller; acción de formación alineadas al SNC (Cualificaciones) que se realizó de manera presencial en la Calle 16 # 21-17 Institución Educativa San Juan Del Córdoba - Salón De Informática (Ciénaga Magdalena), el día 23 de noviembre del 2024 en el horario de 10:00 am a 12:00 m.

La unidad temática desarrollada corresponde a UT2 “*Promoción y personalización en el portafolio de productos y servicios en el comercio electrónico*” De acuerdo con lo verificado en la visita, se evidencia que se desarrolló la temática correspondiente al cronograma aprobado en las fechas y horarios constatados por la Interventoría.

El objetivo de esta acción de formación es “*Capacitar a los participantes en la atención integral al cliente en e-commerce, brindándoles las herramientas y conocimientos necesarios para optimizar la promoción, personalización y desarrollo de planes de fidelización en el portafolio de productos y servicios en línea.*”

La sesión académica verificada fue realizada de manera adecuada, dinámica, a través de una exposición teórica práctica donde se desarrollaron actividades grupales y se aplicaron los conocimientos vistos durante la clase. Lo anterior de conformidad a lo establecido en los pliegos de condiciones de la convocatoria para este tipo de evento de formación

3.2. Uso de imagen institucional del SENA:

La Interventoría pudo evidenciar el uso de la imagen institucional del SENA, en las diapositivas para la exposición de la temática y en el material de formación entregados a los beneficiarios.

	INFORME VISITA DE CAMPO	N.º	 Dirección General
	Contrato de Interventoría n.º C01.PCCNTR. 6836437 de 2024 suscrito entre el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA y la Universidad de Antioquia	IVC-529	

Se evidencia la presentación del jingle del programa y el video de bienvenida.

3.3. Gratuidad de la formación:

Se evidenció el uso de la frase institucional del SENA *“Las acciones de formación ejecutadas en el marco de la convocatoria DG 001-2024 son gratuitas para los trabajadores beneficiarios”*.

Se indagó a los beneficiarios si el conveniente le había realizado cobro por la participación del taller, manifestando que la capacitación la están recibiendo de manera gratuita; Adicionalmente se corrobora que la acción de formación no genera ningún tipo de cobro a los beneficiarios por medio de la encuesta efectuadas durante el desarrollo de la sección visitada por la interventoría.

3.4. Beneficiarios:

El número de beneficiarios esperados de acuerdo con el cronograma y la propuesta aprobada es de 20, en la visita se encontraron 21 personas matriculadas para la acción de formación y grupo objeto de revisión.

En la vista se encuentran 21 beneficiarios, sin embargo, no sobrepasa la asistencia máxima permitida del 30%, que para el caso sería 26.

La población beneficiaria pertenece a las áreas de funcionales comercial, mercadeo, servicio al cliente y tecnología; verificado de acuerdo a la encuesta realizada a cada uno de los beneficiarios.

3.5. Capacitador:

El docente a cargo de la sesión es Jorge Enrique Jiménez Calvano, en la visita se pudo verificar el carnet del capacitador acompañado de su documento de identidad, donde corresponde a lo aprobado por la interventoría y al registrado en el cronograma de la propuesta aprobada.

Durante la sesión se observó seguridad y buen manejo del tema, además de versatilidad en su método de enseñanza, manteniendo la atención y propiciando constantemente la participación de los beneficiarios.

3.6. Material de formación:

En la propuesta aprobada se planteó como material de formación:

Se desarrollará material de formación digital para la acción AF7 estrategias de fidelización del cliente como elemento diferenciador del negocio en ECOMMERCE. Este material reunirá medios y recursos que orientarán, estimularán y facilitarán el desarrollo del aprendizaje en la acción. El objetivo del

	INFORME VISITA DE CAMPO	N.º	 Dirección General
	Contrato de Interventoría n.º C01.PCCNTR. 6836437 de 2024 suscrito entre el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA y la Universidad de Antioquia	IVC-529	

material es facilitar la transferencia de conocimiento a los beneficiarios de la acción.

Los beneficiarios tendrán acceso a una cartilla digital que cumplirá con los lineamientos de la Maqueta – Prototipo CARTILLA. Esta cartilla destacará los conceptos, definiciones y recursos desarrollados durante la acción de formación, además de proporcionar una guía instructiva del contenido del curso, sirviendo como material introductorio para la contextualización en el proceso de aprendizaje. Todo el contenido será digital, y se garantizará la entrega a través de medios electrónicos, como correos electrónicos y herramientas de almacenamiento en la nube.

El uso del material de formación fue importante en el desarrollo de la sesión, el docente implementó actividades con herramientas multimedia interactivas, como códigos de QR, enlaces compartidos con preguntas y demás actividades planteadas desarrolladas de manera grupal.

De igual manera en las diapositivas utilizadas en la exposición del docente también se constituyen en un material de apoyo, así como las infografías y demás elementos que sirven de ayuda al capacitador para el desarrollo de las temáticas, las cuales contienen la imagen institucional del SENA.

En el formato de encuestas los beneficiarios hicieron una anotación de que habían recibido el material de forma digital; los mismos fueron enviado a sus correos.

4. CONDICIONES DEL AMBIENTE DE FORMACIÓN

4.1. Modalidad presencial

Durante la visita realizada por interventoría se observaron las condiciones físicas del espacio en el cual se desarrolló el taller, en el que se pudo evidenciar, buena iluminación, ventilación, sillas con brazo de apoyo y mobiliario requerido en buenas condiciones, y la implementación de herramientas técnicas y digitales como video Beam, y computador que permitieron la visualización de los contenidos estudiados.

El ambiente de formación es apto para desarrollar la capacitación, toda vez que tiene las características propias para ofrecer a los beneficiarios las sesiones académicas sin ruidos ni interrupciones

Durante la visita se evidenció lo siguiente:

	INFORME VISITA DE CAMPO	N.º	 Dirección General
	Contrato de Interventoría n.º C01.PCCNTR. 6836437 de 2024 suscrito entre el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA y la Universidad de Antioquia	IVC-529	

4.1.1. Ayudas y equipos para la formación: Durante la sesión de capacitación de la acción de formación 7, se observó la utilización de dos computadores, video beam por parte del docente, como herramienta de apoyo a la interlocución con los beneficiarios, para el desarrollo de la capacitación. Por medio de una presentación de diapositivas el docente desarrolló la temática respectiva, estas diapositivas proyectadas en la capacitación contienen el logotipo del SENA.

4.1.2. Aulas, salones y auditorios: La capacitación se llevó a cabo en un amplio salón ubicado en la Calle 16 # 21-17 en las instalaciones de la Institución Educativa San Juan Del Córdoba - Salón De Informática (Ciénaga Magdalena), el cual posee las características exigidas como son facilidad de acceso, iluminación, buena ventilación y con suficiente espacio para realizar actividades grupales con comodidad.

5. SEGUIMIENTO ACADÉMICO

Enfoque de la acción de formación: La AF7 visitada por interventoría tiene un enfoque de formación al trabajo; con base en lo anterior se busca alcanzar el éxito y la competitividad de la organización en un entorno empresarial cada vez más digitalizado y orientado al cliente. Las áreas funcionales beneficiarias de la acción de formación están dirigidas por profesionales, técnicos y tecnólogos cuya labor es impulsar el posicionamiento de la empresa basado en la experiencia del cliente. Además, se encargan de fidelizar la marca, introducir nuevos productos, mejorar los existentes y fortalecer la propuesta de valor.

6. HALLAZGOS

No se evidenciaron desviaciones por parte de la interventoría que requieran ser abordadas como hallazgos.

7. RECOMENDACIONES

Dar continuidad a las labores de acompañamiento y apoyo a los beneficiarios que se brindan desde la coordinación de los eventos formativos, asegurando que el avance y culminación del taller sea satisfactorio y oportuno.

8. CONCLUSIONES

- La sesión académica visitada programada para la realización del taller se desarrolló de manera presencial en el municipio de Ciénaga - Magdalena.
- El docente que dictó la sesión académica se encuentra aprobado por la Interventoría y coincide con lo registrado en el cronograma aprobado. La clase se dio de manera dinámica en una continua interacción entre el docente y los

	INFORME VISITA DE CAMPO	N.º	 Dirección General
	Contrato de Interventoría n.º C01.PCCNTR. 6836437 de 2024 suscrito entre el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA y la Universidad de Antioquia	IVC-529	

beneficiarios a través de preguntas, respuestas, y la realización de actividades grupales.

- El material de formación es acorde a lo establecido en el proyecto aprobado y contiene el logo símbolo del SENA.
- Se verificó el uso de la imagen institucional del SENA, a través de las diapositivas y el material de formación.
- El número de asistente es acorde al aprobado en el proyecto para esta acción de formación

9. REGISTRO VISUAL

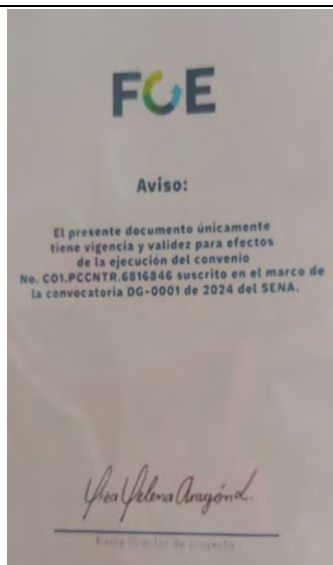
A continuación, se detalla el registro visual recolectado durante la visita:



	INFORME VISITA DE CAMPO	N.º	 Dirección General
	Contrato de Interventoría n.º C01.PCCNTR. 6836437 de 2024 suscrito entre el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA y la Universidad de Antioquia	IVC-529	



Carné y cédula del capacitador

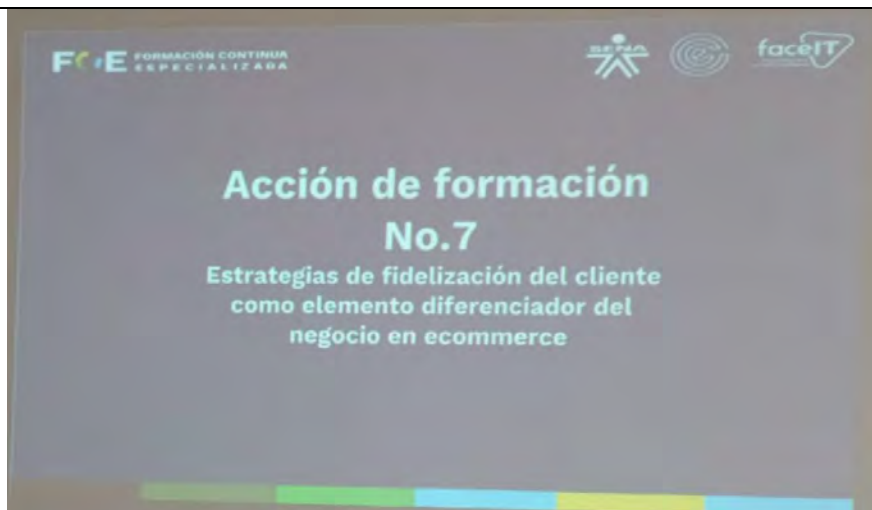


El interventor con el capacitador y el grupo visitado

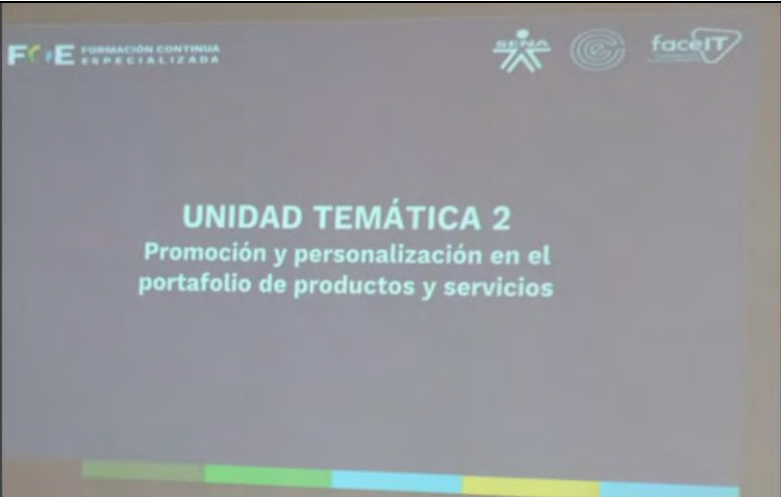
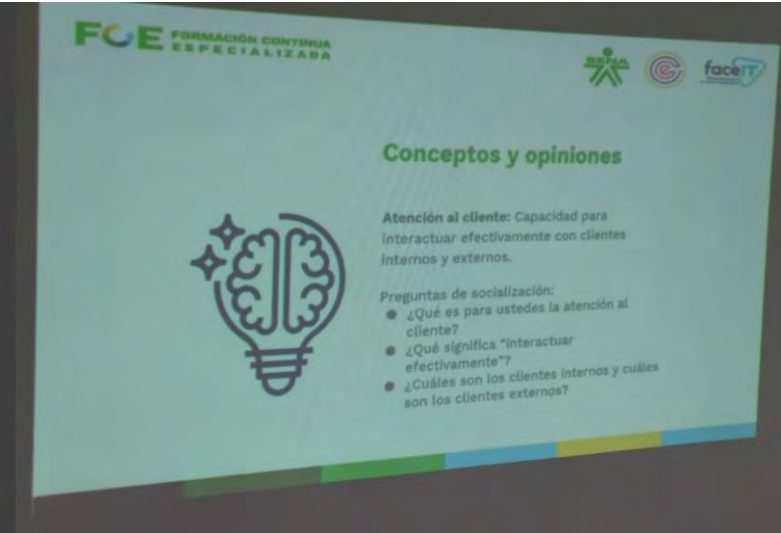
 UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA 1957 FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS 1997	INFORME VISITA DE CAMPO	N.º	 SENA Dirección General
	Contrato de Interventoría n.º C01.PCCNTR. 6836437 de 2024 suscrito entre el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA y la Universidad de Antioquia	IVC-529	



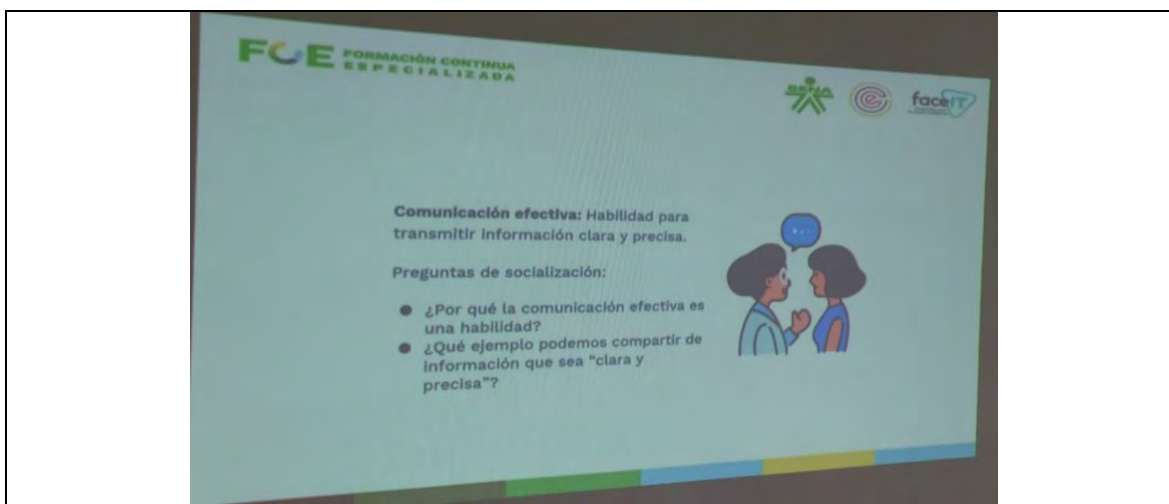
Unidad temática desarrollada en la sesión



	INFORME VISITA DE CAMPO		N.º	 Dirección General
	Contrato de Interventoría n.º C01.PCCNTR. 6836437 de 2024 suscrito entre el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA y la Universidad de Antioquia		IVC-529	

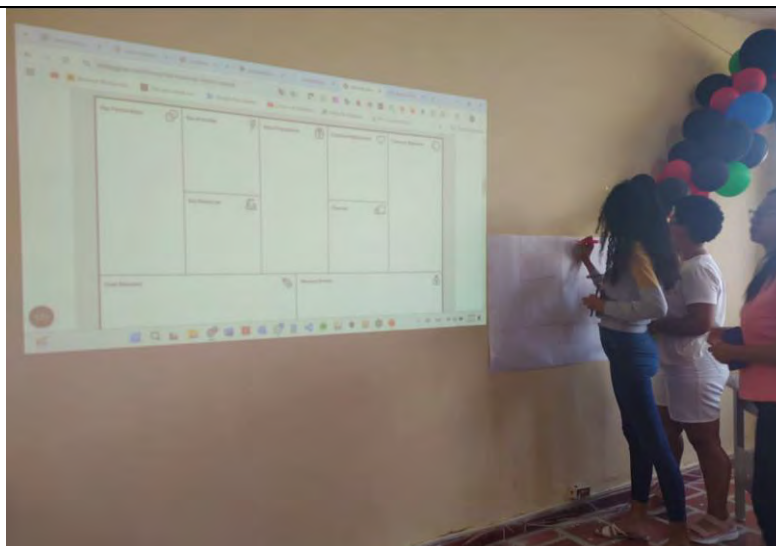
	INFORME VISITA DE CAMPO	N.º	 Dirección General
	Contrato de Interventoría n.º C01.PCCNTR. 6836437 de 2024 suscrito entre el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA y la Universidad de Antioquia	IVC-529	



Beneficiarios asistentes a la acción de formación



	INFORME VISITA DE CAMPO		
	Contrato de Interventoría n.º C01.PCCNTR. 6836437 de 2024 suscrito entre el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA y la Universidad de Antioquia	IVC-529	



Material de formación Digital (cubierta – contenido – contracubierta)

 UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA 1957 FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS 1997	INFORME VISITA DE CAMPO Contrato de Interventoría n.º C01.PCCNTR. 6836437 de 2024 suscrito entre el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA y la Universidad de Antioquia	N.º IVC-529	 Dirección General
---	--	----------------------------------	---



AF7 Estrategias de fidelización del cliente como elemento diferenciador del negocio en ecommerce

02




MINISTERIO DEL TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL
SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE - SENA
NOMBRE DE LA EMPRESA O CONVINIENTE: CÁMARA COLOMBIANA ELECTRÓNICO - CCCE
Primera Edición: Octubre/2024 Impresión: Publicaciones SENA o Publicaciones empresa convinientes
Ciudad: Bogotá

GRUPO DE TRABAJO (Crédito de los autores)
Coordinación general: Paula Álvarez
Autores contenido técnico: Julián Castiblanco, Iván Marrugo, Andrés Borbón, Juan Carlos Loaiza, Juan Pablo Pimiento
Asesoría y diseño pedagógico: Carolina Alvarado, Diana Rodríguez
Adecuación y corrección de estilo: Paula Álvarez, Diana Rodríguez
Ilustraciones: Mauricio López
Diseño digital y Diagramación: Mauricio López
Derechos de autor y licencias: Fundación FACEIT

01

02

TABLA DE CONTENIDO:

- Capítulo 1 Introducción
 - Introducción.....5
 - Objetivos.....6
 - Identificación de conocimientos previos.....7
 - Glosario de términos.....8
- Capítulo 2 Desarrollo de contenidos
 - Conceptos clave.....10
 - Servicio al cliente.....11
 - Atención vs. servicio al cliente.....11
 - Retención de cliente.....11
 - Canales de atención al cliente.....11
 - Herramientas tecnológicas para la retención del cliente.....12
- Unidad Temática 2: Promoción y personalización en el portafolio de productos y servicios
 - Análisis de quejas y reclamos.....14
 - Diseño de campañas de email marketing.....14
 - Elaboración y análisis de encuestas de satisfacción.....14
- Unidad Temática 3: Desarrollo de un plan de fidelización
 - Conceptos esenciales.....16
 - Estrategias de fidelización.....16
 - Recomendaciones para un plan de fidelización.....17
- Unidad Temática 4: Pensamiento crítico y estratégico
 - Importancia del pensamiento crítico.....20
 - Sesgos cognitivos y su impacto en la toma de decisiones.....21
 - Estudio de caso: Sesgo de confirmación.....21
- Capítulo 3 Listado de referencias bibliográficas, bibliografía, webgrafía
- Capítulo 4 Evaluación final de conocimientos

04

Identificación de conocimientos previos

Evaluación inicial

Esta evaluación inicial tiene como objetivo evaluar el nivel de conocimiento que los participantes tienen sobre las estrategias de fidelización del cliente como elemento diferenciador del negocio en ecommerce. Al autodiagnosticarse, los participantes pueden reflexionar sobre su propio conocimiento y estar más conscientes de lo que aprenderán durante la acción de formación.

¿Qué se entiende por fidelización del cliente en el comercio electrónico?

- La capacidad de atraer nuevos clientes a través de publicidad.
- Estrategias para mantener a los clientes existentes y aumentar su lealtad.
- La reducción de precios para competir en el mercado.
- La eliminación de quejas y reclamos de los clientes.

¿Cuál es una herramienta tecnológica utilizada para gestionar relaciones con los clientes?

- Un software de contabilidad.
- Un sistema CRM (Customer Relationship Management).
- Un programa de diseño gráfico.
- Una hoja de cálculo simple.

¿Qué significa el costo de adquisición de clientes (CAC)?

- El total gastado en marketing para atraer un nuevo cliente.
- El costo de mantener a un cliente existente.
- Los ingresos generados por un cliente fiel.
- El costo de producción de un producto.

¿Cuál es una estrategia efectiva para convertir un cliente insatisfecho en un promotor de la marca?

- Ignorar sus quejas y esperar que se vayan.
- Hacer que el cliente se sienta culpable por su insatisfacción.
- No ofrecer ningún tipo de respuesta.
- Resolver su problema y ofrecer una compensación adecuada.

¿Qué papel juega el pensamiento crítico en la toma de decisiones empresariales?

- Permite tomar decisiones basadas únicamente en la intuición.
- No tiene relevancia en el entorno empresarial actual.
- Ayuda a evaluar información y considerar diferentes perspectivas antes de decidir.
- Solo se aplica a situaciones personales, no profesionales.

07

	INFORME VISITA DE CAMPO	N.º	 Dirección General
	Contrato de Interventoría n.º C01.PCCNTR. 6836437 de 2024 suscrito entre el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA y la Universidad de Antioquia	IVC-529	





UNIDAD TEMÁTICA 2:

PROMOCIÓN Y PERSONALIZACIÓN EN EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS



Análisis de quejas y reclamos
Las quejas son oportunidades para mejorar la relación con el cliente. En este ejercicio, analizaremos quejas ficticias y propondremos soluciones que no solo resuelvan el problema, sino que también fortalezcan la fidelización.

Diseño de campañas de email marketing
Diseñaremos campañas de email marketing dirigidas a clientes insatisfechos, utilizando datos personalizados para ofrecer promociones y mensajes ajustados a las necesidades específicas del cliente. La personalización es clave para una comunicación efectiva.

Elaboración y análisis de encuestas de satisfacción
Las encuestas de satisfacción proporcionan información valiosa sobre la percepción del cliente después de la resolución de un problema. En esta actividad, aprenderás a diseñar encuestas eficientes que permitan obtener insights accionables.







@SENAcomunica
www.sena.edu.co

@CamCoElectronic

Las acciones de formación ejecutadas en el marco de la convocatoria DO 0001 - 2024 son gratuitas para los trabajadores beneficiarios

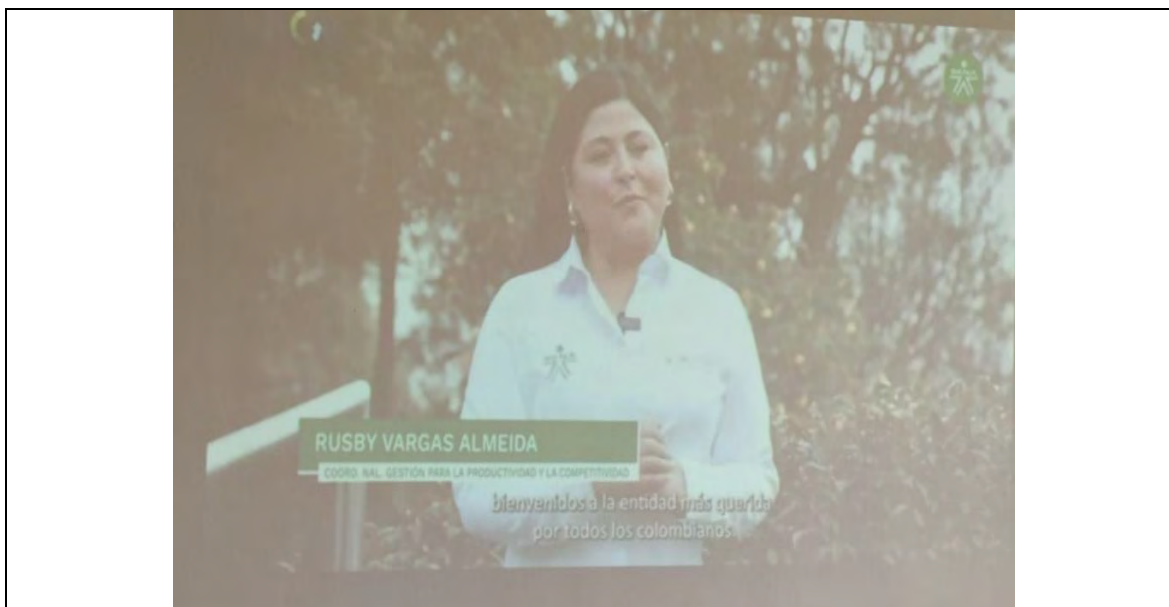


Imagen institucional SENA

	INFORME VISITA DE CAMPO	N.º	
	Contrato de Interventoría n.º C01.PCCNTR. 6836437 de 2024 suscrito entre el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA y la Universidad de Antioquia	IVC-529	



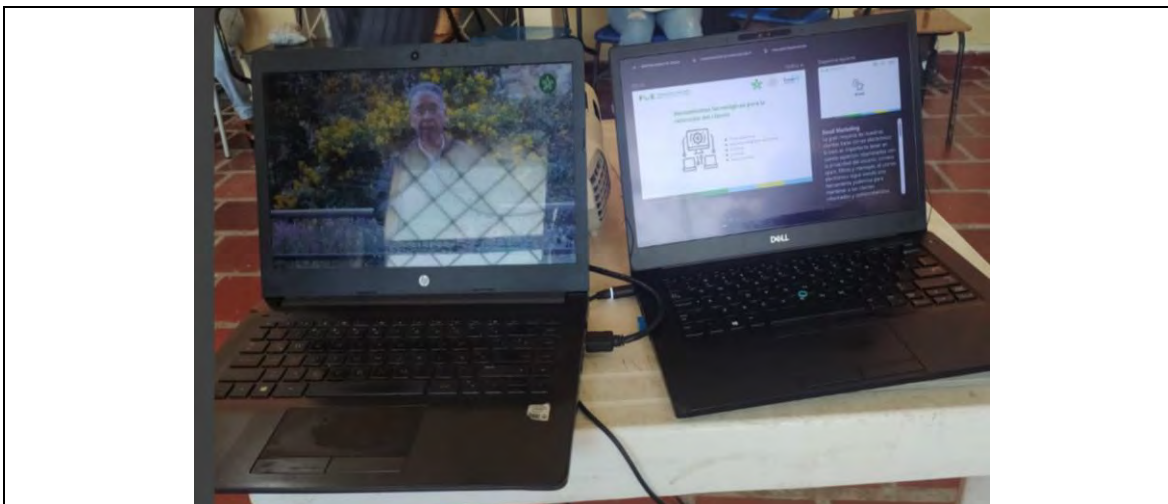
	INFORME VISITA DE CAMPO	N.º	 Dirección General
	Contrato de Interventoría n.º C01.PCCNTR. 6836437 de 2024 suscrito entre el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA y la Universidad de Antioquia	IVC-529	



Ayudas y equipos



	INFORME VISITA DE CAMPO	N.º	
	Contrato de Interventoría n.º C01.PCCNTR. 6836437 de 2024 suscrito entre el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA y la Universidad de Antioquia	IVC-529	



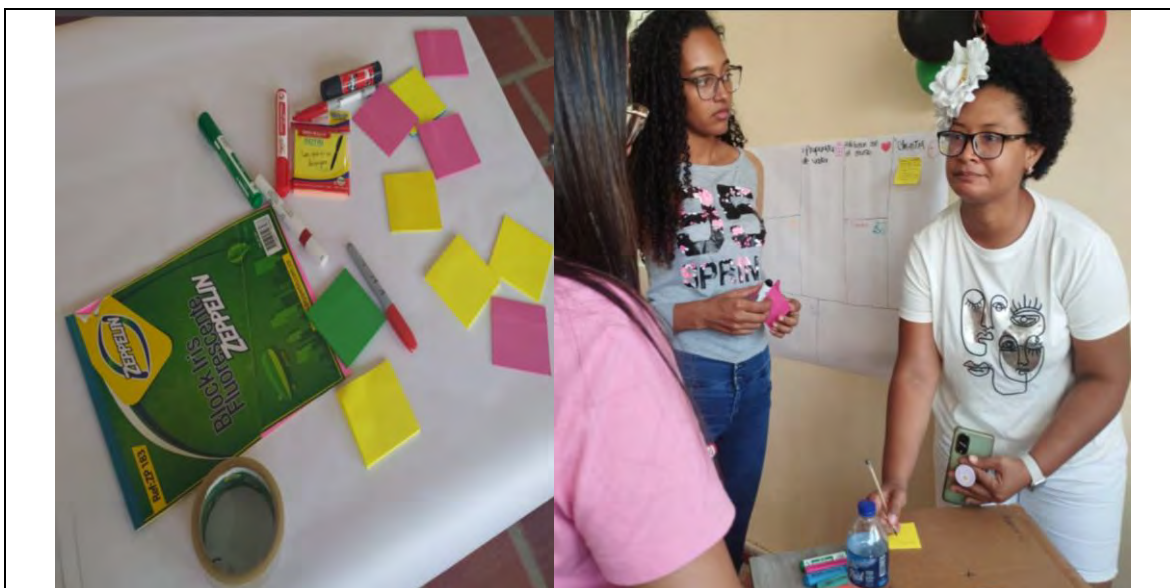
Espacio de formación (salón, sillas, etc.)



Otros

--

	INFORME VISITA DE CAMPO	N.º	 Dirección General
	Contrato de Interventoría n.º C01.PCCNTR. 6836437 de 2024 suscrito entre el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA y la Universidad de Antioquia	IVC-529	



10. CONCEPTO ACÁDEMICO

La acción de formación AF7 se alinea con el uso y apropiación de tecnologías digitales teniendo en cuenta las temáticas que han sido seleccionadas para dar respuesta a los impactos generados por la adopción acelerada de nuevas tecnologías a las que se han visto expuestas las organizaciones en el corto plazo. Este avance tecnológico ha demandado el desarrollo de un ecosistema digital que se adapte a la industria 4.0

El alcance de la Acción de formación se orienta a la generación de conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas porque permitirá alcanzar los objetivos que representan el para qué:

1. Desarrollar habilidades analíticas que permitan comprender las claves y los pilares de una cultura centrada en el cliente, diferenciándose así de otras organizaciones.
2. Implementar estrategias efectivas para involucrar a empleados y a la organización en la cultura CEX, generando el impulso necesario para priorizar al cliente en las estrategias de negocio.
3. Definir y aplicar conceptos de fidelización y retención de clientes mediante la optimización de datos, identificando servicios no conformes y gestionando solicitudes de manera eficiente.
4. Diseñar un programa de fidelización que agregue valor y aumente las ventas de manera significativa, adaptado a las necesidades y características de los clientes.
5. Integrar los conceptos y habilidades adquiridas en el taller en la gestión diaria de la atención al cliente en e-commerce, buscando mejorar la satisfacción del cliente y fortalecer la relación con la marca a lo largo del ciclo de vida del cliente.
6. Tramitar y dar respuesta a los clientes de acuerdo a los procedimientos definidos.

	INFORME VISITA DE CAMPO		 Dirección General
	Contrato de Interventoría n.º C01.PCCNTR. 6836437 de 2024 suscrito entre el Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA y la Universidad de Antioquia	IVC-529	

La acción de formación es especializada, enfocada en el nivel ocupacional definido, donde se requiere que los participantes adquieran conocimientos sobre la gestión y administración del cliente, los beneficiarios atienden y valoran la retroalimentación de los clientes y utilizan estos datos para tomar decisiones informadas, esto permite a las empresas adaptarse rápidamente a las cambiantes necesidades y expectativas del cliente.

Conforme a lo observado durante la visita, los temas tratados por el docente están en relación directa con la sesión formativa impartida, es pertinente con los objetivos propuestos en la acción de formación toda vez que, en la sesión verificada por la Interventoría, se dictaron las temáticas relacionadas con la Acción Formativa AF7 *“Estrategias de fidelización del cliente como elemento diferenciador del negocio en Ecommerce”*

Así las cosas, La acción de formación visitada y las unidades temáticas analizadas cumplen y es integral en su contenido con el objetivo y temas de la propuesta aprobada.


MARTHA CECILIA ÁLVAREZ OSORIO
Coordinador académico
Proyecto Interventoría SENA
Universidad de Antioquia


SERGIO MONTENEGRO VÁSQUEZ
Interventor Académico
Proyecto Interventoría SENA
Universidad de Antioquia

Copia: Dra. Lady Beatriz Quevedo Cantor – Coordinadora del Grupo de Gestión para la Productividad y Competitividad

Proyectó: Galicia Gómez Goenaga – Interventora
Revisó: Martha Cecilia Álvarez Osorio– Coordinadora académica