Bogotá D.C., 29 de marzo de 2025

VIGÉSIMO PRIMER INFORME DE VISITA A LAS ACCIONES DE FORMACIÓN
INFORMACIÓN GENERAL DEL CONVENIO

Conviniente	CAMARA COLOMBIANA DE COMERCIO ELECTRONICO- CCCE
NIT	900.223.319 -6
Convenio n.°	CO1.PCCNTR. 6816846 de 2024
Nombre de la acción formativa	AF1 Datos, privacidad y personalización de experiencias del cliente: futuro del marketing y el comercio electrónico en la era post-cookies
Modalidad	Virtual
Grupo	10
Unidad temática	UT1 Fundamentos del marketing digital post cookies
Tipo de evento formativo	Curso
Metodología	Teórica-Práctica
Lugar de ejecución	Bogotá D.C - Norte de Santander
Herramienta empleada	https://sena.entrena.co/
Fecha de visita	17/02/2025
Hora de la visita	08:00 a.m. – 10:00 a.m.
Interventor que realiza la visita	Sandra Yamile Páez Velasco

La Interventoría de la Universidad de Antioquia, en cumplimiento del objeto del **contrato de interventoría n.° CO1.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- CCCE, se permite presentar el informe de la visita de campo realizada al evento de la referencia.

1. DATOS DEL CAPACITADOR

- Nombre: Michael Hernández Segura
- Identificación: C.C. 1.130.616.410

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 (s) actividad (es) de capacitación.

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

3. DESARROLLO DE LA VISITA

3.1. Detalles de la acción de formación:

La acción de formación visitada corresponde a la AF1 “Datos, Privacidad y Personalización de Experiencias del Cliente: Futuro del Marketing y el Comercio Electrónico en la Era Post-Cookies”, la cual se imparte bajo una metodología teórico-práctica.

La Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE), como entidad privada sin ánimo de lucro de orden gremial, tiene como objeto social promover un entorno favorable para el desarrollo del comercio electrónico en el país. Su labor se enfoca en fortalecer la industria del e-Commerce en Colombia mediante la generación de información estratégica, la incidencia en políticas públicas y la promoción de conocimientos y confianza en el sector. Para ello, la CCCE trabaja en los siguientes objetivos:

- Proyectar una estructura sólida que brinde información relevante sobre el comercio electrónico en Colombia.
- Generar espacios de capacitación y socialización para fomentar buenas prácticas en el sector.
- Desarrollar mecanismos que fortalezcan la confianza de los usuarios en el comercio electrónico.
- Implementar estrategias que estimulen la oferta y la demanda en el sector del comercio digital.
- Ser referente y generador de opinión en temas sensibles relacionados con el comercio electrónico en Colombia.

El objetivo de la acción de formación es desarrollar competencias en los niveles de gerencia media de las empresas del sector, con el fin de liderar procesos de transformación en la recopilación, uso y análisis de la información de los clientes digitales. A través de este enfoque, se busca mejorar la personalización de la experiencia del cliente y aumentar las ventas de productos y servicios.

Esta acción de formación responde parcialmente a la necesidad detectada por la CCCE y a sus retos en términos de formación, alineándose con su objeto social. Durante la visita, se revisó el contenido disponible en la plataforma y la sesión sincrónica impartida por el docente en relación con la temática objeto de supervisión. En la Unidad Temática 1 (UT1)

"Fundamentos del Marketing Digital Post-Cookies", se profundizó en los siguientes aspectos:

- Visión general de la privacidad de datos y las regulaciones globales.
- Evolución del marketing digital y el impacto de la eliminación de cookies.
- Nuevas estrategias de marketing digital en el contexto del comercio electrónico.

Se verificó que el curso está estructurado en módulos con los temas establecidos en el proyecto aprobado, siguiendo una metodología teórica y práctica diseñada para estimular la adquisición y el desarrollo de conocimientos de manera dinámica y flexible. Dado que el evento formativo se desarrolla en modalidad virtual, se evidenció la disponibilidad de diversas herramientas en la plataforma, tales como espacios de encuentro y dinámicas de aprendizaje colectivo, que permiten la interacción entre los participantes y el fortalecimiento de su experiencia formativa.

3.2. Uso de imagen institucional del SENA:

Durante la visita programada en modalidad virtual, se verificó que la imagen institucional del SENA está presente en todos los contenidos de la plataforma utilizada para la acción de formación. Se constató su correcta aplicación en las herramientas digitales, presentaciones y material de estudio, garantizando el cumplimiento de los lineamientos establecidos para la visibilidad institucional.

3.3. Gratuidad de la formación:

En la revisión de la plataforma educativa, se pudo comprobar la gratuidad de la formación. La página principal de la plataforma y las herramientas utilizadas para el desarrollo de la acción de formación contienen información que reafirma que esta capacitación no genera ningún costo para los beneficiarios, en cumplimiento de los parámetros definidos en la convocatoria.

3.4. Beneficiarios:

De acuerdo con el cronograma y la propuesta aprobada, el número de beneficiarios esperados para esta acción de formación es de 50 personas. Sin embargo, durante la visita se evidenció que en la plataforma hay 65 participantes registrados con el rol de estudiantes. Al aplicar el filtro correspondiente al Grupo 10, se verificó que los beneficiarios pertenecen al sector de servicios, comercio e industria, desempeñándose en áreas funcionales como marketing y tecnología. Los participantes ocupan cargos de coordinadores, jefes, directores, gerentes y líderes dentro de sus organizaciones.

Los beneficiarios de esta acción de formación son profesionales, técnicos y tecnólogos cuya labor es fortalecer el posicionamiento de las empresas a través de la gestión de la experiencia del cliente. Su rol incluye la fidelización de la marca, la introducción y mejora

de productos, así como la consolidación de la propuesta de valor en un contexto digital que demanda estrategias innovadoras ante la eliminación de las cookies. En este escenario, las empresas deben adoptar nuevas metodologías para la recopilación de datos, asegurando la personalización de la experiencia del cliente sin comprometer la privacidad de la información. Para ello, es fundamental cumplir con las regulaciones de protección de datos y garantizar el análisis confiable de la información obtenida.

Es crucial que los beneficiarios de este nivel ocupacional se mantengan actualizados en las mejores prácticas de administración de datos, privacidad de la información y gestión de la experiencia del cliente. Esto implica seguir estándares internacionales y regulaciones vigentes que permitan a las empresas mantenerse competitivas en un entorno digital en constante evolución. En este sentido, la formación impartida en esta acción formativa les proporciona herramientas clave para desarrollar estrategias más efectivas, mejorar la confianza del consumidor y fortalecer el cumplimiento normativo en la gestión de datos.

Las unidades temáticas y su contenido guardan coherencia con las funciones, actividades y responsabilidades de los participantes, facilitando la implementación de las competencias adquiridas en sus organizaciones. De esta manera, la formación contribuye al cumplimiento de los lineamientos estratégicos de las empresas, orientándolas hacia sus objetivos de eficiencia, calidad y optimización de costos, al tiempo que respalda la toma de decisiones de la alta gerencia.

3.5. Capacitador o tutor:

El docente encargado de la sesión formativa es el profesional Michael Hernández Segura, identificado con cédula de ciudadanía 1.130.616.410. Se verificó que su información corresponde a los datos registrados en el cronograma y que su aprobación fue otorgada por la interventoría. Durante la sesión, se evidenció su idoneidad en la materia y su capacidad para guiar a los beneficiarios en el proceso de aprendizaje, cumpliendo con los estándares establecidos para la ejecución de la acción de formación.

3.6. Material de formación:

En la propuesta aprobada para la acción de formación AF1 "Datos, Privacidad y Personalización de Experiencias del Cliente: Futuro del Marketing y el Comercio Electrónico en la Era Post-Cookies", se estableció la entrega de material de formación en formato digital. Este material reúne diversos recursos y medios diseñados para orientar, estimular y facilitar el proceso de aprendizaje de los beneficiarios. Su objetivo principal es asegurar una transferencia efectiva del conocimiento, proporcionando a los participantes herramientas estructuradas para su formación.

Los beneficiarios tienen acceso a una cartilla digital que cumple con los lineamientos de la Maqueta – Prototipo Cartilla. En este material se destacan conceptos clave, definiciones y

recursos relacionados con los contenidos de la acción formativa, además de ofrecer una guía estructurada para contextualizar a los participantes en cada una de las unidades temáticas. Todo el contenido se encuentra disponible en formato digital y se garantiza su entrega a través de medios electrónicos, como correos electrónicos y plataformas de almacenamiento en la nube.

El material de formación está estructurado en seis unidades temáticas secuenciales, organizadas de la siguiente manera:

- UT1: Fundamentos del Marketing Digital Post Cookies en la Era Digital.
- UT2: Cuidar la Privacidad del Cliente es Cuidar el Cliente.
- UT3: Captura y Gestión Inteligente de Datos para Marketing Digital y E-commerce.
- UT4: Estrategias Avanzadas de Marketing y E-commerce en un Mundo sin Cookies.
- UT5: Herramientas de Inteligencia Artificial para el Marketing y E-commerce.
- UT6: Resolución de Problemas Complejos (5% Competencias Transversales).

Además, el material incluye recursos educativos digitales diseñados para enriquecer la experiencia de aprendizaje:

- Dos infografías integradas en la descripción del curso y el resumen de cada lección.
- Dos actividades interactivas dentro de la sección "Ejercítate", que incluyen formatos como completar espacios, tarjetas interactivas, flashcards e imágenes interactivas.
- Dos recursos audiovisuales: un video de contextualización y un video explicativo para cada lección.
- Una presentación interactiva en formato SCORM 1.2.

El diseño del material sigue una estructura lógica y secuencial, adaptada a las necesidades de los beneficiarios, permitiendo un aprendizaje progresivo y aplicado. La propuesta metodológica se fortalece mediante la creación de contenidos a la medida por parte del docente encargado, asegurando la adquisición de competencias específicas por parte de los participantes.

Adicionalmente, la acción de formación incorpora aplicaciones multimedia interactivas para facilitar la apropiación del conocimiento, tales como:

- Videos: un video de bienvenida y presentación del curso, junto con un video explicativo para cada lección.
- Actividades interactivas en cada lección dentro de la sección "Ejercítate", con contenidos en formatos digitales dinámicos.

En conclusión, la interventoría corrobora que el conviniente cumple satisfactoriamente con la entrega y disposición del material de formación descrito, garantizando que los beneficiarios tienen acceso a los recursos necesarios para su proceso de aprendizaje.

4. VALIDACIÓN DE ASPECTOS VERIFICADOS Y APROBADOS

Aspecto	Validación durante la visita
Uso de imagen institucional del SENA	Durante la visita de interventoría, se verificó el uso adecuado de la imagen institucional del SENA en los materiales y recursos empleados en la acción de formación. Se constató que las piezas gráficas utilizadas cumplen con los lineamientos aprobados por la entidad, asegurando coherencia con la identidad visual establecida. Asimismo, se evidenció que el video de bienvenida institucional del SENA está cargado y disponible para su reproducción en la plataforma, al igual que el jingle oficial de la entidad, reforzando la presencia institucional en el evento formativo. La inclusión de estos elementos contribuye a la identificación y apropiación de la formación dentro del marco del programa de Formación Continua Especializada, garantizando que los beneficiarios reconozcan el respaldo del SENA en su proceso de aprendizaje.
Gratuidad de la formación	En cumplimiento de lo establecido en la convocatoria y el convenio, se verificó que la leyenda “Las acciones de formación ejecutadas en el marco de la convocatoria DG 0001-2024 son gratuitas para los trabajadores beneficiarios” se encuentra visible en la página de inicio de la plataforma al acceder a la acción de formación objeto de la visita. Esta evidencia confirma que la formación brindada no genera costos para los beneficiarios, garantizando así el acceso equitativo a los contenidos educativos. La inclusión de esta información en los materiales digitales refuerza el compromiso del programa de Formación Continua Especializada del SENA con la transparencia y el acceso gratuito a la

	capacitación para los trabajadores del sector productivo. FCE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA Convocatoria DG 0001 -2024 Las acciones de formación ejecutadas en el marco de la convocatoria **DG 0001 - 2024 son gratuitas para los trabajadores beneficiarios**
Material de formación	El material de formación digital para la acción "Datos, Privacidad y Personalización de Experiencias del Cliente: Futuro del Marketing y el Comercio Electrónico en la Era Post-Cookies" está diseñado para orientar, estimular y facilitar el desarrollo del aprendizaje en la acción formativa. Su principal objetivo es garantizar la transferencia de conocimiento a los beneficiarios, proporcionando recursos pedagógicos alineados con los lineamientos del programa. Los beneficiarios tienen acceso a una cartilla digital estructurada conforme a la Maqueta – Prototipo CARTILLA, la cual destaca los conceptos clave, definiciones y recursos abordados durante la acción de formación. Esta cartilla no solo ofrece una guía instructiva del contenido del curso, sino que también sirve como material introductorio para la contextualización del proceso de aprendizaje. Todo el contenido se encuentra en formato digital y su entrega está garantizada mediante el uso de medios electrónicos, como correos electrónicos y herramientas de almacenamiento en la nube. Adicionalmente, la plataforma de formación integra aplicaciones multimedia interactivas que enriquecen la experiencia de aprendizaje. Estas herramientas permiten a los beneficiarios interactuar con los contenidos de manera dinámica, fortaleciendo la apropiación del conocimiento y facilitando su aplicación en contextos reales del sector productivo.
Condiciones del ambiente de formación	El ambiente de formación en modalidad virtual, según lo aprobado, se encuentra alojado en la plataforma https://sena.entrena.co/. Durante la visita de interventoría, se verificó que la plataforma presentó un desempeño óptimo, con tiempos de carga rápidos, acceso intuitivo y disponibilidad continua las 24 horas del día, los 7 días de la semana. Se constató que la navegación es fluida, con tiempos de respuesta cortos y una carga gráfica eficiente, sin interrupciones ni fallos técnicos. Asimismo, se identificó la existencia de un espacio destinado al soporte técnico denominado Centro de Atención al Usuario (CAU), el cual se encuentra accesible desde la pantalla principal de la plataforma. Se verificó que este canal dispone de atención mediante WhatsApp a través del número 3153096589, lo que permite brindar asistencia inmediata a los beneficiarios en caso de requerir orientación o resolver inconvenientes técnicos. El ambiente virtual de aprendizaje es intuitivo y está diseñado a la medida de la acción formativa, proporcionando una experiencia amigable y estructurada. Dentro de la plataforma, se identificaron diversas herramientas informáticas que facilitan la interacción con el contenido, tales como videos de introducción y desarrollo de la unidad temática, actividades interactivas, talleres prácticos y evaluaciones. Estas funcionalidades garantizan un aprendizaje dinámico, promoviendo la

	comprensión y aplicación efectiva de los conocimientos impartidos en la acción formativa.

5. SEGUIMIENTO ACADÉMICO

5.1. Sesiones sincrónicas:

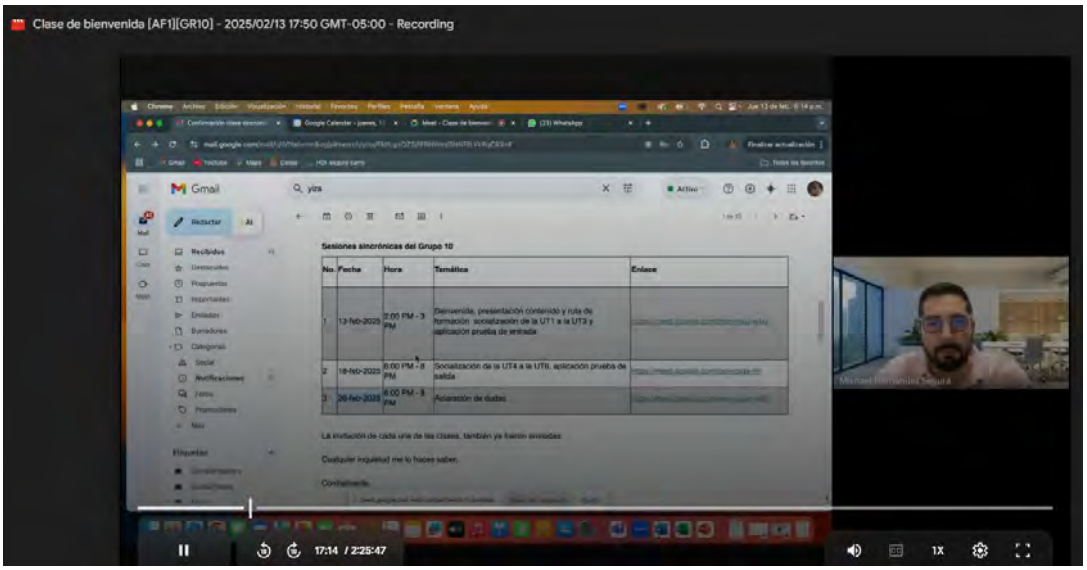
Durante la visita de interventoría, se verificó que el conviniente almacenó en la plataforma virtual las grabaciones correspondientes a las sesiones sincrónicas programadas dentro de la acción de formación. Se constató que las grabaciones están disponibles para los beneficiarios, lo que permite su consulta y revisión en cualquier momento, facilitando la continuidad del proceso formativo.

Las sesiones sincrónicas, dirigidas por el capacitador, fueron ejecutadas conforme a la programación establecida en el cronograma, abordando los temas previstos en la unidad temática correspondiente. Se evidenció que el contenido impartido es acorde con los objetivos de formación planteados, asegurando la alineación con la propuesta académica aprobada. Además, se verificó el acceso oportuno de los beneficiarios a estas sesiones, así como la disposición de enlaces directos a las grabaciones dentro del aula virtual.

Programación de clases sincrónicas

Sesiones sincrónicas del Grupo 10

No.	Fecha	Hora	Temática
1	13-feb-2025	2:00 PM - 3 PM	Bienvenida, presentación contenido y ruta de formación socialización de la UT1 a la UT3
2	18-feb-2025	6:00 PM - 8 PM	Socialización de la UT4 a la UT6
3	26-feb-2025	6:00 PM - 8 PM	Aclaración de dudas



Sesión	Aspectos verificados
Inicial: apertura del evento de formación	Durante la visita de interventoría, se verificó el cronograma de la acción de formación, el cual no hace referencia explícita a una primera sesión sincrónica de apertura. No obstante, al revisar la grabación del primer encuentro realizado el 13 de febrero de 2025, se evidenció que el video corresponde a la apertura del evento, cumpliendo con la programación establecida.

Sesión	Aspectos verificados
Explicativa: al inicio de cada unidad temática	De acuerdo con la programación de sesiones sincrónicas virtuales, hasta la fecha de la visita se han desarrollado tres unidades temáticas dentro de la acción de formación AF1: "Datos, privacidad y personalización de experiencias del cliente: futuro del marketing y el comercio electrónico en la era post-cookies". Se constató que las grabaciones de estos encuentros están disponibles en la plataforma virtual para consulta de los beneficiarios, garantizando la accesibilidad al contenido impartido. Sesiones sincrónicas del Grupo 10 No. | Fecha | Hora | Temática 1 | 13-feb-2025 | 2:00 PM - 3 PM | Bienvenida, presentación contenido y ruta de formación socialización de la UT1 a la UT3 2 | 18-feb-2025 | 6:00 PM - 8 PM | Socialización de la UT4 a la UT6 3 | 26-feb-2025 | 6:00 PM - 8 PM | Aclaración de dudas Las unidades temáticas abordadas en las sesiones verificadas son: UT1 Fundamentos del marketing digital post cookies. UT2 Cuidar la privacidad del cliente es cuidar el cliente. UT3 Captura y gestión inteligente de datos para marketing digital y eCommerce. Se verificó que la grabación correspondiente a la sesión del 13 de febrero de 2025 incluye la presentación de bienvenida y el desarrollo de las unidades temáticas UT1, UT2 y UT3, con una duración de 145 minutos. Durante la sesión, se evidenció que los encuentros sincrónicos estuvieron alineados con los temas establecidos en la propuesta aprobada, garantizando la pertinencia de los contenidos impartidos.
Dudas e inquietudes	Se realizó la revisión de la plataforma virtual, de acuerdo con la información suministrada por el conviniente en el cronograma aprobado. Durante la visita del 17 de febrero de 2025, a las 8:00 a. m., se verificó la disponibilidad de las grabaciones en el aula virtual. Asimismo, se constató la programación de un próximo encuentro sincrónico agendado para el 26 de febrero de 2025, evidenciando la continuidad de la acción de formación conforme a la planificación establecida.

5.2. Enfoque de la acción de formación:

El enfoque de la acción de formación está basado en la Formación en el Trabajo. El curso virtual "AF1 Datos, Privacidad y Personalización de Experiencias del Cliente: Futuro del Marketing y el Comercio Electrónico en la Era Post-Cookies" tiene como propósito desarrollar competencias en la gerencia media de las empresas del sector, capacitándolos para liderar la transformación en la recopilación, uso y análisis de la información de los clientes digitales. Su objetivo es mejorar la personalización de la experiencia del cliente e incrementar las ventas de productos y servicios, alineándose con las necesidades actuales del comercio digital y la protección de datos.

El nivel medio (gerencia media) se corresponde con la modalidad de formación seleccionada, dado que los beneficiarios cuentan con las capacidades y herramientas necesarias para aplicar los conocimientos adquiridos en sus entornos laborales. Las unidades temáticas propuestas y su contenido son coherentes con las actividades y funciones desempeñadas por los beneficiarios dentro de sus organizaciones. En este sentido, la acción de formación está orientada a dotarlos de herramientas técnicas para la administración de e-commerce, la gestión de privacidad de datos, la sistematización de información y el análisis de soluciones basadas en inteligencia artificial aplicadas al marketing digital, fortaleciendo su capacidad de toma de decisiones en un entorno digital en constante evolución.

La acción de formación es especializada y responde a los requerimientos del nivel ocupacional definido, proporcionando a los participantes conocimientos estratégicos en la implementación de herramientas que optimicen la experiencia del cliente. Es crucial que los beneficiarios de este nivel ocupacional se mantengan actualizados en las mejores prácticas de administración de datos, privacidad de la información y gestión de la experiencia del cliente. Para ello, deben alinearse con los estándares internacionales y garantizar el cumplimiento de la normativa vigente.

Este enfoque es coherente con la estrategia de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE), ya que la formación en estos temas prepara a los profesionales del sector para afrontar los desafíos futuros, ofreciendo experiencias excepcionales a los clientes y fortaleciendo la confianza en el comercio digital. En este sentido, las unidades temáticas propuestas están estructuradas de manera coherente con las funciones y actividades de los beneficiarios, facilitando la implementación efectiva de las competencias adquiridas. Asimismo, la formación se encuentra alineada con los lineamientos estratégicos de la organización, contribuyendo al cumplimiento de los objetivos empresariales y respaldando a la alta gerencia en la optimización de la eficiencia, calidad y costos dentro de la estructura corporativa.

6. HALLAZGOS

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

7. RECOMENDACIONES

Se recomienda mantener el acompañamiento y respaldo a los beneficiarios a través de la coordinación de los eventos formativos, asegurando que el proceso de aprendizaje avance de manera adecuada y que la finalización del curso se realice de manera satisfactoria y en los tiempos estipulados en la programación. Asimismo, se sugiere verificar la documentación del capacitador, garantizando la adecuada identificación de los instructores aprobados en cada sesión formativa.

8. CONCLUSIONES

La capacitación se llevó a cabo a través de la plataforma virtual, incluyendo un momento sincrónico, en cumplimiento con lo programado en el cronograma general detallado. La metodología aplicada combinó componentes teóricos y prácticos, lo que permitió a los beneficiarios participar activamente y fortalecer sus conocimientos en la temática impartida. Durante la sesión, se evidenció que la estructura del curso facilitó un aprendizaje progresivo y alineado con los objetivos de formación establecidos.

El desempeño de la plataforma virtual fue óptimo, sin presentar fallas técnicas que afectaran la ejecución de las actividades formativas. Su diseño es intuitivo, práctico y pedagógico, permitiendo a los participantes desarrollar la capacitación de manera eficiente y acceder a los recursos de aprendizaje sin inconvenientes. Asimismo, se confirmó que la acción de formación y su respectiva unidad temática se ejecutaron conforme a lo registrado en el cronograma remitido por el conviniente.

Sin embargo, se identificó que no se presentó el carné del capacitador aprobado para la sesión formativa, lo que representa un aspecto a mejorar en términos de verificación documental. Es fundamental que en futuras sesiones se garantice la presentación de este documento como parte de los requisitos establecidos en la convocatoria.

Por otra parte, se verificó que en la plataforma se encuentran registrados 65 participantes con el rol de estudiantes. Al aplicar el filtro correspondiente, se identificó la asignación de estos beneficiarios al Grupo 10. Se concluye que la ejecución de la acción formativa ha sido satisfactoria en términos metodológicos y operativos. No obstante, es recomendable fortalecer los controles de verificación documental para asegurar el cumplimiento de los lineamientos establecidos en la convocatoria.

9. REGISTRO VISUAL

A continuación, se detalla el registro visual

Capacitador de la acción de formación

Michael Hernández Segura

Michael Hernández Segura

Docente, consultor y comunicador estratégico. Magister en Comunicación Transmedia y Especialista en marketing digital, comercio electrónico e innovación social.

Capacitador en redes sociales, generación de ingresos y desarrollo de proyectos sociales. Con enfoque en impulsar el talento local y promover el desarrollo sostenible.

FCE

CAPACITADOR

Nombres Michael
Apellidos Hernández Segura

Documento: 1130616410

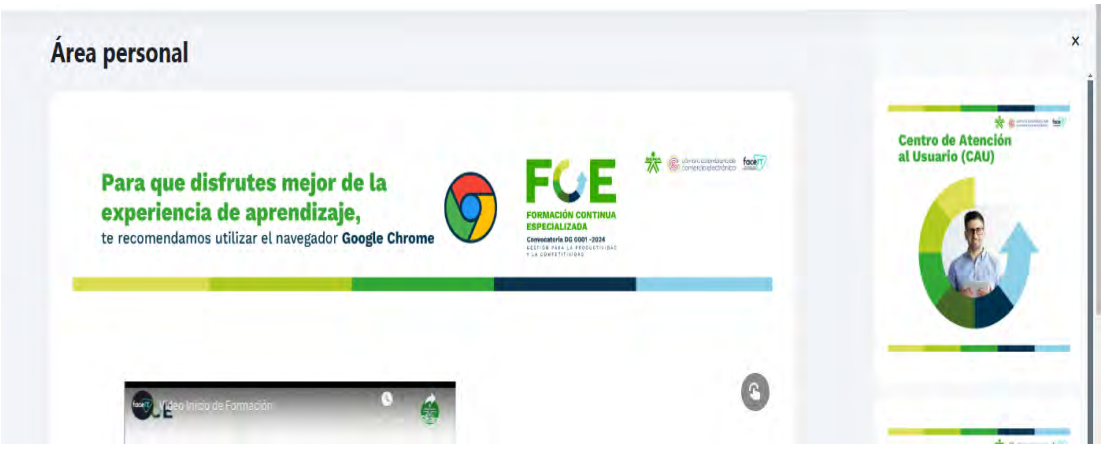
N° Convenio y Sigla
CO1.PCCNTR.6816846 de 2024

FCE

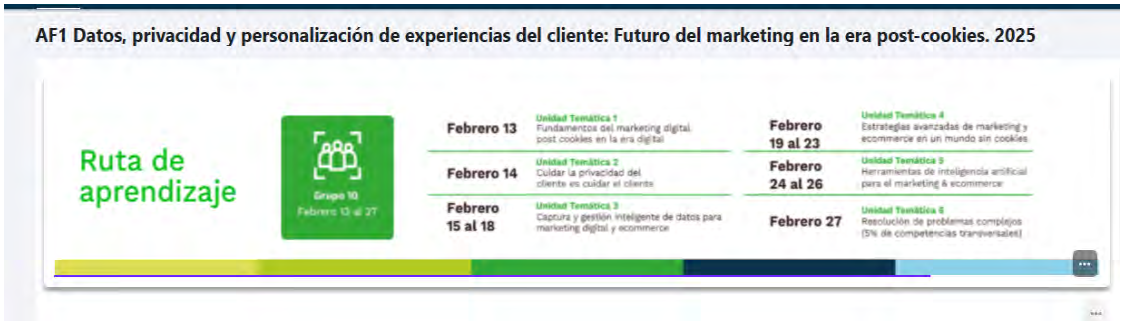
Aviso:

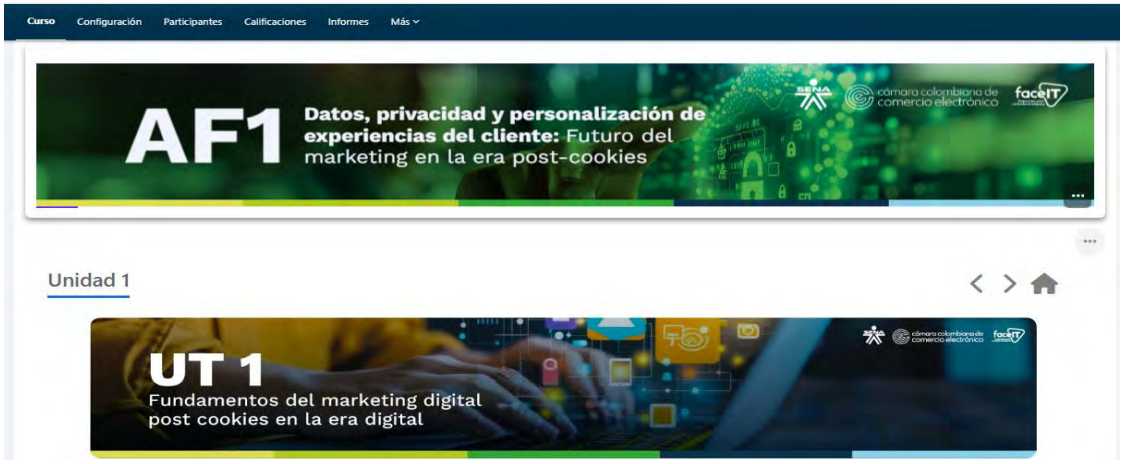
El presente documento únicamente tiene vigencia y validez para efectos de la ejecución del convenio No. CO1.PCCNTR.6816846 suscrito en el marco de la convocatoria DG-0001 de 2024 del SENA.

Soporte técnico - Centro de Atención al Usuario (CAU)



Unidad temática visitada





Fundamentos del marketing digital post cookies en la era digital
Unidad temática 1 Fundamentos del marketing digital post cookies en la era digital

¡Es hora de iniciar!
Descubre cómo revolucionar tus estrategias de marketing digital en la era post-cookies y lleva la personalización de experiencias al siguiente nivel.
¡Comienza a aprender ahora!

Evolución y Tendencias del Retail Digital
¿En dónde estamos en digital?
Evolución de la tecnología y la comunicación

Material de formación

Índice de contenido

- Introducción
- Video 1 Aprendiendo de los fundamentos del marketing digital
- Infografía interactiva 1 Visión general de la privacidad de datos y las regulaciones globales
- Infografía interactiva 2 Temas regulatorios y de privacidad
- Infografía interactiva 3 Repasemos algunos conceptos básicos
- Infografía interactiva 4 Google y su influencia en el impacto
- Actividad
- Preguntas de reflexión
- Infografía interactiva 5 Evolución del marketing digital y el impacto de la eliminación de cookies
- Infografía interactiva 6 ¿Sabías qué...?
- Preguntas de reflexión
- Video 2 Profundizando en la confianza de los clientes
- Infografía interactiva 7 Cambios en la política de cookies y cómo están remodelando las estrategias de marketing digital
- Actividad interactiva 1 ¡Ejercítate!
- Infografía interactiva 8 ¿Y cómo se están remodelando las estrategias de marketing?
- Actividad interactiva 2 ¡Ejercítate!
- ¿Sabías qué...?
- Preguntas de reflexión
- Referencias bibliográficas
- Infografía interactiva 8 Resumen de la unidad temática

Por esta razón, todas las empresas, sin importar su tamaño, deben comprender las **leyes** y **regulaciones** que rigen:

- Recolección
- Almacenamiento
- Uso de la información personal de los usuarios

El **GDPR** en Europa, la **CCPA** en California y la **Ley 1581** de **2012** en Colombia son **esenciales** para asegurar la transparencia y protección del consumidor.

Esta unidad **explora** de manera general estas leyes y menciona su impacto en las estrategias de marketing.

Video 1: Aprendiendo de los fundamentos del marketing digital
Fundamentos del marketing digital post cookies en la era digital
Pausar
00:09

Video 1: Aprendiendo de los fundamentos del marketing digital
MAPA DE EMPATÍA
¿Qué dice y qué hace?
¿Qué ve?
¿Qué piensa y qué siente?
¿Qué oye?
Esfuerzos
Resultados
Mapa Empatía
La Persona

Fundamentos del marketing digital post cookies en la era digital
AF1_2 > Unidad 1 > Fundamentos del marketing digital post cookies en la era digital
Salir de la actividad
Infografía didáctica 1 - Línea de tiempo 1
Evolución del marketing digital y el impacto de la eliminación de cookies
Repasemos un poco la historia para comprender los tiempos actuales. Miremos la línea de tiempo del marketing.

Fundamentos del marketing digital post cookies en la era digital
Años 1950 - 1960
El auge del Marketing Tradicional
En estos años, las estrategias se enfocaron en anuncios impresos, radio y televisión. La estrategia principal, marketing masivo a través de medios tradicionales, sin segmentación precisa.
Herramientas: Comerciales de televisión, anuncios en periódicos, publicidad radial.
Ejemplo: Coca-Cola utilizaba campañas de televisión masiva como su icónica campaña "It's the Real Thing" en los 60s para llegar a una audiencia amplia.

Fundamentos del marketing digital post cookies en la era digital
AF1_2 > Unidad 1 > Fundamentos del marketing digital post cookies en la er
Salir de la actividad
Años 1990
Nacimiento del Marketing Digital
Con la llegada de internet, las empresas empezaron a experimentar con formas de marketing digital. Las primeras páginas web eran estáticas, pero ofrecían a las empresas la oportunidad de llegar a una audiencia global.
Herramientas: SEO básico (Optimización para Motores de Búsqueda), campañas de correo masivo.
Ejemplo: Amazon, fundada en 1994, fue pionera en aprovechar internet para ofrecer productos y servicios globalmente. Empezaron utilizando SEO básico y email marketing para atraer clientes a su plataforma.

Fundamentos del marketing digital post cookies en la era digital
AF1_2 > Unidad 1 > Fundamentos del marketing digital post cookies en la era digital
Salir de la actividad
2020 - Presente
Era Post-Cookies y Privacidad de Datos
La preocupación por la privacidad de los datos ha generado un cambio hacia un marketing más centrado en la privacidad. Google ha anunciado la eliminación de las cookies de terceros en Chrome para 2024, y nuevas tecnologías como la Privacy Sandbox están surgiendo.
Herramientas: First-party data, Privacy Sandbox, Google Analytics 4, modelos de atribución basados en inteligencia artificial
Ejemplo: Apple implementó su función de App Tracking Transparency en 2021, exigiendo a las aplicaciones que obtengan permiso explícito de los usuarios antes de rastrearlos, lo que ha impactado las campañas publicitarias de empresas globales (MDN Web Docs)(Harvard Online)

(MDN Web Docs)(Harvard Online)

https://developer.mozilla.org/en-US/blog/goodbye-third-party-cookies/

https://www.harvardonline.harvard.edu/blog/how-googles-third-party-tracking-cookie-removal-impacts-users-2024

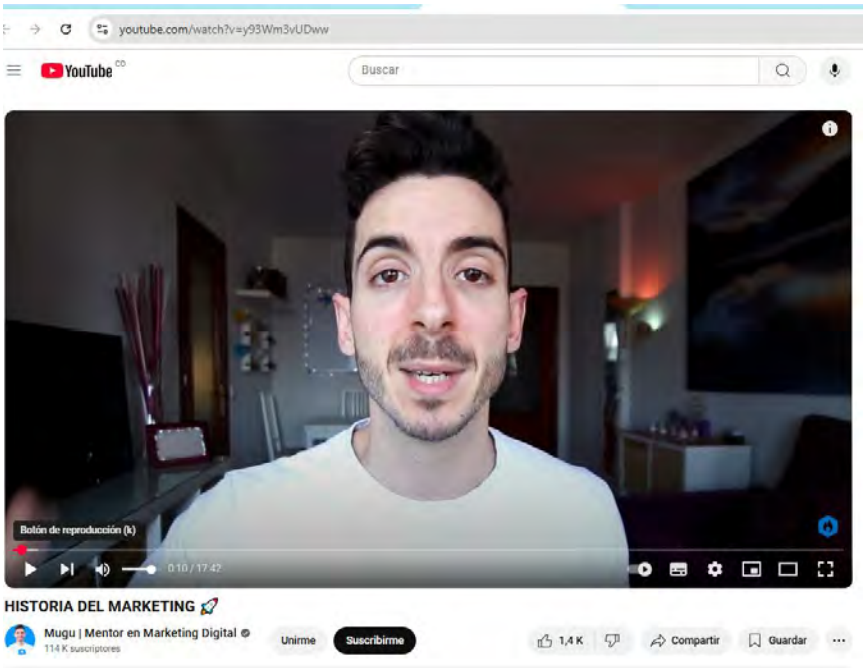
Videos:

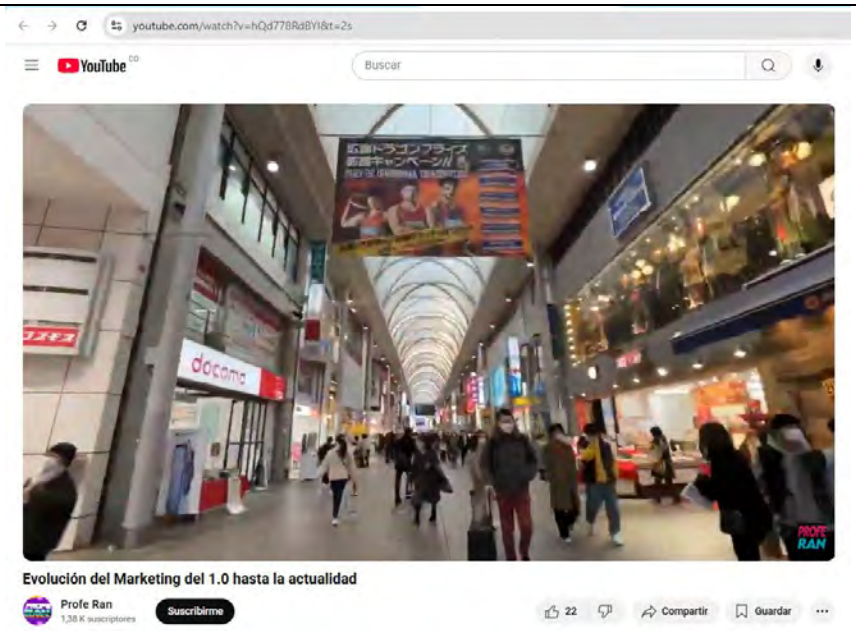
Fundamentos del marketing digital post cookies en la era digital

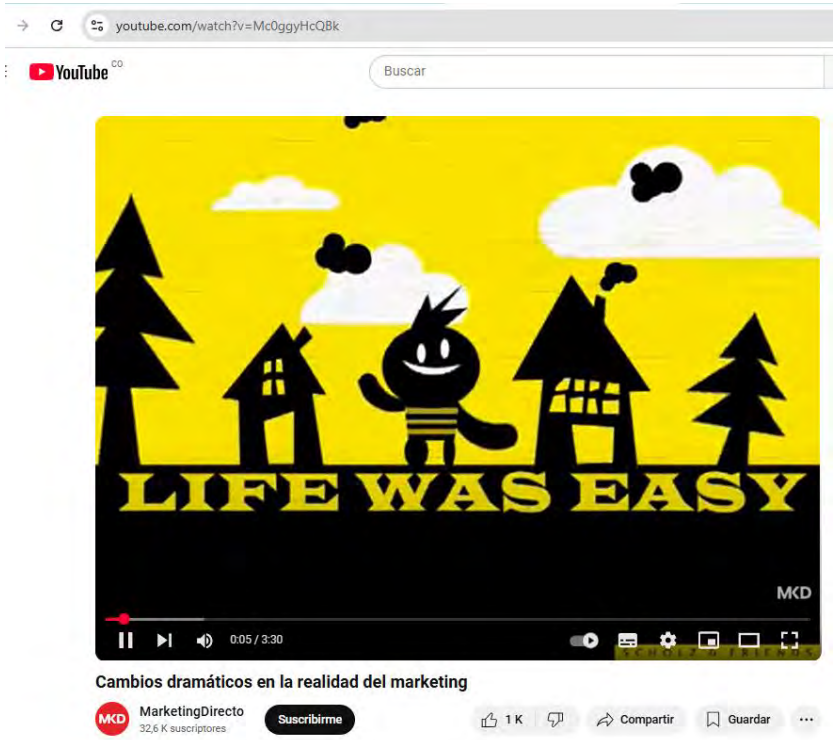
Te recomendamos...

Te recomendamos estos videos que, en diferentes estilos, nos cuentan cómo llegamos aquí - historia del marketing.

- https://www.youtube.com/watch?v=y93Wm3vUDww
- https://www.youtube.com/watch?v=hQd778RdBYI&t=2s
- https://www.youtube.com/watch?v=Mc0ggyHcQBk



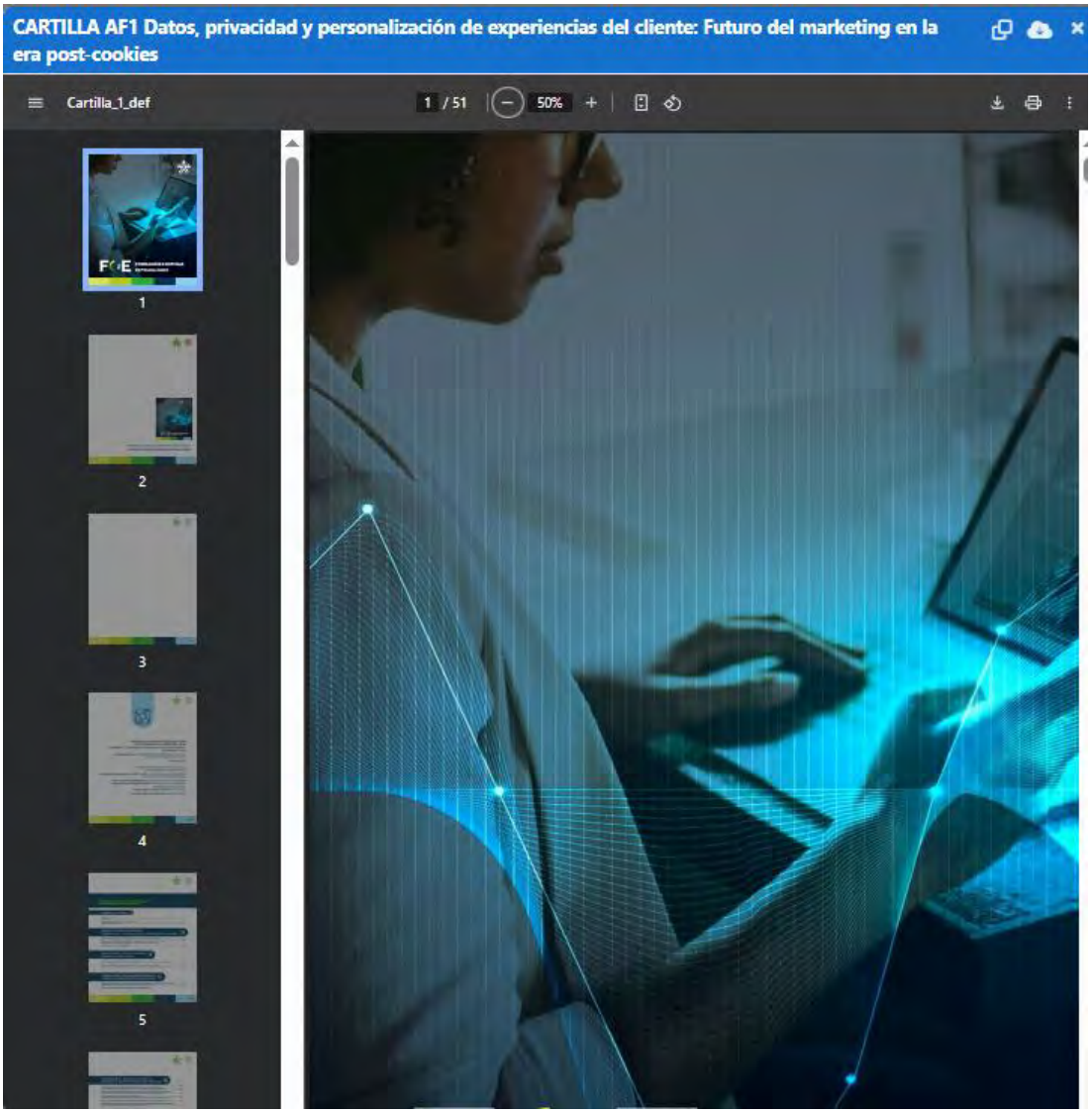

youtube.com/watch?v=hQd778RdBYI&t=2s
YouTube
Buscar
docomo
Evolución del Marketing del 1.0 hasta la actualidad
Profe Ran
1,38 K suscriptores
Suscribirme
22
Compartir
Guardar


youtube.com/watch?v=Mc0ggyHcQBk
YouTube
Buscar
LIFE WAS EASY
MKD
0:05 / 3:30
Cambios dramáticos en la realidad del marketing
MarketingDirecto
32,6 K suscriptores
Suscribirme
1 K
Compartir
Guardar

Material de formación

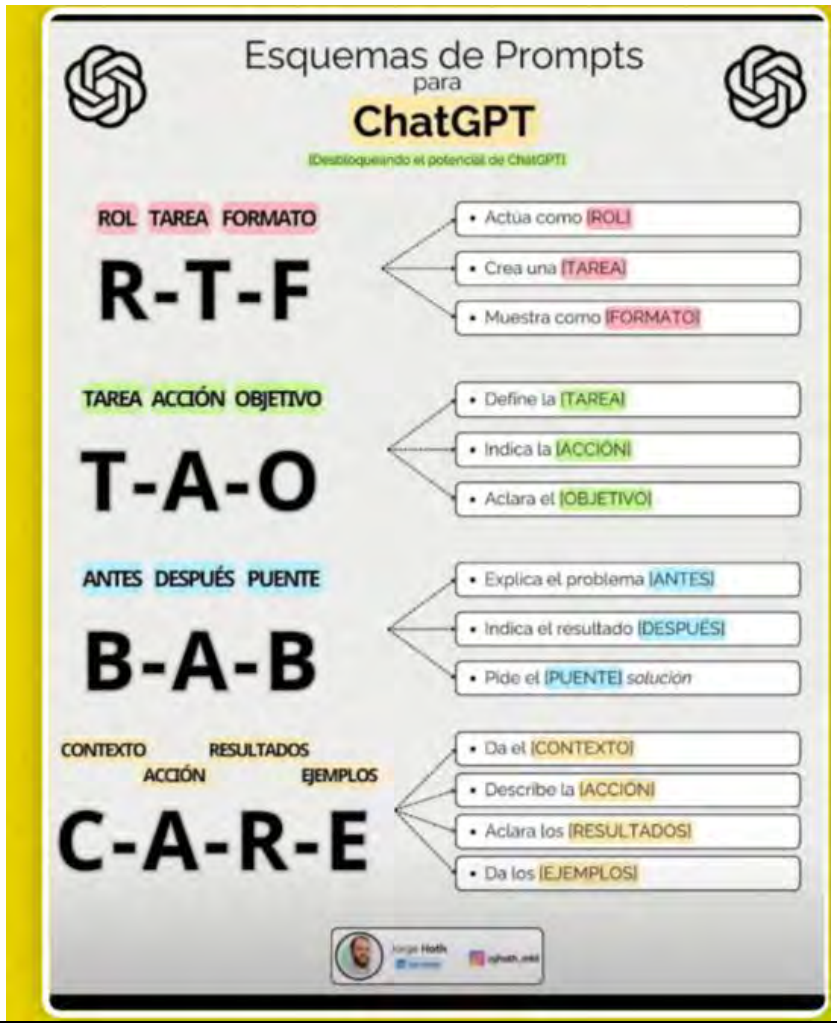
CARTILLA AF1 Datos, privacidad y personalización de experiencias del cliente: Futuro del marketing en la era post-cookies PDF

Para inspirarte a seguir aprendiendo queremos compartirte la cartilla del del curso.
Este recurso te será útil para repasar lo aprendido y tener siempre a mano la esencia de cada lección.
¡Descárgalo aquí!

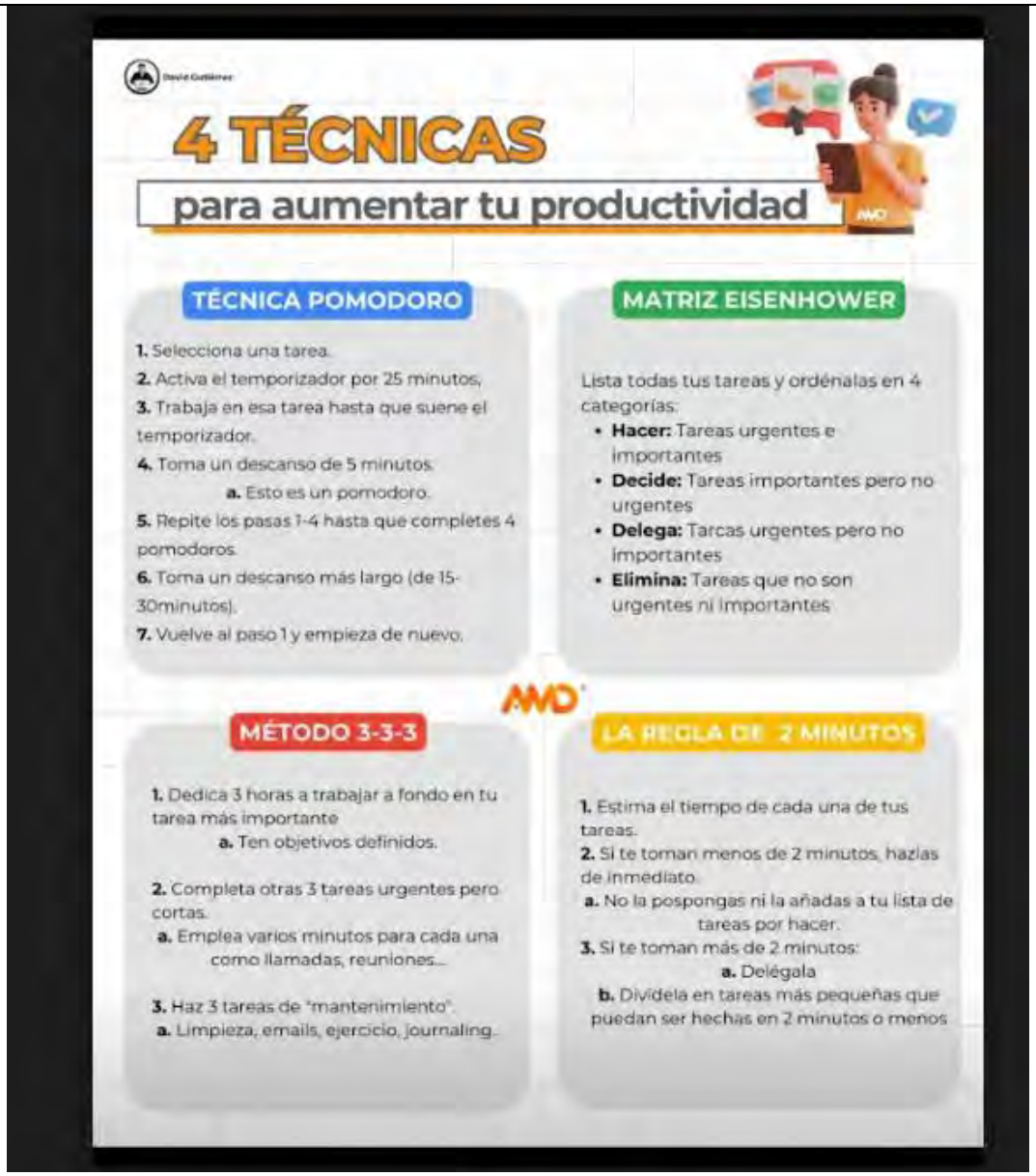


Material complementario:

Material Complementario


Esquemas de Prompts
para
ChatGPT
(Desbloqueando el potencial de ChatGPT)
ROL TAREA FORMATO
R-T-F
• Actúa como [ROL]
• Crea una [TAREA]
• Muestra como [FORMATO]
TAREA ACCIÓN OBJETIVO
T-A-O
• Define la [TAREA]
• Indica la [ACCIÓN]
• Aclara el [OBJETIVO]
ANTES DESPUÉS PUENTE
B-A-B
• Explica el problema [ANTES]
• Indica el resultado [DESPUÉS]
• Pide el [PUENTE] solución
CONTEXTO RESULTADOS
ACCIÓN EJEMPLOS
C-A-R-E
• Da el [CONTEXTO]
• Describe la [ACCIÓN]
• Aclara los [RESULTADOS]
• Da los [EJEMPLOS]

4 TÉCNICAS
para aumentar tu productividad
TÉCNICA POMODORO
1. Selecciona una tarea.
2. Activa el temporizador por 25 minutos.
3. Trabaja en esa tarea hasta que suene el temporizador.
4. Toma un descanso de 5 minutos.
a. Esto es un pomodoro.
5. Repite los pasas 1-4 hasta que completes 4 pomodoros.
6. Toma un descanso más largo (de 15-30minutos).
7. Vuelve al paso 1 y empieza de nuevo.
MATRIZ EISENHOWER
Lista todas tus tareas y ordénalas en 4 categorías:
• Hacer: Tareas urgentes e importantes
• Decide: Tareas importantes pero no urgentes
• Delega: Tarcas urgentes pero no importantes
• Elimina: Tareas que no son urgentes ni importantes
MÉTODO 3-3-3
1. Dedica 3 horas a trabajar a fondo en tu tarea más importante
a. Ten objetivos definidos.
2. Completa otras 3 tareas urgentes pero cortas.
a. Emplea varios minutos para cada una como llamadas, reuniones..
3. Haz 3 tareas de "mantenimiento".
a. Limpieza, emails, ejercicio, journaling..
LA REGLA DE 2 MINUTOS
1. Estima el tiempo de cada una de tus tareas.
2. Si te toman menos de 2 minutos, hazlas de inmediato.
a. No la pospongas ni la añadas a tu lista de tareas por hacer.
3. Si te toman más de 2 minutos:
a. Delégala
b. Divídela en tareas más pequeñas que puedan ser hechas en 2 minutos o menos


4 TÉCNICAS
para aumentar tu productividad
TÉCNICA POMODORO
1. Selecciona una tarea.
2. Activa el temporizador por 25 minutos.
3. Trabaja en esa tarea hasta que suene el temporizador.
4. Toma un descanso de 5 minutos.
a. Esto es un pomodoro.
5. Repite los pasos 1-4 hasta que completes 4 pomodoros.
6. Toma un descanso más largo (de 15-30minutos).
7. Vuelve al paso 1 y empieza de nuevo.
MATRIZ EISENHOWER
Lista todas tus tareas y ordénalas en 4 categorías:
• Hacer: Tareas urgentes e importantes
• Decide: Tareas importantes pero no urgentes
• Delega: Tarcas urgentes pero no importantes
• Elimina: Tareas que no son urgentes ni importantes
MÉTODO 3-3-3
1. Dedica 3 horas a trabajar a fondo en tu tarea más importante
a. Ten objetivos definidos.
2. Completa otras 3 tareas urgentes pero cortas.
a. Emplea varios minutos para cada una como llamadas, reuniones...
3. Haz 3 tareas de "mantenimiento".
a. Limpieza, emails, ejercicio, journaling...
LA REGLA DE 2 MINUTOS
1. Estima el tiempo de cada una de tus tareas.
2. Si te toman menos de 2 minutos, hazlas de inmediato.
a. No la pospongas ni la añadas a tu lista de tareas por hacer.
3. Si te toman más de 2 minutos:
a. Delégala
b. Divídela en tareas más pequeñas que puedan ser hechas en 2 minutos o menos

Glosario:

Glosario de términos

A

- Algoritmo: Conjunto de instrucciones lógicas y secuenciales que permiten resolver problemas o realizar tareas específicas.
- Análisis de Datos: Proceso de recopilación, procesamiento e interpretación de datos para extraer información útil y respaldar decisiones en marketing y comercio electrónico.
- Análisis Predictivo: Técnica que utiliza datos históricos para predecir comportamientos o resultados futuros.
- Automatización: Uso de software o tecnologías para realizar tareas repetitivas sin intervención humana.

B

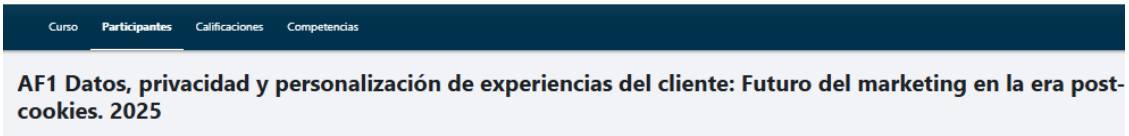
- Big Data: Conjunto de datos masivos y complejos que requieren herramientas y métodos avanzados para su análisis.

C

- Campañas Personalizadas: Estrategias de marketing diseñadas específicamente para satisfacer las necesidades y preferencias individuales de los clientes.
- CCPA (California Consumer Privacy Act): Ley de Privacidad del Consumidor de California que otorga a los residentes de California más control sobre sus datos personales. Las empresas deben informar a los usuarios sobre los datos que se recopilan, ofrecer la posibilidad de eliminarlos y permitir que opten por no vender su información a terceros.
- Cookies: Pequeños archivos de texto que los sitios web almacenan en el navegador del usuario para recordar información sobre su visita.
- Cookies de terceros (Third-Party Cookies). Cookies que no son creadas por el sitio web que el usuario visita directamente, sino por terceros (como anunciantes). Estas permiten rastrear al usuario entre diferentes sitios web y se utilizan principalmente para publicidad y segmentación de audiencias. Su eliminación es una respuesta a preocupaciones sobre la privacidad.
- Cumplimiento Normativo: Adherencia a las leyes y regulaciones que rigen la protección de datos y la privacidad del consumidor.

Explicativa UT1 - FUNDAMENTOS DEL MARKETING DIGITAL POST COOKIES

Beneficiarios participantes de la acción de formación (rol estudiante)



	Nombre / Apellido(s)	Roles	Grupos
☑	OA Oscar Mauricio Apraez	Estudiante	Grupo 10
☑	JA Jessica Mariel Aranguren	Estudiante	Grupo 10
☑	LA Liliana Andrea Ariza	Estudiante	Grupo 10
☑	VA Valeria Alejandra Ariza	Estudiante	Grupo 10
☑	DA Deicy Mayerly Astroza	Estudiante	Grupo 10
☑	DB Daniel Esteban Barco	Estudiante	Grupo 10
☑	LB Luis Gonzalo Benavides	Estudiante	Grupo 10
☑	OB Oscar Miguel Bermúdez	Estudiante	Grupo 10
☑	CC Carlos Eduardo Caicedo	Estudiante	Grupo 10
☑	GC Gina Paola Camargo	Estudiante	Grupo 10
☑	EC Esneider Alexander Canencio	Estudiante	Grupo 10
☑	KC Karol Andrea Castro	Estudiante	Grupo 10
☑	JC John Smith Chitiva	Estudiante	Grupo 10
☑	SC Sol Maria Cordoba	Estudiante	Grupo 10
☑	AD Angie Estefany Dizzett	Estudiante	Grupo 10
☑	CE Cristian Andres Espinel	Estudiante	Grupo 10
☑	JE Jorge Espitia	Estudiante	Grupo 10
☑	JF Juan Vicente Forero	Estudiante	Grupo 10
☑	AG Alberto Javier Galeano	Estudiante	Grupo 10
☑	JG Jeimy Janethe González	Estudiante	Grupo 10

1 2 3 4 »

Curso | **Participantes** | Calificaciones | Competencias

	Nombre / Apellido(s)	Roles	Grupos
PG	Paula Andrea Grijalba	Estudiante	Grupo 10
RH	Rina Rocio Herrera	Estudiante	Grupo 10
AH	Alexandrs Herrera	Estudiante	Grupo 10
VH	Víctor Hugo Herrera	Estudiante	Grupo 10
AH	Ana Valentina Herrera	Estudiante	Grupo 10
DH	Diana Carolina Higuera	Estudiante	Grupo 10
CH	Carlos Hilarion	Estudiante	Grupo 10
JL	Juan Guillermo Latorre	Estudiante	Grupo 10
JL	Jazmín Leon	Estudiante	Grupo 10
JL	Johanna Leon	Estudiante	Grupo 10
LL	Licec Esmeralda León	Estudiante	Grupo 10
JL	Jahir Lopez	Estudiante	Grupo 10
CL	Cecilia Yolanda Luna	Estudiante	Grupo 10
MM	Mayra Alejandra Marentes	Estudiante	Grupo 10
LM	Luisa Martinez	Estudiante	Grupo 10
CM	Camilo Martínez	Estudiante	Grupo 10
WM	Wilson Martinez	Estudiante	Grupo 10
CM	Claudia Jimena Medina	Estudiante	Grupo 10
LM	Lina Marcela Medina	Estudiante	Grupo 10
JM	Juan David Mendoza	Estudiante	Grupo 10

« 1 2 3 4 »

Curso | **Participantes** | Calificaciones | Competencias

	Nombre / Apellido(s)	Roles	Grupos
CM	Claudia Milena Mesa	Estudiante	Grupo 10
LM	Laura Daniela Molano	Estudiante	Grupo 10
CM	Cristian Santiago Molina	Estudiante	Grupo 10
SO	Sandra Yohana Ocampo	Estudiante	Grupo 10
MP	María Araminta Pachon	Estudiante	Grupo 10
EP	Elizabeth Paipa	Estudiante	Grupo 10
MP	Milton Francisco Paz	Estudiante	Grupo 10
AP	Andres Pereira	Estudiante	Grupo 10
RP	Rodrigo Poveda	Estudiante	Grupo 10
TQ	Tatiana Quinchanegua Quinchanegua	Estudiante	Grupo 10
RQ	Ruben Dario Quiroz	Estudiante	Grupo 10
LR	Loraine Rivera	Estudiante	Grupo 10
MR	María Serena Robles	Estudiante	Grupo 10
CR	Camilo Esteban Rodriguez	Estudiante	Grupo 10
ÁR	Ángela Jannethe Rojas	Estudiante	Grupo 10
RR	Ronald Armando Rondón	Estudiante	Grupo 10
JR	Jeniffer Ruiz	Estudiante	Grupo 10
YS	Yuly Yineth Salamanca	Estudiante	Grupo 10
LS	Leidy Johanna Salamanca	Estudiante	Grupo 10
SS	Sonia Sánchez	Estudiante	Grupo 10

« 1 2 3 4 »

	Nombre / Apellido(s)	Roles	Grupos
☑	SS Sonia Sánchez	Estudiante	Grupo 10
☑	AS Ana María Sosa	Estudiante	Grupo 10
☑	LV Laura Cristina Vasquez	Estudiante	Grupo 10
☑	LW Laya Wancier	Estudiante	Grupo 10
☑	AZ Ana Isabel Zarama	Estudiante	Grupo 10

« 1 2 3 4

Mostrar 65

Seleccione a todos los usuarios 65 Con los usuarios seleccionados... Elige una opción...

Progreso académico de los beneficiarios

Curso Participantes Calificaciones Competencias

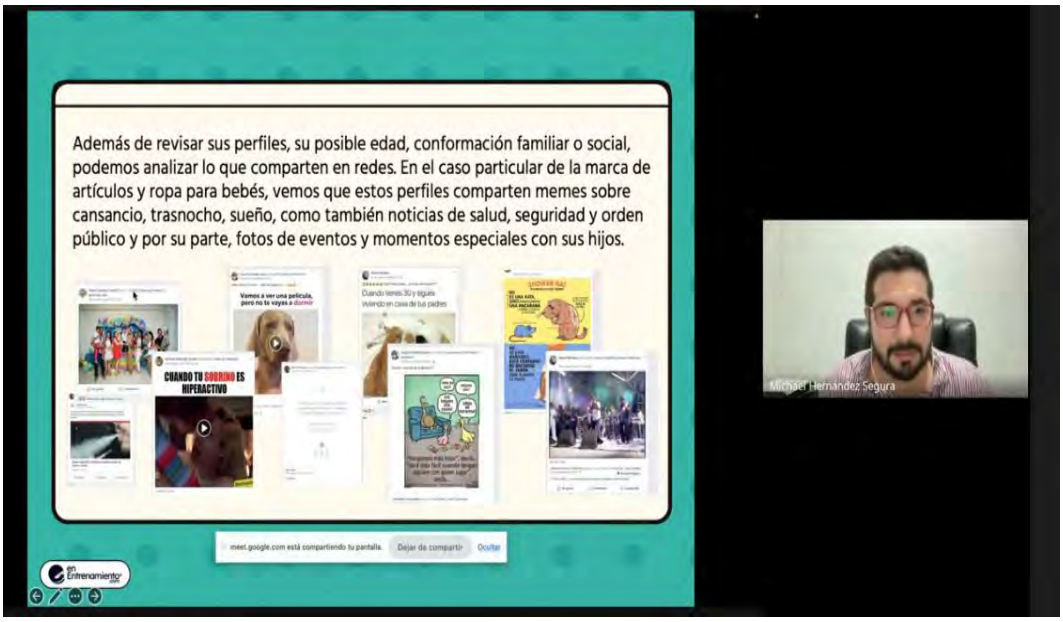
AF1 Datos, privacidad y personalización de experiencias del cliente: Futuro del marketing en la

Usuario

IS **Interventor Sena 2024**

Ítem de calificación	Ponderación calculada	Calificación	Rango	Porcentaje
AF1 Datos, privacidad y personalización de experiencias del cliente: Futuro del marketing en la era post-cookies. 2025				
CUESTIONARIO Bienvenidos a la Prueba de Entrada AF1.	0.00 % (Vacío)	-	0–5	-
CUESTIONARIO Bienvenidos a la Prueba de Salida AF1	0.00 % (Vacío)	-	0–5	-
PAQUETE SCORM Fundamentos del marketing digital post cookies en la era digital	20.00 %	0.00	0–100	0.00 %
PAQUETE SCORM Cuidar la privacidad del cliente es cuidar el cliente	0.00 % (Vacío)	-	0–100	-
PAQUETE SCORM Captura y gestión inteligente de datos para marketing digital y ecommerce	20.00 %	0.00	0–100	0.00 %
PAQUETE SCORM Herramientas de inteligencia artificial para el marketing & ecommerce	20.00 %	0.00	0–100	0.00 %
PAQUETE SCORM Resolución de problemas complejos	20.00 %	0.00	0–100	0.00 %
PAQUETE SCORM Estrategias avanzadas de marketing y ecommerce en un mundo sin cookies	20.00 %	0.00	0–100	0.00 %
CÁLCULO TOTAL Total del curso	-	**0.00**	**0–500**	**0.00 %**

Interacciones capacitador y beneficiarios



10. CONCEPTO ACÁDEMICO

En la visita realizada a la acción de formación "AF1 Datos, privacidad y personalización de experiencias del cliente: futuro del marketing y el comercio electrónico en la era post-cookies", se evaluó su desarrollo bajo el enfoque de formación en el trabajo. Este curso virtual está diseñado para fortalecer competencias en el nivel ocupacional definido, en el que los beneficiarios adquieren conocimientos sobre la administración de comercio electrónico de productos y servicios. Dentro de este contexto, los participantes deben desarrollar habilidades y obtener herramientas técnicas para gestionar la privacidad de datos, sistematizar información, analizar soluciones basadas en inteligencia artificial aplicadas al marketing digital y aplicar herramientas para mejorar la experiencia del cliente.

La metodología teórico-práctica empleada permitió que los beneficiarios profundizaran en la unidad temática número 1, "Fundamentos del marketing digital post cookies", abordando temas clave como la visión general de la privacidad de datos y las regulaciones globales, la evolución del marketing digital y el impacto de la eliminación de cookies, así como nuevas estrategias de marketing digital en el

comercio electrónico. Se verificó que la sesión cumplió con lo establecido en el cronograma, promoviendo la interacción entre el docente y los beneficiarios, lo que facilitó la apropiación del conocimiento a través del análisis y la aplicación de conceptos en entornos reales.

La plataforma virtual utilizada presentó un desempeño adecuado, proporcionando un ambiente de aprendizaje accesible y estructurado para los participantes. Se constató que todos los recursos aprobados, como el material de formación, estaban disponibles y organizados en la plataforma, asegurando un soporte completo para el proceso de aprendizaje. Asimismo, se verificó que el Centro de Atención al Usuario (CAU) estaba habilitado y accesible, permitiendo a los beneficiarios recibir asistencia técnica de manera oportuna. La plataforma también facilita la consulta de materiales complementarios y grabaciones de las sesiones sincrónicas, garantizando una experiencia de aprendizaje dinámica y ajustada a las necesidades de los participantes.

Por otra parte, se evidenció que la formación está orientada a fortalecer las competencias de la gerencia media de las empresas del sector, con el objetivo de liderar la transformación en la recopilación, uso y análisis de la información de los clientes digitales, optimizando la personalización de la experiencia del cliente e incrementando las ventas de productos y servicios. Sin embargo, se identificó que la plataforma empleada para desarrollar las sesiones sincrónicas permite registrar asistencia mediante capturas de pantalla con vista en galería, pero no ofrece una validación precisa del número exacto de participantes conectados en tiempo real.

MARTHA CECILIA ÁLVAREZ OSORIO
Coordinadora Académica
Proyecto interventoría SENA
Universidad de Antioquia

SANDRA YAMILE PÁEZ
Interventora
Proyecto interventoría SENA
Universidad de Antioquia

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

Proyectó: Sandra Yamile Páez V – Interventor(a)
Revisó: Martha Cecilia Álvarez Osorio – Coordinadora Académica