INFORME FINAL

CONVOCATORIA DG-0001-2024 PROGRAMA DE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA - PFCE

CAMARA COLOMBIANA DE COMERCIO ELECTRONICO
Marzo 2025

Contenido

1. RESUMEN DE LA EJECUCIÓN ACADEMICA DEL PROYECTO APROBADO 4
1.1 Acciones de formación ejecutadas 5
1.1.1 Acción de formación 1 5
1.1.2 Acción de formación 2 6
1.1.3 Acción de formación 3 7
1.1.4 Acción de formación 4 7
1.1.5 Acción de formación 5 8
1.1.6 Acción de formación 6 9
1.1.7 Acción de formación 7 10
1.2 Cumplimiento registro de beneficiarios SEP 11
1.3 Evidencias de la realización de las acciones de formación 11
2. NÚMERO DE BENEFICIARIOS FORMADOS Y CERTIFICADOS. 19
3. ACCIONES DE FORMACIÓN EJECUTADAS 21
4. ANÁLISIS DEL CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS 22
5. LUGARES DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO 23
6. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA EN EL CASO DE INCLUIR LOS MODELOS DE APRENDIZAJE PUESTO DE TRABAJO REAL, BOOTCAMP Y/O MAXIMIZANDO TU PROCESO 24
7. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS POR CADA ACCIÓN DE FORMACIÓN EJECUTADA A TRAVÉS DE CURSOS Y DIPLOMADOS Y/O EN EL CASO DE APLICAR ALGUNO(S) DE LOS MODELOS DE APRENDIZAJE PUESTO DE TRABAJO REAL, BOOTCAMP Y/0 MAXIMIZANDO TU PROCESO. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE APRENDIZAJE PROYECTADOS VS. ALCANZADOS 27
8. AVANCE DE RESULTADOS Y ANÁLISIS DE INDICADORES DE IMPACTO 39
a. Tasa de Incremento de conocimiento 39
b. Informe de indicadores de seguimiento y resultados. 40
c. Aplicación encuesta 41
d. Informe indicadores de impacto 58
9. NÚMERO DE MODIFICACIONES SOLICITADAS Y APROBADAS 63
10. EVIDENCIAS DEL USO DE LA IMAGEN CORPORATIVA 63
11. REPORTE DEL DESARROLLO DE LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO Y TECNOLOGÍA 66
12. RESUMEN DE LA EJECUCIÓN FINANCIERA QUE INCLUYA PRESUPUESTO APROBADO VS. PRESUPUESTO EJECUTADO 68

13. RENDIMIENTOS FINANCIEROS GENERADOS 69

14. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS 69

15. CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES ESTABLECIDAS EN EL CONVENIO. 70

16. CASOS DE ÉXITO, EXPERIENCIAS DEL PROYECTO Y EJECUCIÓN E IMPACTO DE LAS ACCIONES DE FORMACIÓN. 71

17. EVENTOS DE DIVULGACION 71

1. RESUMEN DE LA EJECUCIÓN ACADEMICA DEL PROYECTO APROBADO

En la siguiente tabla, se presenta la información general del convenio ejecutado.

Resumen general del convenio

Tabla 1 Información General del convenio

Conveniente	CAMARA COLOMBIANA DE COMERCIO ELECTRONICO
NIT	900223319
Convenio	CO1.PCCNTR.6816846 de 2024
Acta de ajustes	N/A
Otrosí	
Convocatoria	DG-0001-2024 - GREMIO
Objetivo general del convenio	Desarrollar y fortalecer las capacidades y habilidades de las empresas vinculadas a la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico y su cadena productiva, a través de formación continua especializada para el uso y apropiación de tecnologías digitales, incrementando las competencias laborales asociadas con la prestación de servicios de comercio electrónico, contribuyendo en la transformación digital de la cuarta revolución industrial y apropiando procesos innovadores que generen mecanismos avanzados de interacción, participación y toma de decisiones.
Fecha de suscripción del convenio	9 de octubre 2024
Fecha de inicio	9 de octubre 2024
Fecha de finalización	31 de marzo 2024
Valor total del convenio	$1.288.272.929
Valor cofinanciación	$ 962.850.378
Valor contrapartida	$ 325.422.551
Efectivo	$ 325.422.551
Especie	$0
Director del proyecto	Yiza Yelena Aragón Lozano
No. Acciones de formación	7
No. Grupos	26
No. Beneficiarios	1.112
Fecha de inicio actividades académicas	9 de noviembre de 2024
Fecha finalización actividades académicas	1 de marzo de 2025

Ejecución académica

A continuación, se detalla la ejecución académica del proyecto, por acción de formación con sus respectivos grupos.

1.1 Acciones de formación ejecutadas

1.1.1 Acción de formación 1

Datos, Privacidad Y Personalización De Experiencias Del Cliente: Futuro Del Marketing Y El Comercio Electrónico En La Era Post-Cookies

Desarrollar competencias en la gerencia media de las empresas del sector para liderar la transformación en la recopilación, uso y análisis de la información de los clientes digitales, para mejorar la personalización de la experiencia del cliente e incrementar las ventas de los productos y servicios.

Unidades Temáticas
Cada unidad temática dentro de la acción de formación dispone de una estrategia de aprendizaje estructurada a partir del material de formación y basada en las competencias a adquirir cada beneficiario, el ambiente de aprendizaje y los resultados de aprendizaje esperados.

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 Ecommerce.
UT4 Estrategias Avanzadas De Marketing Y Ecommerce En Un Mundo Sin Cookies.
UT5 Herramientas De Inteligencia Artificial Para El Marketing & Ecommerce.
UT6 Resolución De Problemas Complejos (5% Competencias Transversales)

Evento de formación: Curso

Modalidad de formación: Virtual

Duración de la acción de formación: 40 horas

Asistencia general: El **103%** de los participantes completaron las horas programadas.

1.1.2 Acción de formación 2

Retail Digital: Estrategias clave para atraer y fidelizar clientes en el comercio electrónico

Capacitar a los participantes para desarrollar una perspectiva innovadora y estratégica frente a los desafíos del Retail Digital, mediante la adopción de herramientas y estrategias que aborden la disrupción digital en sus organizaciones. El objetivo es equipar a los beneficiarios con soluciones efectivas para mejorar la fidelización y retención de clientes en el entorno del Retail, potenciando así la competitividad y el crecimiento sostenible de sus negocios.

Unidades Temáticas

Cada unidad temática dentro de la acción de formación dispone de una estrategia de aprendizaje estructurada a partir del material de formación y basada en las competencias a adquirir cada beneficiario, el ambiente de aprendizaje y los resultados de aprendizaje esperados.

UT1 Estrategias Y Transformación En El Retail Digital: Fundamentos Y Tendencias Emergentes.
UT2 Desarrollo De Estrategias De Contenido Y Experiencia Del Usuario
UT3 Estrategias Avanzadas Para El
UT4 Análisis De Datos Y Personalización En Retail Digital
UT5 Tecnologías Avanzadas Para La Innovación En Retail Digital
UT6 Resolución De Problemas Complejos Con Énfasis En Conflictos En Ambientes Digital (5% Competencias Transversales)

Evento de formación: Curso

Modalidad de formación: Virtual

Duración de la acción de formación: 40 horas

Asistencia general: El **106%** de los participantes completaron las horas programadas.

1.1.3 Acción de formación 3

Herramientas de comercio electrónico para impulsar el sector agropecuario

Proporcionar a los trabajadores del sector agrícola herramientas de comercio electrónico que les permita reducir los intermediarios innecesarios en la cadena de distribución, optimizar costos de insumos y productos, así como ampliar el acceso a nuevos mercados para la distribución de productos agropecuarios.

Unidades Temáticas

Cada unidad temática dentro de la acción de formación dispone de una estrategia de aprendizaje estructurada a partir del material de formación y basada en las competencias a adquirir cada beneficiario, el ambiente de aprendizaje y los resultados de aprendizaje esperados.

UT1 Conceptos fundamentales del comercio electrónico orientado a la economía campesina.
UT2 Agromercadeo digital: conectando productos agrícolas con el mercado global
UT3 Impulsa tu negocio online: claves prácticas de la cadena de valor en ecommerce
UT4 Pensamiento analítico e innovación (5% transversal)

Evento de formación: Taller Eco Campesina

Modalidad de formación: Presencial

Duración de la acción de formación: 8 horas

Asistencia general: El **145%** de los participantes completaron las horas programadas.

1.1.4 Acción de formación 4

Innovation as company value booster

La formación 'Innovation as Company Value Booster' fortalecerá y optimizará la empresa, potenciando la comprensión, colaboración, creatividad y aplicación efectiva del conocimiento en toda la organización, mejorando su capacidad para innovar y adaptarse al cambio en un entorno empresarial dinámico.

Unidades Temáticas
Cada unidad temática dentro de la acción de formación dispone de una estrategia de aprendizaje estructurada a partir del material de formación y basada en las competencias a adquirir cada beneficiario, el ambiente de aprendizaje y los resultados de aprendizaje esperados.

UT1: Unidad temática internacional

Evento de formación: Curso

Modalidad de formación: Presencial

Duración de la acción de formación: 50 horas

Asistencia general: El **100%** de los participantes completaron las horas programadas.

1.1.5 Acción de formación 5

Aplicación de tecnologías emergentes y desarrollo de habilidades gerenciales para la toma de decisiones

Capacitar a los altos directivos en el conocimiento, habilidades y herramientas prácticas de la Inteligencia Artificial, con el fin de que puedan liderar eficazmente la implementación de soluciones basadas en tecnologías emergentes que satisfagan las necesidades de transformación e innovación de su empresa. Se busca dotar a los participantes con los recursos necesarios para optimizar la cadena de valor, mejorar la eficiencia operativa y potenciar las ventas, aumentando así la satisfacción del cliente y posicionando a las empresas en un entorno competitivo en constante evolución.

Unidades Temáticas
Cada unidad temática dentro de la acción de formación dispone de una estrategia de aprendizaje estructurada a partir del material de formación y basada en las competencias a adquirir cada beneficiario, el ambiente de aprendizaje y los resultados de aprendizaje esperados.

UT1 Fundamentos de inteligencia artificial y analítica de data para gerentes y tomadores de decisiones.
UT2 Buenas prácticas en la gestión y tratamiento de los riesgos en el uso de la IA
UT3 Las herramientas tecnológicas y sus aplicaciones para el proceso comercial.
UT4 Inteligencia artificial para la adopción de las prácticas de customer experience.
UT5 Analítica de datos con Power BI para tomar mejores decisiones.
UT6 Pensamiento analítico e innovación (5% competencia transversal)

Evento de formación: Curso alta dirección

Modalidad de formación: PAT

Duración de la acción de formación: 20 horas

Asistencia general: El **83%** de los participantes completaron las horas programadas.

1.1.6 Acción de formación 6

Mejoras en el proceso de logística & cadena de suministro como impulsores del cambio 4.0

Optimizar el proceso de Logística & Cadena de Suministro de Domina Entrega Total ® para mejorar su eficiencia, sostenibilidad y competitividad, a través de la aplicación de conocimientos, herramientas tecnológicas y estrategias innovadoras.

Unidades Temáticas

Cada unidad temática dentro de la acción de formación dispone de una estrategia de aprendizaje estructurada a partir del material de formación y basada en las competencias a adquirir cada beneficiario, el ambiente de aprendizaje y los resultados de aprendizaje esperados.

UT1: Reconocimiento & diagnostico proceso logística y cadena de suministro
UT2: Creación de la solución para optimizar proceso logístico
UT3: Implementación de la solución
UT4: Implementación y montaje proceso de logística

Evento de formación: Maximizando tu proceso

Modalidad de formación: Presencial

Duración de la acción de formación: 24 horas

Asistencia general: El **109%** de los participantes completaron las horas programadas.

1.1.7 Acción de formación 7

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

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.

Unidades Temáticas
Cada unidad temática dentro de la acción de formación dispone de una estrategia de aprendizaje estructurada a partir del material de formación y basada en las competencias a adquirir cada beneficiario, el ambiente de aprendizaje y los resultados de aprendizaje esperados.

UT1 Atención integral en e-commerce
UT2 Promoción y personalización en el portafolio de productos y servicios

UT3 Desarrollo de un plan de fidelización
UT4 Pensamiento crítico y estratégico

Evento de formación: Taller (Acción de Formación Alineada SNC)

Modalidad de formación: Presencial

Duración de la acción de formación: 8 horas

Asistencia general: El **110%** de los participantes completaron las horas programadas.

Lo anterior, da cuenta al cumplimiento a la ejecución satisfactoria de cada una de las acciones de formación, así como los resultados de aprendizaje definidos en los objetivos de los cursos.

La asistencia entre las siete (7) acción de formación fue satisfactoria, seis (6) de las acciones de formación, superaron el 100% dela asistencia; a excepción de la AF5 que conto el 83% de asistencia.

Los cursos además contaron con contenido práctico, clases en vivo, estudio de casos, actividades prácticas y test evaluativos que permitieron medir el avance del proceso de aprendizaje, tal como se describió en el ítem evaluación de aprendizaje.

1.2 Cumplimiento registro de beneficiarios SEP

Cada uno de los participantes en las siete (7) acciones de formación y de las cuatro (4) acciones de formación de la transferencia de conocimiento y tecnología, se encuentran registrado en el aplicativo SEP dispuesto por el SENA.

1.3 Evidencias de la realización de las acciones de formación

De acuerdo con el cronograma aprobado, se llevó a cabo la formación en los 26 grupos distribuidos en las 7 acciones de formación, dando cumplimiento a las fechas establecidas.

El convenio contó con dos (2) acciones de formación en modalidad virtual, tres (3) acciones de formación en modalidad presencial, una (1) acción de formación en modalidad PAT y una (1) acción de formación internacional.

En la siguiente tabla se presenta porcentaje alcanzado en cada una de las acciones de formación:

Tabla 2 Avance académico por acción de formación.

# AF	UNIDADES TEMÁTICAS	% LOGRADO
1	UT 1 FUNDAMENTOS DEL MARKETING DIGITAL POST COOKIES EN LA ERA DIGITAL. UT 2 CUIDAR LA PRIVACIDAD DEL CLIENTE ES CUIDAR EL CLIENTE. UT 3 CAPTURA Y GESTIÓN INTELIGENTE DE DATOS PARA MARKETING DIGITAL Y ECOMMERCE. UT 4 ESTRATEGIAS AVANZADAS DE MARKETING Y ECOMMERCE EN UN MUNDO SIN COOKIES. UT 5 HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA EL MARKETING & ECOMMERCE. UT 6 RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS COMPLEJOS (5% COMPETENCIAS TRANSVERSALES)	103%
2	UT 1 ESTRATEGIAS Y TRANSFORMACIÓN EN EL RETAIL DIGITAL: FUNDAMENTOS Y TENDENCIAS EMERGENTES. UT 2 DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE CONTENIDO Y EXPERIENCIA DEL USUARIO UT 3 ESTRATEGIAS AVANZADAS PARA EL UT 4 ANÁLISIS DE DATOS Y PERSONALIZACIÓN EN RETAIL DIGITAL UT 5 TECNOLOGÍAS AVANZADAS PARA LA INNOVACIÓN EN RETAIL DIGITAL UT 6 RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS COMPLEJOS CON ÉNFASIS EN CONFLICTOS EN AMBIENTES DIGITAL (5% COMPETENCIAS TRANSVERSALES)	106%
3	UT1 CONCEPTOS FUNDAMENTALES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO ORIENTADO A LA ECONOMÍA CAMPESINA. UT2 AGROMERCADEO DIGITAL: CONECTANDO PRODUCTOS AGRÍCOLAS CON EL MERCADO GLOBAL UT3 IMPULSA TU NEGOCIO ONLINE: CLAVES PRÁCTICAS DE LA CADENA DE VALOR EN ECOMMERCE UT 4 PENSAMIENTO ANALÍTICO E INNOVACIÓN (5% transversal)	145%
4	UT1: UNIDAD TEMÁTICA INTERNACIONAL	100%
5	UT 1 FUNDAMENTOS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y ANALÍTICA DE DATA PARA GERENTES Y TOMADORES DE DECISIONES. UT 2 BUENAS PRÁCTICAS EN LA GESTIÒN Y TRATAMIENTO DE LOS RIESGOS EN EL USO DE LA IA	83%

	UT 3 LAS HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS Y SUS APLICACIONES PARA EL PROCESO COMERCIAL. UT 4 INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA LA ADOPCIÓN DE LAS PRÁCTICAS DE CUSTOMER EXPERIENCE. UT 5 ANALÍTICA DE DATOS CON POWER BI PARA TOMAR MEJORES DECISIONES. UT 6 PENSAMIENTO ANALÍTICO E INNOVACIÓN (5% COMPETENCIA TRANSVERSAL)	
6	UT 1: RECONOCIMIENTO & DIAGNOSTICO PROCESO LOGISTICA Y CADENA DE SUMINISTRO UT 2: CREACION DE LA SOLUCION PARA OPTIMIZAR PROCESO LOGISTICO UT 3 : IMPLEMENTACION DE LA SOLUCION UT 4: IMPLEMENTACION Y MONTAJE PROCESO DE LOGISTICA	109%
7	UT 1 ATENCIÓN INTEGRAL EN E-COMMERCE UT 2 PROMOCIÓN Y PERSONALIZACIÓN EN EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS UT 3 DESARROLLO DE UN PLAN DE FIDELIZACIÓN UT 4 PENSAMIENTO CRÍTICO Y ESTRATÉGICO	110%

Los respectivos reportes de avance se encuentran en la carpeta compartidas y fueron entregados en las fechas relacionadas en la siguiente tabla y grabaciones de las AF modalidad PAT se encuentran en la carpeta asignada.

Tabla 3 Reporte envío avance de ejecución acción de formación.

#AF	ACCIÓN DE FORMACIÓN	SEMANA	GRUPO	FECHA ENTREGA	ENLACE EVIDENCIA
	DATOS, PRIVACIDAD Y PERSONALIZACIÓN DE EXPERIENCIAS DEL CLIENTE: FUTURO DEL MARKETING Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA ERA POST-COOKIES	Semana 1	1	13/11/2024	https://adminccce-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/yiza_aragon_cce_org_co/EijIx5yjFmlMmbyDIeVPh4kBHdoKbzSVYgj3SLEhm6HMZw?e=intgfn
			2		
			3		
			4		
			5		
			6		
		Semana 2	1	20/11/2024	https://adminccce-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/yiza_aragon_cce_org_co/Er4jt81GSi9AueI63myFbKEBbnQLB0dMK_KpHQ7KCsEolQ?e=s7e3Fb
			2		
			3		
			4		
			5		
			6		
		Semana 3	1	270/11/2024	https://adminccce-my.sharepoint.com/:f:/g/p
			2		

			3		ersonal/yiza_aragon_cce_org_co/Ev_0hyfrDwZJvOiNifOguC8BdBM-Rp4fVtrDOxFflvaqNQ?e=lYBvZF
			4		
			5		
			6		
			7		
		Semana 4	1	6/12/2024	https://adminccce-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/yiza_aragon_cce_org_co/Egk3bnxY4qpJt_9qPpM2UKMBWmWA8kj8b6toAZeRCeoysQ?e=b5ZhSF
			2		
			3		
			4		
			5		
			6		
			7		
		Semana 1 2025	8	5/02/2025	https://adminccce-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/yiza_aragon_cce_org_co/Ei9vnG0bmO1Fv84sTE3aUSsBtshMrI5NkA54Ryijs6CXVQ?e=NPfKPM
		Semana 2 2025	8	13/02/2025	https://adminccce-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/yiza_aragon_cce_org_co/Et6BXefivOpLjCoM8YF5VgQByciS3FI9xP-dtxxu7BElkA?e=l4wgX5
			9		
			10		
		Semana 3 2025	8	21/02/2025	https://adminccce-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/yiza_aragon_cce_org_co/EsCXQnHPuepLg8QRrtr5T3YBQJXahKBs9I7hIqT8jwgkVQ?e=4fjabK
			9		
			10		
		Semana 4 2025	8	27/02/2025	https://adminccce-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/yiza_aragon_cce_org_co/En_YRO62Y-NJhOa4uE5NTRcB0830AVt1EDq2LQgRXcIY1A?e=dmFVcH
			9		
			10		
2	RETAIL DIGITAL: ESTRATEGIAS CLAVE PARA ATRAER Y FIDELIZAR CLIENTES EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO	Semana 1	1	13/11/2024	https://adminccce-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/yiza_aragon_cce_org_co/EojiJh-AWqpBuqleWK3FahkBH
			2		
			3		
			4		
			5		

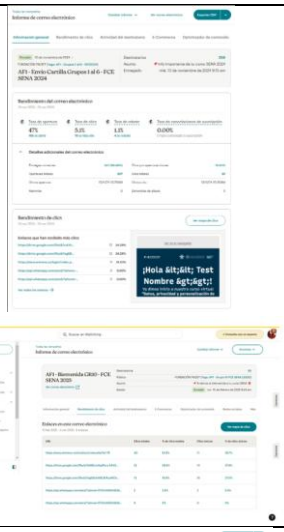
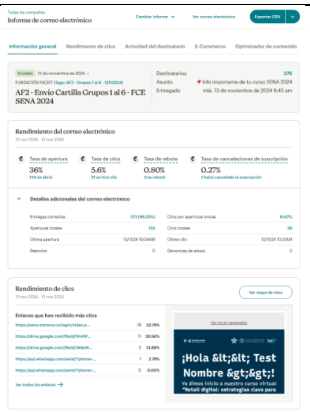
			6		pnWw148P4x-zoBZKkg7kg?e=TvENtA
		Semana 2	1	20/11/2024	https://adminccce-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/yiza_aragon_cce_org_co/EpY-PZg1GapMtFdHstq-jTQBdHCAbpcL1jQZx9Tk2v-sGA?e=veMYnX
			2		
			3		
			4		
			5		
			6		
		Semana 3	1	27/11/2024	https://adminccce-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/yiza_aragon_cce_org_co/Ehd2OZRzxCpAob6pdpvzB6IBpokoIuiR4ouVwrx60uYnBA?e=6Ksa0k
			2		
			3		
			4		
			5		
			6		
			7		
			8		
			9		
			10		
		Semana 4	1	6/12/2024	https://adminccce-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/yiza_aragon_cce_org_co/ErTkWwRwgU5OmcGS53LMX_sB8F4ksX_OOwnU_m8blQPLkg?e=Pa45Po
			2		
			3		
			4		
			5		
			6		
			7		
			8		
			9		
			10		
3	HERRAMIENTAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO PARA IMPULSAR EL SECTOR AGROPECUARIO	Semana 2	1	20/11/2024	https://adminccce-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/yiza_aragon_cce_org_co/Es-7gC7xjOJDqG-wei-jCmgB-6EiN6njHmc_rhzMcZXbkA?e=g8w5gM
4	Innovation as company value booster	N/A	1	N/A	N/A
5	APLICACIÓN DE TECNOLOGIAS EMERGENTES Y DESARROLLO DE HABILIDADES GERENCIALES PARA LA TOMA DE DECISIONES	Semana 1	1	13/11/2024	https://adminccce-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/yiza_aragon_cce_org_co/EuzmCqPuKa5
			2		
			3		

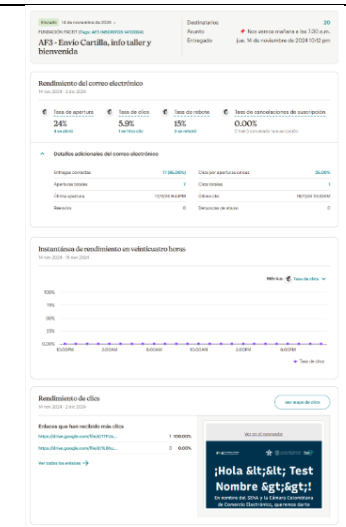
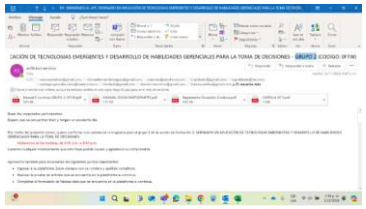
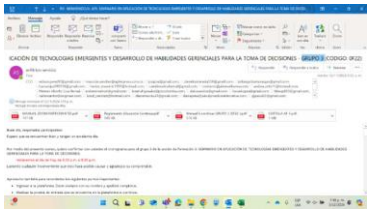
					Kv1ZDH4d1fGYBaksRqgx0H1mzw5UxhgJFEg?e=dywEke
		Semana 2	1	20/11/2024	https://adminccce-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/yiza_aragon_cce_org_co/Eu1916BQkxpHq1uoL5noR9AB44e7UyexLCePXBgdbiwcQg?e=HEbraS
			2		
			3		
		Semana 3	1	27/11/2024	https://adminccce-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/yiza_aragon_cce_org_co/Eooq2d8kyKVFm6eWaJCs79IBDTuXgo57ABGpMF1murji2Q?e=pXcOAU
			2		
			3		
		Semana 4	1	3/12/2024	https://adminccce-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/yiza_aragon_cce_org_co/EvbrGozTTVRAjd8AIHiDUqYBQ-WDqwwJPXUGiaK7_m-E4Q?e=HcRkLs
			2		
			3		
6	MEJORAS EN EL PROCESOS DE LOGÍSTICA & CADENA DE SUMINISTRO COMO IMPULSORES DEL CAMBIO 4.0	Semana 4	1	1/03/2025	https://adminccce-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/yiza_aragon_cce_org_co/Ev4_D5faFr9ItguK5mBvg_0BKTNLyebunU65VjxM7gtA-A?e=IdRV1S
7	ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE COMO ELEMENTO DIFERENCIADOR DEL NEGOCIO EN ECOMMERCE	Semana 3	1	27/11/2024	https://adminccce-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/yiza_aragon_cce_org_co/EvZQeBzhk85MrHmgLp3E48MBy7cSXZNCIko8QyUYEBEGEg?e=JO1zyl

Respecto al material de formación, este fue entregado a través de correo electrónico; cada participante tuvo acceso a una cartilla, que contiene recursos y herramientas que orientan y facilitan el desarrollo del aprendizaje; de igual manera se resalta los conceptos, definiciones, y recursos desarrollados durante la acción de formación, además de ser una guía instructiva del contenido del curso y como material introductorio para la contextualización en el proceso de aprendizaje. El material de formación fue una guía instructiva del contenido del curso durante el proceso de aprendizaje.

En las acciones de formación de modalidad virtual, también se dispuso un espacio en la plataforma de formación para que los beneficiarios pudieran acceder a ella.

Tabla 4 Evidencia entrega material de formación

AF	PIEZA	ENTREGA
1		
2		

3		
5	 AF 5: APLICACIÓN DE TECNOLOGÍAS EMERGENTES Y DESARROLLO DE HABILIDADES GERENCIALES PARA LA TOMA DE DECISIONES	 

6	AF N°6. MEJORAS EN EL PROCESOS DE LOGÍSTICA & CADENA DE SUMINISTRO COMOIMPULSORES DEL CAMBIO 4.0	
7		

Posterior al registro e inscripción cada uno de los beneficiarios recibieron un correo de bienvenida, en el caso de los cursos de modalidad virtual el correo tenía las indicaciones para el ingreso a la plataforma y la ruta metodológica del curso virtual, en el correo enviado a los participantes del curso modalidad PAT se compartió el enlace de conexión de las clases y la ruta metodológica con el respectivo horario.

2. NÚMERO DE BENEFICIARIOS FORMADOS Y CERTIFICADOS.

Tabla 5 Número de beneficiarios formados convenio DG-0001 DE 2024

ACCIÓN DE FORMACIÓN	BENEFICIARIOS FORMADOS
DATOS, PRIVACIDAD Y PERSONALIZACIÓN DE EXPERIENCIAS DEL CLIENTE: FUTURO DEL MARKETING Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA ERA POST-COOKIES	513
RETAIL DIGITAL: ESTRATEGIAS CLAVE PARA ATRAER Y FIDELIZAR CLIENTES EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO	531
HERRAMIENTAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO PARA IMPULSAR EL SECTOR AGROPECUARIO	29
INNOVATION AS COMPANY VALUE BOOSTER	1
APLICACIÓN DE TECNOLOGIAS EMERGENTES Y DESARROLLO DE HABILIDADES GERENCIALES PARA LA TOMA DE DECISIONES	50
MEJORAS EN EL PROCESOS DE LOGÍSTICA & CADENA DE SUMINISTRO COMO IMPULSORES DEL CAMBIO 4.0	12
ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE COMO ELEMENTO DIFERENCIADOR DEL NEGOCIO EN ECOMMERCE	22
TOTAL	**1.158**

Los 1.158 beneficiarios formados, se encuentran certificados en el aplicativo SEP.

En cuanto a las acciones de formación realizadas en el marco de la transferencia de conocimiento se contó con el siguiente número de beneficiarios formados.

Tabla 6 Número de beneficiarios formados en transferencia de conocimiento

ACCIÓN DE FORMACIÓN	BENEFICIARIOS FORMADOS
CULTURA ORGANIZACIONAL Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)	17
TRABAJO COLABORATIVO /INTELIGENCIA EMOCIONAL	63
FORTALECIMIENTO DE HABILIDADES BLANDAS	62
AGILISMO	9
TOTAL	**151**

Los 151 beneficiarios formados, se encuentran certificados en el aplicativo SEP

3. ACCIONES DE FORMACIÓN EJECUTADAS

Se llevo la ejecución de 7 acciones de formación, dando cumplimiento a los tiempos aprobados en el cronograma del proyecto. En la tabla 6 se presenta las acciones de formación con sus respectivos grupos.

Tabla 7 Acciones de formación ejecutadas convenio DG-0001 DE 2024

ACCIÓN DE FORMACIÓN	GRUPO	FECHA DE INICIO	FECHA DE FINALIZACIÓN
1	1	5/11/2025	19/11/2025
	2	5/11/2025	19/11/2025
	3	5/11/2025	19/11/2025
	4	11/11/2025	25/11/2025
	5	11/11/2025	25/11/2025
	6	11/11/2025	25/11/2025
	7	18/11/2025	2/12/2025
	8	30/01/2025	13/07/2025
	9	6/02/2025	20/02/2025
	10	13/02/2025	27/02/2025
2	1	5/11/2025	19/11/2025
	2	5/11/2025	19/11/2025
	3	5/11/2025	19/11/2025
	4	11/11/2024	25/11/2024
	5	11/11/2024	25/11/2024
	6	11/11/2024	25/11/2024
	7	18/11/2025	2/12/2025
	8	18/11/2025	2/12/2025
	9	18/11/2025	2/12/2025
	10	18/11/2025	2/12/2025
3	1	15/11/2024	15/11/2024
4	1	25/11/2024	5/12/2024
5	1	12/11/2024	2/12/2024
	2	12/11/2024	3/12/2024
	3	13/11/2024	4/12/2024
6	1	27/02/2025	1/03/2025
7	1	23/11/2024	23/11/2024

Y además se llevó a cabo la ejecución de 4 acciones de formación de transferencia de conocimiento.

Tabla 8 Acciones de formación ejecutadas Transferencia de conocimiento

Acción de formación	Grupo	Fecha de inicio	Fecha de Finalización
Cultura Organizacional y Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	1	5/12/2024	6/12/2024
Trabajo Colaborativo /Inteligencia Emocional	1	9/12/2024	9/12/2024
Fortalecimiento de habilidades blandas	1	18/11/2024	22/11/2024
AGILISMO	1	2/12/2024	11/12/2024

4. ANÁLISIS DEL CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

La ejecución de las acciones de formación estuvo encaminadas a fortalecer y mejorar las capacidades y habilidades de los beneficiarios formados, logrando con ello la generación de capacidades de transformación digital en los diferentes espacios laborales de las más de 573 empresas que participaron durante el proceso formativo.

Contribuyeron al cierre de brechas en temas relacionados con el comercio electrónico y la transformación digital, sector retail, apropiación de tecnologías digitales, análisis de datos, adopción de tecnológicas emergentes como la Inteligencia Artificial y Blockchain, apropiación y dominio de técnicas y herramientas digitales para la transformación de las economías campesinas e implementación de estrategias de mejoras en la cadena de suministros.

Lo anterior logró que los participantes contarán con herramientas para mejorar la experiencia del cliente asegurando que esta sea integral y satisfactoria, impulsar sus ventas y ofertas de servicios. Así mismo conoció herramientas de análisis de datos que le permitirá tomar decisiones orientadas al crecimiento de ingresos, identificar nuevas oportunidades, entre otros.

En cuanto a la inteligencia Artificial, los participantes aprendieron a desarrollar soluciones para potenciar el valor comercial estratégico para sus organizaciones.

De igual manera los participantes del sector rural apropiaron técnicas y herramientas para el uso e implementación del comercio electrónico en sus agronegocios.

Evidenciando así el cumplimiento de los objetivos del proyecto aprobado.

5. LUGARES DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO

Las acciones de formación ejecutadas se desarrollaron en los siguientes lugares de formación:

Tabla 9 Lugares de ejecución del proyecto

ACCIÓN DE FORMACIÓN	CIUDADES / DEPARTAMENTO
Datos, Privacidad Y Personalización De Experiencias Del Cliente: Futuro Del Marketing Y El Comercio Electrónico En La Era Post-Cookies	Bogotá 475 Atlántico 5 Quindío 5 Norte Santander (Cúcuta)CI 10 Magdalena (Ciénaga) CI 5
Retail Digital: Estrategias Clave Para Atraer Y Fidelizar Clientes En El Comercio Electrónico	Bogotá 475 Atlántico 5 Quindío 5 Norte Santander (Cúcuta) CI 10 Magdalena (Ciénaga) 5
Herramientas De Comercio Electrónico Para Impulsar El Sector Agropecuario	Pijao (Quindío) CI 20
Innovation As Company Value Booster	Bogotá 1
Aplicación De Tecnologias Emergentes Y Desarrollo De Habilidades Gerenciales Para La Toma De Decisiones	Bogotá 51 Atlántico 2 Quindío 1 Norte Santander (Cúcuta) CI 3 Magdalena (Ciénaga) CI 3
Mejoras En El Procesos De Logística & Cadena De Suministro Como Impulsores Del Cambio 4.0	Bogotá 11
Estrategias De Fidelización Del Cliente Como Elemento Diferenciador Del Negocio En Ecommerce	Magdalena (Ciénaga) - CI 20

Tabla 10 Lugares de ejecución del proyecto

NOMBRE ACCIÓN DE FORMACIÓN TRANSFERENCIA	DEPARTAMENTO
Cultura Organizacional y Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	QUINDIO
Trabajo Colaborativo /Inteligencia Emocional	QUINDIO
Fortalecimiento de habilidades blandas	CUNDINAMARCA
AGILISMO	Distrito Hub de innovación- SENA Distrito Capital

6. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA EN EL CASO DE INCLUIR LOS MODELOS DE APRENDIZAJE PUESTO DE TRABAJO REAL, BOOTCAMP Y/O MAXIMIZANDO TU PROCESO

Objetivo general

Compartir una metodología ágil y actualizada que agregue valor a la operación logística de Servientrega y que, a partir de su puesta en marcha, pueda implementar una solución al servicio logístico que presta a sus clientes.

Objetivos específicos

- Reconocer y usar una metodología para la identificación de un problema en la cadena logística de Servientrega.
- Identificar la solución al problema de la cadena logística de Servientrega, para que puedan hacer de forma autónoma la implementación.
- Aplicar fundamentos de innovación para la mejora continua del proceso logístico de Servientrega.

Metodología para el desarrollo del contenido académico

- Playful Learning para identificar los valores de los colaboradores y hacerlos conscientes de la importancia de la confianza, trabajo en equipo, comunicación y cultura organizacional para el desarrollo de proyectos de innovación.

- Learning by doing, donde los participantes aplicaban las teorías a sus propios retos.
- Aprendizaje Basado en Retos, se identificó un problema, se planteó un reto por grupos y finalmente se desarrolló una solución al reto planteado.
- Aprendizaje colaborativo, por medio de la exploración con las tecnologías emergentes, de manera colaborativa se definieron oportunidades para implementarlas en los proyectos de la organización.

Unidades Temáticas

UT1. RECONOCIMIENTO & DIAGNOSTICO: PROCESO LOGÍSTICA Y CADENA DE SUMINISTRO EN EL MARCO DE LA ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL
UT2. CREACIÓN DE LA SOLUCIÓN PARA OPTIMIZAR PROCESO LOGÍSTICO
UT3. IMPLEMENTACIÓN DE LA SOLUCIÓN
UT4. IMPLEMENTACIÓN Y MONTAJE PROCESO DE LOGÍSTICA

Análisis de Resultados

Resultados del dominio y aplicación del contenido impartido

- interés por los conocimientos aportados a través de las metodologías impartidas y su aplicación en su entorno laboral.
- Las herramientas aportadas como simuladores automatizados, fueron fácilmente adoptados y contribuyeron a su aprendizaje en la toma de decisiones.
- Identificación de ventaja competitiva de Servientrega: Cobertura
- Alineación estratégica logística entre: Respuesta al cliente y Eficiencia, con enfoque en aumento de la productividad y reducción de costos de operación
- Claridad sobre el problema de Devoluciones en función de la ventaja competitiva y la alineación estratégica – se identifica generar acciones de solución hacia cuatro causales de devoluciones: reasignación de zona, rezonificación, mala zonificación y dirección errada.
- Uso de IA generativa para la construcción de las soluciones

identificadas en el paso previo de ideación

- Integración de las aplicaciones de IA generativa con el Modelo SCOR - Supply Chian Operation Reference Model para diseñar una solución integral al problema de devoluciones: Proceso, Prácticas logísticas, Indicadores de gestión y Habilidades y conocimientos del talento humano.
- Prototipado en 3D de las soluciones integrales en Lego

Resultados de habilidades

- Los participantes aplicaron fácilmente las herramientas compartidas a su problemática presentada: "Alto nivel de devoluciones".
- Identificación de su problemática y aplicación de la metodología de las 5W2h+R, para contextualizarlo.
- Coherencia y conocimiento de la ventaja competitiva
- Claridad del problema
- Prioridad por reducción de costos y mejora de la productividad
- Compresión teórica adecuada sobre tecnologías como IoT, Blockchain, Inteligencia Artificial y Metaverso, reconociendo su potencial para optimizar la cadena de suministro.
- Implementación de tecnologías emergentes en el reto desarrollado, realizando un ejercicio concreto de implementación en el reto de cada grupo.

Impacto de la formación en el desempeño del trabajador y aplicación de conocimientos en el puesto de trabajo – de Desempeño:

- Tendrá los conocimientos y habilidades para entender cómo se aplican las tecnologías emergentes en el proceso de logística y la gestión de la cadena de suministro, analizará datos y cómo a través de su uso, mejora la rentabilidad de la empresa. **Alcanzados**
- Implementará mejoras en el proceso que permita aumento de la eficiencia y la efectividad de los procesos logísticos, incluida la gestión de inventarios, transporte y distribución de productos. **Alcanzados**
- Podrá aumentar la satisfacción del cliente debido a entregas más rápidas, precisas y transparentes, así como a una mejor

comunicación y atención durante todo el proceso de compra y postventa. **Alcanzados**

- Seleccionará las herramientas idóneas para realizar análisis de datos en el área del proceso a medir. **Alcanzados**
- Podrá liderar para que sus equipos de trabajo sean generadores de experiencias memorables en los clientes. **Alcanzados**

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

- Optimización de los procesos logísticos[1] y de servicio al cliente que resultan en una disminución de los costos de inventario, transporte y atención al cliente. **Alcanzados**
- Mejora en la utilización de recursos, reducción de tiempos de espera y mayor agilidad en la toma de decisiones, lo que se traduce en una mayor productividad y rendimiento general de las operaciones. **Alcanzados**
- Implementación efectiva de tecnologías de vanguardia que automatizan tareas repetitivas, mejoran la precisión de los procesos y permiten una gestión más proactiva y predictiva de la cadena de suministro y el servicio al cliente. **Alcanzados**

7. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS POR CADA ACCIÓN DE FORMACIÓN EJECUTADA A TRAVÉS DE CURSOS Y DIPLOMADOS Y/O EN EL CASO DE APLICAR ALGUNO(S) DE LOS MODELOS DE APRENDIZAJE PUESTO DE TRABAJO REAL, BOOTCAMP Y/0 MAXIMIZANDO TU PROCESO. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE APRENDIZAJE PROYECTADOS VS. ALCANZADOS

A continuación, se describen los resultados alcanzados en cada una de las acciones de formación ejecutadas:

AF1 – Datos, Privacidad Y Personalización De Experiencias Del Cliente: Futuro Del Marketing Y El Comercio Electrónico En La Era Post-Cookies

[1] Es importante destacar que el proceso que se abordó fue el de entregas y ahí el problema detectado fue “el volumen de las “devoluciones por un valor de 23 MM”

- Comprender la legislación vigente y la evolución que tendrá el uso de datos personales en el marketing digital. ***Alcanzada***
- Identificar cómo los cambios en la política de cookies están transformando las estrategias de marketing digital y como afecta el manejo de la privacidad de datos. ***Alcanzada***
- Entender la importancia de la privacidad de datos en el contexto actual del marketing digital y aplicar al área de proceso. ***Alcanzada***
- Familiarizarse con las principales regulaciones globales sobre privacidad de datos y cómo estas afectan las estrategias de marketing. ***Alcanzada***
- Entender las consideraciones éticas y las mejores prácticas en la recopilación de datos. ***Alcanzada***
- Comprender el marco de aplicación de las regulaciones de privacidad y su relevancia en relación con el tipo de empresa, producto y servicio. ***Alcanzada***
- Implementar practicas legales para la administración y uso de datos personales que construyan y mantengan la confianza del cliente. ***Alcanzada***
- Desarrollar experiencias personalizadas para los clientes, acatando la regulación vigente en administración y uso de datos personales. ***Alcanzada***
- Comprender los desafíos y oportunidades de la recopilación de datos sin cookies. ***Alcanzada***
- Conocer técnicas innovadoras para recolectar datos de primera mano de manera ética y efectiva. ***Alcanzada***
- Identificar y utilizar herramientas clave para la gestión y análisis de datos de primera mano. ***Alcanzada***
- Evaluar cómo las tecnologías de análisis de datos pueden mejorar las estrategias de marketing. ***Alcanzada***
- Comprender la importancia de una visión 360 grados del cliente para mejorar su experiencia. ***Alcanzada***
- Aplicar métodos de integración de datos para la generación de perfiles y segmentación de clientes. ***Alcanzada***
- Identificar y aplicar las últimas tendencias e innovaciones en marketing digital y e-commerce para mejorar la experiencia del cliente. ***Alcanzada***
- Aplicar estrategias de SEO y creación de contenido adaptadas a un entorno sin cookies. ***Alcanzada***

- Mejorar la visibilidad del e-commerce a través de contenido de alta calidad y SEO avanzado. ***Alcanzada***
- Comprender como el uso de los CRM y las herramientas de automatización pueden ofrecer una experiencia de cliente personalizada. ***Alcanzada***
- Implementar estrategias de automatización que personalicen la experiencia del cliente en diferentes puntos de contacto. ***Alcanzada***
- Usar herramientas para analizar el rendimiento de las campañas de marketing digital. ***Alcanzada***
- Utilizar análisis de datos para tomar decisiones informadas y mejorar las estrategias de marketing. ***Alcanzada***
- Comprender cómo la inteligencia artificial (IA) está transformando las estrategias de marketing digital, desde la personalización hasta la automatización. ***Alcanzada***
- Identificar las diferentes tecnologías de IA que están transformando las estrategias de marketing. ***Alcanzada***
- Aplicar herramientas de IA para segmentar audiencias de manera más efectiva. ***Alcanzada***
- Entender cómo la IA puede optimizar las campañas de marketing digital en tiempo real. ***Alcanzada***
- Identificar cómo la IA está revolucionando el comercio electrónico a través de la mejora de la experiencia de compra. ***Alcanzada***
- Comprender las aplicaciones prácticas de la IA para aumentar las conversiones y la fidelización de clientes en e-commerce. ***Alcanzada***
- Evaluar herramientas y plataformas que ofrezcan soluciones de IA. ***Alcanzada***
- Desarrollar habilidades en comunicación efectiva, enfocándose en técnicas de escucha activa, empatía y claridad en la comunicación para entender mejor y responder a las preocupaciones y necesidades de los clientes. ***Alcanzada***
- Aprender a gestionar las emociones propias y de los clientes durante los conflictos, utilizando la empatía para comprender las perspectivas de los clientes y abordar sus preocupaciones de manera constructiva. ***Alcanzada***
- Introducir técnicas de negociación que permitan llegar a soluciones mutuamente beneficiosas, incluyendo el establecimiento de acuerdos y

compromisos que resuelvan el conflicto satisfactoriamente para ambas partes. ***Alcanzada***

- Explorar cómo los conflictos pueden ser una oportunidad para mejorar la experiencia del cliente, obtener insights valiosos para el negocio, y desarrollar estrategias de mejora continúa basadas en el feedback de los clientes. ***Alcanzada.***

Resultados evaluación de aprendizaje:

La evaluación de entrada para los grupos del 1 al 7 de la AF1 desarrollada durante el noviembre, diciembre del 2024, se evidencia una nota promedio de 2.1, donde el grupo 2 tuvo la nota más baja con una nota promedio de 1,4 Los siete (7) contaba con un número mayor (48) de participantes con conocimiento sobre las temáticas del curso por contar con calificaciones mayores a tres (3) y el grupo 2 con un mayor desconocimiento de las temáticas ya que alrededor de 42 personas obtuvieron una calificación de cero (0).

Mientras que la evaluación de salida entrega una nota promedio de 4, esta nota, nos permite indicar que los participantes al recibir el curso alcanzaron un nivel satisfactorio de comprensión y manejo de las diferentes temáticas ofrecidas por el curso. De igual manera, al analizar cada uno de los grupos se evidencia que alrededor del 76% de los participantes obtuvieron notas iguales y/o superiores a 5.0 lo que refleja que los participantes lograron contar con un aprendizaje de los contenidos impartidos.

Logrando así una Tasa de incremento de conocimiento del 90% de mejora lo que refleja que el curso tuvo un impacto positivo en el aprendizaje, logrando una transferencia de conocimiento efectiva.

En cuanto a los grupos 8, 9 y 10 desarrollado durante febrero del 2025, se evidencia una nota promedio de 3.77, evidenciando que el grupo 10 contaba con un número mayor de participantes (53), con conocimiento sobre las temáticas del curso por contar con calificaciones mayores a tres (3) y el grupo 9 con un mayor desconocimiento de las temáticas ya que alrededor de 12 personas obtuvieron una calificación de cero (0). Mientras que la evaluación de salida entrega una nota promedio de 3.91, esta nota, nos permite indicar

que los participantes alcanzaron un nivel satisfactorio de comprensión y manejo de las diferentes temáticas ofrecidas por el curso. Al analizar cada uno de los grupos se evidencia que alrededor del 74% de los participantes obtuvieron notas iguales y/o superiores a 5,0 lo que refleja que los participantes lograron contar con un aprendizaje de los contenidos impartidos.

Logrando una tasa de incremento de conocimiento de 4%; esto refleja que el curso tuvo un impacto positivo en el aprendizaje, logrando a los participantes, reforzar los conocimientos y habilidades en áreas específicas.

AF2 - Retail Digital: Estrategias Clave Para Atraer Y Fidelizar Clientes En El Comercio Electrónico

- Desarrollar una comprensión clara de los conceptos básicos del comercio electrónico y el retail digital, así como de su evolución a lo largo del tiempo. ***Alcanzada***
- Entender las dinámicas actuales del mercado y las expectativas de los consumidores en el contexto del retail digital, y reconocer cómo las tecnologías digitales están transformando la industria del retail. ***Alcanzada***
- Adquirir la habilidad para identificar y analizar tendencias emergentes en el retail digital, como la inteligencia artificial, el machine learning y las tecnologías de realidad aumentada, y comprender cómo estas pueden ser aplicadas para mejorar la experiencia del cliente y optimizar las operaciones. ***Alcanzada***
- Desarrollar la capacidad de evaluar la transformación de los modelos de negocio tradicionales en el retail debido a la digitalización, incluyendo la transición de tiendas físicas a estrategias más integradas con lo digital, y comprender las implicaciones de estos cambios para las empresas de retail, incluyendo la visión de las tiendas del futuro. ***Alcanzada***
- Desarrollar la habilidad para crear y ejecutar estrategias de contenido efectivas que atraigan y retengan la atención del público objetivo en entornos de eRetail, fomentando el engagement y aumentando las conversiones. ***Alcanzada***
- Adquirir conocimientos sobre los principios de diseño UX (experiencia de usuario) y aprender a aplicarlos para crear experiencias intuitivas,

accesibles y satisfactorias en plataformas de comercio electrónico, mejorando así la interacción con el usuario. ***Alcanzada***

- Desarrollar la capacidad para mapear y analizar el Customer Journey (viaje del cliente) desde el primer contacto hasta la post-compra, identificando puntos de fricción y oportunidades de mejora en todos los puntos de contacto digitales para optimizar la experiencia del cliente. ***Alcanzada***
- Entender cómo las expectativas y comportamientos de los clientes influyen en la transformación digital dentro del retail, reconociendo la importancia de alinear las estrategias digitales con las necesidades y deseos del cliente. ***Alcanzada***
- Aprender a recopilar, analizar y utilizar el feedback del usuario para mejorar continuamente las estrategias de contenido y la experiencia del usuario, impulsando así la evolución constante y la adaptación a las demandas cambiantes del mercado. ***Alcanzada***
- Adquirir la capacidad para diseñar programas de lealtad efectivos que fomenten la repetición de compras y fortalezcan la relación entre la marca y el cliente, incrementando así la fidelización. ***Alcanzada***
- Desarrollar habilidades para crear y ejecutar estrategias de retención y aumenten el valor de vida del cliente (Customer Lifetime Value, CLTV), maximizando así el retorno de inversión a lo largo del tiempo. ***Alcanzada***
- Aprender a coordinar y optimizar la experiencia del cliente a través de múltiples canales, garantizando una experiencia de marca coherente y personalizada que impulse la lealtad del cliente y mejore su satisfacción. ***Alcanzada***
- Adquirir habilidades para desarrollar y ejecutar estrategias de comunicación efectivas que fomenten un engagement activo del cliente con la marca, utilizando herramientas como redes sociales, email marketing y otros canales digitales para mantener a los clientes informados, comprometidos y satisfechos con la marca y sus productos. ***Alcanzada***
- Desarrollar habilidades para recopilar, analizar e interpretar grandes volúmenes de datos relacionados con el retail digital. ***Alcanzada***
- Reconocer que herramientas tecnologías avanzadas y herramientas especializadas pueden mejorar la personalización de la experiencia de compra del cliente. ***Alcanzada***

- Adquirir competencias en la selección y de herramientas digitales para la gestión del Retail Digital. ***Alcanzada***
- Entender y aplicar el concepto de Headless Commerce para la creación de experiencias de usuario en diversos puntos de contacto digitales. ***Alcanzada***
- Reconocer diversas tecnologías como la inteligencia artificial (IA) y el aprendizaje automático (machine learning), con el fin de personalizar la experiencia de compra en tiempo real. ***Alcanzada***
- Adquirir la capacidad para evaluar soluciones tecnológicas que mejoren el negocio a partir del Retail Digital. ***Alcanzada***
- Desarrollar habilidades en comunicación efectiva, enfocándose en técnicas de escucha activa, empatía y claridad en la comunicación para entender mejor y responder a las preocupaciones y necesidades de los clientes. ***Alcanzada***
- Aprender a gestionar las emociones propias y de los clientes durante los conflictos, utilizando la empatía para comprender las perspectivas de los clientes y abordar sus preocupaciones de manera constructiva. ***Alcanzada***
- Introducir técnicas de negociación que permitan llegar a soluciones mutuamente beneficiosas, incluyendo el establecimiento de acuerdos y compromisos que resuelvan el conflicto satisfactoriamente para ambas partes. ***Alcanzada***
- Explorar cómo los conflictos pueden ser una oportunidad para mejorar la experiencia del cliente, obtener insights valiosos para el negocio y desarrollar estrategias de mejora continúa basadas en el feedback de los clientes. ***Alcanzada***

Resultados evaluación de aprendizaje:

La evaluación de entrada para la AF2 evidencia una nota promedio de 3.0, evidenciando que el grupo 1 contaba con un número mayor (57) de participantes con conocimiento sobre las temáticas del curso por contar con calificaciones mayores a tres (3) y el grupo 2 con un mayor desconocimiento de las temáticas ya que alrededor de 18 personas obtuvieron una calificación de cero (0); mientras que la evaluación de salida entrega una nota promedio de 4, lo que significa que los participantes alcanzaron un nivel satisfactorio y avanzando en las competencias y habilidades definidas; al analizar los grupos se evidencia que alrededor del 81% de los participantes obtuvieron

notas iguales y/o superiores a 5, lo que refleja que los participantes lograron contar con un aprendizaje de los contenidos impartidos.

Logrando así una Tasa de incremento de conocimiento de 33%; esto refleja que el curso tuvo un impacto positivo en el aprendizaje, logrando a los participantes, reforzar los conocimientos y habilidades en áreas específicas.

AF3 - Herramientas De Comercio Electrónico Para Impulsar El Sector Agropecuario

- Conocer la importancia del internet en el desarrollo de comercio en línea y entender cómo estas herramientas pueden potenciar los negocios y facilitar la interacción con posibles clientes. **(Alcanzada)**
- Utilizar medios digitales de difusión comercial para divulgar su producto o servicio. **(Alcanzada)**
- Comprender y utilizar plataformas tecnológicas de fácil acceso para transformar los paradigmas de su situación actual, asegurar la estabilidad económica familiar y potenciar sus negocios. **(Alcanzada)**
- Comprender, implementar y adaptar las soluciones de pago existentes a su negocio. **(Alcanzada)**
- Reconocer los canales digitales de distribución y promoción, para optimizar las ventas en línea y responder a las tendencias cambiantes del mercado. **(Alcanzada)**
- Comprender la importancia del pensamiento crítico en la formulación de campañas. **(Alcanzada)**
- Identificar sesgos comunes y errores de razonamiento que pueden afectar la toma de decisiones. **(Alcanzada)**
- Aplicar el pensamiento crítico al diseño de campañas. **(Alcanzada)**
- Usar metodologías creativas en la solución de problemas. **(Alcanzada)**

Resultados evaluación de aprendizaje:

La evaluación de entrada para la AF3 evidencia una nota promedio de 3.38; mientras que la evaluación de salida entrega una nota promedio de 4.7, lo que significa que los participantes alcanzaron un nivel satisfactorio y avanzando en las competencias y habilidades definidas.

Se cuenta con una tasa de incremento de conocimiento de un 39,05 % de mejora promedio respecto a la nota promedio inicial; lo que refleja que el taller tuvo un impacto positivo en el aprendizaje, logrando una transferencia de conocimiento efectiva.

AF 5- Aplicación De Tecnologías Emergentes Y Desarrollo De Habilidades Gerenciales Para La Toma De Decisiones

- Comprender cómo la inteligencia artificial permite a los líderes reaccionar rápidamente a las condiciones cambiantes del mercado. ***Alcanzada***
- Aplicar técnicas de análisis de datos para tomar decisiones informadas, integrando diversas fuentes de datos con herramientas como Power BI. ***Alcanzada***
- Recopilar, analizar y utilizar datos de clientes de manera efectiva para mejorar las estrategias de ventas y marketing. ***Alcanzada***
- Identificar, calificar, nutrir y dar seguimiento a los leads de manera efectiva utilizando herramientas y técnicas adecuadas. ***Alcanzada***
- Capacidad de identificar áreas de proceso que pueden beneficiarse de la automatización, seleccionar y configurar herramientas RPA adecuadas. ***Alcanzada***
- Optimizar los procesos automatizados para mejorar la eficiencia y la efectividad en las operaciones de ventas y marketing. ***Alcanzada***
- Identificar y evaluar casos de uso donde estas tecnologías pueden personalizar y optimizar la experiencia del cliente, desde recomendaciones de productos hasta servicios personalizados y soporte automatizado. ***Alcanzada***
- Reconocer los algoritmos de Machine Learning que pueden proporcionar respuestas y soluciones personalizadas a las necesidades y consultas de los clientes durante su interacción en línea. ***Alcanzada***
- Plantear soluciones con base en los modelos de Machine Learning en línea para garantizar una experiencia del cliente cada vez más satisfactoria y eficiente. ***Alcanzada***
- Seleccionar las fuentes de información más adecuadas para la formulación de KPI para negocios digitales. ***Alcanzada***
- Recopilar, organizar, analizar y visualizar datos relevantes de manera efectiva, así como la capacidad de identificar y comprender los

indicadores clave que influyen en el rendimiento y el éxito de los negocios digitales. ***Alcanzada***

- Comprender y aplicar las mejores prácticas y estrategias utilizadas por otras organizaciones para lograr resultados exitosos. ***Alcanzada***
- Desarrollar y personalizar sistemas expertos según las necesidades comerciales. ***Alcanzada***
- Evaluar los resultados para identificar las mejores decisiones en función de los objetivos comerciales. ***Alcanzada***
- Analizar datos no estructurados, como opiniones de clientes, reseñas y comentarios en redes sociales, y utilizar técnicas de IA para comprender el sentimiento y extraer información relevante que pueda influir en la toma de decisiones comerciales. ***Alcanzada***
- Analizar un problema a profundidad para tener una visión crítica de una situación. ***Alcanzada***

Resultados evaluación de aprendizaje:
La evaluación de entrada para la AF5 evidencia una nota promedio de 5.47; mientras que la evaluación de salida entrega una nota promedio de 6.31, lo que significa que los participantes alcanzaron un nivel satisfactorio y avanzando en las competencias y habilidades definidas.

Se cuenta con una tasa de incremento de conocimiento de un 15 % de mejora promedio respecto a la nota promedio inicial; lo que refleja que el taller tuvo un impacto positivo en el aprendizaje, logrando una transferencia de conocimiento efectiva.

AF6 - Mejoras En El Procesos De Logística & Cadena De Suministro Como Impulsores Del Cambio 4.0

- Capacidad sistemática (paso a paso) que permita analizar los diferentes procesos para evaluar el rendimiento, el estado y las particularidades operativas y obtener una visión integral de todo lo que ocurre en la cadena de suministro. **(Alcanzada)**
- Obtener un enfoque creativo sobre cómo solucionar problemas, desarrollando habilidades para idear todo tipo de soluciones y acciones. **(Alcanzada)**
- Identificar las tecnologías de la logística 4.0 en la cadena de suministro desde el proveedor hasta el cliente que permite un monitoreo continuo,

una mayor visibilidad y la capacidad de tomar decisiones basadas en datos precisos. **(Alcanzada)**

- Identifica los elementos a tener en cuenta para establecer estrategia competitiva y ser aplicada a su área de proceso. **(Alcanzada)**
- Diseña el modelo de operaciones logísticas que le permita conocer los niveles adecuados en el manejo de inventarios. **(Alcanzada)**
- Identifica las tecnologías de la logística 4.0 en la cadena de suministro desde el proveedor hasta el cliente. **(Alcanzada)**
- Define las tecnologías de la industria 4.0 que genera valor a las organizaciones. **(Alcanzada)**
- Construir un esquema de análisis de información con Power BI para la toma de decisiones. **(Alcanzada)**
- Identifica las herramientas tecnológicas pertinentes en los procesos logísticos de la organización. **(Alcanzada)**
- Define un plan de proyecto para la inclusión de tecnología de vanguardia que optimice el proceso logístico de la organización. **(Alcanzada)**
- Identifica los cambios que tiene la organización con la implementación del proyecto. **(Alcanzada)**
- Determina los costos de la implementación y el impacto para la organización. **(Alcanzada).**

Resultados evaluación de aprendizaje:

La evaluación de entrada para la AF6 evidencia una nota promedio de 5.4; mientras que la evaluación de salida entrega una nota promedio de 9.7, lo que significa que los participantes alcanzaron un nivel satisfactorio y avanzando en las competencias y habilidades definidas.

Se cuenta con una tasa de incremento de conocimiento de un 79.63% de mejora promedio respecto a la nota promedio inicial; lo que refleja que el taller tuvo un impacto positivo en el aprendizaje, logrando una transferencia de conocimiento efectiva.

AF7 - Estrategias De Fidelización Del Cliente Como Elemento Diferenciador Del Negocio En Ecommerce

- Habilidad para emplear de manera eficaz herramientas tecnológicas destinadas a la atención al cliente, como software de CRM, chatbots y

otras plataformas de soporte, con el fin de administrar y optimizar las interacciones con los clientes. **(Alcanzada)**

- Desarrollo de la capacidad para resolver problemas y abordar inquietudes de los clientes de manera inmediata, aprovechando las herramientas tecnológicas disponibles para proporcionar soluciones personalizadas y rápidas en tiempo real. **(Alcanzada)**
- Habilidad para analizar datos de comportamiento del cliente, preferencias y historial de compras con el objetivo de ofrecer recomendaciones personalizadas y relevantes. **(Alcanzada)**
- Capacidad para crear contenidos personalizados destinados a campañas de email, promociones y comunicaciones que se alineen con los intereses y necesidades del cliente, respetando los protocolos de servicio establecidos. **(Alcanzada)**
- Habilidad para estructurar los elementos necesarios para la recepción y gestión de PQR (Peticiones, Quejas y Reclamos), así como para orientar el proceso de transformar la insatisfacción del cliente en una experiencia exitosa y enriquecedora para ambas partes. **(Alcanzada)**
- Habilidad para integrar el proceso de atención a los objetivos de fidelización de la empresa. **(Alcanzada)**
- Capacidad para diseñar un esquema de trabajo que permita la implementación efectiva de estrategias de fidelización adaptadas a la realidad operativa y comercial de cada empresa. **(Alcanzada)**
- Habilidad para presentar de manera clara y efectiva los planes de fidelización desarrollados. **(Alcanzada)**
- Comprender la importancia del pensamiento crítico en la formulación de estrategias. **(Alcanzada)**
- Identificar sesgos comunes y errores de razonamiento que pueden afectar la toma de decisiones. **(Alcanzada)**
- Desarrollar habilidades para aplicar el pensamiento crítico al diseño de estrategias. **(Alcanzada).**

Resultados evaluación de aprendizaje:

La evaluación de entrada para la AF7 evidencia una nota promedio de 3.4; mientras que la evaluación de salida entrega una nota promedio de 4.7, lo que significa que los participantes alcanzaron un nivel satisfactorio y avanzando en las competencias y habilidades definidas.

Se cuenta con una tasa de incremento de conocimiento de un 38.23% de

mejora promedio respecto a la nota promedio inicial; lo que refleja que el taller tuvo un impacto positivo en el aprendizaje, logrando una transferencia de conocimiento efectiva.

8. AVANCE DE RESULTADOS Y ANÁLISIS DE INDICADORES DE IMPACTO

a. Tasa de Incremento de conocimiento

La tasa de incremento del conocimiento mide el cambio ocurrido entre el desempeño de la primera evaluación y el resultado de la segunda evaluación, capturando potencialmente el impacto del conocimiento recibido.

Las evaluaciones fueron aplicadas al inicio y final de cada una de las acciones de formación.

En cuanto a las notas de calificación de cada una de las evaluaciones, a continuación, se detalla la nota inicial y final promedio en cada una de las acciones de formación fue:

Tabla 11 Nota inicial y final promedio por acción de formación.

Acción de formación	Nota inicial promedio	Nota final promedio
AF1 - Datos, Privacidad Y Personalización De Experiencias Del Cliente: Futuro Del Marketing Y El Comercio Electrónico En La Era Post-Cookies	2.64	3.95
AF2 - Retail Digital: Estrategias Clave Para Atraer Y Fidelizar Clientes En El Comercio Electrónico	3.0	4.0
AF3 - Herramientas De Comercio Electrónico Para Impulsar El Sector Agropecuario	3.38	4.7
AF5 - Aplicación De Tecnologías Emergentes Y Desarrollo De Habilidades Gerenciales Para La Toma De Decisiones	5.47	6.31
AF6 - Mejoras En El Procesos De Logística & Cadena De Suministro Como Impulsores Del Cambio 4.0	5.4	9.7
AF7. Estrategias De Fidelización Del Cliente Como Elemento Diferenciador Del Negocio En Ecommerce	3.4	4.7

Tasa de incremento por acción de formación

Tabla 12 Tasa de incremento por acción de formación.

Acción de formación	TIC
AF1 - Datos, Privacidad Y Personalización De Experiencias Del Cliente: Futuro Del Marketing Y El Comercio Electrónico En La Era Post-Cookies	49.00%
AF2 - Retail Digital: Estrategias Clave Para Atraer Y Fidelizar Clientes En El Comercio Electrónico	33.00%
AF3 - Herramientas De Comercio Electrónico Para Impulsar El Sector Agropecuario	39.05%
AF5 - Aplicación De Tecnologías Emergentes Y Desarrollo De Habilidades Gerenciales Para La Toma De Decisiones	15.00%
AF6 - Mejoras En El Procesos De Logística & Cadena De Suministro Como Impulsores Del Cambio 4.0	79.63%
AF7. Estrategias De Fidelización Del Cliente Como Elemento Diferenciador Del Negocio En Ecommerce	38.23

b. Informe de indicadores de seguimiento y resultados.

Tabla 13 Informe indicadores de seguimiento y resultados

#	INDICADOR	ASPECTO A MEDIR	FORMULA INDICADOR	RESULTADOS CONVENIO			
				VARIABLES CUANTITATIVAS		(%)	
1	**Indicador Eficiencia**	Mide la ejecución presupuestal del proyecto	Presupuesto ejecutado / presupuesto aprobado	x 100	$960.438.160 / $962.850.378	x 100	**99,7%**
2	**Indicador Eficacia**	Mide el porcentaje de trabajadores que han sido certificados por proyecto.	Número de trabajadores certificados / Número de trabajadores aprobados	x 100	1158 / 1112	x 100	**104%**
3	**Empleos generados en la ejecución del proyecto**	Mide el número de empleos generados en la ejecución del proyecto de formación (Capacitadores, director de proyecto, equipo administrativo)	Número de empleos generados en la ejecución del proyecto de formación	X 100	17		
4	**Departamentos IDC impactados**	Mide el porcentaje departamentos	Número total de departamento	X 100	0 / 5	X 100	**0%**

		con menor índice de competitividad impactados por el proyecto de formación	con menor IDC (entre (1,78 y 5,00), según Índice Departamental de Competitividad 2023: Vichada, Guainía, Vaupés, Amazonas, Chocó, Putumayo, Guaviare, La Guajira, Caquetá, Arauca, Sucre, Córdoba, Cesar, Nariño, Casanare, Cauca, Meta, Magdalena, Archipiélago de San Andrés, Norte de Santander, Tolima, Huila.) impactados por el proyecto _____ Número total de departamentos impactados por el proyecto				

c. Aplicación encuesta

El convenio CO1.PCCNTR.6816846 de 2024 tiene como objetivo Desarrollar y fortalecer las capacidades y habilidades de las empresas vinculadas a la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico y su cadena productiva, a través de formación continua especializada para el uso y apropiación de tecnologías digitales, incrementando las competencias laborales asociadas con la prestación de servicios de comercio electrónico, contribuyendo en la transformación digital de la cuarta revolución industrial y apropiando procesos innovadores que

generen mecanismos avanzados de interacción, participación y toma de decisiones.

Para esto realizo la ejecución de las siguientes acciones de formación:

- AF1: Datos, privacidad y personalización de experiencias del cliente: futuro del marketing y el comercio electrónico en la era post-cookies
- AF2: Retail digital: estrategias clave para atraer y fidelizar clientes en el comercio electrónico
- AF3: Herramientas de comercio electrónico para impulsar el sector agropecuario
- AF5: Aplicación de tecnologías emergentes y desarrollo de habilidades gerenciales para la toma de decisiones
- AF6: Mejoras en el procesos de logística & cadena de suministro como impulsores del cambio 4.0
- AF7: Estrategias de fidelización del cliente como elemento diferenciador del negocio en ecommerce

Al finalizar la formación de cada una de ella se compartió la herramienta de encuesta de satisfacción de manera digital, a través de un formulario de Google Forms el cual fue enviado por correo electrónico a todos los participantes, logrando que 411 participantes lo diligenciaran.

Estas encuestas fueron compartidas durante aproximadamente 30 días después de finalizada la acción de formación, con el fin de lograr contar con un número suficiente para el análisis, fue necesario realizar el envió durante diferentes oportunidades.

El objetivo general del proyecto es Desarrollar y fortalecer las capacidades y habilidades de las empresas vinculadas a la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico y su cadena productiva, a través de formación continua especializada para el uso y apropiación de tecnologías digitales, incrementando las competencias laborales asociadas con la prestación de servicios de comercio electrónico, contribuyendo en la transformación digital de la cuarta revolución industrial y apropiando procesos innovadores que generen

mecanismos avanzados de interacción, participación y toma de decisiones.

Por lo anterior se implementa un proceso de formación presencial, virtual, PAT segmentado en 7 acciones de formación, tal como se describe a continuación:

Tabla 14. Acciones de formación cantidad de beneficiarios a impactar

# AF	Acción de Formación	N°de beneficiarios AF	Ciudades / Departamento CI = Ciudad de Impacto
1	DATOS, PRIVACIDAD Y PERSONALIZACIÓN DE EXPERIENCIAS DEL CLIENTE: FUTURO DEL MARKETING Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA ERA POST-COOKIES	500	Bogotá 475 Atlántico 5 Quindío 5 Norte Santander (Cúcuta)CI 10 Magdalena (Ciénaga) CI 5
2	RETAIL DIGITAL: ESTRATEGIAS CLAVE PARA ATRAER Y FIDELIZAR CLIENTES EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO	500	Bogotá 475 Atlántico 5 Quindío 5 Norte Santander (Cúcuta) CI 10 Magdalena (Ciénaga) 5
3	HERRAMIENTAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO PARA IMPULSAR EL SECTOR AGROPECUARIO	20	Pijao (Quindío) CI 20
4	INNOVATION AS COMPANY VALUE BOOSTER	1	Bogotá 1
5	APLICACIÓN DE TECNOLOGIAS EMERGENTES Y DESARROLLO DE HABILIDADES GERENCIALES PARA LA TOMA DE DECISIONES	60	Bogotá 51 Atlántico 2 Quindío 1 Norte Santander (Cúcuta)CI 3 Magdalena (Ciénaga) CI 3
6	MEJORAS EN EL PROCESOS DE LOGÍSTICA & CADENA DE SUMINISTRO COMO IMPULSORES DEL CAMBIO 4.0	11	Bogotá 11
7	ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE COMO ELEMENTO DIFERENCIADOR DEL NEGOCIO EN ECOMMERCE	20	Magdalena (Ciénaga) - CI 20

Para la realización de la encuesta de satisfacción se utiliza la herramienta Google Forms (Formularios de Google), el cual permite la

creación y publicación de formularios ajustados las necesidades que se tengan y también permite ver los resultados de manera gráfica.

Cada acción de formación cuenta con un enlace en el cual se encuentra la encuesta de satisfacción correspondiente.

Anexo enlaces de las encuestas:

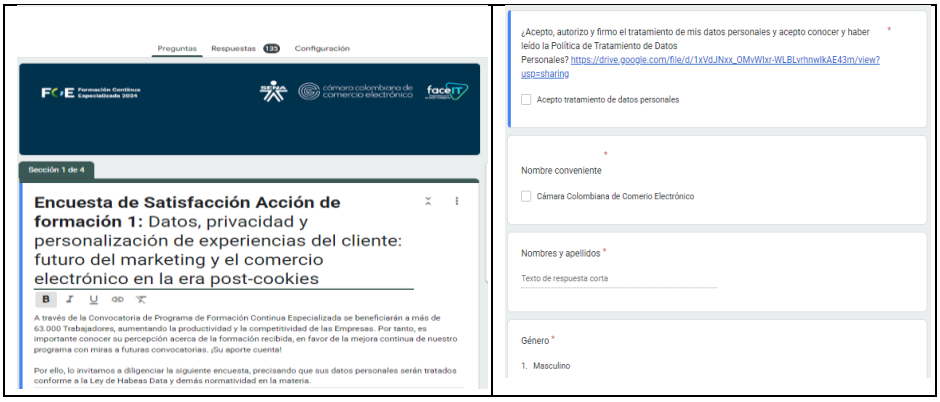
- AF1: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1BgmCXVCYstDzLjFlgYE-u6o1SlsUr6Fko3qNCK0Dzmw/edit?usp=drive_link
- AF2: https://docs.google.com/spreadsheets/d/13-tX1RcoyJvsvDiaaKoJj0S3c2T0xpVFYV6nbBeYCzQ/edit?usp=drive_link
- AF3: https://docs.google.com/spreadsheets/d/15StWz62PGWTfTGfffmV-GgZInDxUGmXvVSfL9DHo-hg/edit?usp=drive_link
- AF5:https://docs.google.com/spreadsheets/d/1JXaegkZgTsRLDPvOhvgux6VIgLHTM6Qn7SMVwd6WFkY/edit?usp=drive_link
- AF6: https://docs.google.com/spreadsheets/d/16OAvewLxAy7tp01nYfd-WhEjnH6IUvUZDTT4wxuuCp8/edit?usp=drive_link
- AF7: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1a5irmSq6Ufql-LCqE4n2DSK9Y6cw3Uv9QP8QFyCAJV0/edit?usp=drive_link

Encuesta cursos de transferencia de conocimiento

- Cultura Organizacional y Responsabilidad Social Empresarial (RSE) https://docs.google.com/spreadsheets/d/1U67R5AtqqOKOS_gv68TKJ8hbTi3b_5tn5GqRB5kCE8U/edit?usp=drive_link
- Trabajo Colaborativo /Inteligencia Emocional https://docs.google.com/spreadsheets/d/1dbTcFJ7taeDkHboW_331AZ8S4HvICqAz8D9hy2m1ih4/edit?usp=drive_link
- Fortalecimiento de habilidades blandas https://docs.google.com/spreadsheets/d/1USHwbRNIYSscoMYNickdlMDdjvhI4FdUv9mSJro1N-I/edit?usp=drive_link
- AGILISMO https://docs.google.com/spreadsheets/d/1BqokOOyHJ1I5NW

Rn4RuZvfWYdJvjd9XNp9x4j7pyHC8/edit?usp=drive_link

Gráfico 1. *Ejemplo encuesta de satisfacción*



- Desarrollo de la Encuesta

Población total

Población beneficiarios convenio

De una población de 1.134 participantes, 411 realizaron la respectiva encuesta de satisfacción que corresponde al 36,24% de la meta de formados definidos en el proyecto, tal como se muestra en la siguiente tabla. Lo anterior cumple con lo indicado en el numeral 2.9 (Aplicación de encuestas).

Tabla 15. Porcentaje de encuestados por acción de formación

# AF	ACCIÓN DE FORMACIÓN	N°DE BENEFICIARIOS AF	ENCUESTADOS	% ENCUESTADOS
1	DATOS, PRIVACIDAD Y PERSONALIZACIÓN DE EXPERIENCIAS DEL CLIENTE: FUTURO DEL MARKETING Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA ERA POST-COOKIES	508	174	34%
2	RETAIL DIGITAL: ESTRATEGIAS CLAVE PARA ATRAER Y FIDELIZAR CLIENTES EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO	532	151	28%

3	HERRAMIENTAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO PARA IMPULSAR EL SECTOR AGROPECUARIO	29	12	41%
5	APLICACIÓN DE TECNOLOGIAS EMERGENTES Y DESARROLLO DE HABILIDADES GERENCIALES PARA LA TOMA DE DECISIONES	50	38	76%
6	MEJORAS EN EL PROCESOS DE LOGÍSTICA & CADENA DE SUMINISTRO COMO IMPULSORES DEL CAMBIO 4.0	14	14	100%
7	ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE COMO ELEMENTO DIFERENCIADOR DEL NEGOCIO EN ECOMMERCE	22	22	100%

A través de la utilización de tablas dinámicas, se logra evidenciar la percepción de los participantes mostrando un ponderado según a las respuestas a continuación el resumen:

Tabla 16. Cantidad de personas participantes por género

Genero	**Total**
Femenino	251
Masculino	160
Total general	**411**

Tabla 17. Cobertura general por Departamento

Departamento de domicilio	**Total**
Atlántico	10
Cundinamarca	1
Magdalena	31
Norte de Santander	13
Quindío	17
Bogotá D.C	339
Total general	**411**

Tabla 18. Nivel de formación

Nivel de formación	**Total**
Básica Primaria	5
Media Secundaria	26
Ninguno	1

Posgrado	81
Profesional	185
Técnica	67
Tecnología	46
Total general	**411**

Tabla 19. ¿Actualmente se encuentra trabajando?

Cuenta de ¿Actualmente se encuentra trabajando?	**Total**
No	109
Sí	302
Total general	**411**

Tabla 20. ¿Cuál es su nivel ocupacional?

Nivel ocupacional	**Total**
Alta Dirección	108
Medio	217
Operativo	86
Total general	**411**

Tabla 21. Formación recibida en este programa

Cuenta de En cuanto a la formación recibida en este programa se puede decir	**Total**
Complementa mi actual	273
Es completamente nueva frente a formación que ya poseo	128
No fortalece en nada	1
Repite lo visto en mi formación actual	9
Total general	**411**

Tabla 22. Percepción la calidad de la formación recibida

Cuenta de Califique de 1 a 5 según su percepción. (Siendo 1 muy malo y 5 Excelente) [Califique según su percepción la calidad de la formación recibida (Siendo 1 muy malo y 5 Excelente)]	**Total**
2	2
3	14

4	123
5	272
Total general	**411**

Tabla 23. Percepción la complejidad de la formación recibida

Cuenta de Califique de 1 a 5 según su percepción. (Siendo 1 muy malo y 5 Excelente) [Califique según su percepción la complejidad de la formación recibida]	**Total**
1	6
2	20
3	52
4	120
5	213
Total general	**411**

Tabla 24. ¿La capacitación que recibió a través del Programa FCE del SENA le permitió adquirir conocimientos y habilidades?

Cuenta de ¿La capacitación que recibió le permitió adquirir conocimientos y habilidades?	**Total**
No	3
No está seguro	7
Sí	401
Total general	**411**

Tabla 25. ¿Los conocimientos y habilidades adquiridos le son útiles para el cargo que desempeña en este momento?

Cuenta de ¿Los conocimientos adquiridos le son útiles para el cargo que desempeña?	**Total**
No	9
No está seguro	23
Sí	379
Total general	**411**

Tabla 26. ¿Siente que los conocimientos y habilidades adquiridas aportan en la mejora de su desempeño en el trabajo?

Cuenta de ¿Siente que los conocimientos adquiridos mejoran su desempeño en el trabajo?	**Total**
No	13
No está seguro	16
Sí	382

Total general	**411**

Tabla 27. ¿Cómo esperaría que reconocieran su mejor desempeño?

Cuenta de ¿Cómo esperaría que reconocieran su mejor desempeño?	**Total**
Ascenso	86
Cambio de Cargo	51
Continuidad en el Cargo	119
Mejoramiento en el salario	155
Total general	**411**

Tabla 28. Califique según corresponda la facilidad de acceso a la plataforma o herramienta tecnológica

Cuenta de Califique de 1 a 5 según su percepción. (Siendo 1 muy malo y 5 Excelente) [Califique la facilidad de acceso a la plataforma o herramienta tecnológica]	**Total**
2	2
3	17
4	101
5	291
Total general	**411**

Tabla 29. Califique la calidad de las herramientas tecnológicas usadas para la formación

Cuenta de Califique de 1 a 5 según su percepción. (Siendo 1 muy malo y 5 Excelente) [Califique la calidad de las herramientas tecnológicas usadas para la formación]	**Total**
2	3
3	10
4	115
5	283
Total general	**411**

Tabla 30. Califique el material de formación teniendo en cuenta su presentación y contenido

Cuenta de Califique de 1 a 5 según su percepción. (Siendo 1 muy malo y 5	**Total**

Excelente) [Califique el material de formación teniendo en cuenta su presentación y contenido]	
1	1
2	2
3	22
4	115
5	271
Total general	**411**

Tabla 31. Califique el ambiente de aprendizaje en el cual se desarrolló la acción de formación

Cuenta de Califique de 1 a 5 según su percepción. (Siendo 1 muy malo y 5 Excelente) [Califique el ambiente de aprendizaje en el cual se desarrolló la acción de formación]	Total
2	5
3	15
4	111
5	280
Total general	**411**

Población transferencia de conocimiento

De una población de 320 participantes, 170 realizaron la respectiva encuesta de satisfacción que corresponde al 53,13% de la meta de formados por parte de la transferencia de conocimiento, tal como se muestra en la siguiente tabla. Lo anterior cumple con lo indicado en el numeral 2.9 (Aplicación de encuestas).

Tabla 32. Porcentaje de encuestados por acción de formación

ACCIÓN DE FORMACIÓN	N°DE BENEFICIARIOS AF	ENCUESTADOS	% ENCUESTADOS
Cultura Organizacional y Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	30	13	43%
Trabajo Colaborativo /Inteligencia Emocional	100	35	35%
Fortalecimiento de habilidades blandas	30	91	303%
AGILISMO	30	31	103%

A través de la utilización de tablas dinámicas, se logra evidenciar la percepción de los participantes mostrando un ponderado según a las respuestas a continuación el resumen:

Tabla 33. Cantidad de personas participantes por género

Genero	Total
Femenino	96
Masculino	71
Total general	**167**

Tabla 34. Cobertura general por Departamento

Departamento de domicilio	Total
Antioquia	2
Bogotá D.C	46
Bolívar Cartagena	1
Boyacá	1
Caldas	2
Caquetá	1
Cauca	1
Cesar	1
Cundinamarca	82
La Guajira	1
Quindío	25
Tolima	1
Valle del Cauca	2
Vichada	1
Total general	**167**

Tabla 35. Nivel de formación

Nivel de formación	Total
Media Secundaria	1
Posgrado	70
Profesional	75
Técnica	4
Tecnología	17
Total general	**167**

Tabla 36. ¿Actualmente se encuentra trabajando?

Cuenta de ¿Actualmente se encuentra trabajando?	Total

No	3
Sí	164
Total general	**167**

Tabla 37. Formación recibida en este programa

Cuenta de En cuanto a la formación recibida en este programa se puede decir	Total
Complementa mi actual	127
Es completamente nueva frente a formación que ya poseo	36
Repite lo visto en mi formación actual	4
Total general	**167**

Tabla 38. Percepción la calidad de la formación recibida

Cuenta de Califique de 1 a 5 según su percepción. (Siendo 1 muy malo y 5 Excelente) [Califique según su percepción la calidad de la formación recibida (Siendo 1 muy malo y 5 Excelente)]	Total
2	1
3	5
4	50
5	111
Total general	**167**

Tabla 39. Percepción la complejidad de la formación recibida

Cuenta de Califique de 1 a 5 según su percepción. (Siendo 1 muy malo y 5 Excelente) [Califique según su percepción la complejidad de la formación recibida]	Total
1	4
2	8
3	15
4	56
5	84
Total general	**167**

Tabla 40. ¿La capacitación que recibió a través del Programa FCE del SENA le permitió adquirir conocimientos y habilidades?

Cuenta de ¿La capacitación que recibió le permitió adquirir conocimientos y habilidades?	Total
No está seguro	3
Sí	164
Total general	**167**

Tabla 41. ¿Los conocimientos y habilidades adquiridos le son útiles para el cargo que desempeña en este momento?

Cuenta de ¿Los conocimientos adquiridos le son útiles para el cargo que desempeña?	Total
No está seguro	5
Sí	162
Total general	**167**

Tabla 42. ¿Siente que los conocimientos y habilidades adquiridas aportan en la mejora de su desempeño en el trabajo?

Cuenta de ¿Siente que los conocimientos adquiridos mejoran su desempeño en el trabajo?	Total
No	1
No está seguro	3
Sí	163
Total general	**167**

Tabla 43. Califique según corresponda la facilidad de acceso a la plataforma o herramienta tecnológica

Cuenta de Califique de 1 a 5 según su percepción. (Siendo 1 muy malo y 5 Excelente) [Califique la facilidad de acceso a la plataforma o herramienta tecnológica]	Total
2	1
3	9
4	35
5	122
Total general	**167**

Tabla 44. Califique la calidad de las herramientas tecnológicas usadas para la formación

Cuenta de Califique de 1 a 5 según su percepción. (Siendo 1 muy malo y 5 Excelente) [Califique la calidad de las herramientas tecnológicas usadas para la formación]	Total
2	1
3	10
4	50
5	106
Total general	**167**

Tabla 45. Califique el material de formación teniendo en cuenta su presentación y contenido

Cuenta de Califique de 1 a 5 según su percepción. (Siendo 1 muy malo y 5 Excelente) [Califique el material de formación teniendo en cuenta su presentación y contenido]	Total
2	2
3	9
4	53
5	103
Total general	**167**

Tabla 46. Califique el ambiente de aprendizaje en el cual se desarrolló la acción de formación

Cuenta de Califique de 1 a 5 según su percepción. (Siendo 1 muy malo y 5 Excelente) [Califique el ambiente de aprendizaje en el cual se desarrolló la acción de formación]	Total
1	1
2	1
3	9
4	45
5	111
Total general	**167**

Periodo de recolección de la información

Beneficiarios del Convenio

El periodo de recolección de la información se realiza con la terminación de cada grupo en las diferentes acciones de formación. En la siguiente tabla se observa la aplicación de las encuestas por cada una de las acciones de formación.

Tabla 47. Rango de Aplicación de encuesta de satisfacción beneficiarios del proyecto

ACCION DE FORMACION	GRUPO	FECHA FINALIZACION	RANGO APLICACIÓN ENCUESTA DE SATISFACCIÓN
AF1	1	14/02/2025	Desde el 13 de noviembre de 2024 hasta el 28 de febrero de 2025
	2	16/12/2024	
	3	6/12/2024	
	4	29/11/2024	
	5	29/11/2024	
	6	4/12/2024	
	7	27/02/2025	

	8	19/02/2025	
	9	21/02/2025	
	10	28/02/2025	
AF2	1	12/12/2024	Desde el 18 de noviembre de 2024 hasta el 24 de diciembre de 2024
	2	30/11/2024	
	3	13/12/2024	
	4	28/11/2024	
	5	13/12/2024	
	6	13/12/2024	
	7	7/12/2024	
	8	12/12/2024	
	9	9/12/2024	
	10	4/12/2024	
AF3	1	15/11/2024	15 de noviembre de 2024
AF5	1	3/01/2025	Desde el 3 de diciembre de 2024 hasta el 3 de enero de 2025
	2	6/12/2024	
	3	6/12/2024	
AF6	1	1/03/2025	1 de marzo de 2025
AF7	1	23/11/2024	23 De noviembre de 2024

Beneficiarios transferencia de conocimiento

El periodo de recolección de la información se realiza con la terminación de cada grupo en las diferentes acciones de formación. En la siguiente tabla se observa la aplicación de las encuestas por cada una de las acciones de formación.

Tabla 48. Rango de Aplicación de encuesta de satisfacción beneficiarios del proyecto

ACCION DE FORMACION	GRUPO	FECHA FINALIZACION	RANGO APLICACIÓN ENCUESTA DE SATISFACCIÓN
Cultura Organizacional y Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	1	5/12/2024	Del 5 de diciembre de 2024 al 6 de diciembre de 2024
Trabajo Colaborativo /Inteligencia Emocional	1	9/12/2024	9 de diciembre 2024
Fortalecimiento de habilidades blandas	1	22/11/2024	Del 18 de noviembre de 2024 al 22 de noviembre de 2024

AGILISMO	1	11/12/2024	Del 2 de diciembre de 2024 al 11 de diciembre de 2024

Análisis de Resultados

Teniendo en cuenta los datos presentados, podemos indicar lo siguiente:

Beneficiarios del convenio

- La modalidad virtual fue la que más conto con beneficiarios con 324 participantes seguido de la modalidad presencial con 48 participantes y la modalidad PAT con 39 participantes.
- El 92,2% de los beneficiaros consideran que la formación es útil para su trabajo, mientras que el 5,6% considera no estar seguro y el 2,2% cree que no es útil; esto indica que para la mayoría de los participantes la formación es importante para el desempeño laboral.
- En cuanto al impacto en el desempeño laboral, el 92,9% siente que la formación mejoro su desembolso, mientras que el 3,9% indica no estar seguro y el 3,2% no percibe mejoras; estos resultados reflejan un impacto positivo en la formación en el trabajo diario de los participantes.
- Al analizar los resultados de la evaluación de la formación (escala 1 a 5), se evidencia una alta satisfacción con la calidad y las herramientas utilizadas, ya que se obtuvo en promedio las siguientes calificaciones:
    - Calidad de la formación: 4.62
    - Complejidad de la formación: 4.25
    - Satisfacción con los contenidos: 4.61
    - Facilidad de acceso a la plataforma: 4.66
    - Calidad de herramientas tecnológicas: 4.65
    - Material de formación (presentación y contenido): 4.59
    - Ambiente de aprendizaje: 4.62

Beneficiarios transferencia de conocimiento

- La modalidad virtual fue la que más conto con beneficiarios con 120 participantes seguido de la modalidad presencial con 30

participantes y la modalidad PAT con 17 participantes.

- El 97% de los beneficiaros consideran que la formación es útil para su trabajo, mientras que el 3% considera no estar seguro; esto indica que la formación es altamente relevante para el desempeño laboral de la mayoría de los beneficiarios.
- En cuanto al impacto en el desempeño laboral, el 97,6% siente que la formación mejoro su desembolso, mientras que el 1,8% indica no estar seguro y el 0,6% no percibe mejoras; estos resultados reflejan un impacto positivo en la formación en el trabajo diario de los beneficiarios.
- Al analizar los resultados de la evaluación de la formación (escala 1 a 5), se evidencia una alta satisfacción con la calidad y las herramientas utilizadas, ya que se obtuvo en promedio las siguientes calificaciones:
    - Calidad de la formación: 4.62
    - Complejidad de la formación: 4.25
    - Satisfacción con los contenidos: 4.67
    - Facilidad de acceso a la plataforma: 4.66
    - Calidad de herramientas tecnológicas: 4.56
    - Material de formación (presentación y contenido): 4.54
    - Ambiente de aprendizaje: 4.58

Conclusiones aplicación encuesta

- La modalidad virtual es la más utilizada, tanto en las acciones de formación del proyecto como las ejecutadas en el marco de la transferencia de conocimiento, lo anterior, nos permite seguir fortaleciendo las herramientas y plataformas digitales con el fin que el proceso de formación sea practico, accesibles y acorde con las necesidades de los beneficiarios.
- El 36,24% de los beneficiarios del proyecto contestaron la encuesta de satisfacción.
- El 53,13% de los beneficiarios de la transferencia de conocimiento contestaron la encuesta de satisfacción.
- El 97,55% de los beneficiarios del proyecto indicaron que la formación recibida les permitió adquirir conocimientos y

habilidades.

d. Informe indicadores de impacto

Tabla 49. Indicadores de impacto del proyecto

#	INDICADOR	ASPECTO A MEDIR	FÓRMULA INDICADOR		INFORMACIÓN DE LOS INDICADORES SEGÚN PROYECTO APROBADO			
					VARIABLES CUANTITATIVAS	META (%) Situación esperada		Metodología de recolección y verificación de la información requerida para validar los indicadores de impacto
1	**Mejoramiento en la empleabilidad**	Mide cómo se mejoran las condiciones económicas de los trabajadores beneficiarios del Programa de Formación Continua Especializada	Número de trabajadores beneficiarios con incremento salarial después de recibir la formación	x 100	56	x 100	**5%**	Aplicación de encuesta a los beneficiarios, con el fin de recolectar información, para finalmente analizarla y verificar el cumplimiento del indicador
			Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación		1158			
2	**Retención de los trabajadores**	Mide la retención de los trabajadores beneficiarios del Programa de Formación Continua Especializada	Número de trabajadores beneficiarios que continúan en sus empresas luego de recibir la formación	x 100	844	x 100	**73%**	Aplicación de encuesta a los beneficiarios, con el fin de recolectar información, para finalmente analizarla y verificar el cumplimiento del indicador.
			Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación		1158			

3	**Movilidad laboral**	Mide la movilidad de los trabajadores beneficiarios del Programa de Formación Continua Especializada	Número de trabajadores beneficiarios que cambian sus condiciones laborales de manera horizontal o vertical, luego de recibir la formación	x 100	844	x 100	**73%**	Aplicación de encuesta a los beneficiarios, con el fin de recolectar información, para finalmente analizarla y verificar el cumplimiento del indicador.
			Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación		1158			
4	**Empresas beneficiarias**	Mide el porcentaje de las empresas beneficiarias del Programa de Formación Continua Especializada	Número total de empresas beneficiarias de la acción de formación	x 100	143	x 100	**24%**	Aplicación de encuesta a los beneficiarios, con el fin de recolectar información, para finalmente analizarla y verificar el cumplimiento del indicador.
			Número total de empresa(s) que representa la empresa/ gremio		601			
5	**Trabajadores beneficiarios**	Mide el porcentaje de trabajadores beneficiarios del Programa de Formación Continua Especializada.	Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	x 100	1158	x 100	**5%**	Análisis de los informes de los resultados de cada una de las acciones de formación, en donde se evidencia el número de beneficiarios certificados.
			Número total de trabajadores de la(s) empresa(s) que representa la empresa/ gremio		22320			

De acuerdo con la anterior tabla, se indica que:

<u>Mejoramiento en la empleabilidad</u>

De acuerdo con los resultados obtenidos al finalizar el proceso de formación, se evidencia que al menos 56 beneficiarios obtuvieron un incremento salarial entre el segundo semestre del 2024 y el primer semestre del 2025.

Retención de los trabajadores

De acuerdo con los resultados obtenidos al finalizar el proceso de formación, se evidencia que al menos 844 beneficiarios formados, continua en sus empresas y actividades económicas señaladas al momento de su participación en las acciones de formación.

Movilidad laboral

De acuerdo con los resultados obtenidos al finalizar el proceso de formación, se evidencia que al menos 844 beneficiarios manifiestan que se mantienen en sus cargos asumiendo las responsabilidades en las empresas y actividades económicas señaladas al momento de la participación en las acciones de formación, por tanto, no se refleja ningún cambio en la movilidad laboral.

Empresas beneficiarias

Al menos 143 empresas asociadas al sector comercio participaron del proceso de Formación.

Trabajadores beneficiarios

En cuanto a los beneficiarios formados y como indicador de resultado, tenemos que alrededor de 1.158 personas se certificaron dando cumplimiento al 85% de las horas de formación establecidas por el proyecto.

Tabla 50. Indicadores de impacto por acción de formación

				AF1			AF2			AF3			AF4			AF5			AF6			AF7		
#	INDICADOR	FÓRMULA INDICADOR		VARIABLES CUANTITATIVAS		META (%) Avance al finalizar la ejecución	VARIABLES CUANTITATIVAS		META (%) Avance al finalizar la ejecución	VARIABLES CUANTITATIVAS		META (%) Avance al finalizar la ejecución	VARIABLES CUANTITATIVAS		META (%) Avance al finalizar la ejecución	VARIABLES CUANTITATIVAS		META (%) Avance al finalizar la ejecución	VARIABLES CUANTITATIVAS		META (%) Avance al finalizar la ejecución	VARIABLES CUANTITATIVAS		META (%) Avance al finalizar la ejecución
1	**Mejoramiento en la empleabilidad**	Número de trabajadores beneficiarios con incremento salarial después de recibir la formación	x 100	25	x 100	**5%**	25	x 100	**5%**	1	x 100	**3%**	0	x 100	**0%**	3	x 100	**6%**	1	x 100	**8%**	1	x 100	**5%**
		Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación		513			531			29			1			50			12			22		
2	**Retención de los trabajadores**	Número de trabajadores beneficiarios que continúan en sus empresas luego de recibir la formación	x 100	400	x 100	**78%**	340	x 100	**64%**	20	x 100	**69%**	0	x 100	**0%**	55	x 100	**110%**	11	x 100	**92%**	18	x 100	**82%**
		Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación		513			531			29			1			50			12			22		

3	**Movilidad laboral**	Número de trabajadores beneficiarios que cambian sus condiciones laborales de manera horizontal o vertical, luego de recibir la formación	x 100	25	x 100	**5%**	25	x 100	**5%**	1	x 100	**3%**	0	x 100	**0%**	3	x 100	**6%**	1	x 100	**8%**	1	x 100	**5%**
		Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación		513			531			29			1			50			12			22		
4	**Empresas beneficiarias**	Número total de empresas beneficiarias de la acción de formación	x 100	15	x 100	**15%**	15	x 100	**15%**	21	x 100	**21%**	1	x 100	**100%**	45	x 100	**45%**	1	x 100	**1%**	14	x 100	**14%**
		Número total de empresa(s) que representa la empresa/ gremio		100			100			100			1			100			100			100		
5	**Trabajadores beneficiarios**	Número total de trabajadores beneficiarios de la acción de formación	x 100	513	x 100	**2%**	531	x 100	**2%**	29	x 100	**0%**	1	x 100	**100%**	50	x 100	**0%**	12	x 100	**0%**	22	x 100	**0%**
		Número total de trabajadores de la(s) empresa(s) que representa la empresa/ gremio		22320			22320			22320			1			22320			22320			22320		

9. NÚMERO DE MODIFICACIONES SOLICITADAS Y APROBADAS

Durante la ejecución del convenio se realizaron una (1) solicitud a interventoría frente a la modificación del cronograma aprobado:

- Reemplazar el capacitador Wilson Castro Torres y Giovanny Andrés Roa Varón por Jhon Alexander López Álvarez en algunas unidades temáticas de la acción de formación N° 5 APLICACIÓN DE TECNOLOGIAS EMERGENTES Y DESARROLLO DE HABILIDADES GERENCIALES PARA LA TOMA DE DECISIONES.
- Cambiar la fecha y hora de la unidad temática 3 y 4 del grupo 1 de la acción de formación No.5 APLICACIÓN DE TECNOLOGIAS EMERGENTES Y DESARROLLO DE HABILIDADES GERENCIALES PARA LA TOMA DE DECISIONES.
- Cambiar la fecha y hora de las unidades temáticas 2, 3, 4, 5 y 6 del grupo 3 de la acción de formación N.° 5 APLICACIÓN DE TECNOLOGIAS EMERGENTES Y DESARROLLO DE HABILIDADES GERENCIALES PARA LA TOMA DE DECISIONES.
- Cambiar el salón para la acción de formación 7 ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE COMO ELEMENTO DIFERENCIADOR DEL NEGOCIO EN ECOMMERCE que está programada realizarse en Ciénaga, ya no será en el salón de informática, sino en el salón de bilinguismo.

Solicitud que fue aprobada con el número de radicado CM-74 enviado el 16 de diciembre 2024.

10. EVIDENCIAS DEL USO DE LA IMAGEN CORPORATIVA

Durante las acciones de formación presenciales, PAT y virtuales se hizo uso de la imagen corporativa, teniendo en cuenta los lineamientos establecidos por el grupo de formación continua especializada, siendo aprobada por el área encargada y validado por el SENA.

a. Piezas graficas usadas durante la implementación del convenio:

Para la ejecución de cada una de las acciones de formación, se diseñaron diferentes piezas que fueron usadas en las plataformas de formación dispuestas para la modalidad virtual, así como también durante las clases de

la modalidad presencial y PAT. Estas piezas contaron con la respectiva aprobación por parte del SENA, tal como se describe a continuación:

Tabla 51. Relación piezas usadas durante implementación del convenio

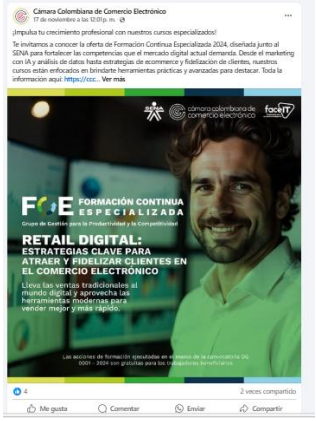
PIEZA	FECHA SOLICITUD DE APROBACIÓN POR EL CONVINIENTE	FECHA DE APROBACIÓN DEL SENA
- Piezas plataforma - fondos. - AF01 - ruta de aprendizaje grupo 1, 4 y 7. - AF02 - ruta de aprendizaje grupo 1, 4 y 7. - AF01 - Introducción slide 5, 6, 7, 8, 9. - AF02 - Introducción. AF02 - Banners. - AF01 - Banners. AF05 - Banners. - AF0X - Banners. - AF05 - Historia. - AF02 - Historia. - AF01 - Historia. AF01, AF02, AF03, AF07 - Fondos. - AF05 - Cartilla. - AF05 - fondos. - Carpeta - AF01 - Backing. -AF02 - Backing. - AF03 - Backing. - AF05 - Backing. - AF06 - Backing. - AF07 - Backing. - Piezas moodle - Bienvenida	23/10/2024	24/10/2024
- AF0X - Plantilla presentación. - AF0X - Post. - AF0X - Historias. - AF0X - Fondos.	21/10/2024	23/10/2024
AF03 - Post	21/10/2024	23/10/2024
Piezas gráficas AF5: Aprobadas Banners AF1 y AF2 : Aprobados	17/10/2024	21/10/2024
AF1, AF2, AF3, AF5, AF7 - Post AF1, AF2 - ruta de aprendizaje AF1 - Introducción AF2 - Introducción Fondos plataforma Banners Piezas plataforma AF1, AF2, AF5 - Stories Fondos AF1, AF2, AF3, AF5, AF6, AF7 - Cartillas	12/01/2024	13/11/2024

Carpeta AF1, AF2, AF3, AF5, AF6, AF7 – Backing		
Pieza para el evento de cierre - V1	27/01/2025	29/01/2025
Pieza para el evento de cierre - V2	20/02/2025	21/02/2025

b. Divulgación acciones de formación

La divulgación de cada una de las acciones de formación ejecutadas en el marco del convenio se realizó a través de correo electrónico y publicación en las redes sociales del conveniente y se realizaron según se describe a continuación:

Tabla 52. Relación divulgación acciones de formación.

Acción de Formación	Objetivo	Fecha publicación	Pieza
AF1: Datos, Privacidad Y Personalización De Experiencias Del Cliente: Futuro Del Marketing Y El Comercio Electrónico En La Era Post-Cookies	Realizar convocatoria del curso en mención.	26 de octubre 2024	
AF2: Retail Digital: Estrategias Clave Para Atraer Y Fidelizar Clientes En El Comercio Electrónico	Realizar convocatoria del curso en mención.	19 de noviembre 2024	

AF2: Retail Digital: Estrategias Clave Para Atraer Y Fidelizar Clientes En El Comercio Electrónico	Realizar convocatoria del curso en mención.	19 de noviembre 2024	
Todas las acciones de formación	Desde el 10 de octubre de 2024 hasta el 1 de noviembre de 2024		

11. REPORTE DEL DESARROLLO DE LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO Y TECNOLOGÍA

La transferencia de conocimiento y tecnológica, se cumplió en su totalidad técnica y financieramente con la ejecución de las siguientes acciones de formación:

Tabla 53. Transferencia de conocimiento y tecnológica

Transferencia de Conocimiento y Tecnología	Proyecto	Ejecutado	% de ejecución
Número de beneficiarios Transferencia de Conocimiento y Tecnología	125	151	121%
Presupuesto - R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	$ 28.598.690	$ 28.598.690	100%

Los eventos de formación ejecutados fueron:

Tabla 54. Acciones de formación transferencia de conocimiento y tecnológica

No. AF	NOMBRE ACCIÓN DE FORMACIÓN TRANSFERENCIA	TIPO DE EVENTO	FECHA EJECUCIÓN	CUIDADES / MUNICIPIOS A BENEFICIAR - COBERTURA	BENEFICIARIOS FORMADOS
1	Cultura Organizacional y Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	Taller	Del 5 de diciembre al 6 de diciembre de 2024	QUINDIO	**17**
2	Trabajo Colaborativo /Inteligencia Emocional	Conferencia	9 de diciembre de 2024	QUINDIO	**63**
3	Fortalecimiento de habilidades blandas	Taller	Del 18 de noviembre al 22 de noviembre de 2024	CUNDINAMARCA	**62**
6	AGILISMO	Taller	Del 2 de diciembre al 11 de diciembre de 2024	Distrito Hub de innovación- SENA Distrito Capital	**9**

Las evidencias de ejecución se encuentran en el repositorio del proyecto, así mismo fue compartido al SENA.

12. RESUMEN DE LA EJECUCIÓN FINANCIERA QUE INCLUYA PRESUPUESTO APROBADO VS. PRESUPUESTO EJECUTADO

- Recursos de cofinanciación presupuestados vs ejecutados.

Tabla 55. Recursos de cofinanciación

INFORMACION POR RUBRO		APORTES SENA		
RUBROS	**SUB RUBRO**	**PRESUPUESTO APROBADO**	**TOTAL EJECUCIÓN ($)**	**% DE EJECUCION (EJECUTADO/APROBADO)**
R01.*	1.4	$ 48.402.864,00	$ 45.990.646,00	95,02%
R02.	1	$ 169.400,00	$ 169.400,00	100,00%
R04.		$ 3.630.000,00	$ 3.630.000,00	100,00%
R07.	1	$ 104.209.414,00	$ 104.209.414,00	100,00%
R08.	2	$ 774.000.000,00	$ 774.000.000,00	100,00%
R09.		$ 32.438.700,00	$ 32.438.700,00	100,00%
R10.	3	$0,00	$0,00	0,00%
R11.				
TOTAL GENERAL		**$ 962.850.378,00**	**$ 960.438.160,00**	

* Es relevante señalar que el rubro R01 no alcanzó el 100% de la ejecución, ya que se han emitido 50 certificados correspondientes a la AF5: Aplicación de Tecnologías Emergentes y Desarrollo de Habilidades Gerenciales para la Toma de Decisiones. Esto se debe a que la meta para esta acción de formación era de 60 certificados.

- Recursos de contrapartida en efectivo presupuestados vs ejecutados.

Tabla 56. Recursos contrapartida

INFORMACION POR RUBRO		CONTRAPARTIDA DINERO			TOTAL EJECUCION ($)
RUBROS	**SUB RUBRO**	**PRESUPUESTO APROBADO**	**TOTAL EJECUCIÓN**	**% DE EJECUCIÓN (EJECUTADO/APROBADO)**	**TOTAL EJECUCION ($)**
R01.	1.4	$ 13.253.936,00	$ 11.500.154,00	**86,77%**	**$ 57.490.800,00**
R02.	1	$ 1.282.600,00	$ 1.282.600,00	**100,00%**	**$ 1.452.000,00**
R04.		$-			**$ 3.630.000,00**
R07.	1	$ 10.306.426,00	$ 10.306.426,00	**100,00%**	**$ 114.515.840,00**
R08.	2	$ 256.800.000,00	$ 256.800.000,00	**100,00%**	**$ 1.030.800.000,00**
R09.		$ 10.812.900,00	$ 10.812.900,00	**100,00%**	**$ 43.251.600,00**

R10.	3	$ 4.367.999,00	$ 4.733.648,00	**108,37%**	**$ 4.733.648,00**
R11.		$ 28.598.690,00	$ 28.598.690,00	**100,00%**	**$ 28.598.690,00**
TOTAL GENERAL		**$ 296.823.861,00**	**$ 295.435.728,00**		**$ 1.255.873.888,00**

La información financiera presentada, está sujeta a modificación una vez se cuente con los ajustes recibidos en el informe de la visita del 28 de febrero de 2025

13. RENDIMIENTOS FINANCIEROS GENERADOS

Se cumplió con el reintegro de los rendimientos generados durante la ejecución del convenio, tal como se muestra en la tabla 56.

Tabla 57. Rendimiento financiero

MES	AÑO	RENDIMIENTOS FINANCIEROS
De octubre a diciembre 2024	2025	$543.00
Total		

Al 26 de marzo de 2024 los rendimientos financieros generados son: $543 (QUINIENTOS CUARENTA Y TRES PESOS CON SESENTA Y SIETE CENTAVOS).

14. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

a. Desembolsos realizados por el SENA (monto y fecha)

Tabla 58. Desembolsos proyecto

Desembolso	Monto	Fecha
Primer desembolso	$192.570.075,60	10 de diciembre de 2024
Segundo desembolso	$481.425.189,00	12 de marzo de 2025
Tercer desembolso	$288.855.113,40	PENDIENTE

A la fecha se ha recibido el 70% del total de cofinanciación (SENA), lo cual corresponde a un total de SEISCIENTOS SETENTA Y TRES MILLONES NOVECIENTOS NOVENTA Y CINCO MIL DOSCIENTOS SESENTA Y CUATRO CON SEIS DÉCIMOS PESOS MCTE ($673.995.264,6).

El tercer desembolso, se encuentra en proceso de pago por parte del SENA.

Es importante indicar que durante la ejecución del proyecto se dio cumplimiento a la entrega de las certificaciones de seguridad social parafiscales e impuestos derivados del proyecto.

Desde los aspectos administrativos, además se indica que la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico dio cumplimiento a la suscripción de los siguientes contratos con el fin de llevar a cabo la ejecución del proyecto aprobado:

- Colegio Mayor De Nuestra Señora Del Rosario
- Fundación FACEIT
- Enentrenamiento
- Yiza Yelena Aragon Lozano
- Sandra Milena Cabrejo Ariza
- Ana Teresa Guevara Bernal
- Walter Alexander León Ortiz
- Mónica Alejandra Díaz Chavarro
- Seguros Mundial
- Belkis Esperanza Vergara Pérez
- Esmeralda Murillo Ochoa

De igual manera, cada una de estas personas y proveedores suscribieron el formato de tratamiento de datos y habeas Data.

15. CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES ESTABLECIDAS EN EL CONVENIO.

Con la entrega de este informe y los respectivos informes, reportes durante la ejecución del convenio, se dio cumplimiento al proyecto aprobado y las obligaciones establecidas en el pliego de la Convocatoria Pública Nº DG 0001 de 2024 anexos de la convocatoria y demás aspectos pertinentes. Tal como se presentó en cada uno de los puntos relacionado en este informe.

16. CASOS DE ÉXITO, EXPERIENCIAS DEL PROYECTO Y EJECUCIÓN E IMPACTO DE LAS ACCIONES DE FORMACIÓN.

i. Video casos de éxito

Se desarrollo un video, con los casos de éxitos identificados de las acciones de formación más representativa, como la AF1: Datos, privacidad y personalización de experiencias del cliente: futuro del marketing y el comercio electrónico en la era post-cookies, la AF2: Retail digital: estrategias clave para atraer y fidelizar clientes en el comercio electrónico y la AF7: Estrategias de fidelización del cliente como elemento diferenciador del negocio en ecommerce.

Durante el video los beneficiarios indicaron porque fue un éxito haber participado en cada una de estas acciones de formación, así como también como pudieron implementarlo en sus organizaciones.

Además, se presentaron las acciones de formación ejecutadas, los valores de cofinanciación y los beneficios concretos e impacto para el sector, empresa/gremio y beneficiarios.

El video contó con una duración de 2 minutos y 23 segundos y una participación de 3 beneficiaros y el gerente de del convenio.

ii. Fotografías del desarrollo de las acciones de formación en la cantidad características que el SENA determine.

Se presentaron las fotos que evidencia la ejecución de cada una de las acciones de formación, en el caso de los cursos de modalidad virtual, se tomó captura a la plataforma de formación y los cursos de modalidad PAT captura de las clases realizadas, estas fotos fueron cargadas en formato jpg.

17. EVENTOS DE DIVULGACION

i. Evento de divulgación masiva

El evento de divulgación masiva fue realizado el día 5 de marzo de 2025 a las 6 de la tarde, como evento de cierre, este contó con la participación de 130 participantes y a la fecha cuenta con 307 visualizaciones. Durante este evento se presentaron los resultados

obtenidos en la ejecución del proyecto, el número de beneficiarios formados y certificados, las coberturas de los beneficiarios, etc.

Adicional a lo anterior, el video fue compartido con todos los beneficiarios del proyecto.