Bogotá D.C., 06 de diciembre de 2024

DÉCIMO CUARTO INFORME DE VISITA A LAS ACCIONES DE FORMACIÓN
INFORMACIÓN GENERAL DEL CONVENIO

Conviniente	ASOCIACION UNION NACIONAL DE COMERCIANTES DE SANTA MARTA-UNDECO
NIT	900.366.586-1
Convenio n.°	CO1.PCCNTR.6820371 de 2024
Nombre de la acción formativa	AF5 Transformación digital y su impacto en la experiencia del cliente
Modalidad	Presencial
Grupo	1
Unidad temática	(UT1 - UT2) Experiencia del Cliente y Customer Centricity UT2 - Transformación digital y su impacto en la experiencia del cliente
Tipo de evento formativo	Taller
Metodología	Teórico-practico
Lugar de ejecución	CL. 24 #2-66 CAMARA DE COMERCIO – MANZANARES, Santa Marta (Magdalena)
Fecha de visita	20 de noviembre de 2024
Hora de la visita	8:00 a.m. -10:00 a.m.
Interventor líder	Galicia Germayne Gómez Goenaga
Interventor que realiza la visita	Stephany Osorio Caballero

La Interventoría de la Universidad de Antioquia, en cumplimiento del objeto del **contrato de interventoría n.° CO1.PCCNTR.6836437 de 2024,** el cual consiste en prestar los servicios de interventoría técnica, administrativa, jurídica, financiera, contable de los convenios suscritos como resultado de la convocatoria **DG –0001 de 2024**, del Programa de Formación Continua Especializada, al convenio suscrito entre el Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA y ASOCIACION UNION NACIONAL DE COMERCIANTES DE SANTA MARTA-UNDECO, se permite presentar el informe de la visita de campo realizada al evento de la referencia.

1. DATOS DEL CAPACITADOR

- Nombre: Luis Felipe Serrano Guerrero
- Identificación: C.C. 1.082.850.604

2. OBJETIVOS DE LA VISITA

- Verificar el cumplimiento de las actividades de capacitación programadas en los cronogramas aprobados por la Interventoría.

- Verificar las condiciones y los recursos, físicos o digitales, empleados en el desarrollo de la (s) actividad (es) de capacitación.

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

3. DESARROLLO DE LA VISITA

3.1. Detalles de la acción de formación: La AF5 “Transformación digital y su impacto en la experiencia del cliente” de las (UT1 - UT2) Experiencia del Cliente y Customer Centricity UT2 - Transformación digital y su impacto en la experiencia del cliente, la cual se imparten con metodología teórico-práctica.

El recorrido realizado por las UT1 y UT2 de la acción formativa “Transformación digital y su impacto en la experiencia del cliente” fue altamente significativo para los participantes, ya que se abordaron temas clave para mejorar la interacción con los clientes y fomentar una cultura organizacional centrada en ellos.

En la UT1, *Experiencia del Cliente y Customer Centricity*, se trabajó en el entendimiento profundo de los conceptos fundamentales de experiencia del cliente y su importancia como eje estratégico de las organizaciones. Los participantes reflexionaron sobre la necesidad de priorizar las expectativas y necesidades de los clientes, mientras identificaban métodos para implementar un enfoque de *customer centricity* en sus procesos.

En la UT2, *Transformación digital y su impacto en la experiencia del cliente*, se enfatizó la integración de herramientas y estrategias digitales para optimizar las interacciones con los clientes. Los participantes exploraron cómo la transformación digital no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también permite personalizar la experiencia del cliente a través de tecnologías como CRM, análisis de datos y plataformas multicanal.

Durante el evento formativo, se analizaron estrategias específicas como la automatización de procesos, la creación de contenidos relevantes, el uso de redes sociales para mejorar la comunicación con los clientes y el diseño de experiencias personalizadas utilizando herramientas digitales. El objetivo principal fue que los participantes adquirieran habilidades prácticas para desarrollar e

implementar estrategias que les permitan fortalecer su relación con los clientes y ofrecer servicios más efectivos y alineados a sus expectativas. La acción formativa AF5 se realizó en la fecha, lugar y horario programado, de 08:00 a.m. a 05:00 p.m., según lo aprobado en el cronograma de interventoría. Durante la visita presencial, realizada en la franja de 8 a.m. a 10 a.m., se constató que el taller estaba estructurado en módulos con temáticas claras y pertinentes, siguiendo la metodología teórico-práctica establecida en la propuesta. Esto garantizó un aprendizaje dinámico y flexible, orientado a la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos en el contexto organizacional.

3.2. Uso de imagen institucional del SENA: en visita se evidenció el uso de diapositivas (presentaciones) con el diseño y disposición de las piezas gráficas corresponde al aprobado por el SENA. Por otro lado, se pudo determinar el uso de la imagen institucional del SENA en la cartilla impresa.

3.3. Gratuidad de la formación: se evidenció el uso de la frase institucional del SENA *"Las acciones de formación ejecutadas en el marco de la convocatoria DG 001-2024 son gratuitas para los trabajadores beneficiarios"* en la contraportada de la cartilla impresa.

En la presentación por parte de la interventoría en la visita de campo, se indagó a los beneficiarios si el conviniente le había realizado cobro por la participación del taller, manifestando que la capacitación la están recibiendo de manera gratuita.

3.4. Beneficiarios: el número de beneficiarios esperados de acuerdo con el cronograma y la propuesta aprobada es de 20, en la visita se encontraron 23 participantes para la acción de formación y grupo objeto de revisión; los trabajadores que hacen parte de la cadena productiva agraria, agremiados a UNDECO, con la finalidad de mejorar y fortalecer sus conocimientos y capacidades en el uso de herramientas de promoción para la comercialización directa de productos agrícolas.

3.5. Capacitador: el docente a cargo de la sesión es Luis Felipe Serrano Guerrero, en la visita se pudo verificar el carné del capacitador acompañado de su documento de identidad, donde corresponde a lo aprobado por la interventoría y al registrado en el cronograma de la propuesta aprobada.

3.6. Material de formación: en la propuesta aprobada se planteó como material de formación: *El taller "Transformación digital y su impacto en la experiencia del cliente", se realizará en el entorno presencial de aprendizaje con materiales para desarrollar el proceso formativo profundizando en: Experiencia del Cliente y Customer Centricity, Transformación digital y su impacto en la experiencia del cliente, Diseño de la*

experiencia de servicio, y Pensamiento y Análisis Crítico. En este sentido, los materiales de formación para esta AF, consisten en: una cartilla de formación (full color) impresa, metodológicamente estructurada y coherente con la metodología teórico-practica que incluye: material guía para cada participante, material complementario para la Acción de Formación como artículos, estudios de casos y de uso, así como enlaces de acceso a información adicional, cuyo contenido cumple con una estructura de desarrollo de tal modo que facilitará el aprendizaje

Igualmente, se plantea el uso de video de contextualización de las temáticas de las unidades, presentaciones interactivas, que presentan de manera sintetizada los contenidos de la unidad: ejercicios, tips y aspectos claves de las temáticas; documentos en formato PDF con las lecturas que amplían, profundizan y complementan los conocimientos adquiridos por el participante en el desarrollo de cada unidad.

Por otra parte, se desarrollarán, actividades asociadas a la interacción grupal para profundizar sobre las temáticas propuestas, se propondrán actividades de aplicación práctica de los conceptos vistos, estudio de casos y se usarán aplicaciones multimedia interactivas como Slido, para aprender y repasar conceptos de forma entretenida, mediante preguntas tipo test, y cautivar la atención de las personas y uso de nuevas tecnologías como base de su formación, con el objetivo de lograr que los participantes desarrollen un proceso formativo eficiente, progresivo y significativo.

El material de formación observado en visita presencial es de tamaño carta, en posición vertical, a full color, en papel bond 75 g, carátula propalcote de 75 g y encuadernada a caballete con grapa, contiene tiene el logo símbolo del SENA y tiene la siguiente indicación "*Las acciones de formación ejecutadas en el marco de la convocatoria DG-0001-2024 son gratuitas para los trabajadores"*, lo cual se encuentra descrito en la parte trasera de la cartilla.

El uso del material de formación fue importante en el desarrollo de la sesión, la docente implementó actividades con herramientas multimedia interactivas, como códigos de QR, enlaces compartidos con preguntas y demás actividades planteadas en la descripción que realizó en conviniente del material de formación de la propuesta aprobada.

4. CONDICIONES DEL AMBIENTE DE FORMACIÓN

4.1. Modalidad presencial

Durante la visita realizada por interventoría se observaron las condiciones físicas del espacio en el cual se desarrolló el taller, en el que se pudo evidenciar, buena iluminación, ventilación, sillas y mobiliario requerido en buenas condiciones, y la

implementación de herramientas técnicas y digitales como televisor y computador que permitieron la visualización de los contenidos estudiados.

A continuación, se detalla lo siguiente:

4.1.1 Ayudas y equipos para la formación: Durante la sesión de capacitación de la acción de formación 4, se observó la utilización de un computador y video Beam, por parte del docente, como herramienta de apoyo a la interlocución con los beneficiarios, para el desarrollo de la capacitación. Por medio de una presentación de diapositivas la docente desarrolló la temática respectiva, estas diapositivas proyectadas en la capacitación contienen el logotipo del SENA.

4.1.2 Aulas, salones y auditorios: El lugar en el que se desarrolló el taller corresponde a un espacio amplio, denominado “Magdalena” este espacio se encuentra dotado de elementos idóneos para el desarrollo de las actividades formativas como son: Video Beam y computadores que favorecieron el proceso. El espacio cuenta con buena iluminación, ventilación, condiciones higiénicas favorables, equipamiento de sillas y mesas cómodas.

5. SEGUIMIENTO ACADÉMICO

Enfoque de la acción de formación: La AF 5 visitada por interventoría tiene un enfoque de formación para el trabajo, dado que, permite que extractivo los trabajadores de las empresas agremiadas a UNDECO y su cadena productiva, del sector primario y extractivo, estén en capacidad de contribuir con ideas y soluciones de manera conjunta, pues fomenta la colaboración y el trabajo en equipo; alinea a los trabajadores con los objetivos estratégicos de la organización y aumenta la satisfacción laboral y compromiso con su empresa, lo que a su vez impacta positivamente en la productividad y el crecimiento.

Los funcionarios de las empresas que hacen parte de la cadena productiva de UNDECO, participaron del taller ***“Transformación digital y su impacto en la experiencia del cliente”,*** *esencialmente* por la necesidad que tienen de mejorar y fortalecer sus capacidades para desarrollar iniciativas de impacto relacionadas con las estrategias que posicionen su negocio.

6. HALLAZGOS

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

7. RECOMENDACIONES

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

8. CONCLUSIONES

- La capacitación de la AF5 Transformación digital y su impacto en la experiencia del cliente de las (UT1 - UT2) Experiencia del Cliente y Customer Centricity UT2 - Transformación digital y su impacto en la experiencia del cliente, se realizó de acuerdo con el cronograma aprobado del lugar, fecha y horario establecido.
- Se observó la utilización de un computador y demás herramientas digitales donde se proyecta los juegos interactivos y contenidos, por parte del docente, como herramienta de apoyo a la interlocución con los beneficiarios, para el desarrollo de la capacitación.
- En visita se observa la cartilla impresa entregada a los beneficiarios de acuerdo con la propuesta aprobada.

9. REGISTRO VISUAL

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

Fachada del lugar donde se ejecuta la acción de formación



Interventoría y capacitador



Carné y cédula del capacitador



El interventor con el capacitador y el grupo visitado



Unidad temática desarrollada en la sesión







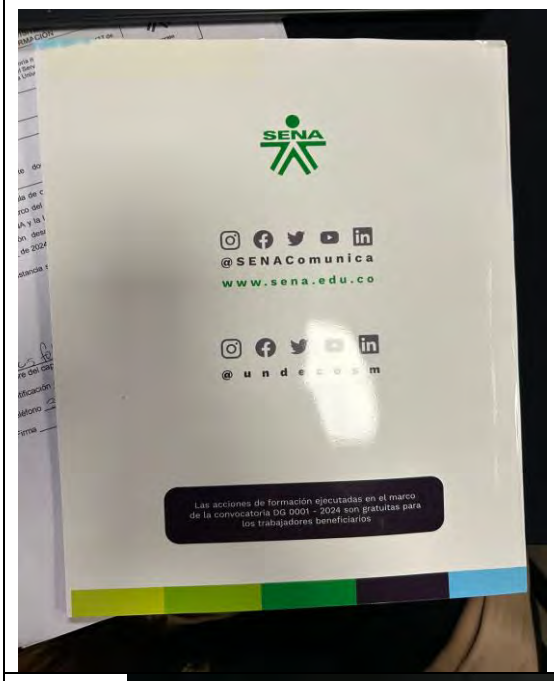




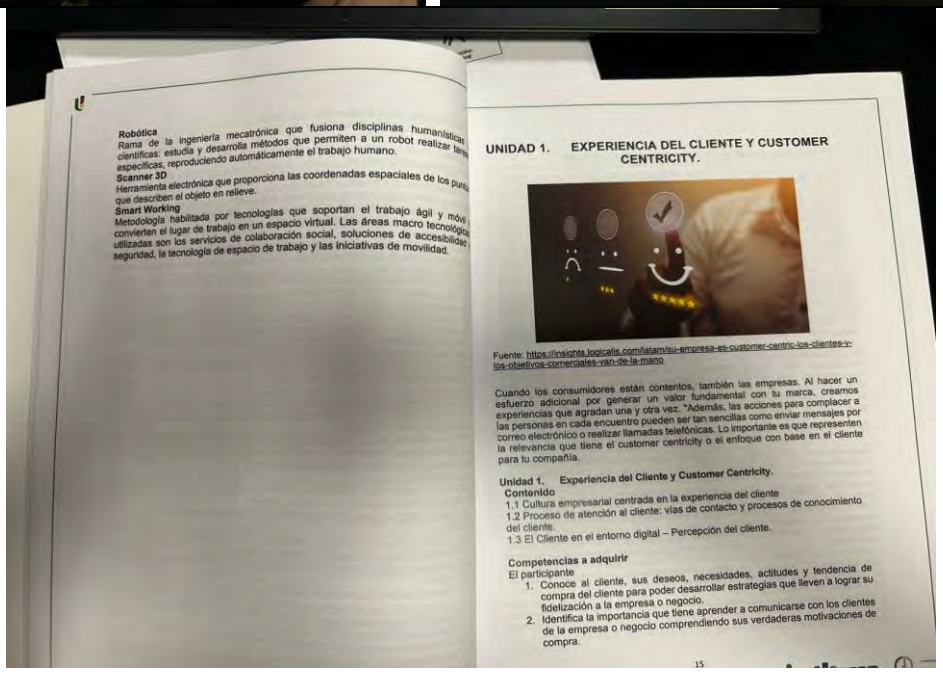
Beneficiarios asistentes a la acción de formación



Material de formación (cubierta – contenido – contracubierta)







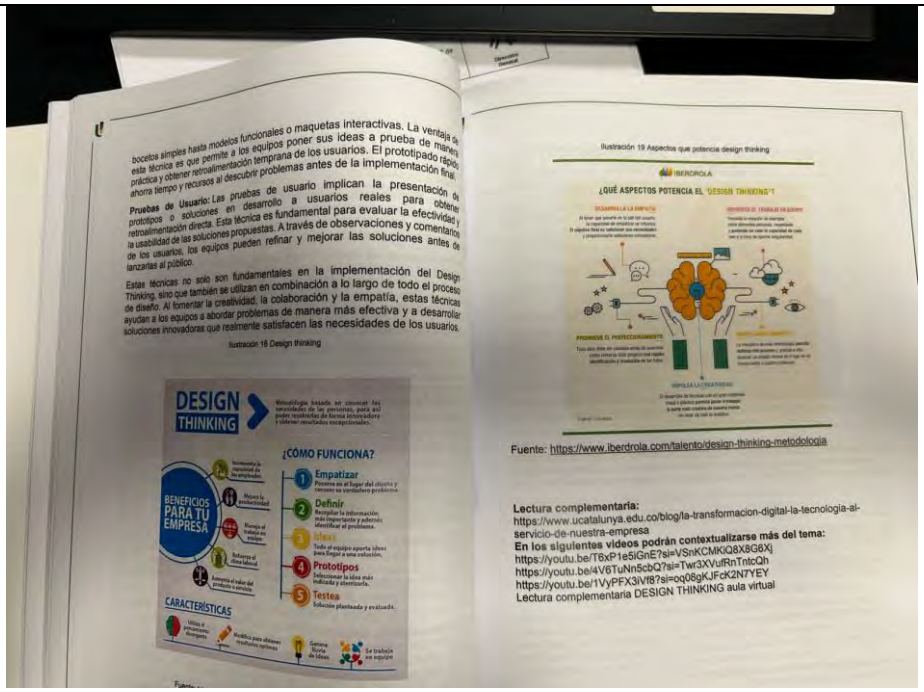


Imagen institucional SENA







Ayudas y equipos



Espacio de formación (salón, sillas, etc.)



10. CONCEPTO ACÁDEMICO

La acción formativa 5 ***"Transformación digital y su impacto en la experiencia del cliente***" busca proporcionar a los participantes los conocimientos y habilidades necesarios para abordar la experiencia del cliente como un elemento estratégico, aprovechando las oportunidades que ofrece la transformación digital. Dividida en dos unidades temáticas (UT1 y UT2) y desarrollada bajo una metodología teórico-práctica, esta formación combina conceptos teóricos esenciales con la aplicación práctica en contextos reales.

En la UT1, *Experiencia del Cliente y Customer Centricity*, se estudian los fundamentos de la experiencia del cliente, enfatizando la importancia de colocar al cliente en el centro de las decisiones organizacionales (*customer centricity*). Los participantes reflexionan sobre las expectativas y necesidades del cliente, aprendiendo a diseñar procesos y estrategias que prioricen una relación cercana, personalizada y eficiente con su público objetivo.

Por su parte, la UT2, *Transformación digital y su impacto en la experiencia del cliente*, se enfoca en la integración de tecnologías y herramientas digitales que potencian la interacción con los clientes. Los temas incluyen la implementación de sistemas de gestión de relaciones con clientes (CRM), el uso de análisis de datos para personalizar servicios, la automatización de procesos y el aprovechamiento de plataformas multicanal para mejorar la comunicación y la fidelización.

Esta acción formativa también incluye el diseño de estrategias específicas, como la creación de contenidos digitales relevantes, la optimización del uso de redes sociales y la personalización de experiencias a través de tecnologías avanzadas. El objetivo principal

es que los participantes sean capaces de implementar soluciones prácticas y adaptadas al contexto organizacional, fortaleciendo las relaciones con los clientes y mejorando la competitividad de sus organizaciones en un entorno digital.

La estructura modular, la claridad de los contenidos y la metodología dinámica garantizan una experiencia de aprendizaje flexible y orientada a la aplicación directa de los conocimientos, permitiendo a los participantes desarrollar competencias prácticas para liderar procesos de transformación digital centrados en el cliente.

Así las cosas, La acción de formación visitada y unidad temática analizada cumple y es integral en su contenido con el objetivo y temas de la propuesta aprobada.

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

STEPHANY OSORIO CABALLERO
Interventora Académica
Proyecto Interventoría SENA
Universidad de Antioquia

Copia: Dra. Rusby Cecilia Vargas Almeida – Coordinadora del Grupo de Gestión para la Productividad y Competitividad

Proyectó: Stephany Osorio Caballero– Interventora
Revisó: Martha Álvarez – Coordinadora académica