Bogotá D.C., 28 de noviembre de 2024

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

Conviniente	SODIMAC COLOMBIA S. A. - SODIMAC
NIT	800.242.106-2
Convenio n.°	CO1.PCCNTR.6820940 de 2024
Nombre de la acción formativa	AF 4 GESTIONANDO EL RETAIL Y LA OMNICANALIDAD EN ENTORNOS DE HIPERACELERACION DIGITAL
Modalidad	Presencial asistida por tecnologías - PAT
Grupo	1
Unidad temática	UT4 - GESTIÓN DE CATEGORÍAS – Sesión 3
Tipo de evento formativo	Diplomado
Metodología	Teórica-Práctica
Lugar de ejecución	Valle Del Cauca-Bogotá D.C- Antioquia-Cundinamarca-Sucre
Herramienta empleada	https://cesa.brightspace.com/d2l/login?noRedirect=1
Fecha de visita	06/11/2024
Hora de la visita	08:00 a.m. a 12 p.m.
Interventor académico	David Stiven Orrego castaño
Interventor que realiza la visita	Galicia Gómez Goenaga

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 SODIMAC COLOMBIA S A, se permite presentar el informe de la visita de campo realizada al evento de la referencia.

1. DATOS DEL CAPACITADOR

- Nombre: ROMAN RODRIGUEZ MARTINEZ
- Identificación: C.C. 19.395.113

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:

Se verificó una sesión de modalidad presencial con apoyo de herramientas tecnológicas Presencial asistida por tecnologías - PAT, efectuada para el grupo 1 con cobertura en los departamentos de Valle Del Cauca, Bogotá D.C, Antioquia, Cundinamarca y Sucre, el día 06 de noviembre de 2024, la cual inició a las 8:00 a.m. y finalizó a las 12:00 del mediodía., acorde con lo programado por el conviniente.

Se desarrolló sesión número 3 de la acción de formación AF4 “GESTIONANDO EL RETAIL Y LA OMNICANALIDAD EN ENTORNOS DE HIPERACELERACION DIGITAL” de conformidad con lo establecido en el cronograma aprobado.

La sesión del día de hoy inició con el saludo del docente, menciona la acción de formación que se verá en la sesión y cómo se ejecutará.

La metodología se desarrolló de manera teórico-práctica; durante toda la sesión el capacitador inicia explicando el tema de la unidad temática “UT4 - GESTIÓN DE CATEGORÍAS”; durante la sesión el docente expuso adecuadamente los contenidos, y estuvo constantemente interactuando con los participantes, resolviendo dudas, y retroalimentando los diferentes temas con los beneficiarios.

Así las cosas, se constató que el diplomado ha sido estructurado en módulos sobre los temas determinados, con la información correspondiente a lo establecido en el proyecto aprobado bajo una metodología teórica y práctica para estimular la adquisición y desarrollo de conocimientos de forma dinámica y flexible.

El objetivo de esta acción de formación consiste en “*Desplegar mejores prácticas para la gestión del retail que permitan a los colaboradores formular e implementar estrategias orientadas a mejorar la experiencia del cliente bajo un enfoque de omnicanalidad”.*

3.2. Uso de imagen institucional del SENA:

La Interventoría evidenció el uso de la imagen institucional del SENA en el desarrollo de la acción de formación y también en la pantalla de fondo del docente, cumpliendo con los parámetros establecidos por SENA.

La interventoría verificó en la primera sesión de esta AF el video de bienvenida. Durante esta sesión número 3 se dio cumplimiento la presentación del jingle del programa.

3.3. Gratuidad de la formación:

En los elementos gráficos evidenciados por la Interventoría se verificó el texto "*Las acciones de formación ejecutadas en el marco de la convocatoria DG-0001 de 2024 son gratuitas para los trabajadores beneficiarios*"; esto es en la primera diapositiva donde se encuentra la acción de formación y en el fondo de pantalla del docente.

Además de esto se evidencia la reproducción correcta del Jingle antes de dar comienzo a la unidad temática de la sección.

3.4. Beneficiarios:

El número de beneficiarios esperados de acuerdo con el cronograma corresponde a treinta (30), sin embargo, en la visita la interventoría identifica que se encuentran conectados a la sesión treinta y cinco (35) personas, de las cuales corresponden a beneficiarios treinta y tres (33) (verificados por la interventoría en listado), el capacitador (1), y la Interventoría 1.

La población beneficiaria pertenece a áreas funcionales personas y responsabilidad social, abastecimiento, desarrollo, operaciones, tecnología, financiera y comercial; Las áreas funcionales aquí mencionadas corresponden a las estructuras organizacionales donde se agrupan los trabajadores a beneficiar con la acción de formación. Los mismos ocupando cargos como gerentes / jefes / coordinadores / líderes / (o cargos equivalentes a los mencionados).

3.5. Capacitador:

El capacitador que impartió la sesión académica fue el profesional ROMAN RODRIGUEZ MARTINEZ identificado con la cédula de ciudadanía no. 19.395.113 quien es el programado en el cronograma y está aprobado por la Interventoría para esta acción de formación.

Durante su intervención demostró las habilidades para capacitar a los beneficiarios de las áreas medias de la organización y manejo de los temas

expuestos, los cuales estuvieron acordes con los lineamientos y objetivos de la acción de formación.

Se evidenció discusión en grupos; en donde el docente organizó por grupos a los participantes realizando talleres y participando en mejoras a aplicar a las prácticas de gestión de categorías que utilizan en su entorno de trabajo.

El capacitador domina el tema tratado, mantiene una buena interlocución con los beneficiarios, emplea de manera adecuada medios audiovisuales para la presentación de la temática, tiene el correcto desarrollo de los conceptos teóricos y un excelente desarrollo en la parte práctica haciendo preguntas e interactuando con los beneficiarios.

No se evidenció el carné físico, el cual debe portarlo el capacitador que intervino en la sesión de esta unidad temática.

3.6. Material de formación:

En cuanto al material de formación aprobado, este corresponde a:

Durante la visita realizada por la interventoría se evidencia que el material de formación fue entregado de forma digital por medio de los correos electrónicos en la primera sesión de esta acción de formación denominada “Gestionando El Retail Y La Omnicanalidad En Entornos De Hiperaceleracion Digital” esto fue confirmado cuando en varios momentos del desarrollo de la formación el capacitador durante la sesión repetía a los beneficiarios que podían acceder al material de formación y se encontraba dispuesto para su uso.

Según como lo dice la propuesta aprobada el material de formación digital consiste en:

Este material cumple con los requisitos del pliego de condiciones en el sentido de que reúne medios y recursos que orientan, estimulan y facilitan el desarrollo de la acción de formación y el proceso de enseñanza aprendizaje; alineándose a la modalidad de formación y a la metodología para su impartición, apoyando a los beneficiarios para el desarrollo de las competencias esperadas y las realizaciones que se espera generar en su puesto de trabajo.

Para la acción de formación se emplearán materiales como: -Aplicaciones multimedia interactivas que incorpora contenidos tales como imágenes, vídeo, animaciones y sonido y que además proporciona medios para interactuar fácilmente con el usuario. Se usarán aplicaciones para estimular la diversión y participación en el aula, tales como Kahoot, Quizzis, entre otros.

El contenido del material de formación académico, está metodológicamente estructurado y guarda coherencia con las unidades temáticas propuestas de modo que facilite la transferencia de conocimiento:

- Liderazgo E Influencia Social
-Experiencia Omnicanal Y Aceleramiento Digital
-Control De Gestión En Retail
-Gestión De Categorías
-Gestión Del Shopper
-Gestión De Tienda
-Gestión De Disponibilidad
-Análisis De Datos En El Retail

La interventoría tuvo acceso al material de formación entregado a los beneficiarios, el cual hace uso de la imagen institucional de acuerdo con las aprobaciones realizadas por el SENA y la interventoría; el contenido corresponde con lo establecido en el proyecto aprobado al respecto y su estructura y contenido corresponden con la versión digital presentada en la etapa de alistamiento.

4. CONDICIONES DEL AMBIENTE DE FORMACIÓN

De acuerdo con lo evidenciado en la visita, que se realizó a través de modalidad PAT, en la plataforma TEAMS enlace https://cesa.brightspace.com/d2l/login?noRedirect=1 usuario: intersodimac@generico.com y contraseña: intersodimac*, las condiciones del ambiente de formación fueron apropiadas y la conexión fue estable, facilidad de ingreso. el video era de adecuada resolución al igual que el audio, además cabe resaltar la organización para el desarrollo de la AF y la unidad temática visitada.

Para la exposición de esta sesión los participantes utilizaron diapositivas que permitieron a todos interactuar y dar su punto de vista con los temas relacionados a la unidad temática impartida. No se presentaron inconvenientes durante el desarrollo de la acción de formación y la plataforma tuvo un funcionamiento estable.

La posibilidad de integración con diferentes infraestructuras informáticas o sistemas operativos y navegadores web se validó ingresando desde un ordenador a través de Chrome, y FireFox; La plataforma es compatible entonces con más de un sistema operativo y pudo ser visibilizada y ejecutada desde los navegadores mencionados.

La plataforma cuenta con las siguientes funcionalidades: separación en salas, compartir la pantalla, grabar la sesión, facilitando la interacción del capacitador con los beneficiarios permitiendo un ambiente de formación más interactivo y participativo.

La Interventoría verificó el tiempo de respuesta al momento de loguearse y enlazarse a la sesión: carga de la aplicación, recursos digitales, archivos y contenidos y

descarga y consulta desde la plataforma del material, contenidos o elementos compartidos por el capacitador.

5. SEGUIMIENTO ACADÉMICO

Enfoque de la acción de formación:

El enfoque para esta acción de formación es “formación en el trabajo”, La acción de formación fue preparada para los trabajadores de Sodimac Colombia S.A, empresa cuya actividad principal es la compra, venta, distribución, fabricación, producción, importación, exportación, transporte y comercialización de productos. Por esta razón la elección del sector y subsector Comercio es la más alineada tanto para el sector a beneficiar como para los beneficiarios a impactar.

Los niveles ocupacionales incluidos son los necesarios para poder reunir en la formación a los trabajadores necesarios para promover las realizaciones que se buscan con la ejecución de la acción de formación, por eso se justifica su inclusión.

De acuerdo con lo observado, la línea temática impartida es pertinente y va direccionada al logro de los objetivos propuestos en la acción de formación.

6. HALLAZGOS

No se evidencia el carné que debe de portar el capacitador como está estipulado en el anexo 12 numeral 2.4 (…) *Todo capacitador aprobado por interventoría y que intervenga en la ejecución del convenio, debe portar el carné físico que lo identifique como capacitador de la formación, independientemente de la modalidad o duración de la acción de formación, dando cumplimiento a los siguientes aspectos:*

- ✓ *El carné debe contener foto a color y actualizada del capacitador, además de especificar su tipo y número de identificación, número del convenio, nombres y apellidos completos.*
- ✓ *El carné debe estar firmado por el director de proyecto.*
- ✓ *Para la creación del carné, el conviniente deberá tener en cuenta la pieza gráfica y demás lineamientos establecidos por el SENA en el anexo de imagen institucional.*
- ✓ *Los costos del carné deberán ser asumidos por el conviniente y no podrán ser incluidos en el presupuesto del proyecto.*
- ✓ *Todo capacitador deberá presentar el carné acompañado de su documento de identidad cada vez que la interventoría o el SENA lo requiera.*
- ✓ *Cuando los capacitadores se contraten a través de persona jurídica, el carné de cada capacitador debe ser suministrado por la persona jurídica y debe contener el logo de esta.*
- ✓ *Cuando se trate de capacitadores persona natural el carné de cada capacitador debe ser suministrado por el conviniente.*

- ✓ *Por ningún motivo el carné debe incluir el logo SENA.*

7. RECOMENDACIONES

7.1 Realizar las respectivas correcciones según el hallazgo encontrado de forma inmediata con el fin de garantizar la correcta y completa ejecución de la Acción de Formación.

7.2 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.

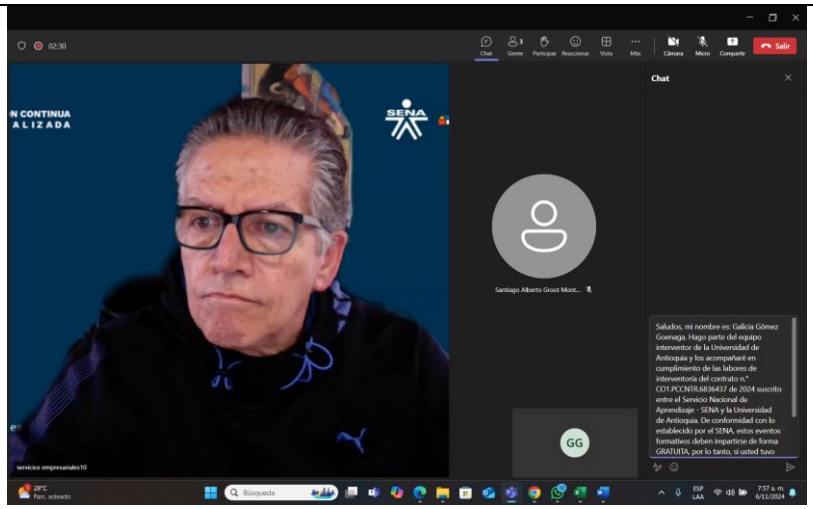
8. CONCLUSIONES

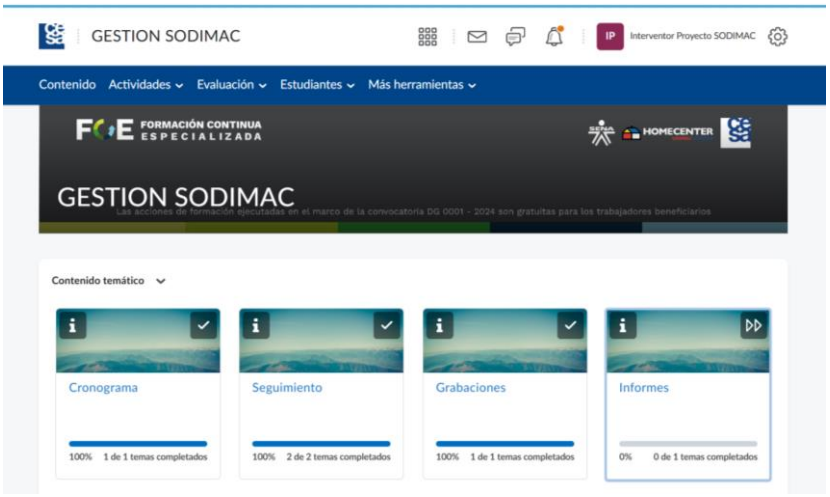
- El material de formación es acorde a lo establecido en el proyecto aprobado y contiene el logo símbolo del SENA.
- La acción de formación, así como la unidad temática visitada, corresponden a lo registrado en el cronograma detallado que fue aprobado por la Interventoría.
- Se verificó el uso adecuado de la imagen institucional del SENA.
- El ambiente de formación se encontró conforme con los requisitos exigidos.
- El total de beneficiarios asistentes a la formación, fue superior al número esperado de acuerdo con el cronograma aprobado; sin embargo, éste no sobrepasa el límite de acuerdo a lo estipulado en la nota 2 del numeral 2.13.6 Deserción del anexo 12 solo se permitirá ampliar la cantidad de beneficiarios por grupo hasta en un 30%.

9. REGISTRO VISUAL

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

Mensaje de presentación Interventoría





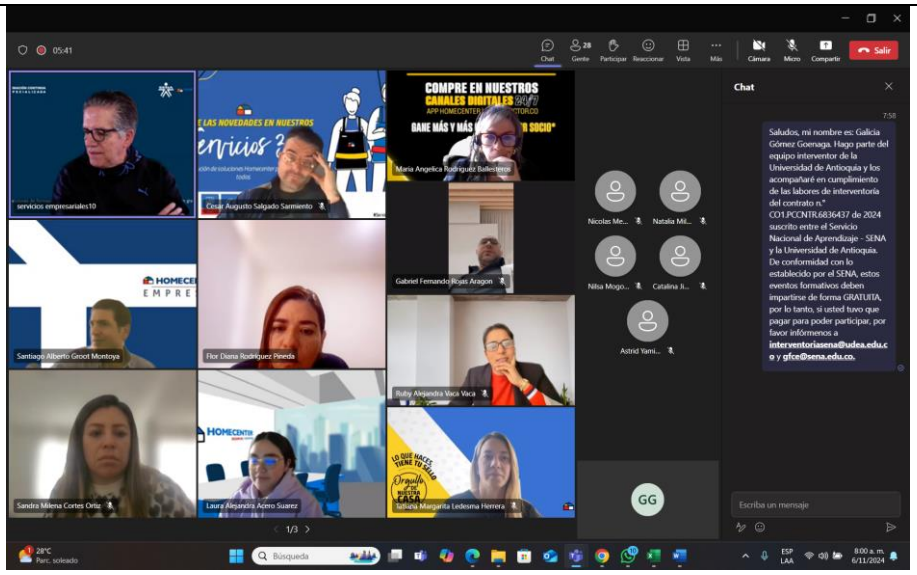
Gratuidad de la acción de formación y Reproducción del Jingle

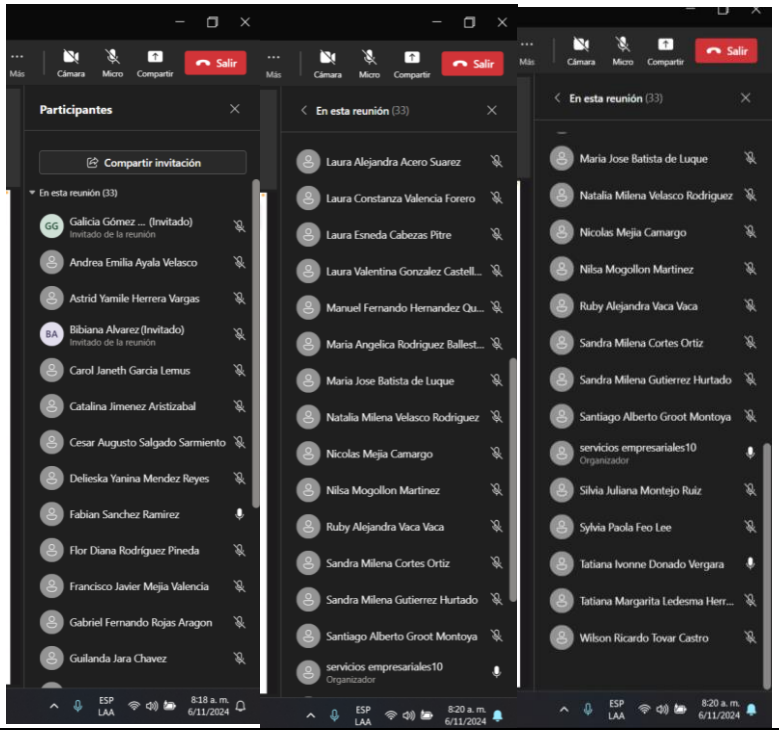




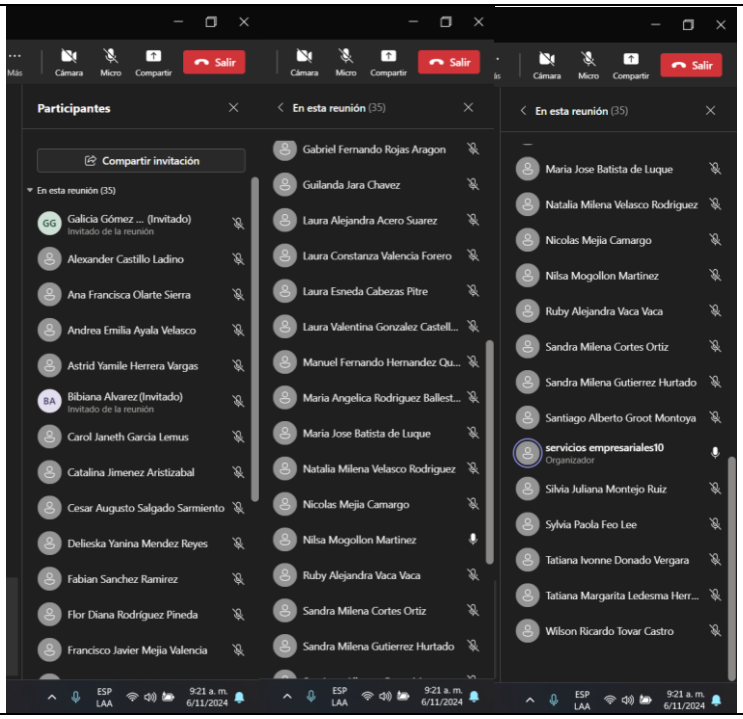


Beneficiarios que participan en la acción de formación (inicio)

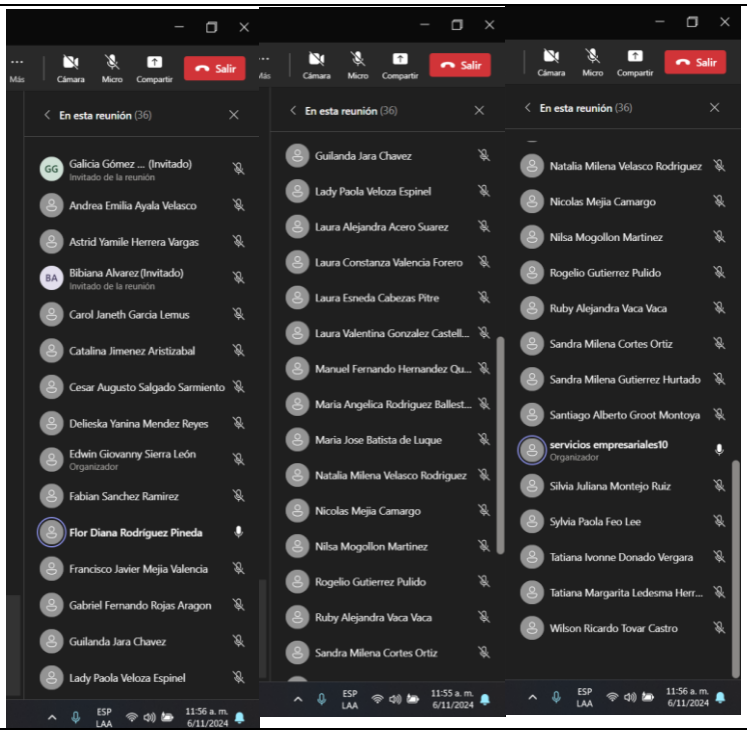




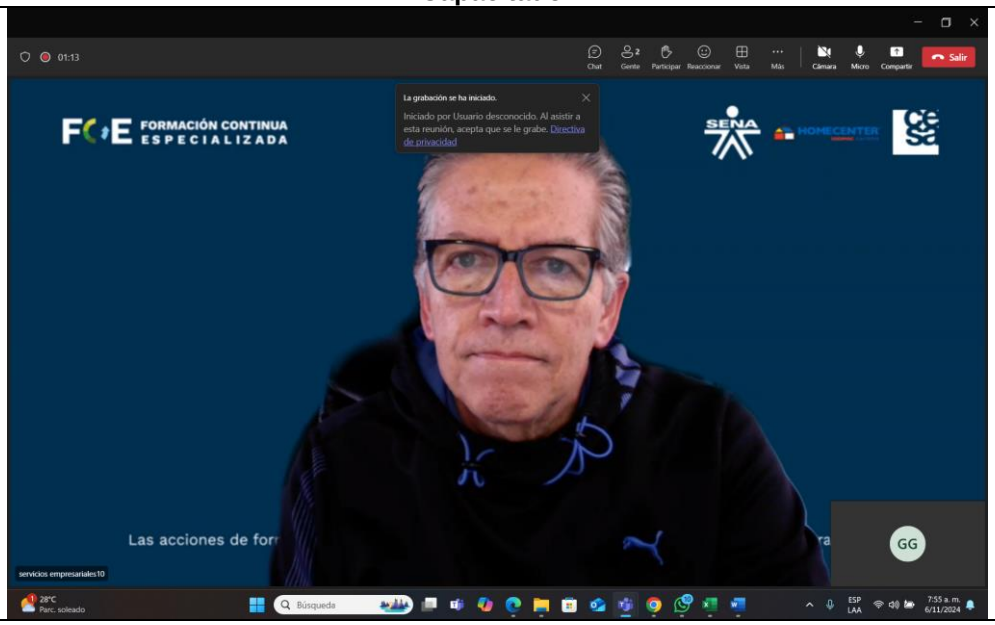
Beneficiarios que participan en la acción de formación (desarrollo)



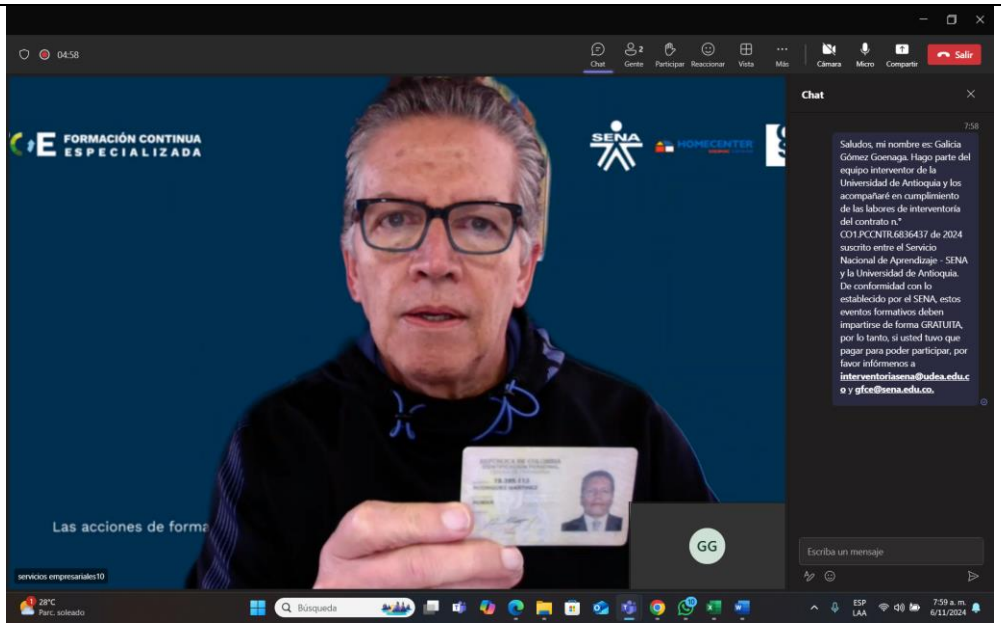
Beneficiarios que participan en la acción de formación (cierre)



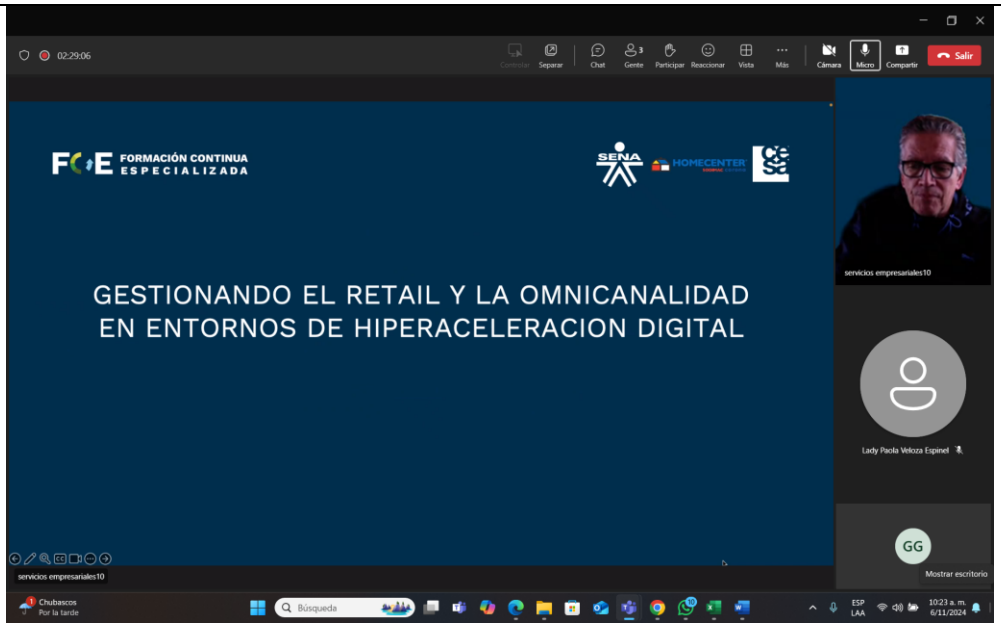
Capacitador

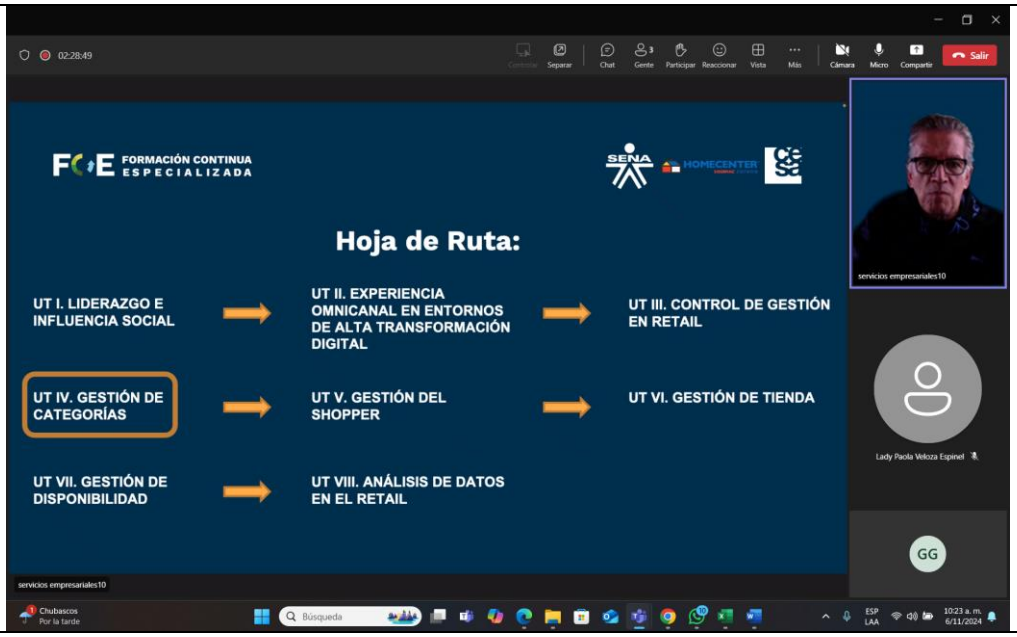


Cédula del capacitador

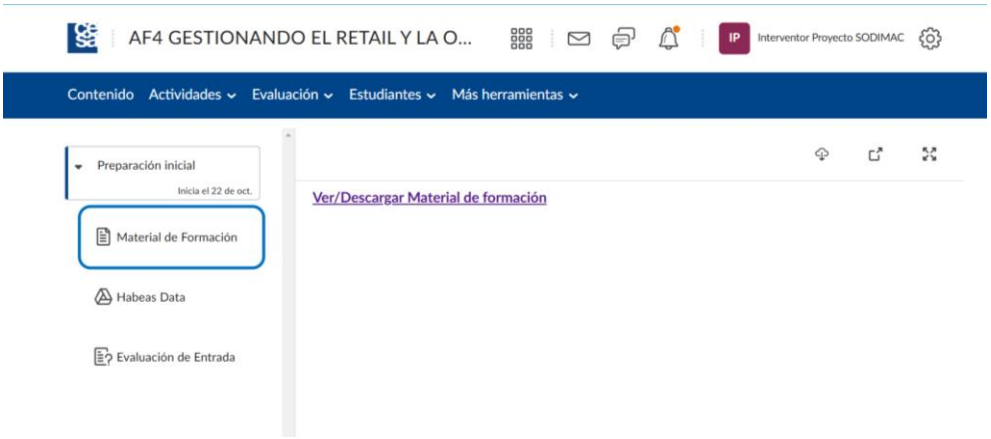


Unidad temática desarrollada en la sesión

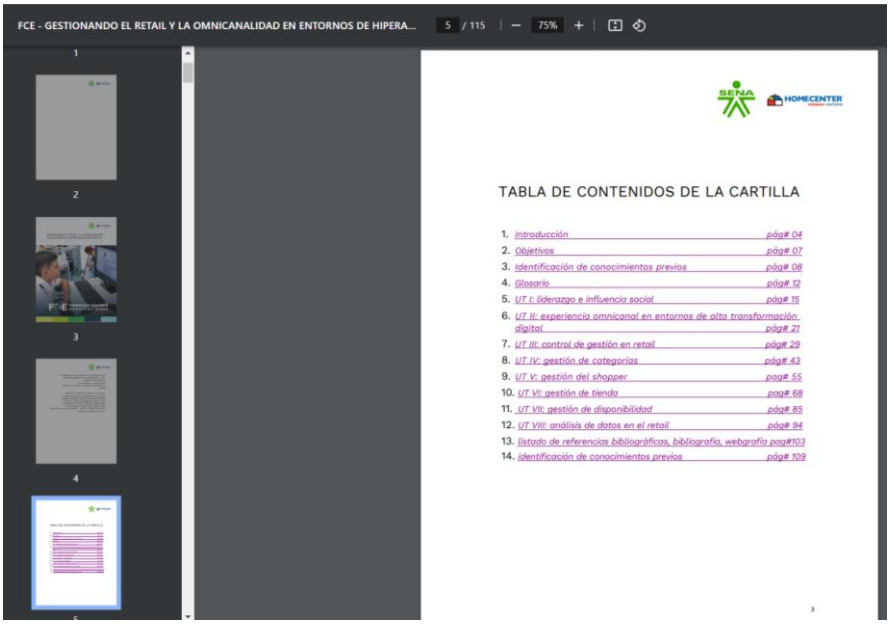


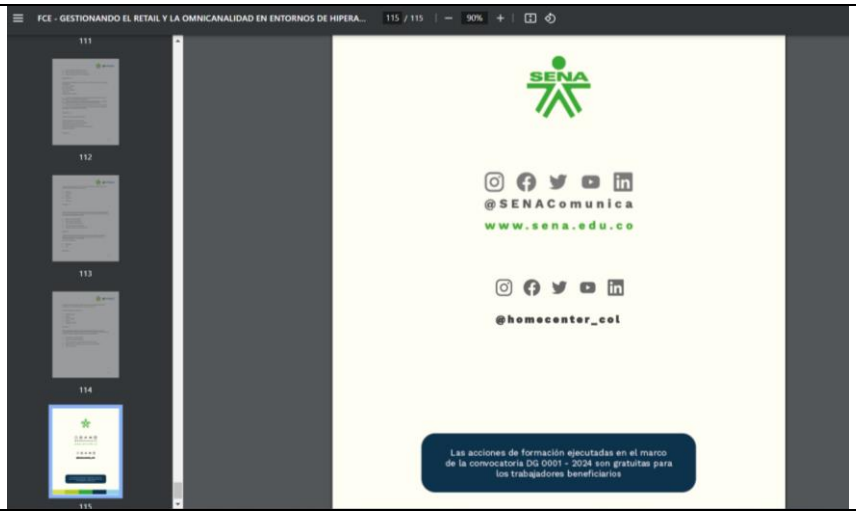


MATERIAL DE FORMACION

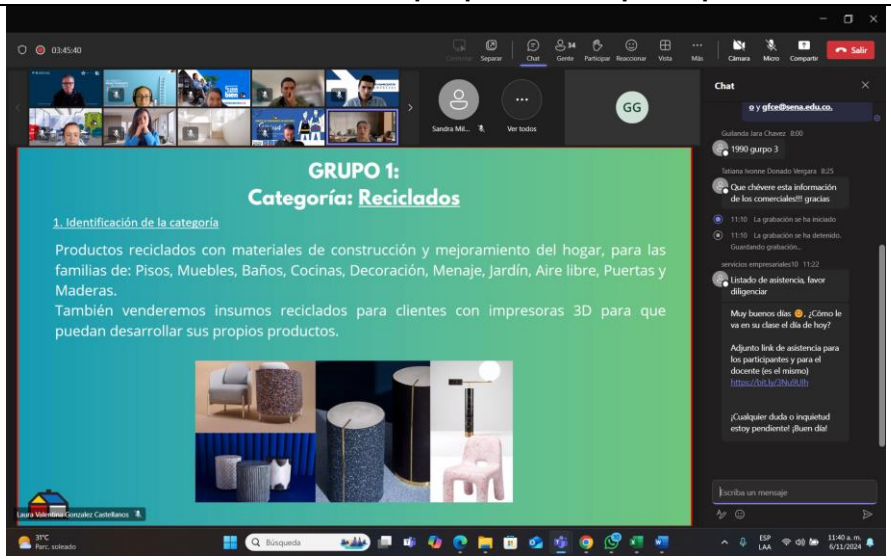


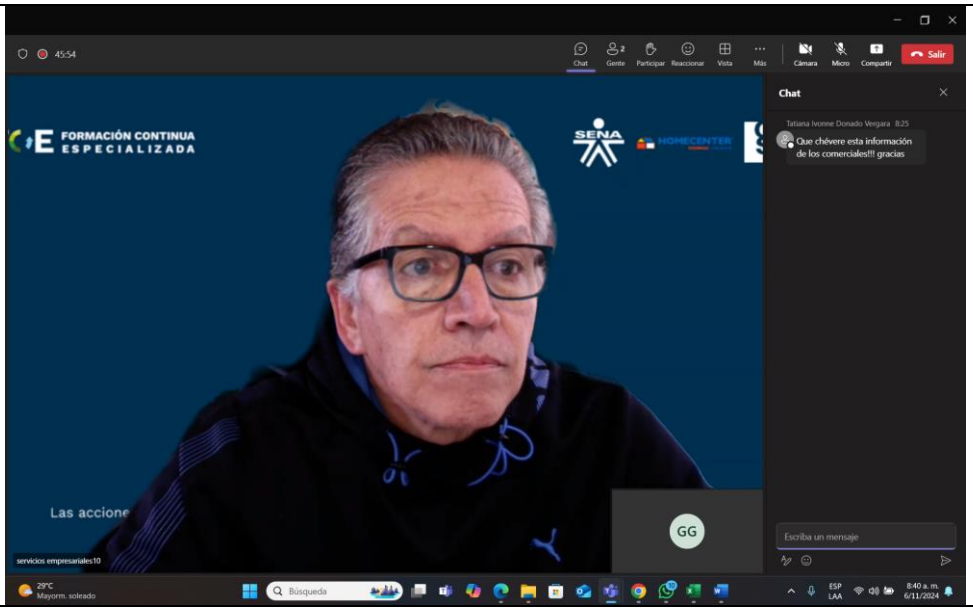

FCE - GESTIONANDO EL RETAIL Y LA OMNICANALIDAD EN ENTORNOS DE HIPERA...
3 / 115
75%
GESTIONANDO EL RETAIL Y LA OMNICANALIDAD
EN ENTORNOS DE HIPERACELERACIÓN DIGITAL
FCE FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA


FCE - GESTIONANDO EL RETAIL Y LA OMNICANALIDAD EN ENTORNOS DE HIPERA...
5 / 115
75%
TABLA DE CONTENIDOS DE LA CARTILLA
1. Introducción pág# 04
2. Objetivos pág# 07
3. Identificación de conocimientos previos pág# 08
4. Glosario pág# 12
5. UT I: liderazgo e influencia social pág# 15
6. UT II: experiencia omnicanal en entornos de alta transformación digital pág# 21
7. UT III: control de gestión en retail pág# 29
8. UT IV: gestión de categorías pág# 43
9. UT V: gestión del shopper pag# 55
10. UT VI: gestión de tienda pag# 68
11. UT VII: gestión de disponibilidad pág# 85
12. UT VIII: análisis de datos en el retail pág# 94
13. listado de referencias bibliográficas, bibliografía, webgrafía pag#103
14. identificación de conocimientos previos pág# 109

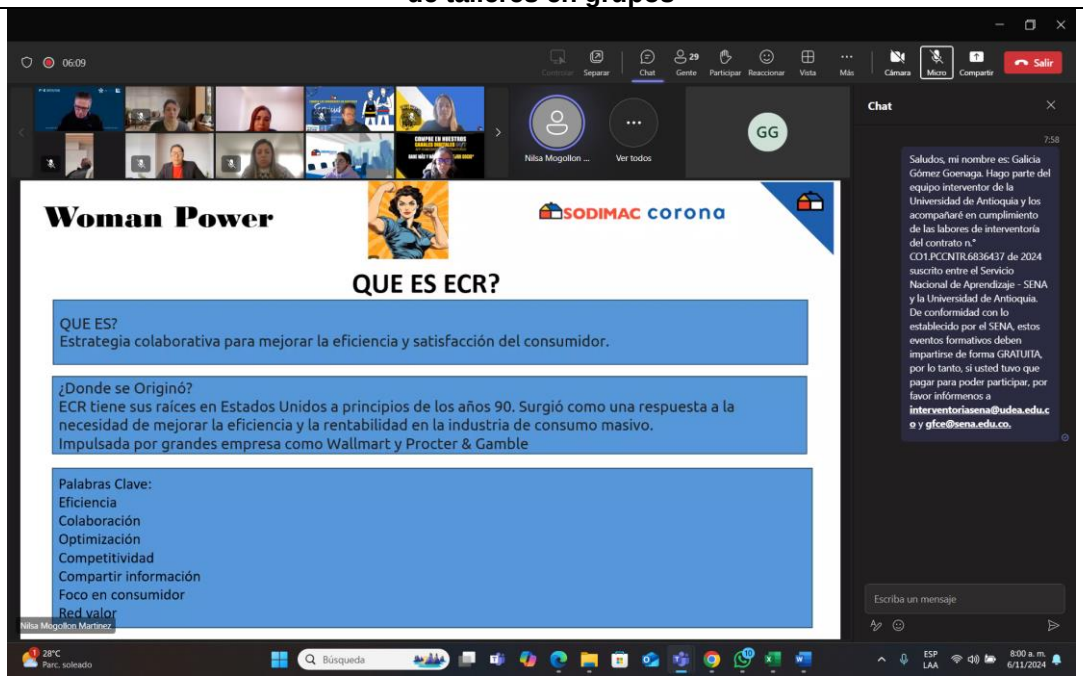


Interacciones en el chat por parte de los participantes

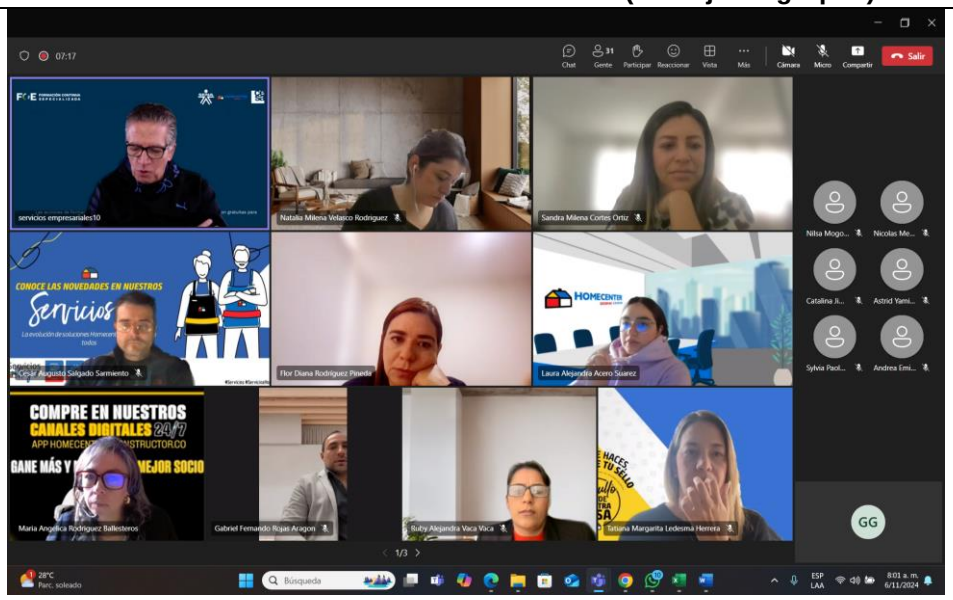


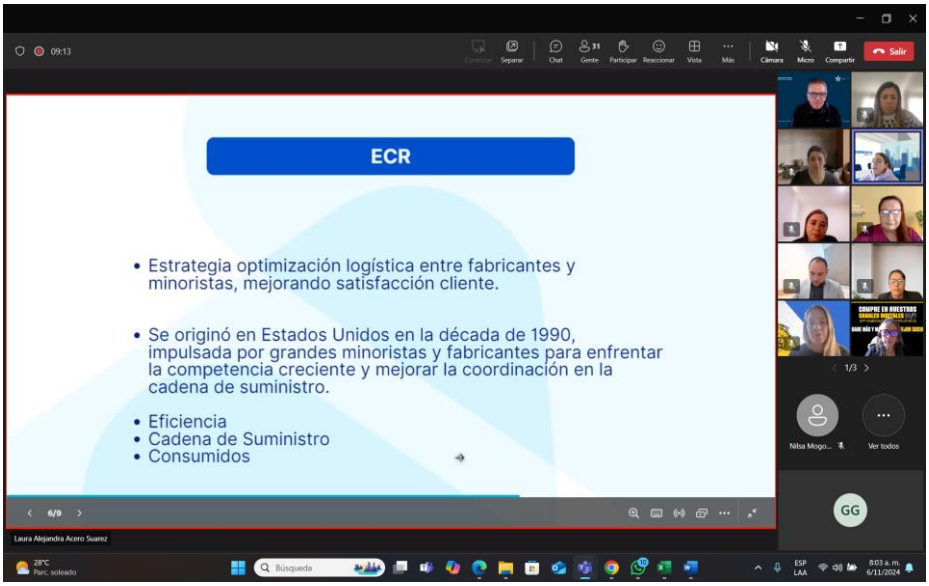


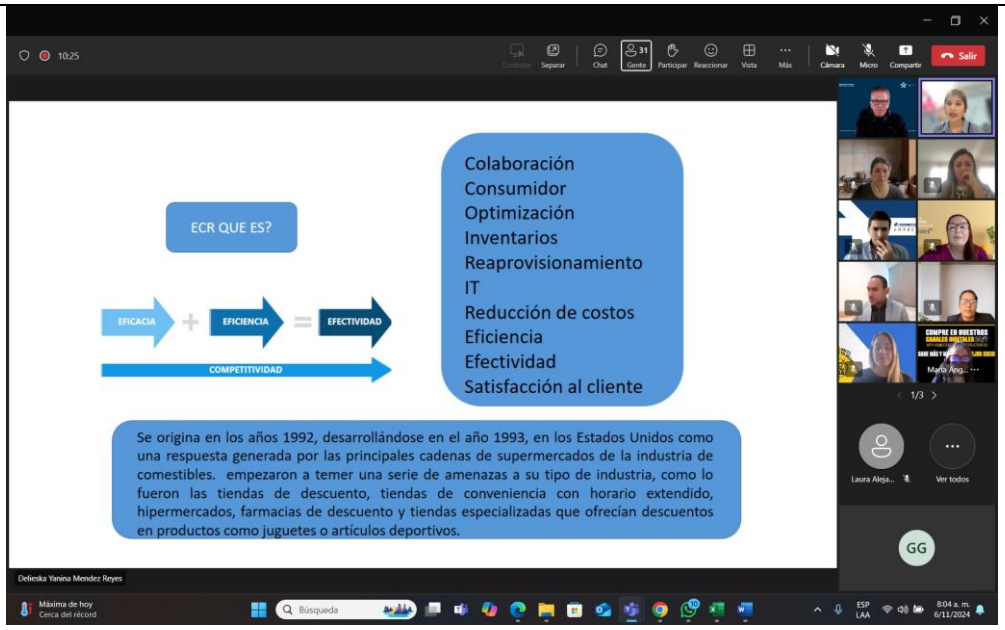
Momentos relevantes del evento formativo – Interacciones con el capacitador y desarrollo de talleres en grupos



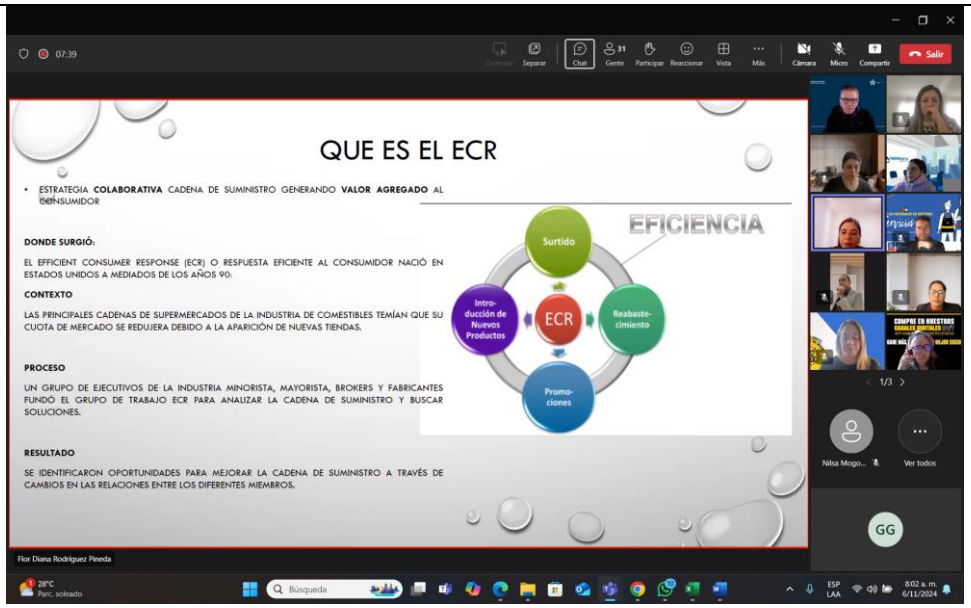
Momentos relevantes del evento formativo (Trabajo en grupos)

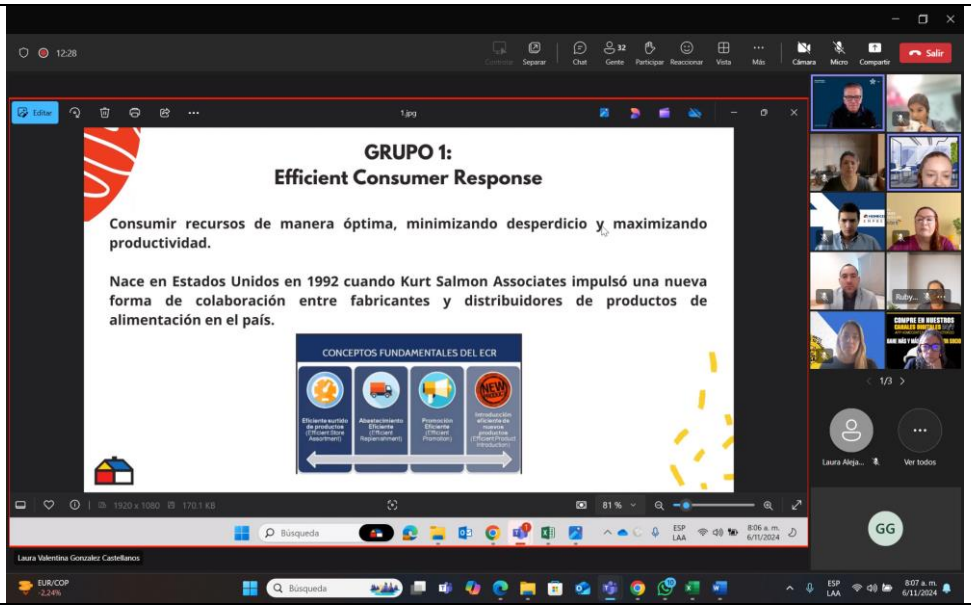




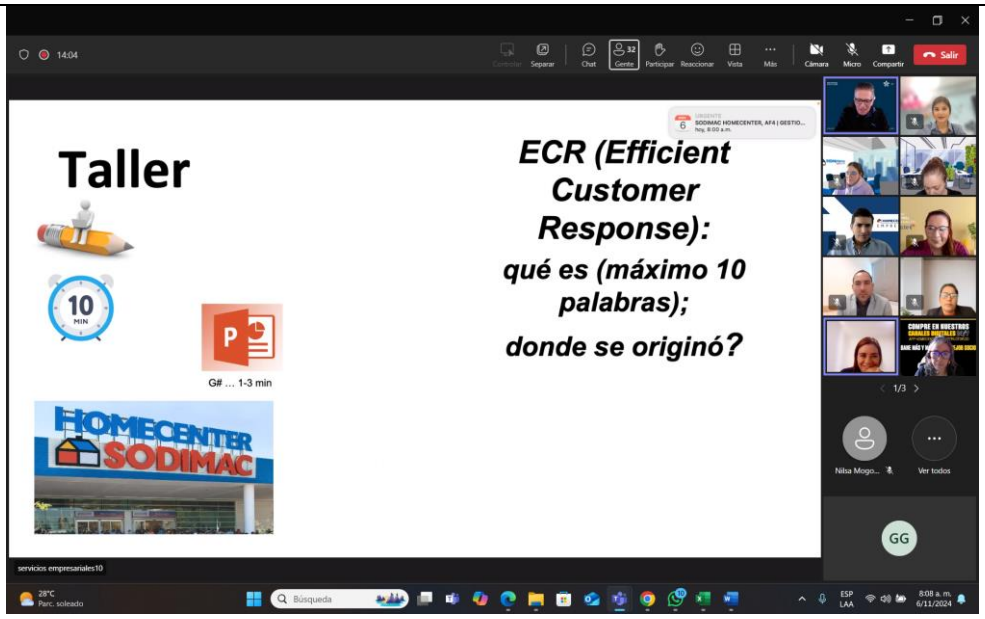


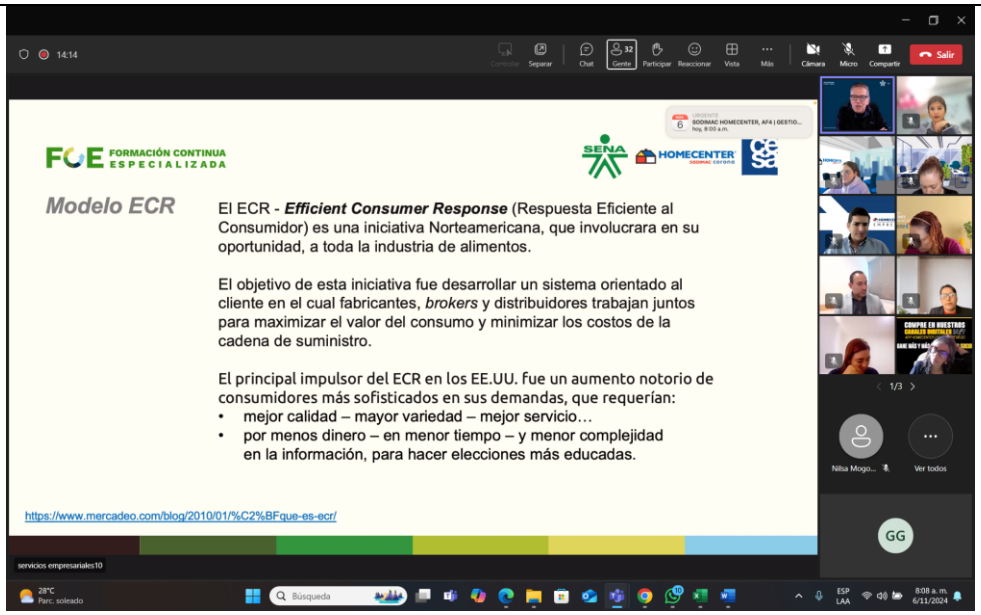
Momentos relevantes del evento formativo (Trabajos en grupo)

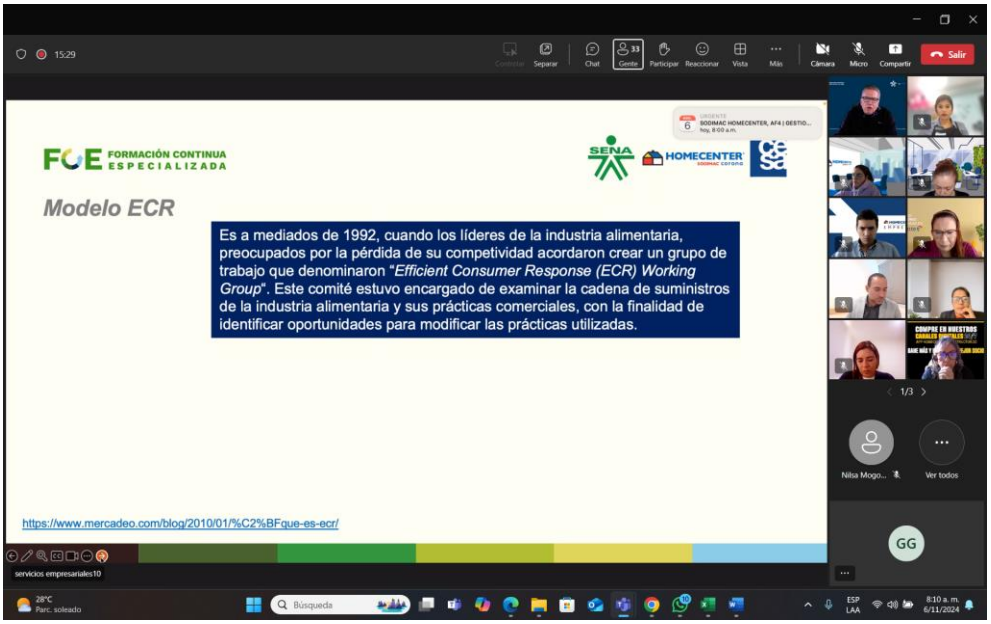


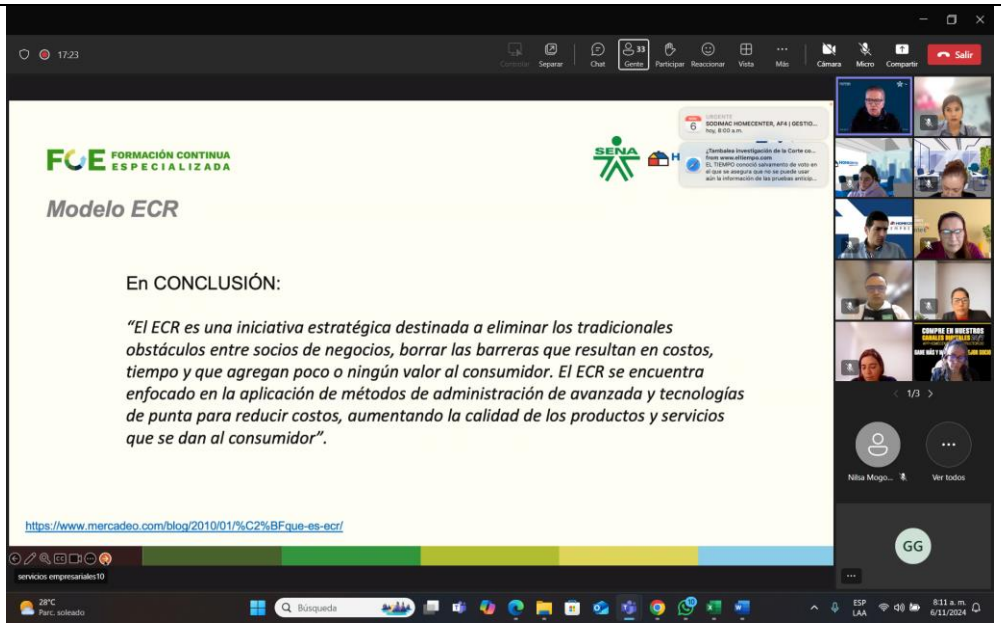


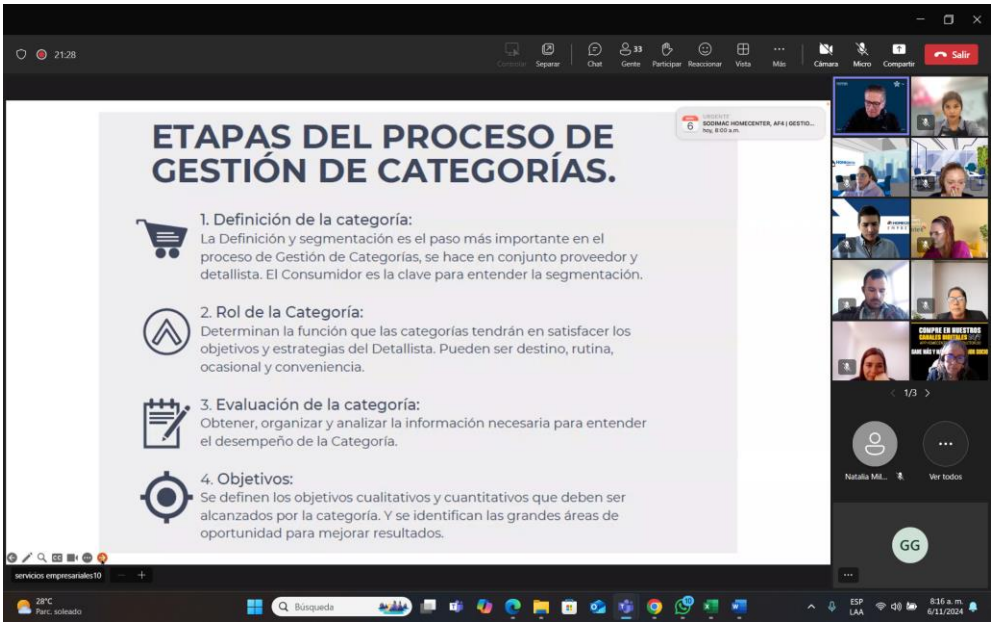
Momentos relevantes del evento formativo (Resolviendo Taller)

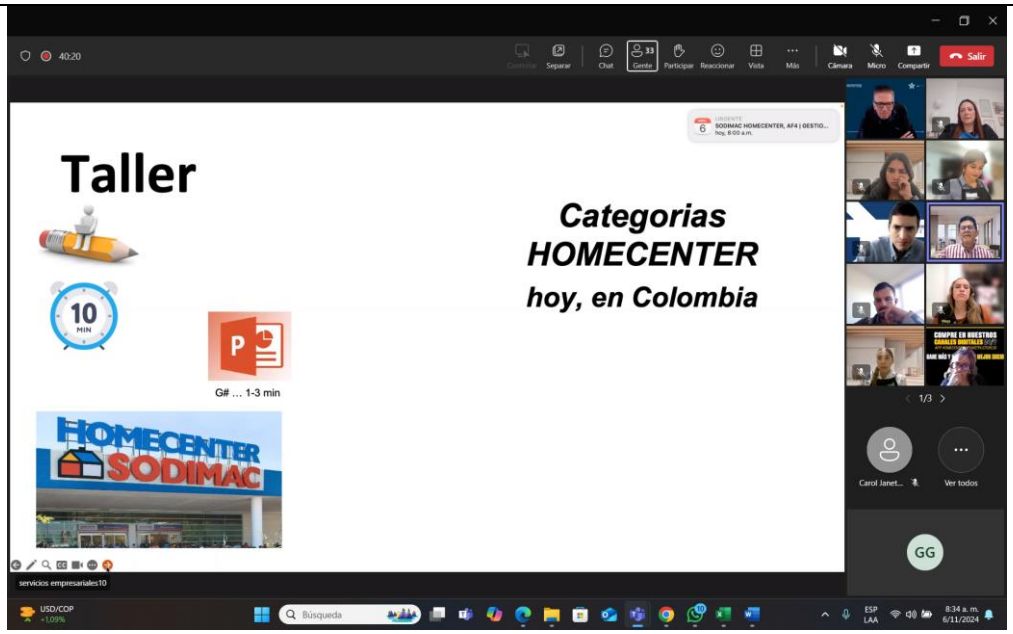


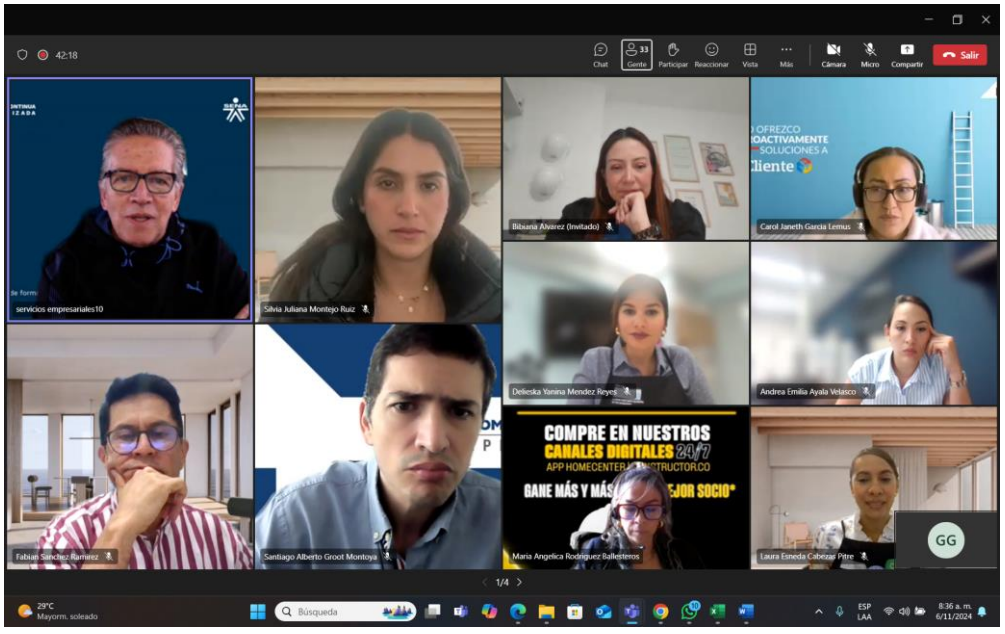

FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA
Modelo ECR
El ECR - Efficient Consumer Response (Respuesta Eficiente al Consumidor) es una iniciativa Norteamericana, que involucrara en su oportunidad, a toda la industria de alimentos.
El objetivo de esta iniciativa fue desarrollar un sistema orientado al cliente en el cual fabricantes, brokers y distribuidores trabajan juntos para maximizar el valor del consumo y minimizar los costos de la cadena de suministro.
El principal impulsor del ECR en los EE.UU. fue un aumento notorio de consumidores más sofisticados en sus demandas, que requerían:
• mejor calidad – mayor variedad – mejor servicio…
• por menos dinero – en menor tiempo – y menor complejidad en la información, para hacer elecciones más educadas.
https://www.mercadeo.com/blog/2010/01/%C2%BFque-es-ecr/


FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA
Modelo ECR
Es a mediados de 1992, cuando los líderes de la industria alimentaria, preocupados por la pérdida de su competividad acordaron crear un grupo de trabajo que denominaron "Efficient Consumer Response (ECR) Working Group". Este comité estuvo encargado de examinar la cadena de suministros de la industria alimentaria y sus prácticas comerciales, con la finalidad de identificar oportunidades para modificar las prácticas utilizadas.
https://www.mercadeo.com/blog/2010/01/%C2%BFque-es-ecr/


FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA
Modelo ECR
En CONCLUSIÓN:
"El ECR es una iniciativa estratégica destinada a eliminar los tradicionales obstáculos entre socios de negocios, borrar las barreras que resultan en costos, tiempo y que agregan poco o ningún valor al consumidor. El ECR se encuentra enfocado en la aplicación de métodos de administración de avanzada y tecnologías de punta para reducir costos, aumentando la calidad de los productos y servicios que se dan al consumidor".
https://www.mercadeo.com/blog/2010/01/%C2%BFque-es-ecr/


ETAPAS DEL PROCESO DE GESTIÓN DE CATEGORÍAS.
1. Definición de la categoría:
La Definición y segmentación es el paso más importante en el proceso de Gestión de Categorías, se hace en conjunto proveedor y detallista. El Consumidor es la clave para entender la segmentación.
2. Rol de la Categoría:
Determinan la función que las categorías tendrán en satisfacer los objetivos y estrategias del Detallista. Pueden ser destino, rutina, ocasional y conveniencia.
3. Evaluación de la categoría:
Obtener, organizar y analizar la información necesaria para entender el desempeño de la Categoría.
4. Objetivos:
Se definen los objetivos cualitativos y cuantitativos que deben ser alcanzados por la categoría. Y se identifican las grandes áreas de oportunidad para mejorar resultados.


Taller
10 MIN
G# ... 1-3 min
HOMECENTER SODIMAC
Categorias
HOMECENTER
hoy, en Colombia
Salir
servicios empresariales10

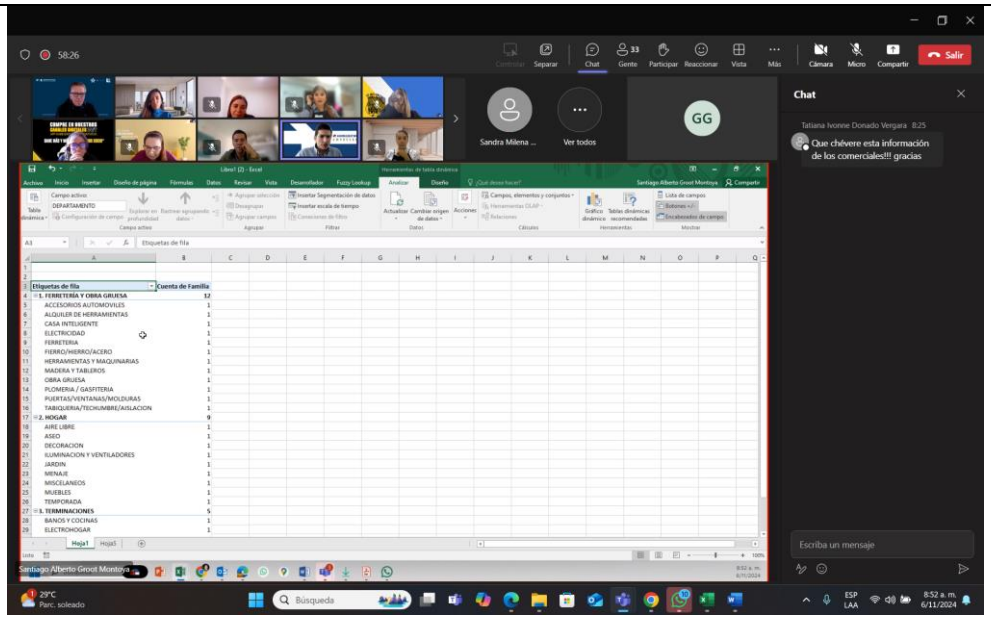

Salir
COMPRE EN NUESTROS
CANALES DIGITALES 24/7
servicios empresariales10
Silvia Juliana Montejo Ruiz
Bibiana Alvarez (Invitado)
Carol Janeth Garcia Lemus
Delieska Yanina Mendez Reyes
Andrea Emilia Ayala Velasco
Fabian Sanchez Ramirez
Santiago Alberto Groot Montoya
Maria Angelica Rodriguez Ballesteros
Laura Esneda Cabezas Pitre

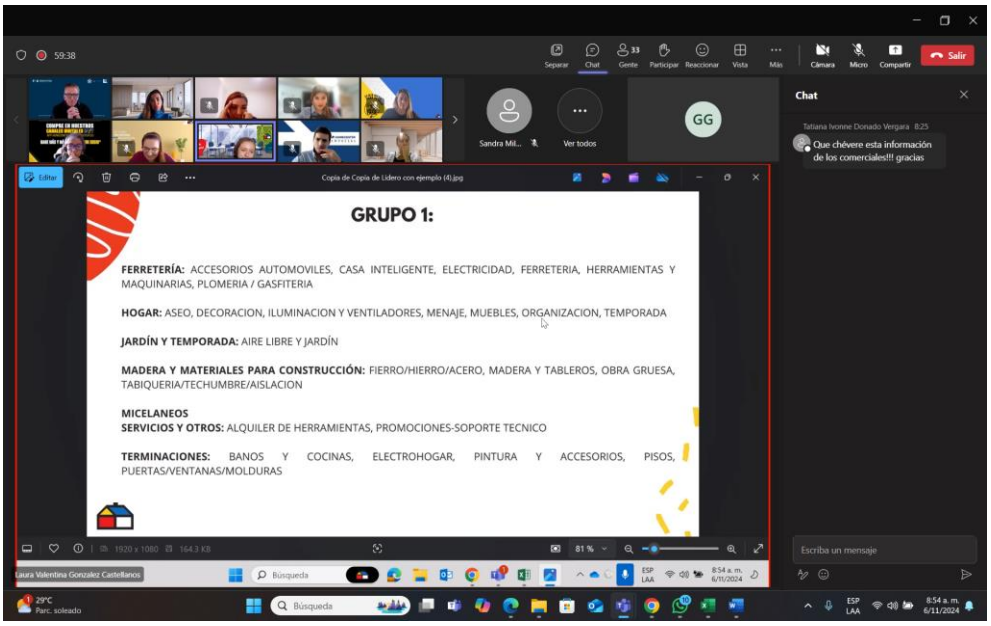
Resolviendo taller en salas por Grupos

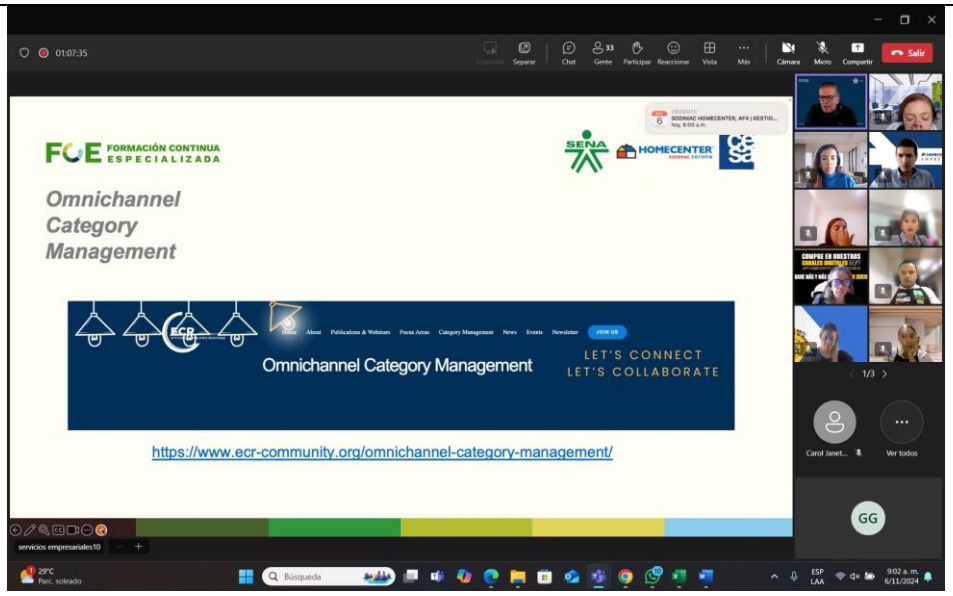


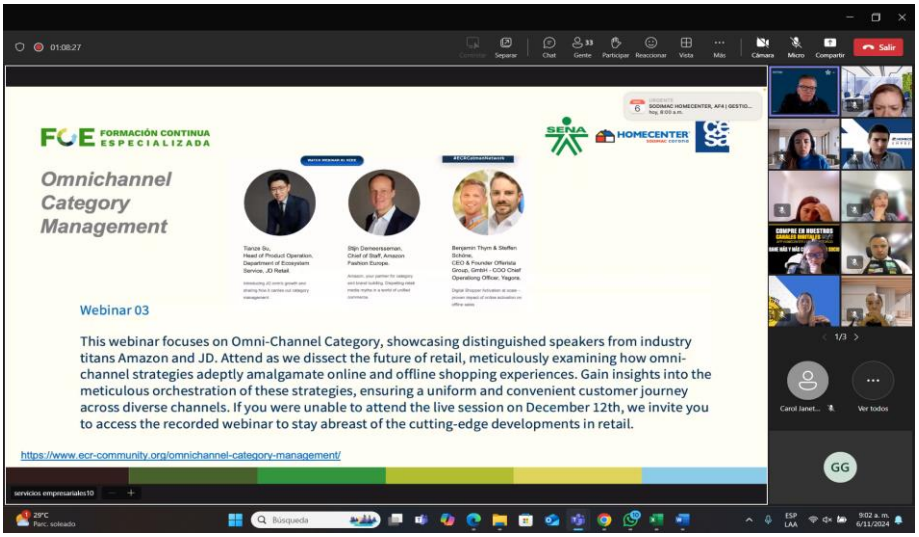
Momentos relevantes del evento formativo (Resolviendo talleres grupales)

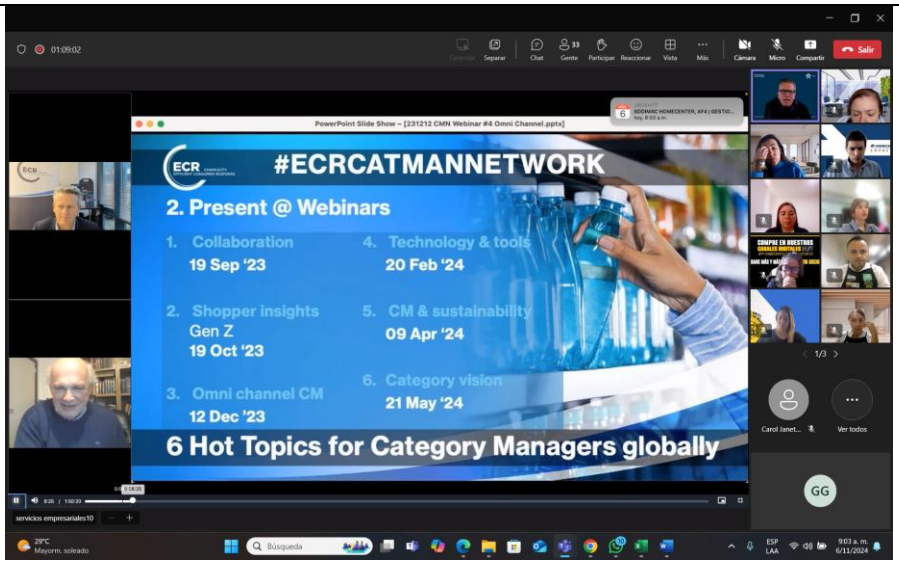



Chat
Que chévere esta información de los comerciales!!! gracias
Escriba un mensaje

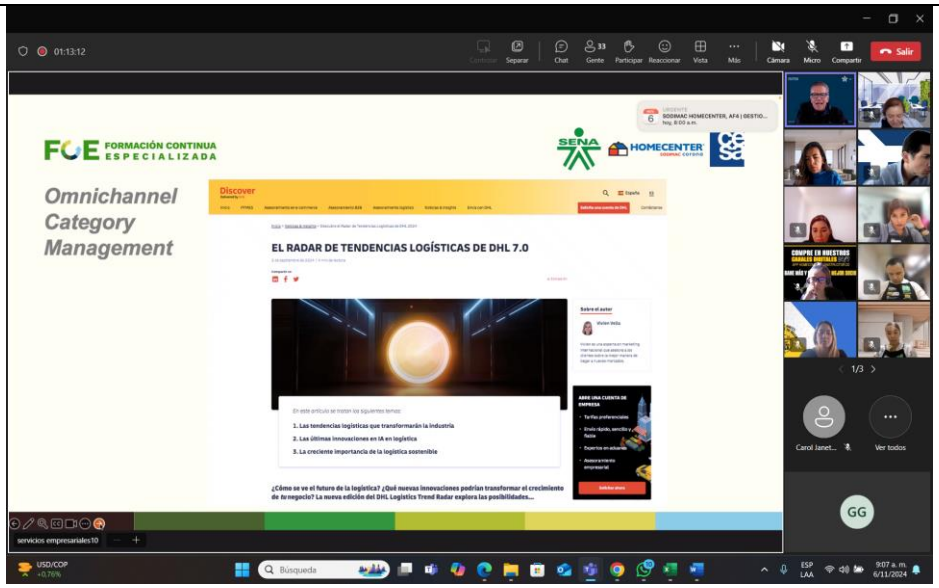

GRUPO 1:
FERRETERÍA: ACCESORIOS AUTOMOVILES, CASA INTELIGENTE, ELECTRICIDAD, FERRETERIA, HERRAMIENTAS Y MAQUINARIAS, PLOMERIA / GASFITERIA
HOGAR: ASEO, DECORACION, ILUMINACION Y VENTILADORES, MENAJE, MUEBLES, ORGANIZACION, TEMPORADA
JARDÍN Y TEMPORADA: AIRE LIBRE Y JARDÍN
MADERA Y MATERIALES PARA CONSTRUCCIÓN: FIERRO/HIERRO/ACERO, MADERA Y TABLEROS, OBRA GRUESA, TABIQUERIA/TECHUMBRE/AISLACION
MICELANEOS
SERVICIOS Y OTROS: ALQUILER DE HERRAMIENTAS, PROMOCIONES-SOPORTE TECNICO
TERMINACIONES: BANOS Y COCINAS, ELECTROHOGAR, PINTURA Y ACCESORIOS, PISOS, PUERTAS/VENTANAS/MOLDURAS
Chat
Que chévere esta información de los comerciales!!! gracias
Escriba un mensaje

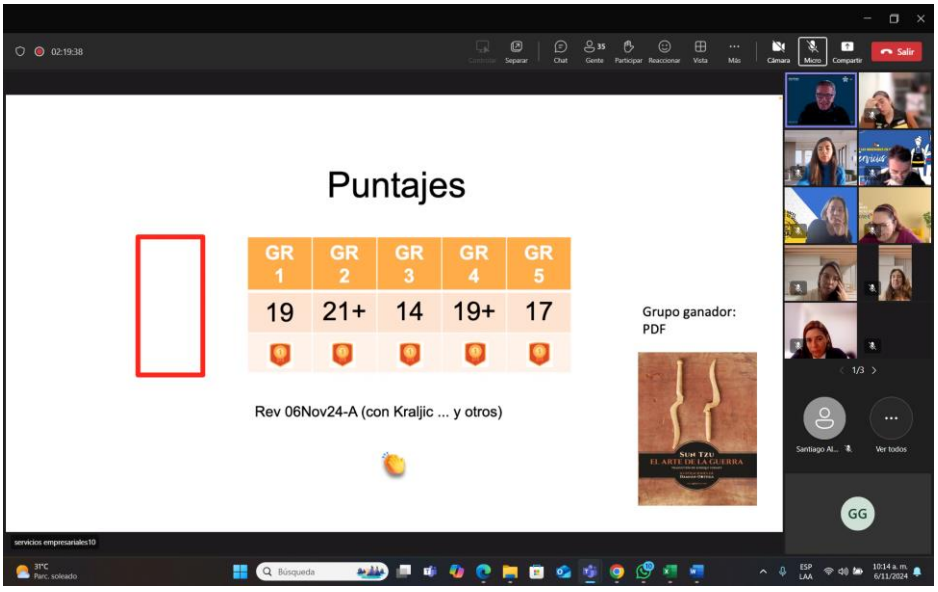

FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA
Omnichannel Category Management
Omnichannel Category Management
LET'S CONNECT LET'S COLLABORATE
https://www.ecr-community.org/omnichannel-category-management/

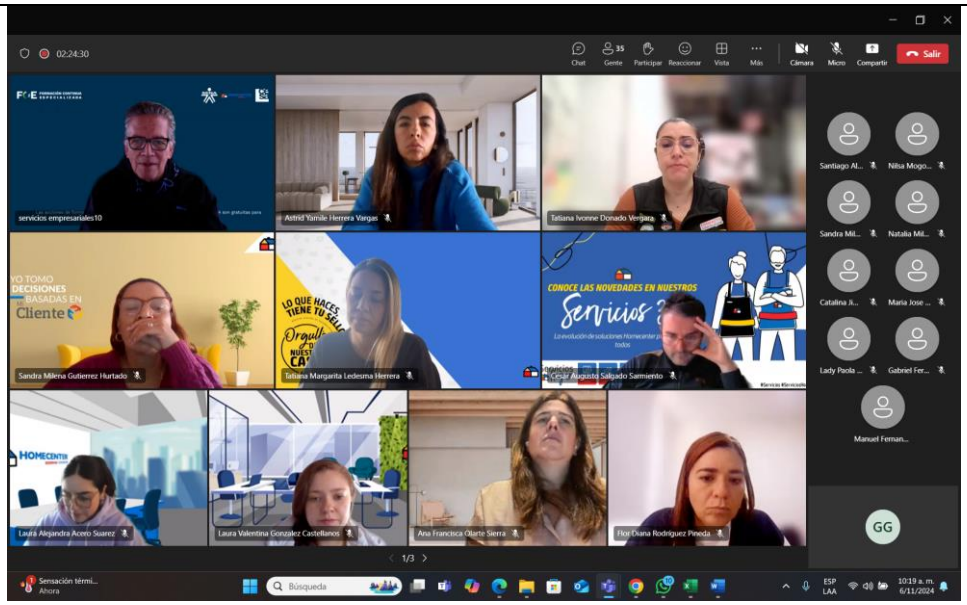

FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA
Omnichannel Category Management
Webinar 03
This webinar focuses on Omni-Channel Category, showcasing distinguished speakers from industry titans Amazon and JD. Attend as we dissect the future of retail, meticulously examining how omni-channel strategies adeptly amalgamate online and offline shopping experiences. Gain insights into the meticulous orchestration of these strategies, ensuring a uniform and convenient customer journey across diverse channels. If you were unable to attend the live session on December 12th, we invite you to access the recorded webinar to stay abreast of the cutting-edge developments in retail.
https://www.ecr-community.org/omnichannel-category-management/


#ECRCATMANNETWORK
2. Present @ Webinars
1. Collaboration
19 Sep '23
2. Shopper insights
Gen Z
19 Oct '23
3. Omni channel CM
12 Dec '23
4. Technology & tools
20 Feb '24
5. CM & sustainability
09 Apr '24
6. Category vision
21 May '24
6 Hot Topics for Category Managers globally

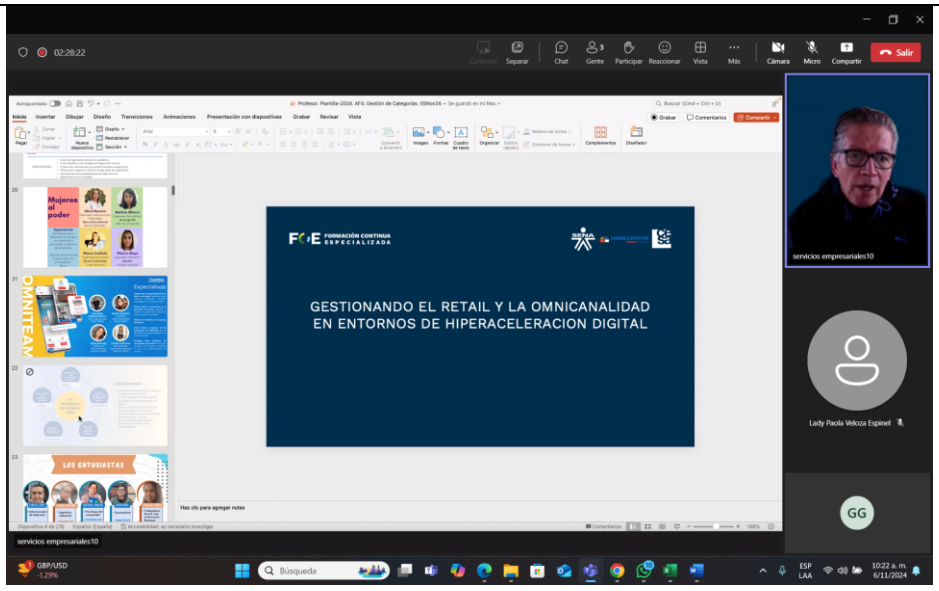

Megatendencias globales
✓ Crecimiento de la población global y migración
✓ Conectividad Global y nivelación socioeconómica
✓ Tendencias Geopoliticas y Amenazas
✓ El Entorno físico cambiante
GLOBAL MACROTRENDS
AND THEIR IMPACT
ON SUPPLY CHAIN
Fuente: Global macrotrends, GOLDSBY

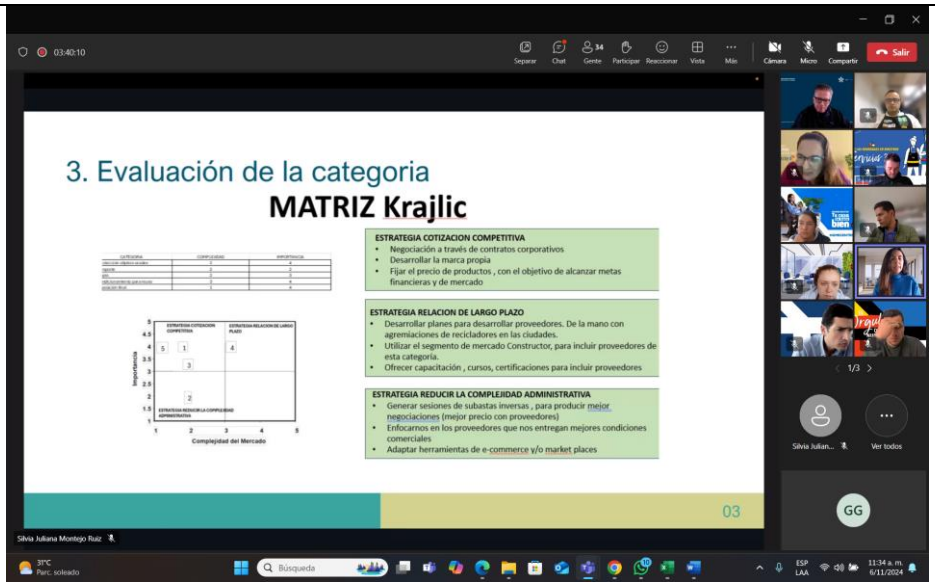

FORMACIÓN CONTINUA ESPECIALIZADA
Omnichannel Category Management
EL RADAR DE TENDENCIAS LOGÍSTICAS DE DHL 7.0

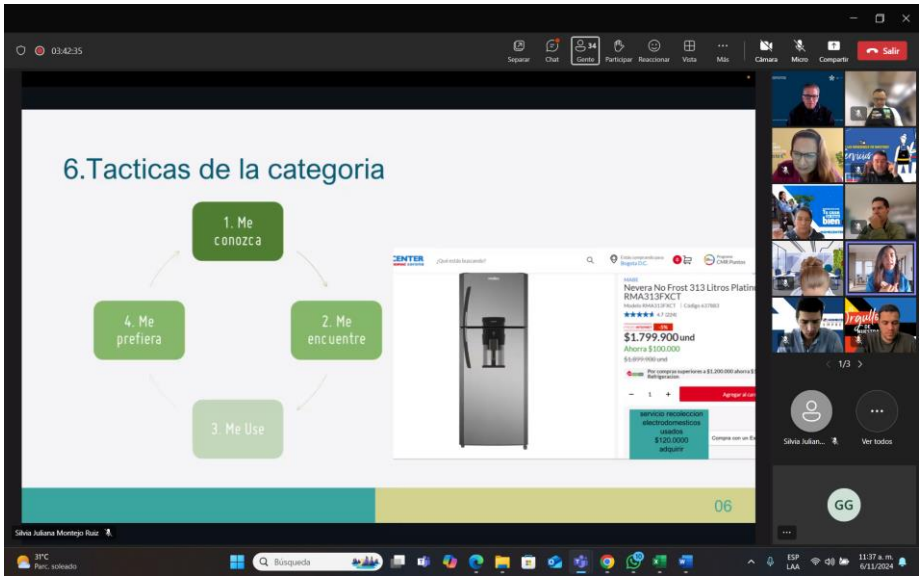

Puntajes
GR 1
GR 2
GR 3
GR 4
GR 5
19
21+
14
19+
17
Grupo ganador:
PDF
Rev 06Nov24-A (con Kraljic ... y otros)



TRABAJOS EN GRUPOS EN DIFERENTES SALAS

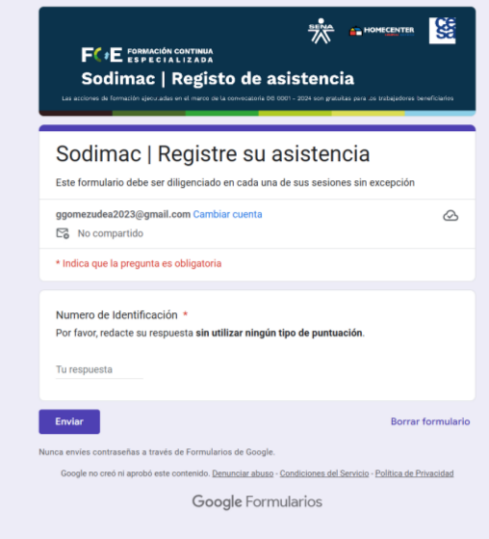



3. Evaluación de la categoria
MATRIZ Krajlic
ESTRATEGIA COTIZACION COMPETITIVA
Negociación a través de contratos corporativos
Desarrollar la marca propia
Fijar el precio de productos , con el objetivo de alcanzar metas financieras y de mercado
ESTRATEGIA RELACION DE LARGO PLAZO
Desarrollar planes para desarrollar proveedores. De la mano con agremiaciones de recicladores en las ciudades.
Utilizar el segmento de mercado Constructor, para incluir proveedores de esta categoria.
Ofrecer capacitación , cursos, certificaciones para incluir proveedores
ESTRATEGIA REDUCIR LA COMPLEJIDAD ADMINISTRATIVA
Generar sesiones de subastas inversas , para producir mejor negociaciones (mejor precio con proveedores)
Enfocarnos en los proveedores que nos entregan mejores condiciones comerciales
Adaptar herramientas de e-commerce y/o market places
Importancia
Complejidad del Mercado
03
Silvia Juliana Montejo Ruiz


6.Tacticas de la categoria
1. Me conozca
2. Me encuentre
3. Me Use
4. Me prefiera
Nevera No Frost 313 Litros Platin
RMA313FXCT
$1.799.900 und
Ahorra $100.000
06
Silvia Juliana Montejo Ruiz



LINK PARA REGISTRO DE ASISTENCIA



10. CONCEPTO ACÁDEMICO

La Interventoría concluye que, en esta acción de formación, el docente fue idóneo para impartir la unidad temática (UT4 - Gestión De Categorías). El desarrollo de la AF cumplió con los objetivos a partir del diagnóstico de necesidades y al análisis de la información cuantitativa, y las causas y efectos de la necesidad identificada, se define el propósito o intencionalidad (el para qué) de esta acción de formación así: *Desplegar mejores prácticas para la gestión del retail que permitan a los colaboradores formular e*

implementar estrategias orientadas a mejorar la experiencia del cliente bajo un enfoque de omnicanalidad.

Para la construcción de esta unidad temática se tuvo como base la necesidad de formación identificada, desarrollando un conjunto homogéneo de conocimientos expresados de manera estructurada, lógica y secuencial; en alineación con el diagnóstico realizado y con el perfil de la población beneficiaria de la acción. Los contenidos que integran esta unidad temática permitirán al beneficiario desarrollar las siguientes competencias: - Aplica buenas prácticas para la gestión de las categorías, buscando maximizar la experiencia del cliente en la búsqueda de los productos o servicios que necesita- Reconoce las aplicaciones de data analytics en el contexto de la gestión de categorías, en el contexto de ajustar las estrategias desplegadas.

La organización de la AF y el material utilizado es un aspecto positivo para la visita realizada. Por tanto, la Interventoría encuentra favorable, en términos académicos y pedagógicos, el desarrollo de esta AF.

En cuanto al capacitador, mostró un manejo adecuado del tema, con mediación tecnológica, actividades haciendo comentarios y/o aclaraciones que consideraba pertinente; durante la visita se evidenció entonces que tanto los contenidos como las competencias que se busca desarrollar con el evento corresponden con lo establecido en el proyecto aprobado; por ende, la Interventoría encuentra favorable, en términos académicos, la ejecución de la sesión de esta acción de formación.

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

GALICIA GÓMEZ GOENAGA
Interventor Líder
Proyecto Interventoría SENA
Universidad de Antioquia

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

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