



todos somos **LÍDERES**

Lo mejor de uno es lo mejor para todos

@syste

CAPACITACIÓN

Empresas
Dimerc

Contenidos

Testimonios	3
El origen	5
La dificultad	6
Todos somos líderes	7
Contenidos del programa	8
La audiencia	9
La metodología	10
El autoestudio	11
Las clases virtuales	12
Los talleres presenciales	14
La comunicación	15
La tecnología	18
Resumen de cifras	20



Testimonios

“Realmente hay que agradecer al Holding de las Empresas Dimerc, por esta tremenda Capacitación, como también a E-Syste por su entrega y por ser grandes facilitadores con los que participamos en este proceso de desarrollo y fortalecimiento de las competencias.”

Matías Rimmelin (Dimeiggs)

“Creo que la clase presencial nos ha ayudado a entender de mejor manera lo que semana a semana intenta explicar el profesor. Mil gracias.”

Luis Abarca (Translogic)

“Muy buenos los talleres integrativos, cada vez nos conocemos más.”

Romina Riveros (Dimerc)

“El líder al reconocer sus errores fortalece las capacidades del colaborador y a la vez abre su mente a la necesidad de aprender algo nuevo cada día. Gracias al curso he mejorado la comunicación y se ve un mayor compromiso por parte de los colaboradores.”

Rubén Quintana (Dimerc)

“... Este curso es una ayuda real para mejorar en nuestras tareas diarias.”

Ana Marcela Pérez (Dimeiggs)





El Origen

La Gerencia de Capital Humano determinó que era crítico complementar el buen desempeño técnico de los mandos medios, con habilidades conductuales que les permitieran gestionar de mejor manera a sus respectivos equipos.

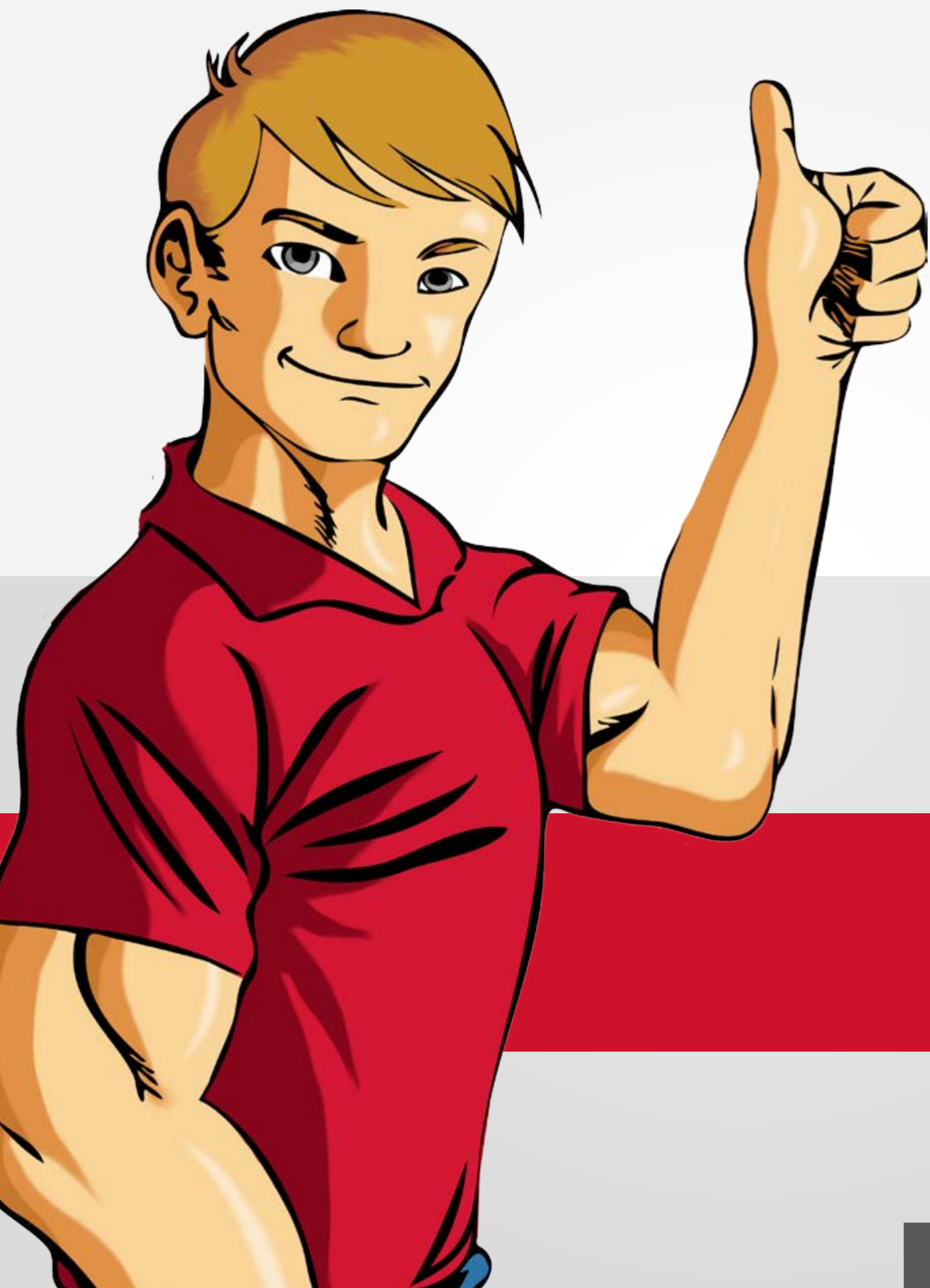
La dificultad

Todos Somos Líderes nace como una respuesta para derribar esa barrera, permitiendo poner al alcance de las jefaturas un programa de capacitación del más alto nivel, sin alterar de forma radical las operaciones del grupo de empresas.

Los colaboradores de **Empresas DIMERC** pasan gran cantidad de su tiempo cumpliendo rigurosos estándares de producción o de servicio. Las operaciones en **Empresas DIMERC** no descansan. Los productos deben llegar allí donde el cliente lo necesita de manera eficiente y oportuna; lo que impide que sus integrantes puedan alejarse por muchas horas de sus posiciones laborales.

Sin embargo, el desarrollo del liderazgo no es algo que pueda conseguirse tan rápido como un despacho. En ese escenario el desarrollo del liderazgo y las operaciones parecían oponerse la una a la otra.





todos somos **LÍDERES**

Lo mejor de uno es lo mejor para todos

No sólo se buscaba nombrar el programa, sino también **reforzar el sentido de pertenencia, la identidad corporativa y la igualdad de oportunidades** que **Empresas DIMERC** promueve entre sus colaboradores. El nombre además refleja otros dos conceptos clave:

- **Todos los participantes del programa tienen aptitudes para el liderazgo.**
- **Desarrollar esas aptitudes es en beneficio propio y de la organización.**

El patrocinio del **Gerente General**, fue fundamental para que la organización se alinea detrás del concepto del programa.

Contenidos del programa





La audiencia

El proceso de selección de los 62 participantes del programa, estuvo a cargo de la **Gerencia de Capital Humano**; a través de un análisis detallado de necesidades. Para ello se usó información de la encuesta de clima y de evaluaciones de desempeño. La participación de los nominados se negoció con cada gerencia, de forma tal de obtener el compromiso necesario que se requería durante los 6 meses de participación.

**Gerencia
Capital Humano**



La Metodología

El programa **Todos Somos Líderes**, combina tres formas de aprender: **Autoestudio**, **Clases virtuales** y **Talleres presenciales**, logrando un enfoque integral, que facilita la adquisición de conocimientos y habilidades, ya sea de forma individual, reflexionando con el relator y otros compañeros virtualmente o llevando a la práctica estrategias en sesiones presenciales.

The diagram features a central yellow circle labeled 'Talleres Virtuales'. To its top right is a green circle labeled 'Autoestudio'. To its bottom right is a red circle labeled 'Talleres Presenciales'. A large red question mark is positioned between the central and bottom-right circles. The top circle contains a bar chart with an upward arrow, the middle circle contains a person icon, and the bottom circle contains a pie chart. A network diagram is visible in the bottom left corner.

Talleres Virtuales

Autoestudio

Talleres Presenciales

El autoestudio

El Autoestudio se organizó en pequeñas cápsulas de contenidos de fácil comprensión, diseñadas de manera lúdica y con una extensión adecuada para el escaso tiempo de los participantes. El programa contó con 97 cápsulas, organizadas en 3 categorías con una finalidad bien específica:



Ver

Es un relato que conecta emocionalmente al participante con el tema a tratar.



Pensar

Invita al participante a evaluar sus conocimientos a través de un autodiagnóstico, previo a la profundización.



Profundizar

Entrega al participante mayor detalle de los conceptos clave, y sirve además como nivelación o preparación a las clases virtuales o presenciales.

Las clases virtuales

Las clases virtuales se pensaron como un espacio de socialización y reflexión de los conceptos revisados en el autoestudio. Para ajustarse de mejor manera a la disponibilidad de los participantes, se realizó un proceso de elección de horarios para conformar grupos, mediante encuestas en línea.

Cada jueves, durante los 6 meses del programa, **2** grupos dispersos en distintas partes de **Empresas DIMERC** se conectaban con el relator, a través de un sistema de conferencia en línea, donde volvían a repasar y reflexionar los temas del programa.

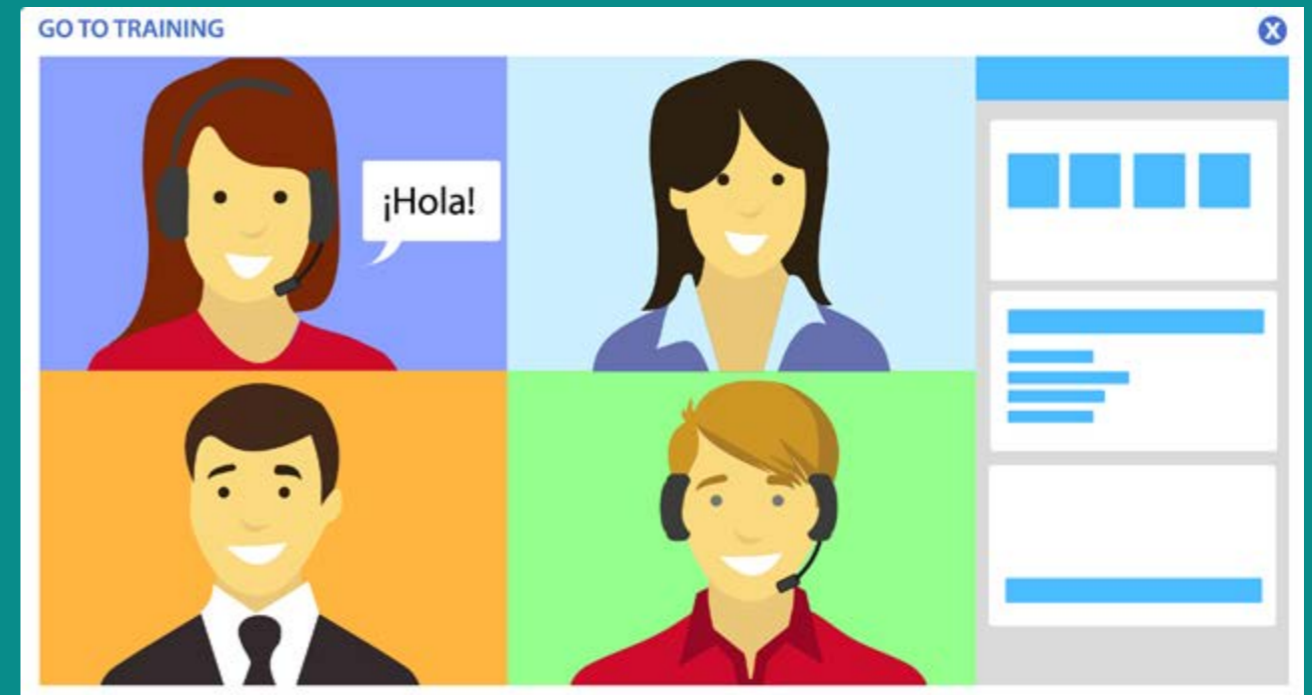


Las clases virtuales

Para participar en la clase virtual, cada alumno usó el computador o tablet disponible en su puesto de trabajo, pudiendo interactuar con el relator a través del micrófono, la cámara web, el chat o incluso interviniendo en la clase con su mouse, cuando el relator lo permitía.

En total se realizaron **16** clases virtuales, de **1** hora de duración cada una, siguiendo la siguiente estructura:

- 1.** Envío de enlace de conexión y recordatorio antes del inicio de la clase, por e-mail y a través del grupo de Whatsapp.
- 2.** Conexión de alumnos a la sala virtual desde cualquier lugar, apoyados por el soporte en línea.
- 3.** Saludo inicial del relator usando la cámara web.



- 4.** Desarrollo de conceptos, a través de audio, pantalla compartida y encuestas interactivas para reflexionar y motivar.
- 5.** Resumen y despedida.
- 6.** Publicación de la grabación de la clase en portal, para quienes no pudieron conectarse o para aquellos que deseaban volver a verla.

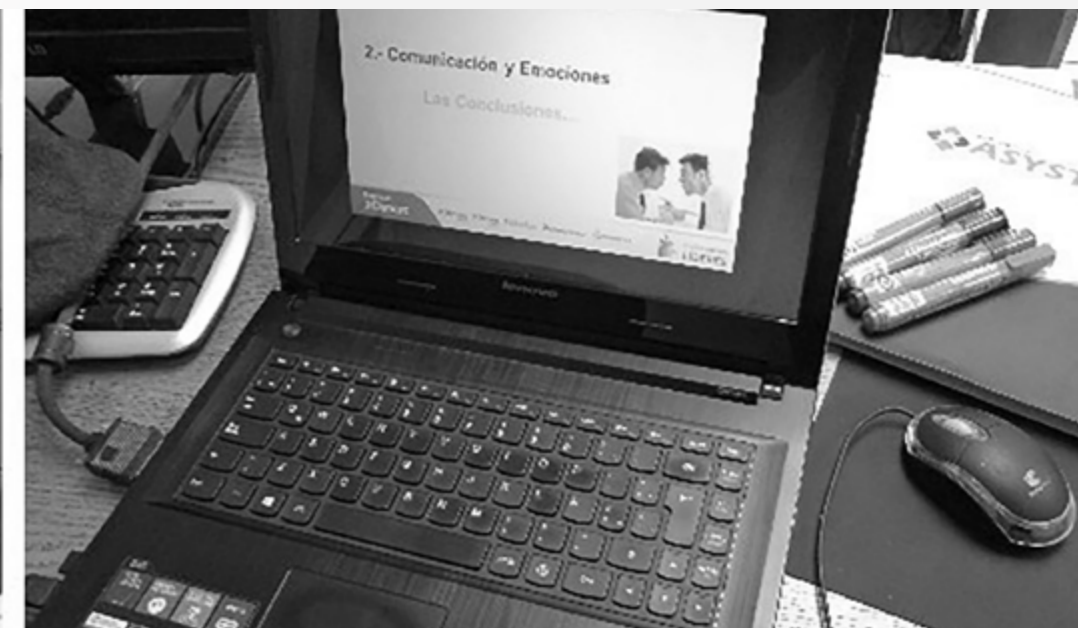
Los talleres presenciales

Los talleres presenciales se reservaron para la consolidación de conocimientos a través de trabajo práctico y ejercicios de roles. Tanto las fechas de clases como la organización de los grupos se obtuvo a través de encuestas de preferencia, para ajustarse lo más posible a la disponibilidad de los participantes.

Se realizaron **4** sesiones presenciales de **3** horas cada una, donde el relator realizaba ejercicios aplicados al contexto laboral y los vinculaba con los contenidos del programa. Cada clase presencial tuvo una duración de **3** horas, lo que significó que cada participante asistió a **12** horas de capacitación en sala.

Para hacer más efectivo este espacio de aprendizaje, se limitó el tamaño de las clases a un máximo de **20** participantes, por lo que cada taller se repetía **3** veces.

El programa se inició y se terminó con un taller presencial y se insertaron otros **2** talleres en puntos intermedios. Esta organización buscaba optimizar la dimensión social a la par con la consolidación de los contenidos.





La comunicación

Se puso en marcha un plan de comunicación que buscó que los participantes:

- Mantuvieran la motivación
- Se comprometieran con su desarrollo
- Cumplieran las exigencias académicas

Para lograr lo anterior se realizaron acciones del siguiente tipo:

- Vincular a los alumnos y a sus jefaturas con el programa mediante mensajes cruzados
- Difundir los hitos del programa tan pronto como estos sucedían
- Entregar información constante a la Gerencia de Capital Humano sobre el desempeño de los alumnos.

Se utilizaron 3 canales base para la comunicación: un blog, un boletín de noticias, y un grupo de Whatsapp. A través de ellos, se transmitieron los siguientes recursos y piezas de comunicación:

55

boletines de noticias enviados por e-mail, con invitaciones, vínculos a artículos y Videos, informes de avance, encuestas y sondeos, recordatorios y saludos

18

artículos sobre liderazgo

5

noticias sobre diversos hitos del programa

21

entrevistas realizadas a alumnos y directivos de **Empresas Dimerc**

11

videos realizados con las entrevistas y eventos del programa

25

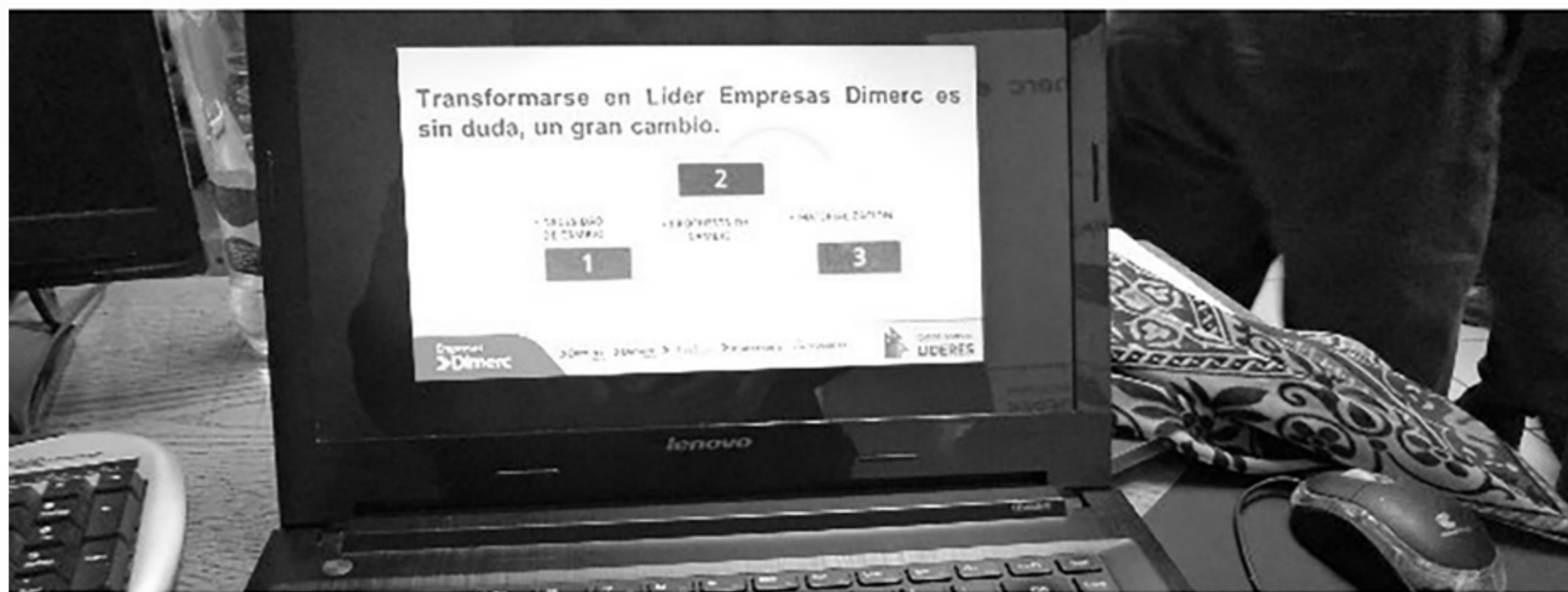
reportes de avances y asistencias

1

informe final sobre la situación de cada uno de los alumnos

1

encuesta de satisfacción entre los participantes del programa



El grupo de Whatsapp, fue el espacio más usado, a través del cual los participantes recibieron asistencia, información y orientación directa y cotidiana.

La tecnología

En **Empresas Dimerc** existe una gran diversidad de realidades tecnológicas, por lo que conseguir que la tecnología del programa se adaptara y funcionara en los diferentes contextos laborales fue un gran desafío. Para lograrlo se realizó un relevamiento de los aspectos técnicos, se trabajó en conjunto al área de Informática y se llevó a cabo una revisión presencial programada de todos los computadores de los participantes.

Cuando fue necesario, se entregaron tabletas conectadas a la red wi-fi de Empresas Dimerc, desde las cuales los alumnos pudiesen tener acceso al portal con los contenidos de Autoestudio, las publicaciones y las Clases Virtuales.





Mesa de Ayuda

Para entregar un adecuado soporte y complementar la comunicación con los alumnos, se implementó una **mesa de ayuda**, la cual tenía como objetivo resolver problemas o dudas técnicas y guiar a los colaboradores en la experiencia dentro de la plataforma. La mesa de ayuda ha recibido más de **238 solicitudes de atención**, con un tiempo promedio de resolución de **3.3 horas**.

Canal de vídeo

Los participantes emplearon **66 horas visualizando videos**, por lo tanto, podemos decir que fue un recurso muy importante para dar dinamismo, compartir testimonios u opiniones de los participantes o volver a reproducir las clases virtuales grabadas.

80% de las visualizaciones fueron a través de los computadores de escritorio, un **18%** usando los teléfonos móviles y un **2%** a través de las tabletas.

Para ello fue necesario configurar y administrar un canal de video privado que reemplazara a otras plataformas de uso público.

Resumen de cifras

62
participantes

120
horas de estudio
en las 3 modalidades
de estudio

238
solicitudes de
atención

66
horas
visualizando
videos

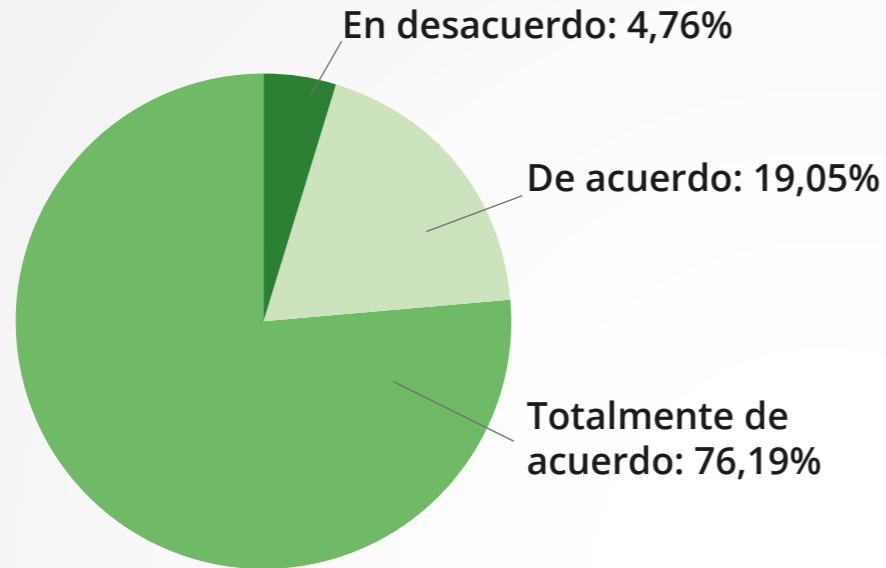
5
evaluaciones

15
entrevistas en
el puesto de
trabajo

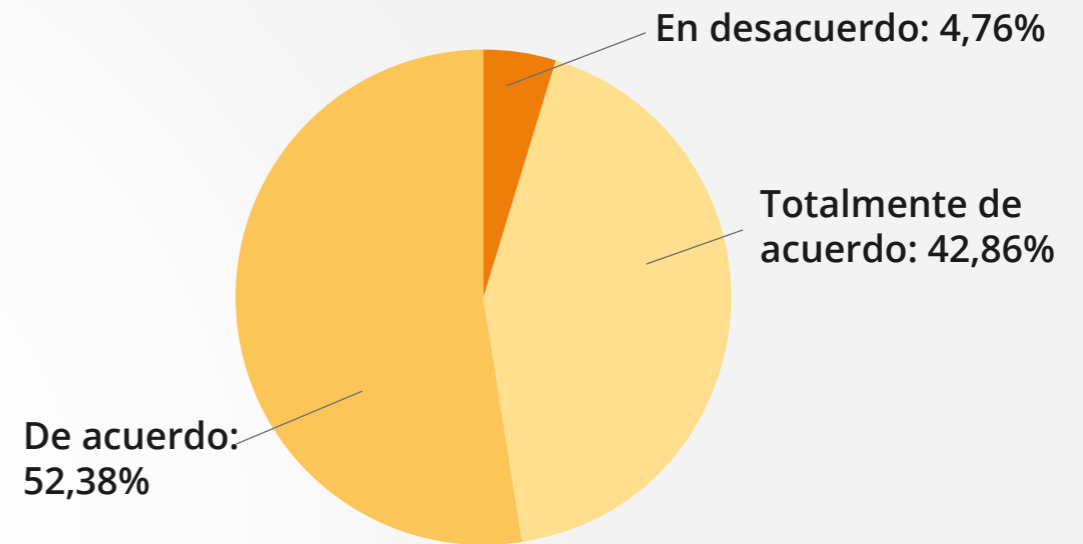
1
encuesta de
satisfacción

Sobre el final del programa, se realizó una Encuesta de Satisfacción entre los participantes. Algunos de los resultados fueron los siguientes:

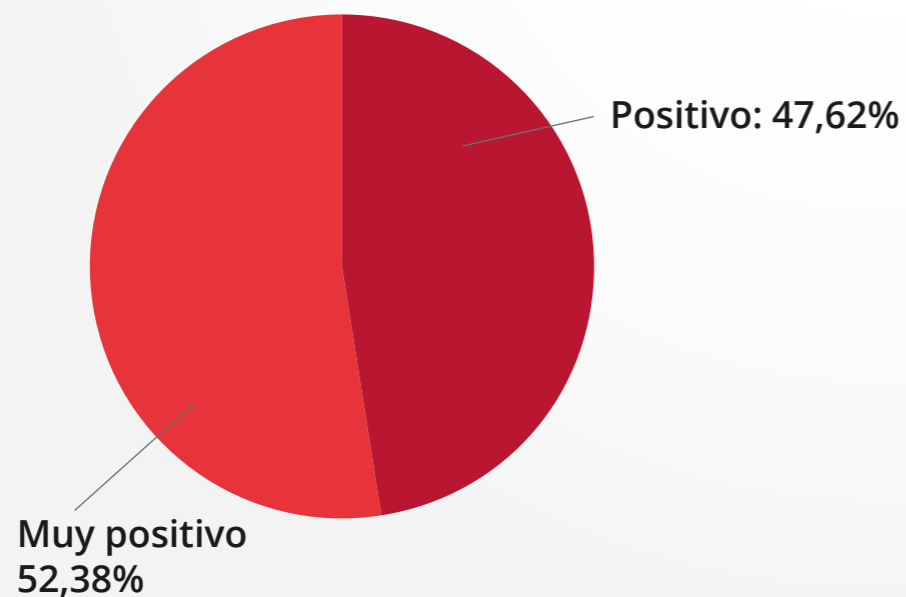
a) Los contenidos fueron fáciles de entender y aplicables en mi trabajo:



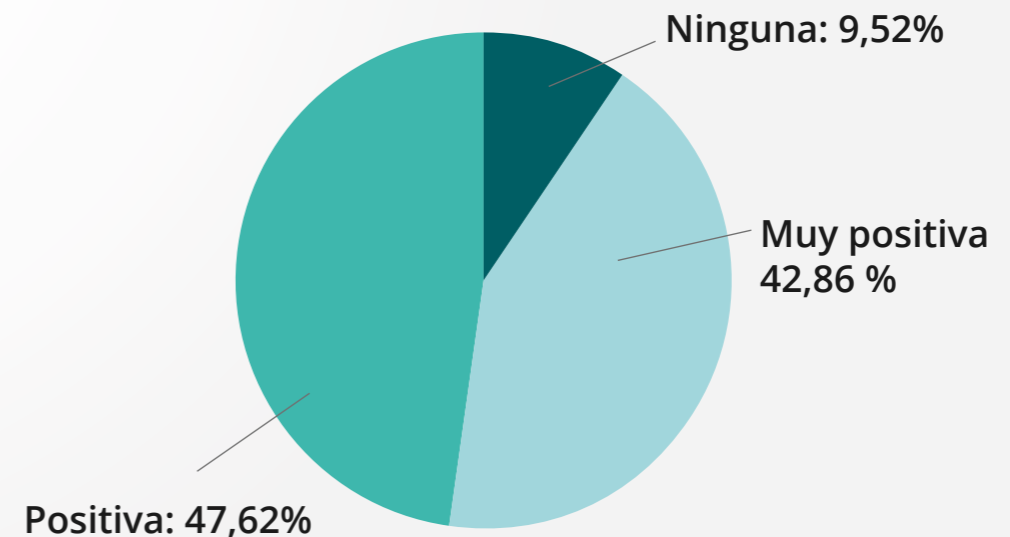
b) La metodología blended learning (autoestudio, clases virtuales y presenciales) me permitió mejorar el aprendizaje sin obstaculizar mi trabajo:



c) El impacto de mi trabajo de todo lo aprendido en el programa fue:



d) La retroalimentación recibida en la empresa por mi participación en el programa fue:



Empresas

 **Dimerc**

 **Dimerc**
Office

 **Dimerc**
Office
Translogic

 **Dimeiggs**

 **Ofimarket.cl**

 **TRANSLOGIC S.A.**
Servicios Logísticos Integrales

 **e-syste**

CAPACITACIÓN



todos somos
LÍDERES

Lo mejor de uno es lo mejor para todos