SISTEMA INTEGRAL DE GESTION DE PROYECTOS

PRESENTACION DEL PROYECTO

Generalidades Entidad solicitante Entidad solicitante Acciones de Formación Plan operativo Descripciones Presupuesto Resumen por rubros Presupuesto global total

GENERALIDADES

Ir al menú

Título	**ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE COOPERATIVAS ASCOOP**
Convocatoria	CONVOCATORIA DG 1-0001-2021 - GREMIO
Programa	Programa Formacion Continua Especializada
Tipo de financiación	COFINANCIACION
Duración en meses	6
Código CIIU	7010 - Actividades de administración empresarial.
Lugar ejecución	BOGOTA - DISTRITO CAPITAL
Dirección electrónica	educacion@ascoop.coop
Clasificación	NO APLICA
Beneficiarios Campesinos ó Trabajadores	NO

ENTIDAD SOLICITANTE

Información completa de la entidad aquí

Ir al menú

Información básica			
Entidad	**ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE COOPERATIVAS ASCOOP**		
Nit	860010755	Dígito de verificación	5
País	COLOMBIA	Ciudad	BOGOTA - DISTRITO CAPITAL
Dirección	TRANS 29 No. 36-29		
Teléfono	3683500	Fax	
Dirección electrónica	educacion@ascoop.coop		

Representante legal			
Nombre	MARIA EUGENIA PEREZ ZEA		
Tipo de identificación	CEDULA DE CIUDADANIA	Número de identificación	43092056

Ciudad:_____ **Día:** _____ **Mes:** _____ **Año:** _____

_____

Firma del representante legal

Nombre: _____

Cargo: _____

Cédula: _____ **de** _____

ACCIONES DE FORMACIÓN (8)

Ir al menú

Título de las Acciones de Formación
a.IMPLEMENTACIÓN ESTRATÉGICA DE SOCIAL SELLING PARA EL FORTALECIMIENTO DE RELACIONES EN UN ENTORNO DIGITAL
b.APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE VENTAS PARA ATRAER, CONQUISTAR Y FIDELIZAR CLIENTES EN UN ENTORNO DIGITAL
c.FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA GESTORES DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO 4.0
d.DESARROLLO DE HABILIDADES PARA GENERAR EXPERIENCIAS DIGITALES EN EL OMNICHANNEL SHOPPER
e.DISEÑO DE EXPERIENCIAS MEMORABLES PARA EL DESARROLLO Y LA PRODUCTIVIDAD DEL MODELO COOPERATIVO EN LA INDUSTRIA 4.0
f.TENDENDENCIAS PARA FOMENTAR EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y EL DESARROLLO COOPERATIVO "UN CAMINO POSIBLE HACIA LA TRANSFORMACIÓN EN LA INDUSTRIA 4.0
g.PROMOCIÓN DE LA SALUD MENTAL EN EL CONTEXTO LABORAL PARA EL BIENESTAR POSITIVO Y LA RESILIENCIA
h.Transferencia

PLAN OPERATIVO DEL PROYECTO:

Ir al menú

Acciones de Formación1 de 8: a.IMPLEMENTACIÓN ESTRATÉGICA DE SOCIAL SELLING PARA EL FORTALECIMIENTO DE RELACIONES EN UN ENTORNO DIGITAL

Tecnología medular	Duración Horas Grupo	Nº de Grupos	Valor de la propuesta				Número de Beneficiarios			Valor Hora Beneficiario
			Sena	Contrapartida Dinero	Contrapartida Especie	Total	Sena	Empresa	Total	
	24	1	24,480,244	8,160,084	0	32,640,328	0	20	20	68,001

Capacitadores:

Acciones de Formación2 de 8: b.APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE VENTAS PARA ATRAER, CONQUISTAR Y FIDELIZAR CLIENTES EN UN ENTORNO DIGITAL

Tecnología medular	Duración Horas Grupo	Nº de Grupos	Valor de la propuesta				Número de Beneficiarios			Valor Hora Beneficiario
			Sena	Contrapartida Dinero	Contrapartida Especie	Total	Sena	Empresa	Total	
	40	2	22,814,662	7,604,888	0	30,419,550	0	50	50	15,210

Capacitadores:

Acciones de Formación3 de 8: c.FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA GESTORES DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO 4.0

Tecnología medular	Duración Horas Grupo	Nº de Grupos	Valor de la propuesta				Número de Beneficiarios			Valor Hora Beneficiario
			Sena	Contrapartida Dinero	Contrapartida Especie	Total	Sena	Empresa	Total	
	40	1	11,573,997	3,857,999	0	15,431,996	0	30	30	12,860

Capacitadores:

Acciones de Formación4 de 8: **d.DESARROLLO DE HABILIDADES PARA GENERAR EXPERIENCIAS DIGITALES EN EL OMNICHANNEL SHOPPER**

Tecnología medular	Duración Horas Grupo	Nº de Grupos	Valor de la propuesta				Número de Beneficiarios			Valor Hora Beneficiario
			Sena	Contrapartida Dinero	Contrapartida Especie	Total	Sena	Empresa	Total	
	40	5	309,415,250	103,139,750	0	412,555,000	0	500	500	20,628

Capacitadores:

Acciones de Formación5 de 8: **e.DISEÑO DE EXPERIENCIAS MEMORABLES PARA EL DESARROLLO Y LA PRODUCTIVIDAD DEL MODELO COOPERATIVO EN LA INDUSTRIA 4.0**

Tecnología medular	Duración Horas Grupo	Nº de Grupos	Valor de la propuesta				Número de Beneficiarios			Valor Hora Beneficiario
			Sena	Contrapartida Dinero	Contrapartida Especie	Total	Sena	Empresa	Total	
	40	5	309,415,250	103,139,750	0	412,555,000	0	500	500	20,628

Capacitadores:

Acciones de Formación6 de 8: **f.TENDENDENCIAS PARA FOMENTAR EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y EL DESARROLLO COOPERATIVO "UN CAMINO POSIBLE HACIA LA TRANSFORMACIÓN EN LA INDUSTRIA 4.0**

Tecnología medular	Duración Horas Grupo	Nº de Grupos	Valor de la propuesta				Número de Beneficiarios			Valor Hora Beneficiario
			Sena	Contrapartida Dinero	Contrapartida Especie	Total	Sena	Empresa	Total	
	2	5	10,144,552	3,381,518	0	13,526,070	0	1000	1000	6,763

Capacitadores:

Acciones de Formación7 de 8: **g.PROMOCIÓN DE LA SALUD MENTAL EN EL CONTEXTO LABORAL PARA EL BIENESTAR POSITIVO Y LA RESILIENCIA**

Tecnología medular	Duración Horas Grupo	Nº de Grupos	Valor de la propuesta				Número de Beneficiarios			Valor Hora Beneficiario
			Sena	Contrapartida Dinero	Contrapartida Especie	Total	Sena	Empresa	Total	
	40	4	223,038,780	74,346,260	0	297,385,040	0	320	320	23,233

Capacitadores:

Acciones de Formación8 de 8: **h.Transferencia**

Tecnología medular	Duración Horas Grupo	Nº de Grupos	Valor de la propuesta				Número de Beneficiarios			Valor Hora Beneficiario
			Sena	Contrapartida Dinero	Contrapartida Especie	Total	Sena	Empresa	Total	
	2	1	0	12,000,000	0	12,000,000	0	412	412	14,563

Capacitadores:

Totales	Nº de	Valor de la propuesta	Número de Beneficiarios	Totales

	Grupos	Sena	Contrapartida Dinero	Contrapartida Especie	Total	Sena	Empresa	Total
	24	910882735	315630249	0	1226512984	0	2832	2832

ENTIDADES DEL PROYECTO (1)

Ir al menú

ID	Nombre de la entidad	Rol
34	ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE COOPERATIVAS ASCOOP	PROPONENTE

DESCRIPCIONES (Total: 7)

Ir al menú

Descripción 1 de 7

1. DESCRIPCIÓN DEL PROPONENTE:

HISTORIA, ACTIVIDADES, SERVICIOS, MERCADO Y PROSPECTIVA.
ASCOOP es la Asociación Colombiana de Cooperativas, un organismo de integración y representación de las cooperativas colombianas que tiene como asociados a Cooperativas de sectores como ahorro y crédito, educación, salud, comercialización, entre otros, que son su mercado. ASCOOP es un Organismo de segundo grado, de carácter nacional, que forma parte de las entidades de la Economía Solidaria y presta servicios de desarrollo empresarial para la creación y formación de cooperativas; educación y capacitación, administración y manejo de entidades cooperativas; comunicación y divulgación del modelo cooperativo.
La personería jurídica de ASCOOP data del año 1960, cuando fue otorgada por el Departamento administrativo Nacional de Cooperativas y comenzó su historia. En 2017 La Cámara de Representantes otorgó a Ascoop, Confecoop y Fecolfin la Orden de la Democracia "Simón Bolívar" en el grado de "Cruz Comendador", por el aporte social, económico y cultural con el que este gremio contribuye al país.
El mapa estratégico de ASCOOP se desarrolla dentro de las perspectivas de aprendizaje y talento humano, procesos, sostenibilidad y asociados; para alcanzar su visión de ser un organismo de integración que contribuya a que el modelo cooperativo sea el preferido para la búsqueda del bienestar económico y social. Esta visión es resultado de un ejercicio prospectivo, en el que a futuro se posiciona la cultura del cooperativismo y en el que el desarrollo económico cooperativo impulsa la reactivación económica del país y es una de las principales fuentes de empleo digno.
SECTOR, SITUACIÓN E IMPACTO DE LA PANDEMIA
ASCOOP es la agremiación por excelencia de las entidades de la economía solidaria en Colombia y gracias a su trayectoria y representatividad hace parte de la Alianza Cooperativa Internacional, con sede en Londres y de Confecoop en Colombia. Adicionalmente participa de la Cooperativas de las Américas, CICOPA y el Foro Iberoamericano de Economía Social. Ascoop en la actualidad reúne a más de 100 entidades asociadas, entre cooperativas, fondos de empleados, entidades sin ánimo de lucro y aseguradoras. ASCOOP, en el marco de la convocatoria SENA, es el único gremio que asocia exclusivamente cooperativas y entidades de la economía solidaria provenientes de múltiples sectores económicos,
El cooperativismo hace parte del sector de la economía solidaria. Con información de la Cámara de Comercio, en 2020 se crearon 592 nuevas ESALES, 587 micro y 5 pequeñas empresas; de las cuales 68 fueron cooperativas, 158 asociaciones y 364 fundaciones. Por su parte, para ese mismo año 12.141 ESALES renovaron su matrícula, 9.466 micro, 1.796 pequeñas. 529 medianas y 1710 grandes empresas; de las cuales 148 fueron cooperativas, 1567 corporaciones, 3499 asociaciones y 6372 fundaciones. 41.435 Esales no renovaron matricula en 2020 (CCB, Datos abiertos, Entidades Sin Animo de Lucro ESAL, 2020).
La crisis derivada por la expansión del coronavirus, que está golpeando a la economía, pone en peligro la subsistencia de miles de empresas, especialmente las micro, pequeñas y medianas, por la escasez de liquidez para mantenerse en operación y de paso coloca a millones de trabajadores en riesgo de desempleo. Según supersolidaria, "los sectores más afectados por el COVID-19 y a su vez el impacto en las cooperativas de ahorro y crédito son: el comercio al por mayor y al por menor, el transporte y almacenamiento, alojamiento y servicios de comida; las actividades inmobiliarias; la construcción; las actividades de entretenimiento artísticas y recreación. Estos sectores, demandan importante mano de obra(empleo), por lo que su sensibilidad y vulnerabilidad son mayores en el campo social y afectan directamente la operación financiera de las cooperativas de ahorro y crédito. (Supersolidaria, Informe Trimestral, Sectores Económicos, 2020).
RELACIÓN ENTRE ASCOOP Y SUS ASOCIADOS

Descripción 2 de 7

Continuación... DESCRIPCIÓN DEL PROPONENTE:

El objeto social de ASCOOP es el de "Ejercer la defensa y representación de sus entidades asociadas, prestar servicios de asistencia técnica, de carácter económico y de beneficio social a sus entidades afiliadas para facilitarles el cumplimiento de sus fines económicos o sociales; Para el logro de sus objetivos ASCOOP podrá... Disponer de un

servicio de educación cooperativa y capacitación técnica en todas las áreas requeridas por el sector cooperativo y social..." (Ascoop, estatutos).
La relación del objeto social de ASCOOP con el de las empresas en el Anexo 14 se expresa de la siguiente forma:
1. Las empresas en el Anexo 10 son entidades cooperativas y/o sociales asociadas a ASCOOP que autorizaron el uso del 50% de sus aportes parafiscales SENA en el proyecto,
2. Los estatutos de ASCOOP tienen como mandato "defender la práctica de los principios y valores cooperativos... así como el impulso permanente de la educación como aspectos indispensables, necesarios e imprescindibles para garantizar la pureza de las entidades que conforman el sector cooperativo" (Estatutos ASCOOP)
3. El objeto social de ASCOOP incluye expresamente a la educación y formación técnica para el sector cooperativo y social y el proyecto de formación presentado busca responder a las necesidades de formación identificadas para las entidades del Anexo 10.
De acuerdo con lo anterior ASCOOP representa los intereses de las empresas a beneficiar de manera idónea.
ACCIONES RELEVANTES EN FAVOR DE LA REGIÓN
La ley No. 2069 del 31 de diciembre, la cual es conocida como la ley del emprendimiento tiene por objeto establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad. ASCOOP trabajó con el Gobierno y del Congreso de la República en el diseño y aprobación de esta ley y para que el sector cooperativo superará el impacto de la pandemia. Como evidencia se cita la participación de Ascoop, a través de su Directora ejecutiva en el debate de control político con el fin de discutir las medidas de apoyo que se han adoptado en el sector cooperativo y de la economía solidaria, durante la crisis a causa de la pandemia COVID-19 en la Comisión 2 de la Cámara de Representantes en el que estuvieron tres ministros, un viceministro, dos funcionarios estatales, un senador, cuatro representantes y una docena de dirigentes del sector el cual se puede consultar aquí: https://www.youtube.com/watch?v=DM9YSs53hzE&fbclid=IwAR1zYAg03Ov3IDaFXQVGjEEGKAXyaS76Waz_beUgIXMrxXMlhmXYZ8t0HUY (Minutos 1.00.29 y 3.20.00)
El impacto de esta participación lo explica El Ministro de Comercio, José Restrepo: "Sin duda, la nueva Ley impulsará a las mipymes y establecerá un marco de regulación que propicie el emprendimiento y el crecimiento, así como la consolidación y sostenibilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas, con el objetivo de aumentar el bienestar social y, en efecto, generar equidad", sostuvo el ministro de Comercio, Industria y Turismo, José Manuel Restrepo. (https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/aprueban-ley-de-emprendimiento-en-colombia
Ascoop además trabajó con su afiliadas entidades financieras durante la pandemia para desplegar las políticas del gobierno en materia de financiamiento. Las cooperativas tienen "una presencia muy significativa en los temas de ahorro y crédito en Colombia, pues cuentan con una red que abarca 186 entidades que prestan servicios a casi cuatro millones de asociados con más de 2,5 millones de ahorradores y 2,3 millones de créditos colocados, según datos de Confecoop... el monto total de alivios que se otorgaron en la primera parte de la pandemia supera los $8,5 billones frente a la cartera de crédito. Por otro lado, las cooperativas financieras colocaron cerca de $300.000 millones en alivios que estuvieron dirigidos a 266.500 deudores" (La Republica, Las ayudas que ofrecieron las entidades financieras, Oct. 2020).

Descripción 3 de 7

2. METODOLOGÍA PARA LA DEFINICIÓN DE NECESIDADES DE FORMACIÓN:

Se siguió el siguiente proceso para definir las acciones de formación, orientado por la metodología de marco lógico:
1.Período de Análisis y metodología de recolección de información
El diagnóstico se realizó durante el trimestre 4 del año 2020 para el período anualizado de enero a diciembre de 2020. La metodología de recolección de información estuvo orientada a información primaria y secundaria para lo cual se usaron herramientas tales como etnografía, sondeos, cuestionarios, entrevistas para la información primaria y juicio de expertos; y registros de Ascoop e informes de entidades gubernamentales y entes privados reconocidos para la información secundaria. Las variables cuantitativas consideradas se refirieron a, entre otros, número de trabajadores, volumen de facturación, porcentaje de participación en el mercado; mientras que las cualitativas se refirieron a desempeño del trabajador en su cargo, características de los procesos implementados, prospectiva tecnológica e influencia de la tecnología en la definición de los cargos.
1. Definición de actores, importancia e influencia.
- Trabajadores de gremio y de la cadena productiva. Importancia e influencia altas. Sus intereses y expectativas son el crecimiento profesional, estabilidad laboral en pandemia y compensaciones adecuadas.
- Cooperativas asociadas. Importancia e influencia altas; intereses y expectativas son sostenibilidad, productividad y reactivación económica.
- Entidades rectoras de la Economía Solidaria. Importancia baja, influencia alta. Intereses y expectativas de promover el desarrollo y crecimiento del sector solidario.
- SENA. importancia e influencia altas. Sus intereses y expectativas son cerrar las brechas de talento humano y aumentar su empleabilidad fomentando rendimiento productivo para beneficio estratégico y aumento de la competitividad de las empresas.
2. Análisis de información para Identificación de necesidad general
Se hizo un análisis de información cualitativa y cuantitativa, considerando los actores definidos en la etapa anterior, así:
-Análisis del sector.
Con información de la Cámara de Comercio, en 2020 se crearon 592 nuevas ESALES, y 12.141 ESALES renovaron su matrícula; mientras que en 2019 se crearon 1428 nuevas ESALES, y 16.258 ESALES renovaron su matrícula (CCB, Datos abiertos, Entidades Sin Animo de Lucro ESAL, 2020). La comparación entre los dos años permite comprobar el efecto de la pandemia dentro de la economía solidaria, la cual frenó el comportamiento positivo que traía

de los años anteriores. La ley de emprendimiento que gremios con Ascoop y Confecoop promovieron durante el 2019 y que fue sancionada en diciembre de 2020 representa una pieza vital en la reactivación económica y facilita la creación de cooperativas como alternativas de emprendimiento.
- Situación de entidades asociadas y de sus trabajadores y asociados.
ASCOOP recopila información de sus asociados a través de asambleas generales, eventos de formación y encuestas orientadas a determinar sus problemáticas y necesidades de asistencia técnica y formación haciendo análisis de la situación de las entidades. De igual forma se adelanta un trabajo diferenciado con cada una las organizaciones asociadas con entrevistas en profundidad, en las que se discuten los resultados obtenidos de las evaluaciones de los trabajadores, los análisis de puestos de trabajo y la retroalimentación de la observación de los trabajadores en la realización de su trabajo (Etnografía), lo que provee información cualitativa muy importante para el análisis. Adicionalmente a esto, se analizan los resultados de los procesos de formación adelantados y de la retroalimentación dada por sus beneficiarios. Fruto de ello se encontró dentro de los determinantes que afectan la productividad, las afectaciones de la salud mental en los trabajadores por cuenta de la pandemia.
Con respecto a la participación en el mercado, la demanda por bienes y servicios se ha contraído, pero en lo que respecta

Descripción 4 de 7

Continuación... METODOLOGÍA PARA LA DEFINICIÓN DE NECESIDADES DE FORMACIÓN:

a las cooperativas de ahorro y crédito, la Supersolidaria alerta que "se pueden presentar disminuciones en los flujos de operaciones (menos captaciones y menos colocaciones, menos intermediación), probables adopciones de nuevos periodos de gracia y alivios a deudores en dificultades. Tales eventos sin duda afectarán el flujo de caja normal de las organizaciones (Supersolidaria, Panorama macroeconómico, Nov. 2020)
- Demandas al sector y prospectiva de futuro
Al respecto, la OECD ha indicado que La "economía solidaria ha jugado un papel importante en el tratamiento y la mitigación de los impactos a corto y largo plazo de la crisis del COVID-19 en la economía y la sociedad. En el corto plazo, los actores de la economía solidaria han contribuido a la recuperación de la crisis proporcionando soluciones innovadoras que tienen como objetivo fortalecer los servicios públicos para complementar la acción del gobierno. A largo plazo, las organizaciones de la economía social pueden ayudar a remodelar la economía posterior a la crisis mediante la promoción de modelos económicos inclusivos y sostenibles. (OECD, OECD Policy Responses to Coronavirus COVID-19, 2020). Por su parte las naciones Unidas indican que "En el post COVID-19, será necesario impulsar la cooperación, ofreciendo servicios básicos de manera diferente, recuperando y creando empleo digno a través de modelos organizativos de producción diversos y complementarios. Las empresas y organizaciones de Economía Social y Solidaria por su propia naturaleza, son particularmente aptas para participar en la producción de bienes y servicios donde el trabajo es el factor estratégico clave de producción. (UN, UNITED NATIONS INTER-AGENCY TASK FORCE, Jun 2020).
3. Identificación de necesidad general
De acuerdo con la información cualitativa y cuantitativa antes descrita, se determinó como necesidad general del proyecto la siguiente: Potenciar el impacto del cooperativismo en la reactivación económica del país en medio de la pandemia, mediante la promoción del emprendimiento, el fortalecimiento de la gestión comercial y la recuperación del bienestar emocional de los trabajadores.
Al trabajar sobre esta necesidad se contribuirá al desarrollo tecnológico productivo e incremento de la competitividad del sector de la economía solidaria y de las organizaciones que hacen parte del mismo, lo que tendrá un efecto multiplicador en las regiones y sus habitantes con un aumento en la productividad de los trabajadores.
4. Diagnóstico de necesidades y priorización.
Para el diagnóstico de las necesidades de formación se utilizó información cuantitativa y cualitativa, de acuerdo con el análisis de la situación de las empresas asociadas a ASCOOP, el análisis de puestos de trabajo (Observación y entrevistas), evaluación de los trabajadores y la prospectiva de futuro de lo que se espera del sector (Análisis de tendencias). La identificación de brechas entonces, se hizo usando un instrumento de demanda laboral que permiten identificar necesidades de los asociados en materia de habilidades y destrezas de empleados, y que son fundamentales para mejorar la productividad de sus procesos (De acuerdo a los postulados del Consejo Privado de Competitividad, Lineamientos para la identificación y cierre de Brechas). Así, se encontraron brechas capital humano que se priorizaron de acuerdo con su potencialidad de influir en la necesidad general identificada y que dieron como resultado las acciones de formación del proyecto, las cuales abarcan la gestión comercial para la consecución y retención de clientes y la administración de los canales de venta, la promoción del emprendimiento y la gestión del bienestar emocional de los trabajadores. Estas necesidades de formación hacen parte del plan de capacitación de ASCOOP para sus asociados.
Se atenderá el 3.4% de trabajadores gremio, es decir 2420 trabajadores de una población que se estima en 70.000. Se espera beneficiar a un número aproximado de 20 empresas del sector

Descripción 5 de 7

3. OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO:

Teniendo en cuenta el proceso adelantado para la definición y estructuración de las acciones de formación propuestas, el propósito central del proyecto es alcanzar un impacto significativo del cooperativismo en la reactivación económica del país en medio de la pandemia, gracias a la promoción del emprendimiento, el fortalecimiento de la gestión comercial y la recuperación del bienestar emocional de los trabajadores.
En términos generales aquello que se quiere alcanzar al finalizar la ejecución del proyecto de formación, es el cierre de brechas de capital humano que permita a las cooperativas apoyar efectivamente la recuperación económica del

país en el contexto de la pandemia, gracias una mejor gestión comercial para la consecución y retención de clientes y la administración de los canales de venta, la promoción del emprendimiento y la gestión del bienestar emocional de los trabajadores. La estrategia para lograrlo será la formación continua especializada. Esto es coherente con la estrategia de trabajo de ASCOOP, de prestar servicios de asistencia técnica, divulgar la aplicación y practica de los principios del Cooperativismo y promover y fomentar la organización de entidades del sector social y contribuir a su desarrollo.
Teniendo en cuenta lo anterior, se plantea el siguiente objetivo general del proyecto:
-Ejecutar un programa de formación continua especializada que cierre las brechas de talento humano de las organizaciones asociadas a ASCOOP en los niveles alta dirección, medio y operativo; de manera que se alcance un impacto significativo del cooperativismo en la reactivación económica del país en medio de la pandemia, gracias a la promoción del emprendimiento, el fortalecimiento de la gestión comercial y la recuperación del bienestar emocional de los trabajadores; afectando positivamente al desarrollo productivo y la competitividad de las organizaciones del sector de la economía solidaria, a partir de la mejora de la productividad de los trabajadores.

De esta forma, el objetivo general del proyecto de ASCOOP da respuesta efectiva al objetivo y propósitos de la convocatoria DG -1-0001-2021.

Descripción 6 de 7

4. INDICADORES DE IMPACTO DEL PROYECTO:

En concordancia con lo solicitado en la convocatoria, ASCOOP, de acuerdo con la actividad económica de nuestras organizaciones asociadas, definió la línea base, metas y el medio de verificación de cada uno de los indicadores a continuación planteados:

Indicadores de impacto del proyecto
*****MEJORAMIENTO EN LA EMPLEABILIDAD****
VARIABLES DETERMINANTES:
No. de trabajadores beneficiarios con incremento salarial después de recibir la Formación:
Línea Base: Estado Actual: 0 //// Meta: 30
Número total de trabajadores beneficiarios del proyecto
Línea Base: Estado Actual: 0 //// Meta: 2420
MEJORAMIENTO EN LA EMPLEABILIDAD: Línea Base: Estado Actual: 0 //// Meta: 1.2%
Para establecer trabajadores beneficiarios se usarán las listas de asistencia e informes generados como fuente de verificación. Para saber los trabajadores con aumento salarial, el método de verificación será a través de una encuesta a las empresas participantes.

*****RETENCIÓN DE LOS TRABAJADORES*****
VARIABLES DETERMINANTES:
No. de trabajadores beneficiarios que continúan en sus empresas luego de recibir la formación:
Línea Base: Estado Actual: 0 //// Meta: 2057
Número total de trabajadores beneficiarios del proyecto
Línea Base: Estado Actual: 0 //// Meta: 2420
RETENCIÓN DE LOS TRABAJADORES: Línea Base: Estado Actual: 0 //// Meta: 85%
Para establecer trabajadores beneficiarios se usarán las listas de asistencia e informes generados como fuente de verificación. El método de verificación de los trabajadores que permanecen luego de recibir la formación, será a través de una encuesta a las empresas participantes.

*****MOVILIDAD LABORAL*****
VARIABLES DETERMINANTES:
No. de trabajadores beneficiarios que cambian sus condiciones laborales de manera horizontal o vertical, luego de recibir la formación
Línea Base: Estado Actual: 0 //// Meta: 30
Número total de trabajadores beneficiarios del Proyecto
Línea Base: Estado Actual: 0 //// Meta: 2420
MOVILIDAD LABORAL: Línea Base: Estado Actual: 0 //// Meta: 1.2%

*****EMPRESAS BENEFICIARIAS *****
VARIABLES DETERMINANTES:
No. de empresas beneficiarias del Programa de Formación Continua Especializada
Línea Base: Estado Actual: 0 //// Meta: 30
EMPRESAS BENEFICIARIAS: Línea Base: Estado Actual: 0 //// Meta: 30
Para establecer las empresas participantes se usarán los registros de beneficiarios registrados en la plataforma del SENA.

METODOLOGÍA DE RECOLECCIÓN Y VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN
ASCOOP propone la siguiente metodología:
1. Se mantendrá constante contacto con las empresas cooperativas que envían sus trabajadores a las capacitaciones, para recordarles la necesidad de generar los datos correspondientes a los indicadores.
2. Se validarán con las empresas cooperativas que envían sus trabajadores las fuentes de los datos que enviaran

para el cálculo de los indicadores para validar que la información enviada sea verídica.
3. Se compartirá con dichas empresas los resultados de los indicadores para que validen si corresponden con los datos que habían suministrado.

Descripción 7 de 7

5. ESTRATEGIA DE DIVULGACIÓN:

Para la estrategia de divulgación se proponen las siguientes actividades:
1. Definir los medios, contenido y periodicidad de las publicaciones. Esta definición se hará en conjunto con el SENA.
Los medios y canales que ASCOOP pone al servicio de la divulgación son:
- Cuenta de Twitter corporativo
- Grupo de Whatsapp en el que participan todos los trabajadores de Ascoop
- Correo electrónico a todos los líderes de talento humano de todas las entidades asociadas a Ascoop
- Página Web de Ascoop
- Al menos dos publicaciones en la revista Colombia Cooperativa.

Con el SENA se definirán los canales y medios que dicha entidad puede poner al servicio de la divulgación.
Los canales se justifican pues son reconocidos en el medio cooperativo, permiten una amplia divulgación del proyecto hacia el publico interno y externo y se ajustan a la diversidad de medios que se planea usar para comunicar la información relevante al proyecto.
2. Construcción de los mensajes de divulgación
Con base en lo definido en el punto 1, el área de Ascoop denominada Comunicaciones, llevará a cabo la construcción de los mensajes, los cuales cumplirán con las directrices del SENA en cuanto a imagen corporativa y de la convocatoria.
Se utilizaran entre otros, publicaciones e información en redes. Videos y entrevistas. Imágenes audiovisuales de momentos específicos, artículos de opinión, Información concreta, cifras y datos de la participación de los trabajadores en la formación.
3. Publicación de los mensajes.
Los gastos derivados de la estrategia de divulgación, debe ser asumido por el futuro conviniente y no podrá ser incluido en el presupuesto del proyecto.
Las anteriores actividades permitirán comunicar de una manera efectiva, el avance en la ejecución y los resultados de las acciones de formación propuestas.
La persona responsable del área de comunicaciones de Ascoop asignada al proyecto será ANGIE LUCIA VALBUENA ESPINOSA, periodista@ascoop.coop, tel: 3683500

PRESUPUESTO (Total: 27)

Ir al menú

Acción de Formación	Número de horas	Rubro	Actividad	Descripción	Financiado	%	Contrapartida Especie - %		Contrapartida Dinero - %		Total
Acc de Formac21	2	R01.1.4 Honor. Cap. Nal. Maestria Exp 3 años		TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO Y TECNOLOGÍA AL SENA . STOS RUBROS SE COLOCAN A MANERA DE EJEMPLO. Sin embargo, está pendiente por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria	0	0	0	0	674,000	100	674,000
Acc de Formac16	40	R01.1.4 Honor. Cap. Nal. Maestria Exp 3 años		HONORARIOS DOCENTE NACIONAL MAESTRÍA	10,410,000	77.23	0	0	3,070,000	22.77	13,480,000
Acc de Formac15	80	R01.1.4 Honor. Cap. Nal. Maestria Exp 3 años		HONORARIOS DOCENTE NACIONAL MAESTRÍA	20,520,000	76.11	0	0	6,440,000	23.89	26,960,000
Acc de Formac19	10	R01.2.5 Honor. Cap. Inter. Doctorado Exp 5 años		HONORARIOS DOCENTE INTERNACIONAL DOCTORADO	9,128,452	75.62	0	0	2,942,818	24.38	12,071,270
Acc de Formac14	24	R01.2.5 Honor. Cap. Inter. Doctorado Exp 5 años		HONORARIOS DOCENTE INTERNACIONAL DOCTORADO	22,028,284	76.04	0	0	6,942,764	23.96	28,971,048
					910,882,735	74.3	0	0.0	315,630,249	25.7	1,226,512,984

Acción de Formación	Número de horas	Rubro	Actividad	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
							Especie - %		Dinero - %		
Acc de Formac21		R05.1.2 Libros Electrónico / Digital		TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO Y TECNOLOGÍA AL SENA. STOS RUBROS SE COLOCAN A MANERA DE EJEMPLO. Sin embargo, está pendiente por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria	0	0	0	0	11,326,000	100	11,326,000
Acc de Formac19	10	R06.2.1 Plataforma		PLATAFORMA PARA EL DESARROLLO DE (PAT)	1,650	75	0	0	550	25	2,200
Acc de Formac16	40	R06.2.1 Plataforma		PLATAFORMA PARA EL DESARROLLO DE (PAT)	6,600	75	0	0	2,200	25	8,800
Acc de Formac15	80	R06.2.1 Plataforma		PLATAFORMA PARA EL DESARROLLO DE (PAT)	13,200	75	0	0	4,400	25	17,600
Acc de Formac14	24	R06.2.1 Plataforma		PLATAFORMA PARA EL DESARROLLO DE (PAT)	3,960	75	0	0	1,320	25	5,280
Acc de Formac20		R08 Gastos de Operación del Proyecto		Gastos Operacion	22,297,500	75	0	0	7,432,500	25	29,730,000
Acc de Formac19		R08 Gastos de Operación del Proyecto		Gastos Operacion	1,014,450	75	0	0	338,150	25	1,352,600
Acc de Formac18		R08 Gastos de Operación del Proyecto		Gastos Operacion	30,941,250	75	0	0	10,313,750	25	41,255,000
Acc de Formac17		R08 Gastos de Operación del Proyecto		Gastos Operacion	30,941,250	75	0	0	10,313,750	25	41,255,000
Acc de Formac16		R08 Gastos de Operación del Proyecto		Gastos Operación	1,157,397	75	0	0	385,799	25	1,543,196
Acc de Formac15		R08 Gastos de Operación del Proyecto		Gastos Operacion	2,281,462	75	0	0	760,488	25	3,041,950
Acc de Formac14		R08 Gastos de Operación del Proyecto		Gastos Operacion	2,448,000	75	0	0	816,000	25	3,264,000
Acc de Formac20		R09.2 Formación Virtual Curso 40 Horas		VALOR GLOBAL POR PERSONA	200,741,280	75.22	0	0	66,113,760	24.78	266,855,040
Acc de Formac18		R09.2 Formación Virtual Curso 40 Horas		VALOR GLOBAL POR PERSONA	278,474,000	75.26	0	0	91,526,000	24.74	370,000,000
Acc de Formac17		R09.2 Formación Virtual Curso 40 Horas		VALOR GLOBAL POR PERSONA	278,474,000	75.26	0	0	91,526,000	24.74	370,000,000
Acc de Formac20		R10.2 Garantías		PÓLIZAS DE SEGURO REQUERIDAS PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	0	0	0	0	800,000	100	800,000
Acc de Formac19		R10.2 Garantías		PÓLIZAS DE SEGURO REQUERIDAS PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	0	0	0	0	100,000	100	100,000
Acc de Formac18		R10.2 Garantías		PÓLIZAS DE SEGURO REQUERIDAS PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	0	0	0	0	1,300,000	100	1,300,000
Acc de Formac17		R10.2 Garantías		PÓLIZAS DE SEGURO REQUERIDAS PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	0	0	0	0	1,300,000	100	1,300,000
Acc de Formac16		R10.2 Garantías		PÓLIZAS DE SEGURO REQUERIDAS PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	0	0	0	0	400,000	100	400,000
					910,882,735	74.3	0	0.0	315,630,249	25.7	1,226,512,984

Acción de Formación	Número de horas	Rubro	Actividad	Descripción	Financiado	%	Contrapartida Especie - %		Contrapartida Dinero - %		Total
Acc de Formac15		R10.2 Garantías		PÓLIZAS DE SEGURO REQUERIDAS PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	0	0	0	0	400,000	100	400,000
Acc de Formac14		R10.2 Garantías		PÓLIZAS DE SEGURO REQUERIDAS PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	0	0	0	0	400,000	100	400,000
					910,882,735	74.3	0	0.0	315,630,249	25.7	1,226,512,984

Ciudad:_____ **Día:** _____ **Mes:** _____ **Año:** _____

_____

Firma del representante legal

RESUMEN POR RUBROS (Total: 7)

Ir al menú

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R01.1.4 Honor. Cap. Nal. Maestria Exp 3 años	30930000	75.23%	0	0%	10,184,000	24.77%	41,114,000
R01.2.5 Honor. Cap. Inter. Doctorado Exp 5 años	31156736	75.91%	0	0%	9,885,582	24.09%	41,042,318
R05.1.2 Libros Electrónico / Digital	0	0%	0	0%	11,326,000	100%	11,326,000
R06.2.1 Plataforma	25410	75%	0	0%	8,470	25%	33,880
R08 Gastos de Operación del Proyecto	91081309	75%	0	0%	30,360,437	25%	121,441,746
R09.2 Formación Virtual Curso 40 Horas	757689280	75.25%	0	0%	249,165,760	24.75%	1,006,855,040
R10.2 Garantías	0	0%	0	0%	4,700,000	100%	4,700,000
Totales	910,882,735	74.27	0	0.00	315,630,249	25.73	1,226,512,984

PRESUPUESTO GLOBAL TOTAL (Total: 8 entidades)

Ir al menú

Entidad	Financiado	Contrapartida Especie	Contrapartida Dinero	Total
ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE COOPERATIVAS ASCOOP	24,480,244	0	8,160,084	32,640,328
ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE COOPERATIVAS ASCOOP	22,814,662	0	7,604,888	30,419,550
ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE COOPERATIVAS ASCOOP	11,573,997	0	3,857,999	15,431,996
ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE COOPERATIVAS ASCOOP	309,415,250	0	103,139,750	412,555,000
ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE COOPERATIVAS ASCOOP	309,415,250	0	103,139,750	412,555,000
ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE COOPERATIVAS ASCOOP	10,144,552	0	3,381,518	13,526,070
ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE COOPERATIVAS ASCOOP	223,038,780	0	74,346,260	297,385,040
ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE COOPERATIVAS ASCOOP	0	0	12,000,000	12,000,000
Totales	910,882,735	0	315,630,249	1,226,512,984

ACCIÓN DE FORMACIÓN 1 DE 8

a.IMPLEMENTACIÓN ESTRATÉGICA DE SOCIAL SELLING PARA EL FORTALECIMIENTO DE RELACIONES EN UN ENTORNO DIGITAL

Generalidades de la acción | Entidades de la acción | Descripciones | Perfil | Presupuesto | Resumen por rubros | Cobertura Geográfica
Ir al menú del proyecto

Generalidades de la Acción de Formación a.IMPLEMENTACIÓN ESTRATÉGICA DE SOCIAL SELLING PARA EL FORTALECIMIENTO DE RELACIONES EN UN ENTORNO DIGITAL

Acción de Formación

Norma de competencia	
Número de beneficiarios	20
Beneficiarios empresa	20
Beneficiarios SENA	0
Perfíl beneficiarios	Nivel Alta dirección. Areás de Gerencia, dirección. Consejo de administración, junta de vigilancia
Número de grupos	1
Número de días x grupo	6

Horas de la Acción de Formación

Horas teóricas presenciales por grupo	8	**Horas prácticas presenciales por grupo**	16	**Total horas presenciales por grupo**	24
Horas teóricas virtuales por grupo	0	**Horas prácticas virtuales por grupo**	0	**Total horas virtuales por grupo**	0
Horas teóricas combinadas por grupo	0	**Horas prácticas combinadas por grupo**	0	**Total horas combinadas por grupo**	0
				Total de horas grupo	24
				Total de horas acción	24

Entidades de la Acción de Formación a.IMPLEMENTACIÓN ESTRATÉGICA DE SOCIAL SELLING PARA EL FORTALECIMIENTO DE RELACIONES EN UN ENTORNO DIGITAL (Total: 1)

Acción de Formación

Nombre de la entidad	Papel
ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE COOPERATIVAS ASCOOP	PROPONENTE

Descripciones de la Acción de Formación a.IMPLEMENTACIÓN ESTRATÉGICA DE SOCIAL SELLING PARA EL FORTALECIMIENTO DE RELACIONES EN UN ENTORNO DIGITAL (Total: 22)

Acción de Formación

Descripción 1 de 22

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

NECESIDAD DE FORMACIÓN, CAUSAS Y EFECTOS.
ASCOOP llevó a cabo la recopilación, análisis e interpretación de manera ordenada y sistemática de información tanto cualitativa y cuantitativa pertinentes para determinar las necesidades de formación requeridas por el gremio, particularmente por la industria aseguradora que será quien se beneficiará de esta acción de formación. Dentro de la información cuantitativa analizada se encuentra la siguiente:
- Resultados de evaluaciones de desempeño de los trabajadores.
- Como consecuencia de la pandemia las redes sociales han tomado un importante protagonismo en lo que se refiere al marketing de productos y servicios. En estados Unidos, "Las redes sociales se han vuelto fundamentales para el marketing durante la pandemia. El gasto en redes sociales ha aumentado del 13,3% de los presupuestos de marketing en febrero de 2020 al 23,2% en junio de 2020, un aumento del 74%. Mientras tanto, se prevé que el gasto en publicidad tradicional disminuya, ya que los CMO estiman una reducción del 5,3% en los canales publicitarios tradicionales en los próximos 12 meses." (Harvard Business Review, CMOs: Adapt Your Social Media Strategy for a Post-Pandemic World, Ene 2021).
- Según el Dane a noviembre de 2020 las ventas reales de las empresas de comercio habían caído en un 8.4% y el personal ocupado en un 3.2% (DANE, Encuesta mensual de comercio, Nov. 2020). Por su parte solamente cinco de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos totales, siendo los de Entretenimiento, universidades, publicidad, restaurantes y producción de películas los más afectados (DANE, Encuesta Mensual de Servicios, Nov. 2020). Estas cifras de muestran la necesidad de hacer innovación en materia de conocimiento del cliente y personalización de servicios para recuperar la participación pérdida en el mercado como consecuencia de la pandemia.
- Según la encuesta Pulso Pais del Dane, para noviembre de 2020, en el sector servicios el 55.6% de las encuestadas manifestó disminución de la demanda de sus servicios, mientras que en el comercio el porcentaje fue del 43.3%
Por su parte la información cualitativa abarcó entre otras el análisis de los resultados de entrevistas abiertas aplicadas a funcionarios de nivel medio y altos directivos sobre el estado de sus procesos a cargo, oportunidades de mejora y metas e indicadores guía. Adicionalmente se documentaron resultados de ejercicios de observación y vigilancia de ejecución de procesos misionales y opiniones de expertos sobre tendencias de marketing B2B. Al respecto, la consultora Accenture encontró que debido a la pandemia los cambios en la conducta de los clientes son tan abruptos que la información histórica de los clientes ya no tiene valor en términos de predecir su comportamiento; "En respuesta, los líderes son pioneros en formas innovadoras de aprovechar y comprender las necesidades de los clientes mientras reinventan un futuro esperanzador después de la crisis. ¿Cómo? Comunicando proactivamente con mensajes personalizados y empáticos y haciendo esfuerzos concertados para transformar las necesidades del cliente en soluciones impulsadas por el valor" (Accenture, The New Worldof B2B Sales, Jun 2020). También se analizaron los resultados de las entrevistas aplicadas a trabajadores participantes del proceso de formación continua adelantado en el año 2020.
Gracias al proceso adelantado por ASCOOP, el cual se expresa en detalle en las generalidades, y al uso de información cualitativa y cuantitativa proveniente del análisis de sector, situación de entidades asociadas al gremio, demandas del sector y prospectiva, y diagnóstico de los trabajadores; se identificó la siguiente necesidad de formación específica: "Construir relaciones de empatía y confianza con los clientes a partir del aprovechamiento del conocimiento que se tiene de los mismos"

Descripción 2 de 22

Continuación... DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

Esta necesidad es originada por las siguientes causas: -)Las motivaciones de compra de los clientes y asociados en el entorno de pandemia no se gestionan adecuadamente, -)Las redes sociales no se utilizan adecuadamente para construir relaciones de confianza con los clientes, -)No se hace uso del conocimiento del cliente para construir relaciones personalizadas con el mismo.
Esta necesidad genera los siguientes efectos: -)Esfuerzos de gestión de venta desaprovechados, -)Desconocimiento de las necesidades de los clientes y asociados, -) Demoras en el proceso de cierre de la venta, -)No posicionamiento en la mente del cliente o asociado.
Esta necesidad contribuye a la existencia de la necesidad general identificada en las generalidades del proyecto, la cual es "Potenciar el impacto del cooperativismo en la reactivación económica del país en medio de la pandemia, mediante la promoción del emprendimiento, el fortalecimiento de la gestión comercial y la recuperación del bienestar emocional de los trabajadores"

JUSTIFICACIÓN DEL ENFOQUE DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN HACIA DESARROLLO PRODUCTIVO Y/O COMPETITIVIDAD
El Sistema Nacional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCCTeI) se encarga en el país de todos los temas relacionados con la política de competitividad, productividad e innovación, incluyendo el cuerpo de normas y organismos e instituciones con responsabilidad directa en estos aspectos. La correspondencia con tal sistema permite evidencias el enfoque de la acción de formación hacia competitividad así:
-El CONPES 3439 establece que dentro de los factores que determinan la competitividad se encuentran el "desarrollo del capital humano..., acceso al crédito y productividad" (CONPES 3439, Institucionalidad y principios rectores de Política para la Competitividad y Productividad,Pg. 34). Dicho documento también establece la "Participación del sector privado" como un principio que guía la formulación de las políticas de competitividad. Al ser este un proyecto encaminado al desarrollo de capital humano vía solución de necesidades de formación, y al tener como beneficiario a las organizaciones asociadas a ASCOOP que se encarga de promover a las empresas del sector cooperativo; el enfoque hacia la competitividad de esta acción de formación está plenamente justificado.

- El Consejo Privado de Competitividad en su informe de competitividad establece como uno de los determinantes de la competitividad la eficiencia del Mercado Laboral, y al respecto de éste establece que "En promedio, se requieren cerca de cuatro veces más horas de trabajo en Colombia para producir el mismo valor agregado que en una hora de trabajo en Estados Unidos. Detrás de bajos niveles de productividad se encuentran, entre otros factores, la informalidad empresarial y laboral (que afecta la eficiencia en la asignación de los recursos) y la falta de calidad y alineación de la oferta educativa y formativa con las necesidades del sector productivo" (INFORME NACIONAL DE COMPETITIVIDAD2020-2021, Consejo Privado de Competitividad). La acción de formación aquí presentada fue construida para cerrar brechas de capital humano identificadas en los trabajadores del sector solidario (Cooperativismo) emparejándolas con lo que requiere la industria, por lo cual está enfocada hacia la competitividad y desarrollo productivo.

Descripción 3 de 22

Continuación... DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

PORQUÉ LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PRIORIZADA PARA LA SOLUCIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD ES ESPECIALIZADA

La acción de formación propuesta es especializada pues es de corta duración, permite la aplicación de los conocimientos habilidades y destrezas en el contexto laboral de forma inmediata cerrando brechas de capital humano identificadas y dando respuesta a la necesidad específica identificada y mencionada antes. Gracias a la implementación de esta acción de formación se logrará la actualización y formación en nuevos conocimientos y habilidades para elevar las competencias técnicas que los trabajadores del sector requieren para que puedan implementar campañas comerciales con los clientes que faciliten la construcción de relaciones personalizadas, empáticas y efectivas, para conocer sus necesidades y ofrecerle servicios pertinentes a las mismas en procura de apoyar su desarrollo y recuperación económica en el marco de la pandemia. Lo anterior impactará favorablemente el rendimiento productivo y empleabilidad de los trabajadores beneficiarios así como la competitividad de las empresas participantes.

JUSTIFICACIÓN DE LA ALINEACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN CON LA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL 4.0

La acción de formación aquí presentada se alinea con la revolución industrial 4.0 por los beneficiarios de la misma y por su contenido como se explica a continuación:

Alineación por contenido temático de la Acción de Formación. Esta acción de formación aborda temas relacionados con la Industria 4.0 tales como cómo es el nuevo cliente digital en la industria 4.0, principales tendencias en redes sociales y pilares tecnológicos en la revolución industrial 4.0(UTI); herramientas para la creación de contenidos en la revolución industrial 4.0 (UTII); leads cualificados para evolucionar a la cuarta revolución industrial (UT III); pilares tecnológicos de la cuarta revolución industrial para mejorar los perfiles y conocer sus principales funcionalidades. A propósito de la gestión de clientes en el marco de la revolución industrial 4.0 la consultora Deloitte indica que "Este ciclo de actividad digital inteligente y autónoma, y las tecnologías de la Industria 4.0 que lo impulsan, afectan las formas en que las empresas se relacionan con sus clientes y satisfacen las preferencias siempre cambiantes de los clientes. Además, y quizás lo más importante, permite a las empresas cambiar su propuesta de valor de productos a servicios continuos basados en datos." (La industria 4.0 atrae a los clientes, Deloitte, 2017). Lo anterior demuestra la alineación de esta acción de formación con la revolución Industrial 4.0 y sus pilares tecnológicos.

Tal como lo indica el BID "La digitalización y la conexión en tiempo real desafían a las firmas mediante la eliminación de las tradicionales barreras de entrada a los mercados permitiendo la irrupción de nuevos jugadores y competidores. Al mismo tiempo, expanden los límites del mercado acortando el camino entre la oferta y la demanda mediante plataformas colaborativas... Permiten captar información sobre los clientes (necesidades y gustos) y competidores a través tecnologías como IoT, redes sociales, plataformas web, y sistemas de video, entre otras " (Basco y otros, Industria 4.0 fabricando el futuro, BID.2018). Esta acción de formación por tanto se alinea con la revolución Industrial 4.0 pues apunta a beneficiar a trabajadores para implementar campañas comerciales, en el entorno digital, con los clientes que faciliten la construcción de relaciones personalizadas, empáticas y efectivas, para conocer sus necesidades y ofrecerle servicios pertinentes a las mismas en procura de apoyar su desarrollo y recuperación económica en el marco de la pandemia.

Descripción 4 de 22

2. OBJETIVOS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN:

De acuerdo con el análisis anterior, el propósito de esta acción de formación se refleja en sus objetivos, los cuales evidencian la intencionalidad de la misma, así:

EL QUE: Aprovechar el conocimiento del cliente para construir estrategias de relacionamiento con el cliente en el entorno digital.

EL POR QUÉ: Construir relaciones de empatía y confianza con los clientes en el entorno digital

EL PARA QUÉ: Generar ventas gracias al posicionamiento de la organización en el mundo digital.

La solución escogida consiste en la formulación de un plan de formación continua especializado que incluye la acción de formación aquí presentada, denominada IMPLEMENTACIÓN ESTRATÉGICA DE SOCIAL SELLING PARA EL FORTALECIMIENTO DE RELACIONES EN UN ENTORNO DIGITAL; lo que permitirá cerrar las brechas de competencia del talento humano que fueron identificadas y pasar del estado actual al estado deseado en donde se alcanza el propósito planteado.

En términos generales aquello que se quiere alcanzar al finalizar la ejecución de esta acción de formación, es la actualización y formación en nuevos conocimientos y habilidades para elevar las competencias laborales que los trabajadores del sector requieren para implementar campañas comerciales con los clientes que faciliten la

construcción de relaciones personalizadas, empáticas y efectivas, para conocer sus necesidades y ofrecerle servicios pertinentes a las mismas en procura de apoyar su desarrollo y recuperación económica en el marco de la pandemia; permitiéndoles aplicar nuevas metodologías y herramientas que aumentaran el rendimiento productivo y empleabilidad de los trabajadores beneficiarios así como la competitividad de las empresas participantes. Esto es coherente con la estrategia de trabajo de ASCOOP, de prestar servicios de asistencia técnica, divulgar la aplicación y practica de los principios del Cooperativismo y promover y fomentar la organización de entidades del sector social y contribuir a su desarrollo.
El alcanzar estos objetivos contribuirá a alcanzar el objetivo general formulado para el proyecto.

Descripción 5 de 22

3. POBLACIÓN BENEFICIARIA DE LAS ACCIONES DE FORMACIÓN:

La población a beneficiar son trabajadores cuya condición se pretende mejorar a través del proyecto con lo cual que se conlleve a incrementar su empleabilidad, el desempeño de sus funciones y la adquisición y/o fortalecimiento de competencias necesarias para aumentar el rendimiento productivo para beneficio y aumento de la competitividad de ASCOOP y sus organizaciones afiliadas. La siguiente es la caracterización de los mismos:
//Nivel ocupacional// Alta dirección //Áreas // Gerencia, dirección. Consejo de administración, junta de vigilancia// Pueden venir de posiciones tales como: Consejeros, miembros de comité de control Social, gerentes y delegados desempeñando funciones de Estrategia y dirección//Tipo de vinculación laboral//Termino Indefinido y fijo //Escolaridad//Pregrado y Posgrado //Posibilidad de acceso a las TIC// SI - Computador y Software y acceso a Internet.
Relación entre el perfil descrito y el objetivo de la formación: El perfil descrito, tanto en su nivel ocupacional como área de la que proviene y actividades que realiza, está directamente relacionado con los objetivos de esta acción de formación, en la medida en que para que se puedan aplicar las técnicas necesarias para la definición de la estrategia Social Selling, creando posicionamiento de marca y generando oportunidades de negocios a través de las redes sociales para ASCOOP, se necesita el concurso de los participantes seleccionados. Esto en atención que esos perfiles están directamente a cargo de liderar o participar en los equipos de trabajo que ejecutan procesos de relacionamiento con el cliente y por lo tanto pondrán en práctica de forma inmediata las competencias desarrolladas con la acción de formación.
Con el cierre de las brechas de talento humano identificadas se contribuirá a alcanzar el objetivo general del proyecto.
MIPYMES: Todos los asistentes de esta acción de formación provendrán de MiPymes, la razón de pertinencia para la empresa y/o sector es que estas mipymes corresponden con entidades relacionadas en el anexo 14 y que cumplen con los requisitos para ser catalogadas como mipymes según el anexo 14. No participa la cadena productiva. Su inclusión se justifica en que son trabajadores que provienen de las empresas relacionadas en el anexo 14.

Descripción 6 de 22

4. CLASIFICACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN POR SECTOR Y SUBSECTOR:

Sector: SERVICIOS
Subsector: TRANSVERSAL
Dentro de estos sectores se encuentran organizaciones como ASCOOP dedicadas a prestar servicios con los cuales se benefician empresas en todos los sectores económicos. En este sentido los sectores guardan pertinencia con:
- Sector salud,
- Sector comercio,
- Sector educación, entre otros.

Descripción 7 de 22

5. EVENTO DE FORMACIÓN:

Se usará el evento de formación Taller por su pertinencia frente a:
- Perfil de los trabajadores beneficiarios: Para el tipo de perfil seleccionado, las demandas de su puesto de trabajo, el equilibrio entre su vida personal y laboral, así como las características de las funciones que realiza y el nivel ocupacional que ocupa, el evento de formación Taller es el más pertinente para llevar cabo esta acción de formación.
-Requerimientos de las empresas: Las organizaciones asociadas a Ascoop identificaron unas necesidades de formación que se deben satisfacer con la acción de formación a través del cierre de brechas de talento humano identificadas. El Taller es el evento de formación más pertinente para ejecutar dicha acción de formación y lograr dar respuesta a tales necesidades.
- Metodología: Académicamente hablando, se propone el uso de unas actividades pedagógicas y estrategias didácticas que faciliten la transmisión de conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas necesarias para el desarrollo de las competencias identificadas. El evento Taller provee el marco necesario para implementar dichas metodologías de la forma más idónea y pertinente posibles.
- Modalidad de formación: Para esta acción de formación se utilizará la modalidad presencial asistida por tecnologías - PAT y se encontró que el evento de formación es pertinente con esta modalidad ya el marco que da para su ejecución y certificación se ajusta a las características de esta modalidad.
- Unidades Temáticas: Los contenidos detallados y su estructura, orientados a desarrollar las temáticas específicas que darán respuesta a la necesidad de formación planteada para esta acción de formación, se pueden cubrir adecuadamente con este evento de formación Taller, por lo cual es pertinente su uso.

Descripción 8 de 22

6. MODALIDAD DE FORMACIÓN:

Se usará la modalidad de Formación presencial asistida por tecnologías - PAT
Los cambios de hábito provocados por el COVID-19, generaron planes de contingencia efectivos, acorde con las necesidades de los docentes y los estudiantes, en este caso trabajadores del sector cooperativo. Implementamos nuevas estrategias para desarrollar los programas académicos protegiendo la salud y el bienestar de toda la comunidad. Aprovechamos los beneficios de la tecnología como soporte al proceso formativo presencial, garantizando el contacto directo y sincrónico, simulando las mismas rutinas y la misma interacción como si estuviéramos en el espacio físico. Con este tipo de formación los estudiantes reciben sus clases de manera normal y sincrónica, experimentando las mismas dinámicas.
Como ventaja se suma a este modelo que permite mayor inclusión, mejores oportunidades y la aplicación de las TIC para la formación académica. Se convierte en una herramienta estratégica para llegar a las regiones más apartadas y a la población más vulnerable. También contribuye a una experiencia más enriquecedora gracias al intercambio de ideas, donde los alumnos disponen de mayor tiempo para procesar la información que reciben, reflexionar sobre lo que quieren decir y luego realizar un aporte. Así mismo, los profesores se vuelven más accesibles en el entorno online, con la posibilidad de interactuar con ellos por diferentes canales de comunicación.
La presencialidad asistida por herramientas tecnológicas ofrece a los estudiantes tímidos o más reticentes la oportunidad de participar en discusiones en clase más fácilmente que las sesiones de clase cara a cara, y permite mejorar las competencias digitales en la medida que los estudiantes se benefician de estrategias didácticas basadas en las tecnologías de la información y las comunicaciones.
La formación presencial asistida por tecnologías, mantiene los estándares de calidad de la enseñanza presencial, y permite potenciar las competencias digitales para fortalecer un alto nivel de competitividad en el entorno laboral global. El estudiante asume una actitud de mayor autonomía y responsabilidad frente al desarrollo de las actividades formativas, ejerciendo un control más directo sobre el tiempo, lugar, adaptación y tratamiento de la información, entre otras, requeridas en una sociedad digital. Es independiente del lugar, dado que se produce entre trabajadores y capacitador que pueden encontrarse en ubicaciones físicas diferentes. Esta modalidad de formación implica realizarse de manera sincrónica, por internet y en tiempo real cumpliendo con las características establecidas en el Anexo Nº. 14.

Descripción 9 de 22

7. UNIDADES TEMÁTICAS:

Las unidades temáticas de la acción de formación son pertinentes frente a las necesidades de formación identificadas, para lo cual se proponen los siguientes contenidos detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:
UT I. ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA DE SOCIAL SELLING EN EL CONTEXTO DE LOS PILARES TECNOLÓGICOS DE LA CUARTA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL-4 HORAS
Competencia que se espera adquiera el trabajador: Evalúa las tendencias del Social Media Marketing en el entorno de la 4 RI para validar el impacto de su estrategia digital sobre sus marcas, productos y servicios.
Contenidos detallados:

*Principales tendencias en redes sociales y pilares tecnológicos en la revolución industrial 4.0.
*Definir los objetivos de la estrategia de Social selling
*Cómo es el nuevo cliente digital en la industria 4.0
*Desarrollar la marca profesional en redes sociales y alinearla con la organización.
*Encontrar a las personas adecuadas y volverse relevante para ellos.
*Construir relaciones y conexiones de confianza con compradores e influenciadores a través de las redes sociales para mejorar la competitividad en la cuarta revolución industrial.
*Escoger los mejores canales para difundir las propuestas.
*Cómo crear el buyer persona.
*Cómo construir el embudo del Social Selling.

Se usará la actividad Conversatorio con el detalle explicado en la sección de metodología.
UT II. GENERACIÓN DE CONTENIDOS QUE APORTAN VALOR AGREGADO A LA AUDIENCIA EN EL CONTEXTO DE LA CUARTA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL-8 HORAS
Competencia que se espera adquiera el trabajador: Compara las características de los formatos para generación de contenidos para determinar impactos en requerimientos de relacionamiento a desarrollar con el cliente.
Contenidos detallados:
*Herramientas para la creación de contenidos en la 4RI.
*Tipos y formatos de contenidos: Streaming social, podcast, video, e-book, webinar, memes, imagen e infografía.
*Introducción al blog y landing page.
*Diseño (mockup) de una landing page.
*Herramientas para el diseño una landing page.
Actividad de bienestar y reflexión:
El objetivo de la actividad es construir los contenidos para el landing page de Ascoop, aplicando la metodología de construcción de contenidos para generar relación con los posibles prospectos y clientes.
Se trabaja en subgrupos. Terminada la actividad, cada subgrupo presenta su propuesta en plenaria. El docente analiza y retroalimenta los contenidos para clarificar qué es y qué no es contenido para el Social Selling orientado a la cuarta revolución industrial.

UT III. CAPTACIÓN DE LEADS CUALIFICADOS PARA EVOLUCIONAR A LA CUARTA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL-4 HORAS
Competencia que se espera adquiera el trabajador: Analiza las mejores prácticas para generar leads para proponer mejoras a las estrategias de relacionamiento digital de la organización.
Contenidos detallados:
*Transformación en una organización 4,0 inteligente, más conectada y más eficiente para aumentar la eficacia de los recursos.
*Las fases del embudo de conversión (Funnel Advertising).
*Cómo atraer tráfico cualificado
*Claves para captar leads
*Mejores lugares/ plataformas para atraer potenciales leads
*Cómo incrementar el ratio de registro
*Cómo encontrar los mejores leads
*Leads social media
Conversatorio:
Terminada la presentación de los temas, el grupo en plenaria, guiados por el profesor, opinarán sobre los siguientes temas:
*Cómo atraer el tráfico cualificado en Ascoop apuntándole a los retos de la cuarta revolución industrial
*Definición y claves para captar leads.
El docente recoge las concordancias y diferencias del conversatorio para llegar a conclusiones.

UT. IV. ESTRATEGIA SOCIAL SELLING PARA CREAR POSICIONAMIENTO DE MARCA Y GENERAR OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS EN LA INDUSTRIA 4.0 A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES-4 HORAS
Competencia que se espera adquiera el trabajador: Formula, con base en los fundamentos teóricos del

Descripción 10 de 22

Continuación... UNIDADES TEMÁTICAS:

relacionamiento con el cliente en el entorno digital, estrategias de social selling ajustadas a los requerimientos de la organización.
Contenidos detallados:
*Pilares tecnológicos de la cuarta revolución industrial para mejorar los perfiles y conocer sus principales funcionalidades.
*LinkedIn para explotar con solvencia las relaciones entre cliente y empresa en la cuarta revolución industrial
*Estrategia de acercamiento en Linkedin
*Cómo utilizar Facebook, Twitter, Instagram y YouTube dentro de la estrategia digital para monitorizar y aumentar la rentabilidad de la organización en medio de la cuarta revolución industrial
*Identificación de los mejores grupos o comunidades
*Reputación online
*Análisis de engagement en Social Media
*Análisis de la influencia y la reputación online.
Actividad de bienestar reflexión:
El objetivo es construir la estrategia de posicionamiento de marca de Ascoop en la cuarta revolución industrial desde el Social Selling, para estar presente en la mente de los clientes potenciales.
El grupo se divide en subgrupos para que cada uno trabaje en los componentes de la estrategia.
*Definir la imagen de la marca
*Elegir las redes sociales.
*Elegir los contactos adecuados.
Al finalizar la actividad cada subgrupo presenta su propuesta para el posicionamiento de marca en la cuarta revolución industrial.
UT V. COMPROMISO (CORRESPONDIENTE A LAS HABILIDADES TRANSVERSALES DEL SIGLO 21)-4 HORAS
Competencia que se espera adquiera el trabajador: Propone actividades de gestión del rendimiento propio como movilizador del cumplimiento de los indicadores de las estrategias organizaciones.
Contenidos detallados:
*Fortalecimiento del compromiso organizacional
*La relación entre el compromiso organizacional y la motivación de logro en la alta dirección.
*La actitud personal, como punto de partida para la mejora del compromiso, las relaciones interpersonales y la orientación a resultados.
*Saliendo de nuestra zona cómoda. Rompiendo paradigmas y creencias limitantes.
Se usará la actividad Conversatorio con el detalle explicado en la sección de metodología.
Presentación de las soluciones: Los participantes construyen las bases para liderar el proceso de implementación o mejora de la estrategia de Social Selling para Ascoop. Las conclusiones de las actividades y conversatorios de cada unidad temática les permitirá comprender que el Social Selling no es vender en redes sociales. Se trata de construir vínculos sólidos, que les ayude a definir estrategias centradas en la transformación digital y la adaptación a la cuarta revolución industrial, teniendo además impacto positivo en las ventas:
Captar más oportunidades de negocio para ser competitivos en la industria 4.0
Mejorar las tasas de conversión comercial
Generar negocios efectivos a corto plazo y la lealtad del cliente a largo plazo.

Conclusión y cierre: Los participantes presentarán los lineamientos sobre cómo implementar el plan de acción para liderar el impacto de la tecnología en el negocio y definirán la estrategia de contenidos, optimización y el posicionamiento de la marca.
El docente compartirá con los participantes los resultados del proceso después de contar con un mapa completo de la estrategia de Social Selling que implementarán los participantes y presentará sus recomendaciones orientadas a: fortalecer, crear y desarrollar relaciones significativas con los clientes potenciales y aplicar los recursos tecnológicos y digitales que les permitirá aumentarán la capacidad productiva en la cuarta revolución industrial.
Las anteriores unidades temáticas fomentan la apropiación de conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas necesarias para el cierre de las brechas de talento humano identificadas, por lo cual dan respuesta de manera idónea a las necesidades de formación identificadas

---

Descripción 11 de 22

8. METODOLOGÍA:

El Taller se estructura basado en la metodología Bootcamp y será teorico practica alineado con la modalidad PAT; modelo de enseñanza-aprendizaje de clase mundial, el cual desarrolla en las personas habilidades en un corto periodo de tiempo. La metodología está diseñada para que los participantes desarrollen un conjunto de habilidades de manera acelerada y apropiándose de conocimientos, por medio de una experiencia de aprendizaje en un ambiente de inmersión total, de experimentación y cocreación.
Esta metodología permite entregar al participante habilidades específicas para que puedan formular estrategias orientadas a crear valor en la organización. El taller se enfoca en asegurar la asimilación de conceptos y garantiza resultados concretos en la aplicación de los mismos. La práctica tiene más peso que la teoría, pues durante las clases se aprende haciendo.
En esta experiencia de seis días, se hará análisis de casos, videos, talleres, discusión, conversatorios, actividades de bienestar y reflexión, aplicados a los temas propios de la empresa, bajo la coordinación del docente y la participación activa de los asistentes.
Durante el desarrollo de cada uno de los módulos se realizarán sesiones prácticas usando herramientas digitales.
Las actividades pedagógicas, estrategias didácticas y modelo de aprendizaje aquí indicadas son las más adecuadas para lograr el cierre de brechas de capital humano identificadas y fueron seleccionadas teniendo en cuenta las necesidades de formación y las características de los trabajadores beneficiarios.
A continuación, se detallan las mismas por unidad temática:

UT I. ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA DE SOCIAL SELLING EN EL CONTEXTO DE LOS PILARES TECNOLÓGICOS DE LA CUARTA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL -4 HORAS
Estrategias didácticas: La metodología está diseñada para que los participantes desarrollen un conjunto de habilidades de manera acelerada y apropiándose de conocimientos, por medio de una experiencia de aprendizaje centrada en el alumno en un ambiente de inmersión total, de experimentación y cocreación.
Actividades pedagógicas:
- Conversatorio: Ejercicio académico desarrollado para discutir sobre un tema en donde cada opinión es importante y tomada en cuenta, es una exposición de ideas en donde todos participan activamente.
Conversatorio
Escenario de intercambio de ideas donde se analizará, como la transformación digital dio un giro de 360° en la cuarta revolución industrial, a la manera de comunicarnos, establecer relaciones y por su puesto la forma de comprar, por lo tanto, las empresas del sector cooperativo tendrán que desarrollar nuevas estrategias conforme han ido sucediendo los avances y la sociedad se ha ido habituando a ellos.
El capacitador hará preguntas a los participantes para promover el debate entre ellos, frente a:
¿Qué tanto el Social Selling permitirá maximizar las ventas del negocio, gracias a la optimización de la presencia en redes sociales para ser más competitivos en la cuarta revolución industrial?
¿Estamos en capacidad de darnos a conocer y llegar a contactos que eran imposibles de alcanzar con la prospección tradicional?
¿Cómo punto de partida, tenemos claridad para detectar las plataformas en las que se encuentra nuestro target, los perfiles que queremos seguir en cada red social y la imagen que queremos generar con nuestras intervenciones?

UT II. GENERACIÓN DE CONTENIDOS QUE APORTAN VALOR AGREGADO A LA AUDIENCIA EN EL CONTEXTO DE LA CUARTA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL -8 HORAS
Estrategias didácticas: La metodología está diseñada para que los participantes desarrollen un conjunto de habilidades de manera acelerada y apropiándose de conocimientos, por medio de una experiencia de aprendizaje centrada en el alumno en un ambiente de inmersión total, de experimentación y cocreación.

Descripción 12 de 22

Continuación... METODOLOGÍA:

Actividades pedagógicas:
- Actividad de bienestar y reflexión: Se desarrollan en la clase y permiten reprogramar la mente y prepararse para un periodo de productividad eficaz, elevando los niveles de satisfacción, eficiencia y eficacia.

UT III. CAPTACIÓN DE LEADS CUALIFICADOS PARA EVOLUCIONAR A LA CUARTA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL -4 HORAS

Estrategias didácticas: La metodología está diseñada para que los participantes desarrollen un conjunto de habilidades de manera acelerada y apropiándose de conocimientos, por medio de una experiencia de aprendizaje centrada en el alumno en un ambiente de inmersión total, de experimentación y cocreación.

Actividades pedagógicas: Conversatorio: Ejercicio académico desarrollado para discutir sobre un tema en donde cada opinión es importante y tomada en cuenta, es una exposición de ideas en donde todos participan activamente.

UT. IV. ESTRATEGIA SOCIAL SELLING PARA CREAR POSICIONAMIENTO DE MARCA Y GENERAR OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS EN LA INDUSTRIA 4.0 A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES -4 HORAS

Estrategias didácticas: La metodología está diseñada para que los participantes desarrollen un conjunto de habilidades de manera acelerada y apropiándose de conocimientos, por medio de una experiencia de aprendizaje centrada en el alumno en un ambiente de inmersión total, de experimentación y cocreación.

Actividades pedagógicas: Actividad de bienestar reflexión: Se desarrollan en la clase y permiten reprogramar la mente y prepararse para un periodo de productividad eficaz, elevando los niveles de satisfacción, eficiencia y eficacia.

UT V. COMPROMISO (CORRESPONDIENTE A LAS HABILIDADES TRANSVERSALES DEL SIGLO 21)-4 HORAS

Estrategias didácticas: La metodología está diseñada para que los participantes desarrollen un conjunto de habilidades de manera acelerada y apropiándose de conocimientos, por medio de una experiencia de aprendizaje centrada en el alumno en un ambiente de inmersión total, de experimentación y cocreación.
Actividades pedagógicas:
- Conversatorio: Ejercicio académico desarrollado para discutir sobre un tema en donde cada opinión es importante y tomada en cuenta, es una exposición de ideas en donde todos participan activamente.
Esta actividad tiene como objetivo generar el compromiso de la Alta Gerencia para continuar con el proceso de construcción o mejoramiento de la estrategia Social Selling y seguir preparándose para los retos que trae la cuarta revolución industrial.
De forma individual los participantes elaboran el Plan de Mejora Personal, orientado a trabajar y mejorar los aspectos de compromiso organizacional para liderar el proceso de construcción de Social selling. Una vez elaborado el plan personal, de forma grupal identificaran los aspectos comunes. La actividad finaliza con la presentación del plan grupal y las conclusiones de los participantes y el docente.
- Presentación de las soluciones: Es un espacio para que los beneficiarios presenten en plenaria las soluciones desarrolladas durante el bootcamp, para retroalimentación por pares y docente.
- Conclusión y cierre: Los participantes discuten los resultados del bootcamp y los pasos a seguir para la aplicación de lo aprendido y generado dentro de la organización

Descripción 13 de 22

9. MATERIAL DE FORMACIÓN:

A cada participante se le entrega el material de forma electrónica y es un complemento didáctico importante para que el estudiante obtenga información adicional, para resolver problemas, es excelente para la representación de conceptos abstractos y densos, razonamiento lógico y argumentación, también permite entregar los contenidos de manera lógica y secuencial, con lecturas que apoyan el aprendizaje, talleres y ejercicios prácticos para su aplicación.
El material facilita la adquisición del conocimiento, para aplicar las técnicas necesarias para la definición de la estrategia Social Selling, creando posicionamiento de marca y generando oportunidades de negocios a través de las redes sociales para ASCOOP.
El material descrito cumple la normatividad vigente en cuanto a propiedad intelectual y lo establecido en la Resolución de Tarifas 2021. El material de formación corresponde a una producción reciente de menos de 2 años.
Durante las sesiones de clase, los profesores entregaran recursos didácticos como apoyo a la formación: diapositivas, imágenes, videos, guías de actividades, pero estos recursos no reemplazan el material de formación.
Se hará uso de correo electrónico y sus herramientas, con el fin de que los beneficiarios tengan acceso a la información requerida en el desarrollo de la acción de formación.
El material propuesto es pertinente en relación con:
- Los objetivos definidos para esta acción de formación: El contenido del material permite al estudiante reforzar los temas tratados por el docente y puede usarlo como referencia cuando o requiera en el contexto propio de su trabajo por lo que facilita y apoya al beneficiario en la consecución de los objetivos propuestos.
- Las unidades temáticas que la componen: El material de formación brinda contenidos correspondientes a todas las unidades temáticas abordadas en desarrollo de la acción de formación, sirviendo de guía al estudiante (Hoja de ruta) de la ejecución de la acción de formación.
- Metodologia de formación: El material de formación está alineado con los principios metodologicos de esta acción, dando soporte adecuado a las actividades pedagogicas que se llevarán a cabo.
- El perfil de los beneficiarios: La forma como está estructurado el material, su forma de consulta y leguaje utilizado para su construcción se ajusta al perfil de los beneficiarios participantes, por lo que facilitará el proceso de aprendizaje de los mismos.
El material de formación está metodológicamente estructurado y se justifica el contenido del mismo pues su utilización facilitará la trasferencia de conocimientos a los beneficiarios y permitirá reforzar los temas vistos en clase. El

contenido incluye, entre otros los siguientes temas:
ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA DE SOCIAL SELLING
GENERACIÓN DE CONTENIDOS QUE APORTAN VALOR AGREGADO A LA AUDIENCIA
CAPTACIÓN DE LEADS CUALIFICADOS
ESTRATEGIA SOCIAL SELLING PARA CREAR POSICIONAMIENTO DE MARCA Y GENERAR OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES
FUNDAMETALES DEL COMPROMISO EN EQUIPOS DE TRABAJO

Descripción 14 de 22

10. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS:

Una vez ejecutada la acción de formación los beneficiarios alcanzarán los resultados de aprendizaje aquí indicados, los cuales son evidencia del aprendizaje del trabajador y de su aplicación en el puesto de trabajo. Dichos resultados están alineados con los objetivos de la acción de formación en la medida en qué permiten medir de forma objetiva si el trabajador alcanzó el propósito de la acción de formación en sus dimensiones del qué, el por qué y el para qué. Dichos resultados, además están alineados con el perfil del trabajador en la medida en que deberían ser alcanzados por los mismos una vez adelanten la acción de formación.
A continuación se listan los resultados, los cuales son observables, evaluables y factibles de alcanzar por parte de los trabajadores participantes (Acordes con su perfil):
- R1 Identifica los principales conceptos y ecosistema del Social Selling en la cuarta revolución industria - DESEMPEÑO DEL TRABAJADOR
- R2 Prioriza las tendencias del Social Media Marketing para el desarrollo de estrategias de social selling en su organización - DESEMPEÑO DEL TRABAJADOR
- R3 Identifica los formatos de contenidos disponibles para desplegar los mensajes a comunicar a cliente en el entorno digital - DESEMPEÑO DEL TRABAJADOR
- R4 Realiza análisis de costo beneficio para definir la utilización de formatos de contenido - PRODUCTIVIDAD
- R5 Evalúa la estrategia de relacionamiento actual para encontrar debilidades y oportunidades de mejora - PRODUCTIVIDAD
- R6 Propone estrategias para incrementar la generación de leads cualificados en el entorno digital - COMPETITIVIDAD
- R7 - Identifica los pilares tecnológicos que influyen en la construcción de las estrategias de social selling - DESEMPEÑO DEL TRABAJADOR
- R8 - Propone estrategias de social selling para posicionamiento de la marca - COMPETITIVIDAD
- R9 - Reflexiona sobre los resultados de su trabajo para proponer estrategias de mejoramiento personal - DESEMPEÑO DEL TRABAJADOR
- R10 -Planea actividades para mejorar su desempeño en el trabajo - DESEMPEÑO DEL TRABAJADOR
Se aclara que todos los resultados antes indicados están alineados con los objetivos de la acción de formación.
Se aclara que todos los resultados antes indicados están alineados con los objetivos de la acción de formación.
Los impactos sobre la productividad de Ascoop, fruto del cierre de brechas de talento humano de esta acción de formación, están relacionados con factores internos como el mejoramiento de los procesos comerciales y la eficiencia con los que se ejecutan.
Los impactos sobre la competitividad de Ascoop, fruto del cierre de brechas de talento humano de esta acción de formación, están relacionados con factores internos como el mejor conocimiento del cliente y de sus necesidades, y factores externos como mejor cooperación vertical gracias a la construcción de valores asociativos que promueve Ascoop con este tipo de iniciativas y aumento del talento humano con competencias acordes a lo que requiere la industria.

Descripción 15 de 22

11. EVALUACIÓN DE APRENDIZAJE:

El modelo propuesto para la evaluación es el siguiente:
Mecanismos de seguimiento:
- Evaluación de conocimientos. Para ello se elaboran exámenes que de manera individual debe responder cada participante. Se aplicará el Indicador tasa de incremento del conocimiento de acuerdo a lo indicado en el pliego de condiciones de la convocatoria y sus anexos.
- Conversatorios. Ejercicio académico desarrollado para discutir sobre un tema en donde cada opinión es importante y tomada en cuenta, es una exposición de ideas en donde todos participan activamente.
- Actividades de bienestar y reflexión. Se desarrollan en la clase y permiten reprogramar la mente y prepararse para un periodo de productividad eficaz, elevando los niveles de satisfacción, eficiencia y eficacia.
- Presentación de las soluciones: Es un espacio para que los beneficiarios presenten en plenaria las soluciones desarrolladas durante el bootcamp, para retroalimentación por pares y docente.
- Conclusión y cierre: Los participantes discuten los resultados del bootcamp y los pasos a seguir para la aplicación de lo aprendido y generado dentro de la organización.
El sistema de control propuesto incluye:
- Asistencia y certificación. Asistir a 85% de horas programadas otorga la Certificación..
- Medición de Conocimiento (Indicador tasa de incremento del conocimiento). Se aplicará el Indicador tasa de incremento del conocimiento.
-Satisfacción: Se aplicará un instrumento de evaluación de satisfacción de acuerdo a los parámetros provistos por el SENA.

La evaluación de aprendizaje propuesta permite la verificación del cumplimiento de los objetivos definidos y de los resultados esperados, por tanto, se aplicarán criterios de evaluación que serán parámetros de referencia del proceso evaluativo, tales como:
- Describe el procedimiento para crear el buyer persona- Relacionado con el resultado R1
- Analiza el impacto de las tendencias de Social Media Marketing en su marca, productos y servicios - Relacionado con el resultado R2
- Describe el formato de contenido Podcast y las herramientas para generarlo.
- Argumenta la conveniencia de utilizar o no el formato de contenido streaming para el despliegue de contenidos. Relacionado con el resultado R4
- Identifica los indicadores a medir para evaluar el impacto de las estrategias de social selling. Relacionado con el resultado R5
- Define el embudo de ventas para el Social Selling de la empresa - Relacionado con el resultado R6
- Aumenta la participación de mercado de la empresa - Relacionado con el resultado R6 de largo plazo, después de terminada la acción de formación y como consecuencia de la mejora en las competencias del trabajador que permiten conocer mejor el mercado y adecuarse a sus necesidades.
- Propone herramientas para medir la reputación e influencia en plataformas sociales - Relacionado con el resultado R7
- Evalúa el impacto de la plataforma LinkedIn en los indicadores de relacionamiento definidos - Relacionado con el resultado R8
- Propone indicadores para evaluar su desempeño personal - Relacionado con el resultado R9
- Analiza las metas de los planes de social selling para plantear actividades a nivel personal que generen impactos positivos sobre las mismas - Relacionado con el resultado R10
En el mediano plazo, el impacto de la productividad se podrá medir a través de indicadores como tiempo promedio para la elaboración de propuestas comerciales (Que se espera que reduzca al mejorar el relacionamiento con el cliente), Porcentaje de propuestas aprobadas frente a propuestas elaboradas, que se espera que aumente.
En el mediano plazo, el impacto de la competitividad se podrá medir a través de indicadores como aumento de la participación del mercado, aumento en las empresas asociadas, entre otros.

Descripción 16 de 22

12. AMBIENTE DE APRENDIZAJE:

El tipo de ambiente seleccionado es el de Aula virtual, la cual será sincrónica para cumplir con lo requerido por la modalidad Presencial asistida por tecnología -PAT.
Se utilizará la plataforma Zoom para la educación. Las características de esta herramienta tecnológica a utilizar son:
- Permite administrar las clases con salas de espera, diagrama de asientos virtuales personalizable, fijación de varios participantes y destacado de varios participantes, y otras características que le ayudan a administrar la clase en línea
- Permite aumentar la participación con contenido compartido con un solo clic, anotaciones, pizarra digital, salas para subgrupos pequeños, encuestas, reacciones y modo de música de alta fidelidad fomentan la participación y el compromiso del alumnado.
- Permite grabar las clases.
- Permite a los asistentes unirse de forma sincrónica desde cualquier lugar, desde cualquier dispositivo.
De acuerdo con la descripción anterior, se justifica el ambiente de aprendizaje en el cual se desarrollará la acción de formación frente al valor del rubro solicitado en presupuesto del proyecto por cuanto garantiza las condiciones para adelantar adecuadamente la formación. El ambiente de aprendizaje guarda coherencia con:
- El evento de formación: El evento Taller es coherente con el ambiente de aprendizaje ya que el aula virtual sincrónica permite su ejecución a través de las sesiones que posibilita adelantar.
- Modalidad de formación: La modalidad Presencial asistida por tecnología -PAT es coherente con el ambiente de aprendizaje ya que el aula virtual sincrónica se acomoda a los requerimientos de realizar las sesiones de forma sincrónica, por internet y en tiempo real en donde los trabajadores y capacitador pueden encontrarse en ubicaciones físicas diferentes.
- Metodología: El aula virtual sincrónica permite la ejecución de la estrategia metodológica planeada y la realización de las actividades pedagógicas asociadas a la misma.
- Población beneficiaria: Los beneficiarios en atención a su perfil son competentes para usar el ambiente de aprendizaje seleccionado y disponen de la infraestructura para hacerlo.

Descripción 17 de 22

13. CARACTERÍSTICAS DE LA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA O PLATAFORMA VIRTUAL:

Las siguientes son las características de la herramienta tecnológica propuesta, la cual cumple con los requisitos del anexo 14:
Se utilizará la plataforma Zoom para la educación. Las características de esta herramienta tecnológica a utilizar son, entre otras:
- Permite administrar las clases con salas de espera, diagrama de asientos virtuales personalizable, fijación de varios participantes y destacado de varios participantes, y otras características que le ayudan a administrar la clase en línea
- Permite aumentar la participación con contenido compartido con un solo clic, anotaciones, pizarra digital, salas para subgrupos pequeños, encuestas, reacciones y modo de música de alta fidelidad fomentan la participación y el compromiso del alumnado.
- Permite grabar las clases.
- Permite a los asistentes unirse de forma sincrónica desde cualquier lugar, desde cualquier dispositivo.

Para las sesiones sincrónicas permite:
- Herramientas de colaboración integradas: Múltiples participantes pueden compartir sus pantallas de manera simultánea y realizar anotaciones colaborativas para lograr una reunión más interactiva.
- Reunirse de manera segura. Cifrado para todas las reuniones, seguridad del usuario basada en roles, protección con contraseña, salas de espera y la posibilidad de poner al participante en espera.
- Grabaciones y transcripciones. Graba las reuniones de manera local o en la nube.
- Chat en equipo: Chats grupales, historial consultable, intercambio de archivos integrado.

Descripción 18 de 22

14. LUGAR DE EJECUCIÓN:

Un (1) grupo en total.
Grupo 1 se ejecutarán en la ciudad de Bogotá- Bogotá DC y en San José del Guaviare en Guaviare.
Nota 1. Se justifica dictar acciones de formación en los municipios y departamentos aquí relacionados en atención a que las empresas afiliadas a ASCOOP tienen domicilio o puntos de atención en tales ciudades, y por tanto cuentan con trabajadores en las mismas que deben ser beneficiados con la acción de formación para solucionar la necesidad identificada. Ascoop tiene domicilio en la ciudad de Bogotá.

Descripción 19 de 22

Continuación... LUGAR DE EJECUCIÓN:

N/A

Descripción 20 de 22

15. CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

APLICA PARA TODAS LAS UNIDADES TEMÁTICAS
DOCENTES: 1
HORAS: 24
FORMACIÓN PROFESIONAL
Docente INTERNACIONAL con título profesional y título de postgrado a nivel de DOCTORADO, en cualquiera de las siguientes áreas del conocimiento: Economía, Administración, Contaduría y afines, Ingenierías, Ciencias de la Educación, Ciencias Ambientales, Sociales y Humanas que cuente con las competencias técnicas establecidas en cada Unidad Temática, las cuales están asociadas a las habilidades y aplicación de conocimientos específicos de la materia a abordar, permiten al docente un amplio manejo del tema, así como profundizar en aspectos propios de la temática a impartir desde su conocimiento y especialidad disciplinar. En estas competencias reflejan además del saber del docente, su actualización permanente y la experiencia en el campo que enseña. Así mismo, deberá contar con las competencias transversales: Tecnológicas, Pedagógicas y Actitudinales definidas en el perfil.
EXPERIENCIA RELACIONADA
Experiencia académica como docente y/o capacitador y/o formador en programas de pregrado, educación continua, posgrados y/o maestrías de mínimo un (1) año.
Deberá acreditar experiencia laboral relacionada adquirida en el ejercicio de actividades afines a la formación que va a impartir, en entidades del sector público y/o privado, desempeñando cargos directivos y/o estratégicos relacionados con funciones y responsabilidades en torno a alguno(s) de los siguientes temas: inteligencia de negocios, nuevas tecnologías de la información , que combinen aspectos empresariales y tecnológicos desde una óptica multidisciplinaria e integradora de personas, estrategia, negocios y tecnología que incorporan los cambios y tendencias del entorno empresarial.
- Dando cumplimiento a lo establecido en la Resolución de Tarifas, el docente deberá certificar la experiencia laboral en por lo menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento, con la temática afín con el objeto de la formación que va a impartir.
COMPETENCIAS TÉCNICAS
UT I:

* Conocimiento de los principales tendencias en redes sociales y pilares tecnológicos.
*Conocimiento de Social Selling.
* Herramientas para construir relaciones y conexiones de confianza con compradores e influenciadores a través de las redes sociales para mejorar la competitividad en la cuarta revolución industrial.
UT II:
* Uso de herramientas para la creación de contenidos en la 4RI.
* Conocimientos en diseño (mockup) de una landing page.
UT III:
*Conocimiento de LEADS.
* Uso de herramientas para captación de leads cualificados para evolucionar a la cuarta revolución industrial.
UT IV:
* Conocimiento de estrategia social selling para crear posicionamiento de marca y generar oportunidades de negocios en la industria 4.0 a través de las redes sociales.
* Uso de estrategia digital para monitorizar y aumentar la rentabilidad de la organización en medio de la cuarta revolución industrial.
UT V:

* Uso de estrategias para evaluar y generar el compromiso para la mejora del compromiso, las relaciones interpersonales y la orientación a resultados.
COMPETENCIAS TECNOLÓGICAS
*Buen manejo de herramientas Office (Word, Excel, Power Point).
*Uso de entornos virtuales de enseñanza y de aprendizaje: libres y con licencia. (Entornos virtuales de aprendizaje (EVA)
*Diseño de materiales educativos en la virtualidad.
Competencias y prácticas de tutoría virtual
*Estrategias de intervención pedagógica en foros.
* Utilización de recursos didáctico tecnológicos.
COMPETENCIAS PEDAGÓGICAS
*Planificación de los eventos de formación. *Diseño/aplicación de herramientas didácticas de enseñanza expresión oral y capacidad para dar a entender sus ideas, teorías y conceptos
* Accesible para resolver dudas.
COMPETENCIAS ACTITUDINALES
*Liderazgo
*Iniciativa
*Pensamiento Creativo, *Orientación a los resultados *Capacidad de análisis y toma de decisiones.

Descripción 21 de 22

Continuación... CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

N/A

Descripción 22 de 22

16. CAPACITADOR PERSONA JURÍDICA:

La entidad de formación seleccionada para el adelantamiento de esta acción de formación es el Colegio de Estudios Superiores de Administración CESA. Con domicilio en Bogotá D.C., en su objeto social es una institución de educación superior PRIVADA, de utilidad común, sin ánimo de lucro y su carácter académico es el de Institución Universitaria, con personería jurídica reconocida mediante resolución número 5157 de 1975-08-29, expedida por el Ministerio de Educación Nacional en el año de 1975 y cumple con lo establecido en el Articulo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995.
Ofrece a nivel de pregrado el Programa de Administración de Empresas, registrado en el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior con el código 1770 y acreditado por el Ministerio de Educación Nacional como de alta calidad, mediante la Resolución 569 del 1.° de marzo de 2004, reafirmada mediante la Resolución 5320 10 de septiembre de 2007 y la Resolución 12455 del 29 de diciembre de 2011, esta última otorgada por seis años. A nivel de Posgrado, ofrece la Especialización en Finanzas Corporativas y la Especialización en Mercadeo Estratégico. También cuenta con la Maestría en Finanzas Corporativas, y ofrece la Maestría en Administración (MBA) Internacional en convenio de doble titulación internacional con Sprott School of Business, de Carleton University, Canadá. También cuenta con un área de formación ejecutiva con programas de formación continua cuidadosamente diseñados por expertos, combinan en su construcción competencias avanzadas, experiencia, técnica empresarial y metodologías innovadoras. CESA tiene más de 10 años de experiencia adelantando formación presencial y más de 5 años adelantando formación virtual y cuenta con las licencias y permisos de funcionamiento exigidos por ley para la realización de la acción de formación aquí presentada. Esta experiencia incluye la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas a entidades públicas o privadas. Esta experiencia se acredita en el periodo comprendido entre los años 2010 a 2021.
CESA ha adelantado durante muchos años acciones de formación en el programa de formación continua especializada del SENA con excelentes resultados por lo que es una entidad idónea para adelantar la acción de formación propuesta, cuyos temas se alinean con las líneas de formación de esta Universidad.

PERFILES 1 (Total: 1)

Acción de Formación

Formación Académica	Experiencia Relacionada	Años Experiencia Relacionada	Experiencia Específica	Años Experiencia Específica	Clasificación
APLICA PARA TODAS LAS UNIDADES TEMÁTICAS. Docente INTERNACIONAL con título profesional y título	Experiencia académica como docente y/o capacitador y/o formador en programas de pregrado, educación	5	N/A	0	CAPACITADOR INTERNACIONAL

de postgrado a nivel de DOCTORADO, en cualquiera de las siguientes áreas del conocimiento: Economía, Administración, Contaduría y afines, Ingenierías, Ciencias de la Educación, Ciencias Ambientales, Sociales y Humanas que cuente con las competencias técnicas establecidas en cada Unidad Temática, las cuales están asociadas a las habilidades y aplicación de conocimientos específicos de la materia a abordar, permiten al docente un amplio manejo del tema, así como profundizar en aspectos propios de la temática a impartir desde su conocimiento y especialidad disciplinar. En estas competencias reflejan además del saber del docente, su actualización permanente y la experiencia en el campo que enseña. Así mismo, deberá contar con las competencias transversales: Tecnológicas, Pedagógicas y Actitudinales definidas en el perfil.	continua, posgrados y/o maestrías de mínimo un (1) año. Deberá acreditar experiencia laboral relacionada adquirida en el ejercicio de actividades afines a la formación que va a impartir, en entidades del sector público y/o privado, desempeñando cargos directivos y/o estratégicos relacionados con funciones y responsabilidades en torno a alguno(s) de los siguientes temas: inteligencia de negocios, nuevas tecnologías de la información , que combinen aspectos empresariales y tecnológicos desde una óptica multidisciplinaria e integradora de personas, estrategia, negocios y tecnología que incorporan los cambios y tendencias del entorno empresarial. - Dando cumplimiento a lo establecido en la Resolución de Tarifas, el docente deberá certificar la experiencia laboral en por lo menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento, con la temática afín con el objeto de la formación que va a impartir.				

Presupuesto de la Acción de Formación a.IMPLEMENTACIÓN ESTRATÉGICA DE SOCIAL SELLING PARA EL FORTALECIMIENTO DE RELACIONES EN UN ENTORNO DIGITAL (Total: 4)

Acción de Formación

Rubro	Descripción	Financiado	%	Contrapartida		Total
				Especie - %	Dinero - %	

Rubro	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
				Especie - %		Dinero - %		
R01.2.5 Honor. Cap. Inter. Doctorado Exp 5 años	HONORARIOS DOCENTE INTERNACIONAL DOCTORADO	22,028,284	76.04	0	0	6,942,764	23.96	28,971,048
R06.2.1 Plataforma	PLATAFORMA PARA EL DESARROLLO DE (PAT)	3,960	75	0	0	1,320	25	5,280
R08 Gastos de Operación del Proyecto	Gastos Operacion	2,448,000	75	0	0	816,000	25	3,264,000
R10.2 Garantías	PÓLIZAS DE SEGURO REQUERIDAS PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	0	0	0	0	400,000	100	400,000
		24,480,244	75.0	0	0.0	8,160,084	25.0	32,640,328

Resumen por rubros de la Acción de Aprendizaje (Total: 4) Acción de Formación

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R01.2.5 Honor. Cap. Inter. Doctorado Exp 5 años	22028284	76.04%	0	0%	6,942,764	23.96%	28,971,048
R06.2.1 Plataforma	3960	75%	0	0%	1,320	25%	5,280
R08 Gastos de Operación del Proyecto	2448000	75%	0	0%	816,000	25%	3,264,000
R10.2 Garantías	0	0%	0	0%	400,000	100%	400,000
Totales	24,480,244	75.00	0	0.00	8,160,084	25.00	32,640,328

Cobertura geográfica de la Acción de Formación a.IMPLEMENTACIÓN ESTRATÉGICA DE SOCIAL SELLING PARA EL FORTALECIMIENTO DE RELACIONES EN UN ENTORNO DIGITAL (Total: 2) Acción de Formación

Ciudad - Región	Porcentaje
GUAVIARE	1
BOGOTA - DISTRITO CAPITAL	99

ACCIÓN DE FORMACIÓN 2 DE 8

b.APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE VENTAS PARA ATRAER, CONQUISTAR Y FIDELIZAR CLIENTES EN UN ENTORNO DIGITAL

Generalidades de la acción Entidades de la acción Descripciones Perfil Presupuesto Resumen por rubros Cobertura Geográfica
Ir al menú del proyecto

Generalidades de la Acción de Formación b.APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE VENTAS PARA ATRAER, CONQUISTAR Y FIDELIZAR CLIENTES EN UN ENTORNO DIGITAL

Acción de Formación

Norma de competencia	
Número de beneficiarios	50
Beneficiarios empresa	50
Beneficiarios SENA	0
Perfíl beneficiarios	Nivel medio. Área Comercial
Número de grupos	2

Número de días x grupo	10

Horas de la Acción de Formación

Horas teóricas presenciales por grupo	16	**Horas prácticas presenciales por grupo**	24	**Total horas presenciales por grupo**	40
Horas teóricas virtuales por grupo	0	**Horas prácticas virtuales por grupo**	0	**Total horas virtuales por grupo**	0
Horas teóricas combinadas por grupo	0	**Horas prácticas combinadas por grupo**	0	**Total horas combinadas por grupo**	0
				Total de horas grupo	40
				Total de horas acción	80

Entidades de la Acción de Formación b.APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE VENTAS PARA ATRAER, CONQUISTAR Y FIDELIZAR CLIENTES EN UN ENTORNO DIGITAL (Total: 1)

Acción de Formación

Nombre de la entidad	Papel
ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE COOPERATIVAS ASCOOP	PROPONENTE

Descripciones de la Acción de Formación b.APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE VENTAS PARA ATRAER, CONQUISTAR Y FIDELIZAR CLIENTES EN UN ENTORNO DIGITAL (Total: 22)

Acción de Formación

Descripción 1 de 22

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

NECESIDAD DE FORMACIÓN, CAUSAS Y EFECTOS.
ASCOOP llevó a cabo la recopilación, análisis e interpretación de manera ordenada y sistemática de información tanto cualitativa y cuantitativa pertinentes para determinar las necesidades de formación requeridas por el gremio, particularmente por el sector asegurador.
Dentro de la información cuantitativa analizada se encuentra la siguiente:
- Resultados de evaluaciones de desempeño de los trabajadores.
- Entre enero y noviembre de 2020 las aseguradoras de naturaleza solidaria habían expedido 990.053 primas de seguros generales, lo que representa el 8% de las emitidas por la industria en el país. La participación en pólizas de vida ascendía al 2% (Fasecolda, resultados de la industria aseguradora, 2020). En el caso de la Equidad seguros, las primas generales emitidas a noviembre disminuyeron en un 25% y para Solidaria de Seguros cayeron en un 3%
- Por concepto de primas emitidas entre enero y noviembre de 2020 las aseguradoras de naturaleza solidaria habían facturado 882.378 millones, lo que representa el 7% de la facturación de la industria en el país (Fasecolda, resultados de la industria aseguradora, 2020). En lo que respecta a la facturación total del sector, a pesar de la pandemia se alcanzó una variación positiva del 3% pero para las aseguradoras individualmente consideradas fue un año muy complejo. En el caso de la Equidad seguros, los ingresos por primas emitidas a noviembre disminuyeron en un 20%.
- Las aseguradoras en el sector solidario tienen un modelo comercial mixto con corredores de seguros que son personas naturales y corredores de seguros que son empresas. En el año 2019 el Canal Tradicional Intermediarios (Empresas) participaba en los ingresos de la compañía en el 21.9%.
Por su parte la información cualitativa abarcó entre otras el análisis de los resultados de entrevistas abiertas aplicadas a altos directivos sobre el estado de sus procesos a cargo, oportunidades de mejora y metas e indicadores guía. Adicionalmente se documentaron resultados de ejercicios de observación y vigilancia de ejecución de procesos relacionados con la colocación de productos y opiniones de expertos sobre tendencias en el negocio asegurador, así como el análisis de la retroalimentación dada por los clientes a través de los diferentes canales de servicio. También se analizaron los resultados de las entrevistas aplicadas a trabajadores participantes del proceso de formación continua adelantado en el año 2020. La consultora KPMG, encontró que "El aseguramiento es un negocio muy complejo que involucra múltiples procesos para administrar pólizas existentes, fijar precios para nuevos negocios, vender nuevos negocios, renovar pólizas, atender consultas de clientes y procesar reclamos. A esta complejidad se suma la intrincada interacción entre los propios aseguradores y sus redes externas; por ejemplo, corredores y agentes. No es de extrañar, por tanto, que la situación de COVID-19 plantee una amplia serie de desafíos para que

las aseguradoras mantengan sus operaciones, ya que las formas normales de trabajo se ven gravemente afectadas." Con la pandemia, KPMG encontró que las aseguradoras han migrado en gran parte su operación al trabajo remoto, se ha dado un pico muy significativo en las solicitudes de los clientes, que han saturado los canales de atención y un aumento en el riesgo de fraude por falsos siniestros (KPMG, COVID-19 insurance operations challenges, 2020).

Gracias al proceso adelantado por ASCOOP, el cual se expresa en detalle en las generalidades, y al uso de información cualitativa y cuantitativa proveniente del análisis de sector, situación de entidades asociadas al gremio, demandas del sector y prospectiva, y diagnóstico de los trabajadores; se identificó la siguiente necesidad de formación específica: "Fortalecer la identidad comercial en los distintos canales del sector asegurador solidario para lograr una respuesta unificada

Descripción 2 de 22

Continuación... DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

y efectiva que permita retener a los clientes actuales y ganar cuota de mercado"
Esta necesidad es originada por estas causas: -)Las mejores practicas para la gestión comercial de seguros no han sido desplegadas adecuadamente dentro de los corredores de seguro en los distintos canales; -)Los requerimientos del cliente final no son adecuadamente comunicados por el corredor de seguros para ser incorporados en el desarrollo de nuevos productos y servicios, -) No se implementan estrategias unificadas para la recuperación de clientes o la retención de los mismos.
Esta necesidad genera los siguientes efectos: -)Se pierde cuota de mercado, -)Los productos y servicios no se adecuan óptimamente a las necesidades de los clientes, -)La experiencia de servicio del cliente final no es igual en los diferentes canales.
Esta necesidad contribuye a la existencia de la necesidad general identificada en las generalidades del proyecto, la cual es "Potenciar el impacto del cooperativismo en la reactivación económica del país en medio de la pandemia, mediante la promoción del emprendimiento, el fortalecimiento de la gestión comercial y la recuperación del bienestar emocional de los trabajadores"

JUSTIFICACIÓN DEL ENFOQUE DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN HACIA DESARROLLO PRODUCTIVO Y/O COMPETITIVIDAD
El Sistema Nacional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCCTeI) se encarga en el país de todos los temas relacionados con la política de competitividad, productividad e innovación, incluyendo el cuerpo de normas y organismos e instituciones con responsabilidad directa en estos aspectos. La correspondencia con tal sistema permite evidencias el enfoque de la acción de formación hacia competitividad así:
-El CONPES 3439 establece que dentro de los factores que determinan la competitividad se encuentran el "desarrollo del capital humano..., acceso al crédito y productividad" (CONPES 3439, Institucionalidad y principios rectores de Política para la Competitividad y Productividad,Pg. 34). Dicho documento también establece la "Participación del sector privado" como un principio que guía la formulación de las políticas de competitividad. Al ser este un proyecto encaminado al desarrollo de capital humano vía solución de necesidades de formación, y al tener como beneficiario a las organizaciones asociadas a ASCOOP que se encarga de promover a las empresas del sector cooperativo; el enfoque hacia la competitividad de esta acción de formación está plenamente justificado.
- El Consejo Privado de Competitividad en su informe de competitividad establece como uno de los determinantes de la competitividad la eficiencia del Mercado Laboral, y al respecto de éste establece que "En promedio, se requieren cerca de cuatro veces más horas de trabajo en Colombia para producir el mismo valor agregado que en una hora de trabajo en Estados Unidos. Detrás de bajos niveles de productividad se encuentran, entre otros factores, la informalidad empresarial y laboral (que afecta la eficiencia en la asignación de los recursos) y la falta de calidad y alineación de la oferta educativa y formativa con las necesidades del sector productivo" (INFORME NACIONAL DE COMPETITIVIDAD2020-2021, Consejo Privado de Competitividad). La acción de formación aquí presentada fue construida para cerrar brechas de capital humano identificadas en los trabajadores del sector solidario (Cooperativismo) emparejándolas con lo que requiere la industria, por lo cual está enfocada hacia la competitividad y desarrollo productivo.
ACCIÓN DE FORMACIÓN QUE BENEFICIE A TRABAJADORES DEL SECTOR SALUD, SECTOR COMERCIO (COMERCIO AL POR MAYOR Y DETAL), SECTOR INDUSTRIA (INDUSTRIA MANUFACTURERA, REPARACIÓN DE VEHÍCULOS Y ALMACENAMIENTO), SECTOR TURISMO, SECTOR TRANSPORTE (TERRESTRE, AÉREO Y FLUVIAL), SECTOR CONSTRUCCIÓN DE VIVIENDA, SECTOR EDUCACIÓN, SECTOR AGRO (AGRÍCOLA, AGROPECUARIO, AGROINDUSTRIAL) Y SECTOR ECONOMÍA NARANJA (ARTES Y PATRIMONIO, INDUSTRIAS CULTURALES, Y CREACIONES FUNCIONALES).

Descripción 3 de 22

Continuación... DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

Los beneficiarios de esta acción de formación son cooperativas como Equidad Seguros dedicadas a prestar servicios financieros de aseguramiento que benefician a empresas en todos los sectores económicos. En este sentido de manera transversal e indirectamente se benefician los sectores priorizados por la convocatoria.
PORQUÉ LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PRIORIZADA PARA LA SOLUCIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD ES ESPECIALIZADA
La acción de formación propuesta es especializada pues es de corta duración, permite la aplicación de los conocimientos habilidades y destrezas en el contexto laboral de forma inmediata cerrando brechas de capital humano identificadas y dando respuesta a la necesidad específica identificada y mencionada antes. Gracias a la

implementación de esta acción de formación se logrará la actualización y formación en nuevos conocimientos y habilidades para elevar las competencias laborales que los trabajadores del sector requieren para generar mejoras en el proceso comercial que permitan crear una identidad de la fuerza comercial de las entidades aseguradoras, logrando la implementación de mejores practicas para la gestión de los clientes, dando retroalimentación adecuada sobre demandas de nuevos productos y servicios y maximizando la cuota de participación de mercado; lo que aumentaran el rendimiento productivo y empleabilidad de los trabajadores beneficiarios así como la competitividad de las empresas participantes.

JUSTIFICACIÓN DE LA ALINEACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN CON LA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL 4.0
La acción de formación aquí presentada se alinea con la revolución industrial 4.0 por los beneficiarios de la misma como se explica a continuación:
1. Alineación desde la naturaleza de los beneficiarios. Los beneficiarios de esta acción de formación son las entidades financieras de naturaleza cooperativa como La Equidad. Tal como lo indica el BID uno de los sectores más impactado con la revolución industrial 4.0 es el financiero; así, los pilares tecnológicos "han convergido en el presente generando cambios radicales en .... la comercialización, el financiamiento y el consumo....También se dan manifestaciones en la transformación de la intermediación financiera con los avances crecientes de las empresas de tecnologías financieras (Fintech) y la adopción de los nuevos procesos de manejo con inteligencia artificial de grandes bases de datos" (Basco y otros, Industria 4.0 fabricando el futuro, BID.2018).). Esta acción de formación por tanto se alinea con la revolución Industrial 4.0 pues apunta a beneficiar a trabajadores de los sectores antes mencionados para que puedan mejorar la gestión del proceso comercial a partir del uso de los pilares de la revolución industrial 4.0
2. Alineación por contenido temático de la Acción de Formación. Esta acción de formación aborda temas relacionados con la Industria 4.0 tales como desafíos del portafolio de Equidad Seguros por la cuarta revolución Industrial (UTI), el comportamiento del cliente y la influencia de la revolución industrial 4.0 en el mismo (UTII), la revolución industrial 4.0, sus pilares e el impacto sobre el modelo de actuación comercial (UTIII), cómo los pilares la de revolución industrial 4.0 afectan la vigencia de las estrategias de mercado (UT IV) y pilares de la revolución 4.0 y su influencia en la gestión de ventas en el entorno digital (UT VI).

Descripción 4 de 22

2. OBJETIVOS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN:

De acuerdo con el análisis anterior, el propósito de esta acción de formación se refleja en sus objetivos, los cuales evidencian la intencionalidad de la misma, así:
EL QUE: Fortalecer la identidad comercial en los distintos canales del sector asegurador solidario
EL POR QUÉ: Desplegar mejores prácticas para la gestión comercial dentro de los corredores de seguro en los distintos canales.
EL PARA QUÉ: Retener a los clientes actuales y ganar cuota de mercado.
La solución escogida consiste en la formulación de un plan de formación continua especializado que incluye la acción de formación aquí presentada, denominada APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE VENTAS PARA ATRAER, CONQUISTAR Y FIDELIZAR CLIENTES EN UN ENTORNO DIGITAL; lo que permitirá cerrar las brechas de competencia del talento humano que fueron identificadas y pasar del estado actual al estado deseado en donde se alcanza el propósito planteado.
En términos generales aquello que se quiere alcanzar al finalizar la ejecución de esta acción de formación, es la actualización y formación en nuevos conocimientos y habilidades para elevar las competencias laborales que los trabajadores del sector requieren para generar mejoras en el proceso comercial que permitan crear una identidad de la fuerza comercial de las entidades aseguradoras, logrando la implementación de mejores prácticas para la gestión de los clientes, dando retroalimentación adecuada sobre demandas de nuevos productos y servicios y maximizando la cuota de participación de mercado; permitiéndoles aplicar nuevas metodologías y herramientas que aumentaran el rendimiento productivo y empleabilidad de los trabajadores beneficiarios así como la competitividad de las empresas participantes. Esto es coherente con la estrategia de trabajo de ASCOOP, de prestar servicios de asistencia técnica, divulgar la aplicación y practica de los principios del Cooperativismo y promover y fomentar la organización de entidades del sector social y contribuir a su desarrollo.
El alcanzar estos objetivos contribuirá a alcanzar el objetivo general formulado para el proyecto.

Descripción 5 de 22

3. POBLACIÓN BENEFICIARIA DE LAS ACCIONES DE FORMACIÓN:

La población a beneficiar son trabajadores cuya condición se pretende mejorar a través del proyecto con lo cual que se conlleve a incrementar su empleabilidad, el desempeño de sus funciones y la adquisición y/o fortalecimiento de competencias necesarias para aumentar el rendimiento productivo para beneficio y aumento de la competitividad de ASCOOP y sus organizaciones afiliadas. La siguiente es la caracterización de los mismos:
//Nivel ocupacional//Nivel medio //Áreas //* Comercial//Cargos de los beneficiarios// Pueden venir de posiciones tales como: Directores de Intermediarios, Ejecutivos de Venta, Gerentes de Agencia//Funciones// Ventas, Renovaciones, Atencion a Clientes, Manejo cartera //Tipo de vinculación laboral idenfinido //Escolaridad//Pregrado y/o Posgrado //Posibilidad de acceso a las TIC// SI - Computador y Software y conexión a internet.
Relación entre el perfil descrito y el objetivo de la formación: El perfil descrito, tanto en su nivel ocupacional como área de la que proviene y actividades que realiza, está directamente relacionado con los objetivos de esta acción de formación, en la medida en que para que se puedan llevar a cabo la implementación de mejores prácticas para la

gestión de los clientes, dando retroalimentación adecuada sobre demandas de nuevos productos y servicios y maximizando la cuota de participación de mercado, se necesita el concurso de los participantes seleccionados. Esto en atención que esos perfiles están directamente a cargo de liderar o participar en los equipos de trabajo que ejecutan procesos comerciales y por lo tanto pondrán en práctica de forma inmediata las competencias desarrolladas con la acción de formación.
Con el cierre de las brechas de talento humano identificadas se contribuirá a alcanzar el objetivo general del proyecto.
MIPYMES: Se garantiza la participación de al menos una persona proveniente de una empresa MiPyme, la razón de pertinencia para la empresa y/o sector es que estas mipymes corresponden con entidades relacionadas en el anexo 10 y que cumplen con los requisitos para ser catalogadas como mipymes según el anexo 10. No participa la cadena productiva. Su inclusión se justifica en que son trabajadores que provienen de las empresas relacionadas en el anexo 10.

Descripción 6 de 22

4. CLASIFICACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN POR SECTOR Y SUBSECTOR:

Sector: SERVICIOS
Subsector: TRANSVERSAL
Dentro de estos sectores se encuentran Cooperativas como LA EQUIDAD dedicadas a prestar servicios financieros con los cuales las personas ejecutan sus proyectos de emprendimiento en todos los sectores económicos. En este sentido los sectores guardan pertinencia con:
- Sector salud,
- Sector comercio (comercio al por mayor y detal),
- Sector industria (industria manufacturera, reparación de vehículos y almacenamiento),
- Sector turismo,
- Sector transporte (terrestre, aéreo y fluvial),
- Sector construcción de vivienda,
- Sector educación,
- Sector agro (agrícola, agropecuario, agroindustrial) y,
- Sector economía naranja (artes y patrimonio, industrias culturales, y creaciones funcionales).

Descripción 7 de 22

5. EVENTO DE FORMACIÓN:

Se usará el evento de formación Curso por su pertinencia frente a:
- Perfil de los trabajadores beneficiarios: Para el tipo de perfil seleccionado, las demandas de su puesto de trabajo, el equilibrio entre su vida personal y laboral, así como las características de las funciones que realiza y el nivel ocupacional que ocupa, el evento de formación Curso es el más pertinente para llevar cabo esta acción de formación.
-Requerimientos de las empresas: Las organizaciones asociadas a Ascoop identificaron unas necesidades de formación que se deben satisfacer con la acción de formación a través del cierre de brechas de talento humano identificadas. El Curso es el evento de formación más pertinente para ejecutar dicha acción de formación y lograr dar respuesta a tales necesidades.
- Metodología: Académicamente hablando, se propone el uso de unas actividades pedagógicas y estrategias didácticas que faciliten la transmisión de conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas necesarias para el desarrollo de las competencias identificadas. El evento Curso provee el marco necesario para implementar dichas metodologías de la forma más idónea y pertinente posibles.
- Modalidad de formación: Para esta acción de formación se utilizará la modalidad presencial asistida por tecnologías - PAT y se encontró que el evento de formación es pertinente con esta modalidad ya el marco que da para su ejecución y certificación se ajusta a las características de esta modalidad.
- Unidades Temáticas: Los contenidos detallados y su estructura, orientados a desarrollar las temáticas específicas que darán respuesta a la necesidad de formación planteada para esta acción de formación, se pueden cubrir adecuadamente con este evento de formación Curso, por lo cual es pertinente su uso.

Descripción 8 de 22

6. MODALIDAD DE FORMACIÓN:

Se usará la modalidad de Formación presencial asistida por tecnologías - PAT
Los cambios de hábito provocados por el COVID-19, generaron planes de contingencia efectivos, acorde con las necesidades de los docentes y los estudiantes, en este caso trabajadores del sector cooperativo. Implementamos nuevas estrategias para desarrollar los programas académicos protegiendo la salud y el bienestar de toda la comunidad. Aprovechamos los beneficios de la tecnología como soporte al proceso formativo presencial, garantizando el contacto directo y sincrónico, simulando las mismas rutinas y la misma interacción como si estuviéramos en el espacio físico. Con este tipo de formación los estudiantes reciben sus clases de manera normal y sincrónica, experimentando las mismas dinámicas.
Como ventaja se suma a este modelo que permite mayor inclusión, mejores oportunidades y la aplicación de las TIC para la formación académica. Se convierte en una herramienta estratégica para llegar a las regiones más apartadas y a la población más vulnerable. También contribuye a una experiencia más enriquecedora gracias al intercambio de ideas, donde los alumnos disponen de mayor tiempo para procesar la información que reciben, reflexionar sobre lo que quieren decir y luego realizar un aporte. Así mismo, los profesores se vuelven más accesibles en el entorno online, con la posibilidad de interactuar con ellos por diferentes canales de comunicación.

La presencialidad asistida por herramientas tecnológicas ofrece a los estudiantes tímidos o más reticentes la oportunidad de participar en discusiones en clase más fácilmente que las sesiones de clase cara a cara, y permite mejorar las competencias digitales en la medida que los estudiantes se benefician de estrategias didácticas basadas en las tecnologías de la información y las comunicaciones.
La formación presencial asistida por tecnologías, mantiene los estándares de calidad de la enseñanza presencial, y permite potenciar las competencias digitales para fortalecer un alto nivel de competitividad en el entorno laboral global. El estudiante asume una actitud de mayor autonomía y responsabilidad frente al desarrollo de las actividades formativas, ejerciendo un control más directo sobre el tiempo, lugar, adaptación y tratamiento de la información, entre otras, requeridas en una sociedad digital. Es independiente del lugar, dado que se produce entre trabajadores y capacitador que pueden encontrarse en ubicaciones físicas diferentes. Esta modalidad de formación implica realizarse de manera sincrónica, por internet y en tiempo real cumpliendo con las características establecidas en el Anexo Nº. 14.

Descripción 9 de 22

7. UNIDADES TEMÁTICAS:

Las unidades temáticas de la acción de formación son pertinentes frente a las necesidades de formación identificadas, para lo cual se proponen los siguientes contenidos detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:

UT I. ALINEACIÓN CON LA GESTIÓN COMERCIAL DE LA ORGANIZACIÓN-4 HORAS
Competencia que se espera adquiera el trabajador: Analiza el portafolio de productos de la entidad desde los principios de identidad comercial para evaluar la gestión comercial en el canal.
Contenidos detallados:
*Identidad del comercial de la organización
*Portafolio de productos
*Relación con los beneficios del producto desde el portafolio complementario de la organización
*Análisis del mercado: recolección de información comercial como oportunidad para alinear la estrategia y fortalecer los productos.
*Desafíos del portafolio de la organización por la cuarta revolución Industrial

UT II. LAS NUEVAS TENDENCIAS DE CONSUMO EN UN ENTORNO DIGITAL-4 HORAS
Competencia que se espera adquiera el trabajador: Valora las técnicas de fidelización de clientes para formular estrategias de influenciamiento de la decisión de compra de los clientes.
Contenidos detallados:
*El comportamiento del cliente y la influencia de la revolución industrial 4.0 en el mismo
-Los cinco sentidos del consumidor: la clave de la persuasión
-Las motivaciones y deseos del consumidor 4.0
-El proceso de la decisión de consumo
-El consumo y los grupos de influencia
*Atención y fidelización al cliente
-Marketing relacional
-Calidad en la presentación del servicio de atención al cliente
-Sistemas de fidelización
-La fidelización online
-Marketing one-to-one
-Marketing emocional
-Las claves para captar y fidelizar clientes
-Mantener la fidelidad y la confianza de los clientes en épocas de incertidumbre.

UT III. MODELO DE ACTUACIÓN COMERCIAL PRESENCIAL Y DIGITAL-8 HORAS
Competencia que se espera adquiera el trabajador: Analiza a los clientes desde su tipología comercial, para proponer estrategias de ingreso en nuevos mercados.
Contenidos detallados:
*Caracterización de las tipologías de clientes para la construcción y el fortalecimiento de la propuesta de valor.
*Estandarización del modelo de actuación comercial y proceso de venta:
-Estrategias para entrar en la plaza
-Acercamiento, cotización, seguimiento
-Cierre, venta cruzada, servicio
*Lienzo de la propuesta de valor para los segmentos seleccionados.
*Lienzo de la propuesta de valor para los canales de venta,
*Lienzo y plan de acción para la implementación del modelo de actuación comercial desde la identificación de necesidades hasta el cierre.
*La revolución industrial 4.0, sus pilares y el impacto sobre el modelo de actuación comercial
UT IV. ESTRATEGIAS DE MERCADOS-4 HORAS
Competencia que se espera adquiera el trabajador: Interpreta los requerimientos de comunicación desde la lógica de los modelos de negocio, para definir prácticas de gestión comercial
Contenidos detallados:
*Cómo abordar el B2C orientado a destacar los beneficios personales que aporta el producto a los consumidores, a

través de la emoción
*Cómo abordar el B2B orientado al mercado corporativo, para establecer relaciones personales, con las que se refuerza el prestigio y la identidad de la marca. Es decir, transmitir el valor de la empresa.
*Cómo abordar el C2C orientado a negocios en la red, pretende relacionar comercialmente el usuario final con otro usuario final y es la actividad comercial que se lleva a cabo entre consumidores, bien sea mediante el intercambio de correos electrónicos o a través de tecnologías.
*Cómo los pilares la de revolución industrial 4.0 afectan la vigencia de las estrategias de mercado.
UT V. LA NUEVA CONCEPCIÓN DE LA GESTIÓN DE VENTAS COMO RESPUESTA A LAS EXIGENCIAS DE UN ENTORNO DIGITAL-16 HORAS
Competencia que se espera adquiera el trabajador: Construye un modelo de actuación comercial en consideración a los condicionantes

Descripción 10 de 22

Continuación... UNIDADES TEMÁTICAS:

tecnológicos y de tipología de cliente, para dinamizar las ventas en un segmento de negocio.
Contenidos detallados:
*Pilares de la revolución 4.0 y su influencia en la gestión de ventas en el entorno digital
*Social Selling la nueva fuente de prospectos
-Introducción estrategia de contenidos.
-Tipos y formatos de contenidos: Streaming social, podcast, video, e-book, webinar, memes, imagen e infografía.
-Herramientas para la creación de contenidos.
-Introducción al blog y landing page.
*Canales digitales: El email marketing y las redes sociales como fuentes de prospección y captación.
-Fuentes de prospectación utilizando LinkedIn,
-Facebook y Twitter como herramientas de prospección
-Cualificación y segmentación para prospectar inteligentemente.
-Técnicas de cualificación de leads según la tipología del cliente.
-Cuándo descalificar un Prospecto.
*Gestión del Pipeline
-Etapas de un funnel de ventas y la gestión de cada una de ellas
-Gestión del funnel según tipología de los Leads
-Diseño del embudo de ventas.
*Seguimiento de Prospectos Online
-Calendario de seguimiento a potenciales clientes
Uso de herramientas para gestionar reuniones.

UT VI. RESILIENCIA (CORRESPONDIENTE A LAS HABILIDADES TRANSVERSALES DEL SIGLO 21)-4 HORAS
Competencia que se espera adquiera el trabajador: Reflexiona sobre las implicaciones de la resiliencia en el trabajo, para formular prácticas que la favorezcan en los equipos de trabajo.
Contenidos detallados:
*Cambiar o transformarse frente a los nuevos retos
*Ser protagonistas de una realidad.
*Cómo seguir adelante después de circunstancias difíciles
*Construir resiliencia para la vida laboral.
Las anteriores unidades temáticas fomentan la apropiación de conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas necesarias para el cierre de las brechas de talento humano identificadas, por lo cual dan respuesta de manera idónea a las necesidades de formación identificadas.

Descripción 11 de 22

8. METODOLOGÍA:

Para el desarrollo exitoso de esta Acción de Formación, se trabaja bajo la metodología teórico-práctica, sustentada en la experimentación-acción y alineado con la modalidad PAT. Las clases bajo la modalidad PAT, se hacen muy participativas y se generan espacios que apoyan el desarrollo de las competencias, mediante la combinación de conocimiento con ejercicios, talleres y análisis de casos, que le permite al participante interiorizar las técnicas aprendidas mediante la práctica, en un ambiente de alta participación.
La utilización del aprendizaje experiencial y la investigación activa, provocan a los asistentes la experimentación de situaciones nuevas de tal modo que afectan su aprendizaje, permitiéndoles relacionar lo aprendido con todo lo que ya conocen y suelen utilizar en su día a día, garantizando como resultado una claridad y aplicación de los temas vistos en el contexto real de su cargo, logrando altos estándares de mejoramiento y por tanto de productividad en la organización.
Las herramientas metodológicas comprenden la presentación de elementos conceptuales para cada uno de los temas que componen las unidades temáticas, y la práctica está dada por actividades interactivas, con las cuales se busca que el estudiante mire diferentes alternativas, administre los recursos existentes, analice y use la información para aplicarla a casos relacionados con situaciones su propio entorno laboral.
La metodología propuesta guarda coherencia con la modalidad de formación PAT, pues las actividades pedagógicas y estrategias didácticas a utilizar están diseñadas para ejecutarse en ambientes en que trabajadores y capacitador se encuentran en ubicaciones físicas diferentes conectados al mismo tiempo en un salón de clase virtual.

Las actividades pedagógicas, estrategias didácticas y modelo de aprendizaje aquí indicadas son las más adecuadas para lograr el cierre de brechas de capital humano identificadas y fueron seleccionadas teniendo en cuenta las necesidades de formación y las características de los trabajadores beneficiarios.
A continuación, se detallan las mismas por unidad temática:
UT I. ALINEACIÓN CON LA GESTIÓN COMERCIAL DE LA ORGANIZACIÓN -4 HORAS

Estrategias didácticas: Se propone el uso del aprendizaje experiencial y la investigación activa centrados en el alumno, provocando a los asistentes la experimentación de situaciones nuevas de tal modo que afectan su aprendizaje, permitiéndoles relacionar lo aprendido con todo lo que ya conocen y suelen utilizar en su día a día, garantizando como resultado una claridad y aplicación de los temas vistos en el contexto real de su cargo, logrando altos estándares de mejoramiento y por tanto de productividad en la organización.

Actividades pedagógicas: - Análisis de casos. Ejercicio académico desarrollado por grupos en la clase. El contenido de los casos se construye con información suministrada por los participantes. Los análisis se comparten en plenaria para optar por la mejor solución aplicable a las empresas.

UT II. LAS NUEVAS TENDENCIAS DE CONSUMO EN UN ENTORNO DIGITAL-4 HORAS

Estrategias didácticas: Se propone el uso del aprendizaje experiencial y la investigación activa centrados en el alumno, provocando a los asistentes la experimentación de situaciones nuevas de tal modo que afectan su aprendizaje, permitiéndoles relacionar lo aprendido con todo lo que ya conocen y suelen utilizar en su día a día, garantizando como resultado una claridad y aplicación de los temas vistos en el contexto real de su cargo, logrando altos estándares de mejoramiento y por tanto de productividad en la organización.
Actividades pedagógicas:
- Talleres. Se desarrollan en la clase y se utiliza la retroalimentación para el mejoramiento.
- Foros de discusión de clases. El contenido del foro está relacionado con temas propios de las empresas, cuyo objetivo es el de encontrar soluciones y aclaraciones a los temas planteados.
UT III. MODELO DE ACTUACIÓN COMERCIAL PRESENCIAL Y DIGITAL-8 HORAS

Descripción 12 de 22

Continuación... METODOLOGÍA:

Estrategias didácticas: Se propone el uso del aprendizaje experiencial y la investigación activa centrados en el alumno, provocando a los asistentes la experimentación de situaciones nuevas de tal modo que afectan su aprendizaje, permitiéndoles relacionar lo aprendido con todo lo que ya conocen y suelen utilizar en su día a día, garantizando como resultado una claridad y aplicación de los temas vistos en el contexto real de su cargo, logrando altos estándares de mejoramiento y por tanto de productividad en la organización.
Actividades pedagógicas: Diseño de planes de acción en los que el participante a partir de lo aprendido propone actividades puntuales para generar cambios en la forma de hacer las cosas en su lugar de trabajo.

UT IV. ESTRATEGIAS DE MERCADOS-4 HORAS

Estrategias didácticas: Se propone el uso del aprendizaje experiencial y la investigación activa centrados en el alumno, provocando a los asistentes la experimentación de situaciones nuevas de tal modo que afectan su aprendizaje, permitiéndoles relacionar lo aprendido con todo lo que ya conocen y suelen utilizar en su día a día, garantizando como resultado una claridad y aplicación de los temas vistos en el contexto real de su cargo, logrando altos estándares de mejoramiento y por tanto de productividad en la organización.

Actividades pedagógicas: Diseño de planes de acción en los que el participante a partir de lo aprendido propone actividades puntuales para generar cambios en la forma de hacer las cosas en su lugar de trabajo.

UT V. LA NUEVA CONCEPCIÓN DE LA GESTIÓN DE VENTAS COMO RESPUESTA A LAS EXIGENCIAS DE UN ENTORNO DIGITAL-16 HORAS
Estrategias didácticas: Se propone el uso del aprendizaje experiencial y la investigación activa centrados en el alumno, provocando a los asistentes la experimentación de situaciones nuevas de tal modo que afectan su aprendizaje, permitiéndoles relacionar lo aprendido con todo lo que ya conocen y suelen utilizar en su día a día, garantizando como resultado una claridad y aplicación de los temas vistos en el contexto real de su cargo, logrando altos estándares de mejoramiento y por tanto de productividad en la organización.
Actividades pedagógicas:
- Diseño de planes de acción en los que el participante a partir de lo aprendido propone actividades puntuales para generar cambios en la forma de hacer las cosas en su lugar de trabajo.
- Foros de discusión de clases. El contenido del foro está relacionado con temas propios de las empresas, cuyo objetivo es el de encontrar soluciones y aclaraciones a los temas planteados.
UT VI. RESILIENCIA -4 HORAS
Estrategias didácticas: Se propone el uso del aprendizaje experiencial y la investigación activa centrados en el alumno, provocando a los asistentes la experimentación de situaciones nuevas de tal modo que afectan su aprendizaje, permitiéndoles relacionar lo aprendido con todo lo que ya conocen y suelen utilizar en su día a día, garantizando como resultado una claridad y aplicación de los temas vistos en el contexto real de su cargo, logrando altos estándares de mejoramiento y por tanto de productividad en la organización.

Actividades pedagógicas:
Jugo de roles en el que los beneficiarios, bajo la orientación del docente a cargo, asumen roles para representar la ocurrencia de situaciones que permiten poner en practica los temas discutidos en clase. Las simulaciones se corresponden con situaciones propias del entorno de trabajo.

Descripción 13 de 22

9. MATERIAL DE FORMACIÓN:

A cada participante se le entrega el material de forma electrónica y es un complemento didáctico importante para que el estudiante obtenga información adicional, para resolver problemas, es excelente para la representación de conceptos abstractos y densos, razonamiento lógico y argumentación, también permite entregar los contenidos de manera lógica y secuencial, con lecturas que apoyan el aprendizaje, talleres y ejercicios prácticos para su aplicación.
El material facilita la adquisición del conocimiento, para aplicar técnicas comerciales en la búsqueda y captación de clientes que le ayudarán a alcanzar los objetivos empresariales de forma rentable, y enfrentar exitosamente los desafíos del entorno digital en el marco de la revolución industrial 4.0.
El material descrito cumple la normatividad vigente en cuanto a propiedad intelectual y lo establecido en la Resolución de Tarifas. El material de formación corresponde a una producción reciente de menos de 2 años.
Durante las sesiones de clase, los profesores entregaran recursos didácticos como apoyo a la formación: diapositivas, imágenes, videos, guías de actividades, pero estos recursos no reemplazan el material de formación.
Se hará uso de correo electrónico y sus herramientas, con el fin de que los beneficiarios tengan acceso a la información requerida en el desarrollo de la acción de formación.
El material propuesto es pertinente en relación con:
- Los objetivos definidos para esta acción de formación: El contenido del material permite al estudiante reforzar los temas tratados por el docente y puede usarlo como referencia cuando o requiera en el contexto propio de su trabajo por lo que facilita y apoya al beneficiario en la consecución de los objetivos propuestos.
- Las unidades temáticas que la componen: El material de formación brinda contenidos correspondientes a todas las unidades temáticas abordadas en desarrollo de la acción de formación, sirviendo de guía al estudiante (Hoja de ruta) de la ejecución de la acción de formación.
- Metodologia de formación: El material de formación está alineado con los principios metodologicos de esta acción, dando soporte adecuado a las actividades pedagogicas que se llevarán a cabo.
- El perfil de los beneficiarios: La forma como está estructurado el material, su forma de consulta y leguaje utilizado para su construcción se ajusta al perfil de los beneficiarios participantes, por lo que facilitará el proceso de aprendizaje de los mismos.
El material de formación está metodológicamente estructurado y se justifica el contenido del mismo pues su utilización facilitará la trasferencia de conocimientos a los beneficiarios y permitirá reforzar los temas vistos en clase. El contenido incluye, entre otros los siguientes temas:
ALINEACIÓN CON LA GESTIÓN COMERCIAL DE LA ORGANIZACIÓN
LAS NUEVAS TENDENCIAS DE CONSUMO EN UN ENTORNO DIGITAL
MODELO DE ACTUACIÓN COMERCIAL PRESENCIAL Y DIGITAL
ESTRATEGIAS DE MERCADOS
LA NUEVA CONCEPCIÓN DE LA GESTIÓN DE VENTAS COMO RESPUESTA A LAS EXIGENCIAS DE UN ENTORNO DIGITAL LOS FUNDAMENTOS DE LA RESILIENCIA

Descripción 14 de 22

10. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS:

Una vez ejecutada la acción de formación los beneficiarios alcanzarán los resultados de aprendizaje aquí indicados, los cuales son evidencia del aprendizaje del trabajador y de su aplicación en el puesto de trabajo. Dichos resultados están alineados con los objetivos de la acción de formación en la medida en qué permiten medir de forma objetiva si el trabajador alcanzó el propósito de la acción de formación en sus dimensiones del qué, el por qué y el para qué. Dichos resultados, además están alineados con el perfil del trabajador en la medida en que deberían ser alcanzados por los mismos una vez adelanten la acción de formación.
A continuación se listan los resultados, los cuales son observables, evaluables y factibles de alcanzar por parte de los trabajadores participantes (Acordes con su perfil):
- R1 Describe el concepto de identidad comercial - DESEMPEÑO DEL TRABAJADOR
- R2 Alinea la estrategia de identidad de la organización con los productos y servicios que ofrece - PRODUCTIVIDAD
- R3 Describe los cambios en el comportamiento del cliente derivados de la revolución industrial 4.0- DESEMPEÑO DEL TRABAJADOR
- R4 Propone estrategias de fidelización de clientes apalancandas en tecnologías de la revolución industrial 4.0. - COMPETITIVIDAD
- R5 Propone estrategias para comunicar la propuesta de valor a los clientes de un segmento - PRODUCTIVIDAD
- R6 Identifica las características de los modelos de negocio y los determinantes de la comunicación comercial con cada uno de ellos - DESEMPEÑO DEL TRABAJADOR
- R7 Aumenta la participación en el segmento de negocio a cargo - COMPETITIVIDAD
- R8 Propone actividades de para la gestión del funnel de ventas - Productividad
- R9 Reflexiona sobre cómo mejorar la resiliencia en su equipo de trabajo - Productividad
Se aclara que todos los resultados antes indicados están alineados con los objetivos de la acción de formación.
Los impactos sobre la productividad de las empresas asociadas a Ascoop, fruto del cierre de brechas de talento humano de esta acción de formación, están relacionados con factores internos como el mejoramiento de los procesos

comerciales y la eficiencia con los que se se ejecutan.
Los impactos sobre la competitividad de las empresas asociadas a Ascoop, fruto del cierre de brechas de talento humano de esta acción de formación, están relacionados con factores internos como el mejor conocimiento del cliente y de sus necesidades, y factores externos como mejor percepción del mercado sobre los servicios de las empresas, mayor disponibilidad de servicios financieros y aumento del talento humano con competencias acordes a lo que requiere la industria.

Descripción 15 de 22

11. EVALUACIÓN DE APRENDIZAJE:

El modelo propuesto para la evaluación es el siguiente:
Mecanismos de seguimiento:
- Evaluación de conocimientos. Para ello se elaboran exámenes que de manera individual debe responder cada participante. Se aplicará el Indicador tasa de incremento del conocimiento de acuerdo a lo indicado en el pliego de condiciones de la convocatoria y sus anexos.
- Análisis de casos. Ejercicio académico desarrollado por grupos en la clase. El contenido de los casos se construye con información suministrada por los participantes. Los análisis se comparten en plenaria para optar por la mejor solución aplicable a las empresas.
- Talleres. Se desarrollan en la clase y se utiliza la retroalimentación para el mejoramiento.
- Diseño de planes de acción en los que el participante a partir de lo aprendido propone actividades puntuales para generar cambios en la forma de hacer las cosas en su lugar de trabajo.
- Foros de discusión de clases. El contenido del foro está relacionado con temas propios de las empresas, cuyo objetivo es el de encontrar soluciones y aclaraciones a los temas planteados.
- Jugo de roles en el que los beneficiarios, bajo la orientación del docente a cargo, asumen roles para representar la ocurrencia de situaciones que permiten poner en practica los temas discutidos en clase. Las simulaciones se corresponden con situaciones propias del entorno de trabajo.
El sistema de control propuesto incluye:
- Asistencia y certificación. Asistir a 85% de horas programadas otorga la Certificación..
- Medición de Conocimiento (Indicador tasa de incremento del conocimiento). Se aplicará el Indicador tasa de incremento del conocimiento.
-Satisfacción: Se aplicará un instrumento de evaluación de satisfacción de acuerdo a los parámetros provistos por el SENA.
La evaluación de aprendizaje propuesta permite la verificación del cumplimiento de los objetivos definidos y de los resultados esperados, por tanto, se aplicarán criterios de evaluación que serán parámetros de referencia del proceso evaluativo, tales como:
- Enumera los determinantes de la identidad comercial de una organización - Se relaciona con el resultado R1.
- Reflexiona sobre la alineación de la gestión comercial que realiza con la identidad comercial de la organización - Se relaciona con el resultado R2
- Argumenta como las decisiones de compra se ven afectadas por la digitalización de la economía. Se relaciona con el resultado R3
- Evalúa el impacto del marketing emocional en los procesos de fidelización de clientes. Se relaciona con el resultado R4
- Propone estrategias para aumentar la recompra en clientes antiguos. Se relaciona con el resultado R4
- Elabora el lienzo para comunicación de valor en los segmentos asignados. Se relaciona con el resultado R5.
- Argumenta las actividades de gestión comercial más relevantes para segmentos con modelos de negocio B2B. Se relaciona con el resultado R6
- Aumento en las ventas de una categoría de producto - Se relaciona con el resultado R7 está relacionada con mejoras en el conocimiento del mercado y la capacidad de adecuarse a sus especificidades. Se da a mediano plazo una vez el trabajador aplica las competencias fortalecidas en su trabajo.
- Plantea las etapas del funnel de ventas - Se relaciona con el resultado R8
- Analiza la forma en la que su equipo de trabajo responde a las dificultades - Se relaciona con el resultado R9
En el mediano plazo, el impacto de la productividad se podrá medir a través de indicadores como disminución del tiempo para el cierre de la venta, aumento del número de leads generados por canales digitales, nuevos servicios creados en unidad de tiempo.
En el mediano plazo, el impacto de la competitividad se podrá medir a través de indicadores como aumento de la participación del mercado, empleados con brechas de talento humano gestionadas, aumento del porcentaje de clientes que compran de nuevo sobre los clientes totales, disponibilidad de servicios financieros.

Descripción 16 de 22

12. AMBIENTE DE APRENDIZAJE:

El tipo de ambiente seleccionado es el de Aula virtual, la cual será sincrónica para cumplir con lo requerido por la modalidad Presencial asistida por tecnología -PAT.
Se utilizará la plataforma Zoom para la educación. Las características de esta herramienta tecnológica a utilizar son:
- Permite administrar las clases con salas de espera, diagrama de asientos virtuales personalizable, fijación de varios participantes y destacado de varios participantes, y otras características que le ayudan a administrar la clase en línea
- Permite aumentar la participación con contenido compartido con un solo clic, anotaciones, pizarra digital, salas para subgrupos pequeños, encuestas, reacciones y modo de música de alta fidelidad fomentan la participación y el compromiso del alumnado.

- Permite grabar las clases.
- Permite a los asistentes unirse de forma sincrónica desde cualquier lugar, desde cualquier dispositivo.
De acuerdo con la descripción anterior, se justifica el ambiente de aprendizaje en el cual se desarrollará la acción de formación frente al valor del rubro solicitado en presupuesto del proyecto por cuanto garantiza las condiciones para adelantar adecuadamente la formación. El ambiente de aprendizaje guarda coherencia con:
- El evento de formación: El evento Curso es coherente con el ambiente de aprendizaje ya que el aula virtual sincrónica permite su ejecución a través de las sesiones que posibilita adelantar.
- Modalidad de formación: La modalidad Presencial asistida por tecnología -PAT es coherente con el ambiente de aprendizaje ya que el aula virtual sincrónica se acomoda a los requerimientos de realizar las sesiones de forma sincrónica, por internet y en tiempo real en donde los trabajadores y capacitador pueden encontrarse en ubicaciones físicas diferentes.
- Metodología: El aula virtual sincrónica permite la ejecución de la estrategia metodológica planeada y la realización de las actividades pedagógicas asociadas a la misma.
- Población beneficiaria: Los beneficiarios en atención a su perfil son competentes para usar el ambiente de aprendizaje seleccionado y disponen de la infraestructura para hacerlo.

Descripción 17 de 22

13. CARACTERÍSTICAS DE LA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA O PLATAFORMA VIRTUAL:

Las siguientes son las características de la herramienta tecnológica propuesta, la cual cumple con los requisitos del anexo 14:
Se utilizará la plataforma Zoom para la educación. Las características de esta herramienta tecnológica a utilizar son, entre otras:
- Permite administrar las clases con salas de espera, diagrama de asientos virtuales personalizable, fijación de varios participantes y destacado de varios participantes, y otras características que le ayudan a administrar la clase en línea
- Permite aumentar la participación con contenido compartido con un solo clic, anotaciones, pizarra digital, salas para subgrupos pequeños, encuestas, reacciones y modo de música de alta fidelidad fomentan la participación y el compromiso del alumnado.
- Permite grabar las clases.
- Permite a los asistentes unirse de forma sincrónica desde cualquier lugar, desde cualquier dispositivo.
Para las sesiones sincrónicas permite:
- Herramientas de colaboración integradas: Múltiples participantes pueden compartir sus pantallas de manera simultánea y realizar anotaciones colaborativas para lograr una reunión más interactiva.
- Reunirse de manera segura. Cifrado para todas las reuniones, seguridad del usuario basada en roles, protección con contraseña, salas de espera y la posibilidad de poner al participante en espera.
- Grabaciones y transcripciones. Graba las reuniones de manera local o en la nube.
- Chat en equipo: Chats grupales, historial consultable, intercambio de archivos integrado.

Descripción 18 de 22

14. LUGAR DE EJECUCIÓN:

Dos (2) grupos en total.

Grupo 1 se ejecutará en Bogotá - Bogota / Popayan - Cauca / Huila - Neiva/ Nariño - Pasto/

Grupo 2 se ejecutará en Bogotá (Bogota), Meta- Villavicencio / Tolima - Ibagué / Córdoba - Montería / Cesar - Valledupar

Nota 1. Se justifica dictar acciones de formación en los municipios y departamentos aquí relacionados en atención a que las empresas afiliadas a ASCOOP, como la Equidad, tienen domicilio o puntos de atención en tales ciudades, y por tanto cuentan con trabajadores en las mismas que deben ser beneficiados con la acción de formación para solucionar la necesidad identificada. Ascoop tiene domicilio en la ciudad de Bogotá.

Descripción 19 de 22

Continuación... LUGAR DE EJECUCIÓN:

N/A

Descripción 20 de 22

15. CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

UNIDADES TEMATICAS I a la V:
DOCENTES: 1
NÚMERO DE HORAS: 36
FORMACIÓN PROFESIONAL
Docente con título profesional y título de postgrado a nivel de MAESTRÍA, en cualquiera de las siguientes áreas del conocimiento: Economía, Administración, Contaduría y afines, Ingenierías, Ciencias de la Educación, Ciencias Ambientales, Sociales y Humanas que cuente con las competencias técnicas establecidas en cada Unidad Temática,

las cuales están asociadas a las habilidades y aplicación de conocimientos específicos de la materia a abordar, permiten al docente un amplio manejo del tema, así como profundizar en aspectos propios de la temática a impartir desde su conocimiento y especialidad disciplinar. En estas competencias reflejan además del saber del docente, su actualización permanente y la experiencia en el campo que enseña. Así mismo, deberá contar con las competencias transversales: Tecnológicas, Pedagógicas y Actitudinales definidas en el perfil.
EXPERIENCIA RELACIONADA
Experiencia académica como docente y/o capacitador y/o formador en programas de pregrado, educación continua, posgrados y/o maestrías de mínimo un (1) año.
Deberá acreditar experiencia laboral relacionada adquirida en el ejercicio de actividades afines a la formación que va a impartir, en entidades del sector público y/o privado, desempeñando cargos directivos y/o estratégicos relacionados con funciones y responsabilidades en torno a alguno(s) de los siguientes temas: desarrollo de organizaciones productivas, gestión con soluciones integradas, implementación y ejecución de los procesos comerciales, a través del uso de recursos, procesos y plataformas digitales.
COMPETENCIAS TÉCNICAS

UT I:
* Diseño de planes estratégicos * Conocimiento de las tácticas de ventas.
* Conocimiento en análisis del mercado para alinear la estrategia corporativa y fortalecer los productos en el marco de la revolución Industrial.
UT II:
* Manejo de herramientas digitales para análisis y la atracción de clientes potenciales. * Conocimiento de modelos de comerciales aplicados en entornos remotos y la influencia de la revolución industrial 4.0.
UT III:
* Conocimiento de caracterización de las tipologías de clientes para la construcción y el fortalecimiento de la propuesta de valor.
* Uso de modelo de actuación comercial y proceso de venta en el marco de la revolución industrial 4.0.
UT IV:
* Conocimiento de modelo de negocio B2B y C2C orientado al mercado corporativo y a negocios en la red.
* Conocimiento de los pilares la de revolución industrial 4.0 para el manejo de las estrategias de mercado.
UT V:
* Conocimiento de los pilares de la revolución 4.0 y su influencia en la gestión de ventas en el entorno digital.
* Conocimientos de Social Selling, canales digitales: El email marketing y las redes sociales como fuentes de prospección y captación, Pipeline.
* Conocimientos en herramientas para el seguimiento de prospectos Online

COMPETENCIAS TECNOLÓGICAS
" *Buen manejo de herramientas Office (Word, Excel, Power Point).
*Uso de entornos virtuales de enseñanza y de aprendizaje: libres y con licencia. (Entornos virtuales de aprendizaje (EVA)
*Diseño de materiales educativos en la virtualidad.
Competencias y prácticas de tutoría virtual
*Estrategias de intervención pedagógica en foros.
* Utilización de recursos didáctico tecnológicos."
COMPETENCIAS PEDAGÓGICAS
" *Planificación de los eventos de formación. *Diseño/aplicación de herramientas didácticas de enseñanza expresión oral y capacidad para dar a entender

---

Descripción 21 de 22

Continuación... CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

sus ideas, teorías y conceptos
* Accesible para resolver dudas."
COMPETENCIAS ACTITUDINALES
*Liderazgo
*Iniciativa
*Pensamiento Creativo, *Orientación a los resultados
*Capacidad de análisis y toma de decisiones.

UNIDAD TEMATICA VI:
DOCENTES: 1
NÚMERO DE HORAS: 4
FORMACIÓN PROFESIONAL
Docente con título profesional y título de postgrado a nivel de MAESTRÍA, en cualquiera de las siguientes áreas del conocimiento : Economía, Administración, Contaduría y afines, Ingenierías, Ciencias de la Educación, Ciencias Ambientales, Sociales y Humanas que cuente con las competencias técnicas establecidas en cada Unidad Temática, las cuales están asociadas a las habilidades y aplicación de conocimientos específicos de la materia a abordar, permiten al docente un amplio manejo del tema, así como profundizar en aspectos propios de la temática a impartir desde su conocimiento y especialidad disciplinar. En estas competencias reflejan además del saber del docente, su

actualización permanente y la experiencia en el campo que enseña. Así mismo, deberá contar con las competencias transversales: Tecnológicas, Pedagógicas y Actitudinales definidas en el perfil.
EXPERIENCIA RELACIONADA
Experiencia académica como docente y/o capacitador y/o formador en programas de pregrado, educación continua, posgrados y/o maestrías de mínimo un (1) año.
Deberá acreditar experiencia laboral relacionada adquirida en el ejercicio de actividades afines a la formación que va a impartir, en entidades del sector público y/o privado, desempeñando cargos directivos y/o estratégicos relacionados con funciones y responsabilidades en torno a alguno(s) de los siguientes temas: desarrollo de organizaciones productivas, competitivas y rentables, planeación estratégica, responsabilidad social empresarial, sostenibilidad, cadena de valor y construcción de indicadores de gestión, y uso de recursos como balance Scorecard, mapas estratégicos y modelo canvas.

COMPETENCIAS TÉCNICAS
* Técnicas para construir relaciones sociales productivas.
* Manejo de técnicas para desarrollar conductas positivas ante el estrés, las amenazas o algún conflicto.
COMPETENCIAS TECNOLÓGICAS
" *Buen manejo de herramientas Office (Word, Excel, Power Point).
*Uso de entornos virtuales de enseñanza y de aprendizaje: libres y con licencia. (Entornos virtuales de aprendizaje (EVA)
*Diseño de materiales educativos en la virtualidad.
Competencias y prácticas de tutoría virtual
*Estrategias de intervención pedagógica en foros.
* Utilización de recursos didáctico tecnológicos."
COMPETENCIAS PEDAGÓGICAS
" *Planificación de los eventos de formación. *Diseño/aplicación de herramientas didácticas de enseñanza expresión oral y capacidad para dar a entender sus ideas, teorías y conceptos
* Accesible para resolver dudas.
COMPETENCIAS ACTITUDINALES
*Liderazgo
*Iniciativa
*Pensamiento Creativo, *Orientación a los resultados *Capacidad de análisis y toma de decisiones.

Descripción 22 de 22

16. CAPACITADOR PERSONA JURÍDICA:

La entidad de formación seleccionada para el adelantamiento de esta acción de formación es el Colegio de Estudios Superiores de Administración CESA. Con domicilio en Bogotá D.C., en su objeto social es una institución de educación superior PRIVADA, de utilidad común, sin ánimo de lucro y su carácter académico es el de Institución Universitaria, con personería jurídica reconocida mediante resolución número 5157 de 1975-08-29, expedida por el Ministerio de Educación Nacional en el año de 1975 y cumple con lo establecido en el Articulo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995.
Ofrece a nivel de pregrado el Programa de Administración de Empresas, registrado en el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior con el código 1770 y acreditado por el Ministerio de Educación Nacional como de alta calidad, mediante la Resolución 569 del 1.° de marzo de 2004, reafirmada mediante la Resolución 5320 10 de septiembre de 2007 y la Resolución 12455 del 29 de diciembre de 2011, esta última otorgada por seis años. A nivel de Posgrado, ofrece la Especialización en Finanzas Corporativas y la Especialización en Mercadeo Estratégico. También cuenta con la Maestría en Finanzas Corporativas, y ofrece la Maestría en Administración (MBA) Internacional en convenio de doble titulación internacional con Sprott School of Business, de Carleton University, Canadá. También cuenta con un área de formación ejecutiva con programas de formación continua cuidadosamente diseñados por expertos, combinan en su construcción competencias avanzadas, experiencia, técnica empresarial y metodologías innovadoras. CESA tiene más de 10 años de experiencia adelantando formación presencial y más de 5 años adelantando formación virtual y cuenta con las licencias y permisos de funcionamiento exigidos por ley para la realización de la acción de formación aquí presentada. Esta experiencia incluye la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas a entidades públicas o privadas. Esta experiencia se acredita en el periodo comprendido entre los años 2010 a 2021.
CESA ha adelantado durante muchos años acciones de formación en el programa de formación continua especializada del SENA con excelentes resultados por lo que es una entidad idónea para adelantar la acción de formación propuesta, cuyos temas se alinean con las líneas de formación de esta Universidad.

PERFILES 1 (Total: 2) Acción de Formación

Formación Académica	Experiencia Relacionada	Años Experiencia Relacionada	Experiencia Específica	Años Experiencia Específica	Clasificación
UNIDADES	Experiencia	3	N/A	0	CAPACITADOR

TEMATICAS I a la V: Docente con título profesional y título de postgrado a nivel de MAESTRÍA, en cualquiera de las siguientes áreas del conocimiento: Economía, Administración, Contaduría y afines, Ingenierías, Ciencias de la Educación, Ciencias Ambientales, Sociales y Humanas que cuente con las competencias técnicas establecidas en cada Unidad Temática, las cuales están asociadas a las habilidades y aplicación de conocimientos específicos de la materia a abordar, permiten al docente un amplio manejo del tema, así como profundizar en aspectos propios de la temática a impartir desde su conocimiento y especialidad disciplinar. En estas competencias reflejan además del saber del docente, su actualización permanente y la experiencia en el campo que enseña. Así mismo, deberá contar con las competencias transversales: Tecnológicas, Pedagógicas y Actitudinales definidas en el perfil.	académica como docente y/o capacitador y/o formador en programas de pregrado, educación continua, posgrados y/o maestrías de mínimo un (1) año. Deberá acreditar experiencia laboral relacionada adquirida en el ejercicio de actividades afines a la formación que va a impartir, en entidades del sector público y/o privado, desempeñando cargos directivos y/o estratégicos relacionados con funciones y responsabilidades en torno a alguno(s) de los siguientes temas: desarrollo de organizaciones productivas, gestión con soluciones integradas, implementación y ejecución de los procesos comerciales, a través del uso de recursos, procesos y plataformas digitales.				NACIONAL
UNIDAD TEMATICA VI: Docente con título profesional y título de postgrado a nivel de MAESTRÍA, en	Experiencia académica como docente y/o capacitador y/o formador en programas de pregrado,	3	N/A	0	CAPACITADOR NACIONAL

cualquiera de las siguientes áreas del conocimiento : Economía, Administración, Contaduría y afines, Ingenierías, Ciencias de la Educación, Ciencias Ambientales, Sociales y Humanas que cuente con las competencias técnicas establecidas en cada Unidad Temática, las cuales están asociadas a las habilidades y aplicación de conocimientos específicos de la materia a abordar, permiten al docente un amplio manejo del tema, así como profundizar en aspectos propios de la temática a impartir desde su conocimiento y especialidad disciplinar. En estas competencias reflejan además del saber del docente, su actualización permanente y la experiencia en el campo que enseña. Así mismo, deberá contar con las competencias transversales: Tecnológicas, Pedagógicas y Actitudinales definidas en el perfil.	educación continua, posgrados y/o maestrías de mínimo un (1) año. Deberá acreditar experiencia laboral relacionada adquirida en el ejercicio de actividades afines a la formación que va a impartir, en entidades del sector público y/o privado, desempeñando cargos directivos y/o estratégicos relacionados con funciones y responsabilidades en torno a alguno(s) de los siguientes temas: desarrollo de organizaciones productivas, competitivas y rentables, planeación estratégica, responsabilidad social empresarial, sostenibilidad, cadena de valor y construcción de indicadores de gestión, y uso de recursos como balance Scorecard, mapas estratégicos y modelo canvas.				

Presupuesto de la Acción de Formación b.APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE VENTAS PARA ATRAER, CONQUISTAR Y FIDELIZAR CLIENTES EN UN ENTORNO DIGITAL (Total: 4)

Acción de Formación

Rubro	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
				Especie - %		Dinero - %		
		22,814,662	75.0	0	0.0	7,604,888	25.0	30,419,550

Rubro	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
				Especie - %		Dinero - %		
R01.1.4 Honor. Cap. Nal. Maestria Exp 3 años	HONORARIOS DOCENTE NACIONAL MAESTRÍA	20,520,000	76.11	0	0	6,440,000	23.89	26,960,000
R06.2.1 Plataforma	PLATAFORMA PARA EL DESARROLLO DE (PAT)	13,200	75	0	0	4,400	25	17,600
R08 Gastos de Operación del Proyecto	Gastos Operacion	2,281,462	75	0	0	760,488	25	3,041,950
R10.2 Garantías	PÓLIZAS DE SEGURO REQUERIDAS PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	0	0	0	0	400,000	100	400,000
		22,814,662	75.0	0	0.0	7,604,888	25.0	30,419,550

Resumen por rubros de la Acción de Aprendizaje (Total: 4) Acción de Formación

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R01.1.4 Honor. Cap. Nal. Maestria Exp 3 años	20520000	76.11%	0	0%	6,440,000	23.89%	26,960,000
R06.2.1 Plataforma	13200	75%	0	0%	4,400	25%	17,600
R08 Gastos de Operación del Proyecto	2281462	75%	0	0%	760,488	25%	3,041,950
R10.2 Garantías	0	0%	0	0%	400,000	100%	400,000
Totales	22,814,662	75.00	0	0.00	7,604,888	25.00	30,419,550

Cobertura geográfica de la Acción de Formación b.APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE VENTAS PARA ATRAER, CONQUISTAR Y FIDELIZAR CLIENTES EN UN ENTORNO DIGITAL (Total: 8) Acción de Formación

Ciudad - Región	Porcentaje
IBAGUE - TOLIMA	1
VILLAVICENCIO - META	1
PASTO - NARIÑO	2
NEIVA - HUILA	2
POPAYAN - CAUCA	2
BOGOTA - DISTRITO CAPITAL	90
MONTERIA - CORDOBA	1
VALLEDUPAR - CESAR	1

ACCIÓN DE FORMACIÓN 3 DE 8

c.FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA GESTORES DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO 4.0

Generalidades de la acción | Entidades de la acción | Descripciones | Perfil | Presupuesto | Resumen por rubros | Cobertura Geográfica
Ir al menú del proyecto

Generalidades de la Acción de Formación c.FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA GESTORES DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO 4.0

Acción de Formación

Norma de competencia	
Número de beneficiarios	30
Beneficiarios empresa	30
Beneficiarios SENA	0
Perfíl beneficiarios	Nivel medio. Comercial, Servicio al asociado y asesores integrales y de productos
Número de grupos	1
Número de días x grupo	10

Horas de la Acción de Formación

Horas teóricas presenciales por grupo	16	**Horas prácticas presenciales por grupo**	24	**Total horas presenciales por grupo**	40
Horas teóricas virtuales por grupo	0	**Horas prácticas virtuales por grupo**	0	**Total horas virtuales por grupo**	0
Horas teóricas combinadas por grupo	0	**Horas prácticas combinadas por grupo**	0	**Total horas combinadas por grupo**	0
				Total de horas grupo	40
				Total de horas acción	40

Entidades de la Acción de Formación c.FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA GESTORES DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO 4.0 (Total: 1)

Acción de Formación

Nombre de la entidad	Papel
ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE COOPERATIVAS ASCOOP	PROPONENTE

Descripciones de la Acción de Formación c.FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA GESTORES DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO 4.0 (Total: 22)

Acción de Formación

Descripción 1 de 22

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

NECESIDAD DE FORMACIÓN, CAUSAS Y EFECTOS.
ASCOOP llevó a cabo la recopilación, análisis e interpretación de manera ordenada y sistemática de información tanto cualitativa y cuantitativa pertinentes para determinar las necesidades de formación requeridas por el gremio, específicamente para la industria financiera en lo que se refiere a esta acción de formación. Dentro de la información cuantitativa analizada se encuentra la siguiente:
- Resultados de evaluaciones de desempeño de los trabajadores.
- Con información de la Cámara de Comercio de Bogotá, en 2020 se crearon 592 nuevas entidades sin ánimo de lucro - ESALES), y 12.141 ESALES renovaron su matrícula; mientras que en 2019 se crearon 1428 nuevas ESALES, y 16.258 ESALES renovaron su matrícula. Adicionalmente, 41.435 Esales no renovaron matricula en 2020 frente a 35.976 en 2019 (CCB, Datos abiertos, Entidades Sin Ánimo de Lucro ESAL, 2020). La comparación entre los dos años permite comprobar el efecto de la pandemia dentro de la economía solidaria, la cual frenó el comportamiento positivo que traía de los años anteriores. Se considera prioritario que el sector financiero juegue un papel importante en la recuperación empresarial y en el emprendimiento dentro de la reactivación económica del país.
- Mientras en 2015 se creaban o renovaban 265 matriculas de Cooperativas, en 2020 la cifra solamente alcanzó las 148 (CCB, Datos abiertos, Entidades Sin Ánimo de Lucro ESAL, 2020).
Por su parte la información cualitativa abarcó entre otras el análisis de los resultados de entrevistas abiertas aplicadas a funcionarios de nivel medio y altos directivos sobre el estado de sus procesos a cargo, oportunidades de mejora y

metas e indicadores guía. Adicionalmente se documentaron resultados de ejercicios de observación y vigilancia de ejecución de procesos misionales. También se analizaron los resultados de las entrevistas aplicadas a trabajadores participantes del proceso de formación continua adelantado en el año 2020. Adicionalmente se analizaron las opiniones de expertos sobre cómo la economía solidaria puede apoyar la reactivación de la economía tras el COVID: "A largo plazo, las organizaciones de la economía social pueden ayudar a remodelar la economía posterior a la crisis mediante la promoción de modelos económicos inclusivos y sostenibles. (OECD, OECD Policy Responses to Coronavirus COVID-19, 2020). Por su parte las naciones Unidas indican que "En el post COVID-19, será necesario impulsar la cooperación, ofreciendo servicios básicos de manera diferente, recuperando y creando empleo digno a través de modelos organizativos de producción diversos y complementarios. Las empresas y organizaciones de Economía Social y Solidaria por su propia naturaleza, son particularmente aptas para participar en la producción de bienes y servicios donde el trabajo es el factor estratégico clave de producción. (UN, UNITED NATIONS INTER-AGENCY TASK FORCE, Jun 2020).
El Gobierno promulgó la ley No. 2069 del 31 de diciembre, ley del emprendimiento, que tiene por objeto establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad. Varios de los artículos de la Ley de Emprendimiento son específicos para las cooperativas y empresa "se generan oportunidades para la promoción, fomento y estímulo al desarrollo empresarial del modelo cooperativo, especialmente en temas relacionados con la creación de cooperativas, el impulso al emprendimiento cooperativo, al financiamiento para el desarrollo empresarial, el acceso de los micro, pequeños y medianos empresarios al sector, a los procesos de compras públicas y la educación cooperativa y solidaria como parte del proceso de educación formal, técnica, tecnológica y de educación para el trabajo" (Confecoop, https://confecoop.coop/actualidad/actualidad-2021/beneficios-ley-de-emprendimiento-trae-para-cooperativismo/ , Ene, 21)

Descripción 2 de 22

Continuación... DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

Gracias al proceso adelantado por ASCOOP, el cual se expresa en detalle en las generalidades, y al uso de información cualitativa y cuantitativa proveniente del análisis de sector, situación de entidades asociadas al gremio, demandas del sector y prospectiva, y diagnóstico de los trabajadores; se identificó la siguiente necesidad de formación específica: "Convertir a las instituciones financieras cooperativas en aliadas de los asociados para la gestión de proyectos de recuperación empresarial y emprendimiento"
Esta necesidad es originada por estas causas: -)No se conoce la ley de emprendimiento ni sus implicaciones en la creación de cooperativas, -)No existen productos y servicios específicamente orientados a apoyar proyectos de emprendimiento, -)El cooperativismo no está posicionado como un modelo de negocio valido para hacer emprendimiento.
Esta necesidad genera los siguientes efectos: -)El número de nuevas cooperativas creadas es muy bajo. -)No se considera al emprendimiento como una alternativa posible de reactivación económica. -)No se aprovechan los beneficios derivados de la nueva ley de emprendimiento. -)Las ideas de negocio no se materializan en emprendimientos. -) La innovación empresarial no se fomenta y desarrolla adecuadamente.
Esta necesidad contribuye a la existencia de la necesidad general identificada en las generalidades del proyecto, la cual es "Potenciar el impacto del cooperativismo en la reactivación económica del país en medio de la pandemia, mediante la promoción del emprendimiento, el fortalecimiento de la gestión comercial y la recuperación del bienestar emocional de los trabajadores"

JUSTIFICACIÓN DEL ENFOQUE DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN HACIA DESARROLLO PRODUCTIVO Y/O COMPETITIVIDAD
El Sistema Nacional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCCTeI) se encarga en el país de todos los temas relacionados con la política de competitividad, productividad e innovación, incluyendo el cuerpo de normas y organismos e instituciones con responsabilidad directa en estos aspectos. La correspondencia con tal sistema permite evidencias el enfoque de la acción de formación hacia competitividad así:
-El CONPES 3439 establece que dentro de los factores que determinan la competitividad se encuentran el "desarrollo del capital humano..., acceso al crédito y productividad" (CONPES 3439, Institucionalidad y principios rectores de Política para la Competitividad y Productividad,Pg. 34). Dicho documento también establece la "Participación del sector privado" como un principio que guía la formulación de las políticas de competitividad. Al ser este un proyecto encaminado al desarrollo de capital humano vía solución de necesidades de formación, y al tener como beneficiario a las organizaciones asociadas a ASCOOP que se encarga de promover a las empresas del sector cooperativo; el enfoque hacia la competitividad de esta acción de formación está plenamente justificado.
- El Consejo Privado de Competitividad en su informe de competitividad establece como uno de los determinantes de la competitividad la eficiencia del Mercado Laboral, y al respecto de éste establece que "En promedio, se requieren cerca de cuatro veces más horas de trabajo en Colombia para producir el mismo valor agregado que en una hora de trabajo en Estados Unidos. Detrás de bajos niveles de productividad se encuentran, entre otros factores, la informalidad empresarial y laboral (que afecta la eficiencia en la asignación de los recursos) y la falta de calidad y alineación de la oferta educativa y formativa con las necesidades del sector productivo" (INFORME NACIONAL DE COMPETITIVIDAD2020-2021, Consejo Privado de Competitividad). La acción de formación aquí presentada fue construida para cerrar brechas de capital humano identificadas en los trabajadores del sector solidario (Cooperativismo) emparejándolas con lo que requiere la industria, por lo cual está enfocada hacia la competitividad y desarrollo productivo.

Descripción 3 de 22

Continuación... DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

JUSTIFICACIÓN DEL ENFOQUE DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN HACIA INNOVACIÓN
Esta acción de formación también se alinea con la innovación por las siguientes razones:
- Tiene dentro de su alcance de contenidos la Ley No. 2069 del 31 de diciembre de emprendimiento, la cual establece que se "Promoverá el emprendimiento, la innovación empresarial, el crecimiento, la formalización y el desarrollo empresarial de las Mipymes de acuerdo a la política que defina el Ministerio de Comercio Industria y Turismo" (Ley 2069 articulo 48). Los emprendimientos que se apoyarán dentro de la política publica serán aquellos que tengan un alto contenido de innovación, por lo que solucionar las brechas de capital humano aquí propuestas permitirán a las organizaciones cooperativas estimular y propender por el emprendimiento y la materialización de las ideas de negocio en innovaciones con aceptación en el mercado.
- Generará una innovación de producto dentro de las organizaciones financieras, que abrirán líneas de atención específicamente orientadas al emprendimiento cooperativo.
- Dentro de sus componentes temáticos la innovación se aborda en las unidades temáticas I (Desarrollo de competencias de liderazgo emprendedor e innovador para impactar el sistema de valor de la economía con empresas integralmente sostenibles), II (Analizar el papel de la innovación en los nuevos emprendimientos), III (La influencia de la comunicación en la creatividad y la innovación.).
ACCIÓN DE FORMACIÓN QUE BENEFICIE A TRABAJADORES DEL SECTOR SALUD, SECTOR COMERCIO (COMERCIO AL POR MAYOR Y DETAL), SECTOR INDUSTRIA (INDUSTRIA MANUFACTURERA, REPARACIÓN DE VEHÍCULOS Y ALMACENAMIENTO), SECTOR TURISMO, SECTOR TRANSPORTE (TERRESTRE, AÉREO Y FLUVIAL), SECTOR CONSTRUCCIÓN DE VIVIENDA, SECTOR EDUCACIÓN, SECTOR AGRO (AGRÍCOLA, AGROPECUARIO, AGROINDUSTRIAL) Y SECTOR ECONOMÍA NARANJA (ARTES Y PATRIMONIO, INDUSTRIAS CULTURALES, Y CREACIONES FUNCIONALES).
Los beneficiarios de esta acción de formación son cooperativas como FINCOMERCIO dedicadas a prestar servicios financieros con los cuales se da acceso a financiación a personas que ejecutan o participan de proyectos de emprendimiento en todos los sectores económicos. En este sentido de manera transversal e indirectamente se benefician los sectores priorizados por la convocatoria.
PORQUÉ LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PRIORIZADA PARA LA SOLUCIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD ES ESPECIALIZADA
La acción de formación propuesta es especializada pues es de corta duración, permite la aplicación de los conocimientos habilidades y destrezas en el contexto laboral de forma inmediata cerrando brechas de capital humano identificadas y dando respuesta a la necesidad específica identificada y mencionada antes. Gracias a la implementación de esta acción de formación se logrará la actualización y formación en nuevos conocimientos y habilidades para elevar las competencias laborales que los trabajadores del sector requieren para asesorar adecuadamente a sus asociados en la aplicación de la ley de emprendimiento, en la estructuración de proyectos de emprendimiento, en el desarrollo de ideas de negocio innovadoras y en las alternativas de financiamiento de las mismas; lo que aumentará el rendimiento productivo y empleabilidad de los trabajadores beneficiarios así como la competitividad de las empresas participantes.

Descripción 4 de 22

2. OBJETIVOS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN:

De acuerdo con el análisis anterior, el propósito de esta acción de formación se refleja en sus objetivos, los cuales evidencian la intencionalidad de la misma, así:
EL QUE: Desarrollar productos y servicios en las instituciones financieras cooperativas que apoyen el desarrollo de proyectos de recuperación empresarial y emprendimiento en las organizaciones del sector solidario.
EL POR QUÉ: Posicionar al cooperativismo como un modelo de negocio valido para hacer emprendimiento.
EL PARA QUÉ: Fomentar la innovación a través del emprendimiento empresarial.
La solución escogida consiste en la formulación de un plan de formación continua especializado que incluye la acción de formación aquí presentada, denominada FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA GESTORES DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO 4.0; lo que permitirá cerrar las brechas de competencia del talento humano que fueron identificadas y pasar del estado actual al estado deseado en donde se alcanza el propósito planteado.
En términos generales aquello que se quiere alcanzar al finalizar la ejecución de esta acción de formación, es la actualización y formación en nuevos conocimientos y habilidades para elevar las competencias laborales que los trabajadores del sector requieren para para asesorar adecuadamente a sus asociados en la aplicación de la ley de emprendimiento, en la estructuración de proyectos de emprendimiento, en el desarrollo de ideas de negocio innovadoras y en las alternativas de financiamiento de las mismas; permitiéndoles aplicar nuevas metodologías y herramientas que aumentaran el rendimiento productivo y empleabilidad de los trabajadores beneficiarios así como la competitividad de las empresas participantes. Esto es coherente con la estrategia de trabajo de ASCOOP, de prestar servicios de asistencia técnica, divulgar la aplicación y practica de los principios del Cooperativismo y promover y fomentar la organización de entidades del sector social y contribuir a su desarrollo.
El alcanzar estos objetivos contribuirá a alcanzar el objetivo general formulado para el proyecto.

Descripción 5 de 22

3. POBLACIÓN BENEFICIARIA DE LAS ACCIONES DE FORMACIÓN:

La población a beneficiar son trabajadores cuya condición se pretende mejorar a través del proyecto con lo cual que se conlleve a incrementar su empleabilidad, el desempeño de sus funciones y la adquisición y/o fortalecimiento de

competencias necesarias para aumentar el rendimiento productivo para beneficio y aumento de la competitividad de ASCOOP y sus organizaciones afiliadas. La siguiente es la caracterización de los mismos:
//Nivel ocupacional//Nivel medio //Áreas // Comercial, Servicio al asociado y asesores integrales y de productos //Cargos de los beneficiarios// Pueden venir de posiciones tales como: Comercial, Servicio al asociado y asesores integrales y de productos //Funciones// Ventas, servicio al cliente, asesoría integral en portafolio de servicios. //Tipo de vinculación laboral//Termino Indefinido //Escolaridad//Pregrado y Posgrado //Posibilidad de acceso a las TIC// SI - Computador y Software.
Relación entre el perfil descrito y el objetivo de la formación: El perfil descrito, tanto en su nivel ocupacional como área de la que proviene y actividades que realiza, está directamente relacionado con los objetivos de esta acción de formación, en la medida en que para que se puedan asesorar adecuadamente a sus asociados en la aplicación de la ley de emprendimiento, en la estructuración de proyectos de emprendimiento, en el desarrollo de ideas de negocio innovadoras y en las alternativas de financiamiento de las mismas; se necesita el concurso de los participantes seleccionados. Esto en atención que esos perfiles están directamente a cargo de liderar o participar en los equipos de trabajo que ejecutan procesos de asesoramiento al cliente y por lo tanto pondrán en práctica de forma inmediata las competencias desarrolladas con la acción de formación.
Con el cierre de las brechas de talento humano identificadas se contribuirá a alcanzar el objetivo general del proyecto.
MIPYMES: Se garantiza la participación de al menos una persona proveniente de una empresa MiPyme, la razón de pertinencia para la empresa y/o sector es que estas mipymes corresponden con entidades relacionadas en el anexo 10 y que cumplen con los requisitos para ser catalogadas como mipymes según el anexo 10. No participa la cadena productiva. Su inclusión se justifica en que son trabajadores que provienen de las empresas relacionadas en el anexo 10.

Descripción 6 de 22

4. CLASIFICACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN POR SECTOR Y SUBSECTOR:

Sector: SERVICIOS
Subsector: TRANSVERSAL
Dentro de estos sectores se encuentran Cooperativas como Fincomercio dedicadas a prestar servicios financieros con los cuales las personas ejecutan sus proyectos de emprendimiento en todos los sectores económicos. En este sentido los sectores guardan pertinencia con:
- Sector salud,
- Sector comercio (comercio al por mayor y detal),
- Sector industria (industria manufacturera, reparación de vehículos y almacenamiento),
- Sector turismo,
- Sector transporte (terrestre, aéreo y fluvial),
- Sector construcción de vivienda,
- Sector educación,
- Sector agro (agrícola, agropecuario, agroindustrial) y,
- Sector economía naranja (artes y patrimonio, industrias culturales, y creaciones funcionales).

Descripción 7 de 22

5. EVENTO DE FORMACIÓN:

Se usará el evento de formación Curso por su pertinencia frente a:
- Perfil de los trabajadores beneficiarios: Para el tipo de perfil seleccionado, las demandas de su puesto de trabajo, el equilibrio entre su vida personal y laboral, así como las características de las funciones que realiza y el nivel ocupacional que ocupa, el evento de formación Curso es el más pertinente para llevar cabo esta acción de formación.
-Requerimientos de las empresas: Las organizaciones asociadas a Ascoop identificaron unas necesidades de formación que se deben satisfacer con la acción de formación a través del cierre de brechas de talento humano identificadas. El Curso es el evento de formación más pertinente para ejecutar dicha acción de formación y lograr dar respuesta a tales necesidades.
- Metodología: Académicamente hablando, se propone el uso de unas actividades pedagógicas y estrategias didácticas que faciliten la transmisión de conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas necesarias para el desarrollo de las competencias identificadas. El evento Curso provee el marco necesario para implementar dichas metodologías de la forma más idónea y pertinente posibles.
- Modalidad de formación: Para esta acción de formación se utilizará la modalidad presencial asistida por tecnologías - PAT y se encontró que el evento de formación es pertinente con esta modalidad ya el marco que da para su ejecución y certificación se ajusta a las características de esta modalidad.
- Unidades Temáticas: Los contenidos detallados y su estructura, orientados a desarrollar las temáticas específicas que darán respuesta a la necesidad de formación planteada para esta acción de formación, se pueden cubrir adecuadamente con este evento de formación Curso, por lo cual es pertinente su uso.

Descripción 8 de 22

6. MODALIDAD DE FORMACIÓN:

Se usará la modalidad de Formación presencial asistida por tecnologías - PAT
Los cambios de hábito provocados por el COVID-19, generaron planes de contingencia efectivos, acorde con las necesidades de los docentes y los estudiantes, en este caso trabajadores del sector cooperativo. Implementamos nuevas estrategias para desarrollar los programas académicos protegiendo la salud y el bienestar de toda la

comunidad. Aprovechamos los beneficios de la tecnología como soporte al proceso formativo presencial, garantizando el contacto directo y sincrónico, simulando las mismas rutinas y la misma interacción como si estuviéramos en el espacio físico. Con este tipo de formación los estudiantes reciben sus clases de manera normal y sincrónica, experimentando las mismas dinámicas.
Como ventaja se suma a este modelo que permite mayor inclusión, mejores oportunidades y la aplicación de las TIC para la formación académica. Se convierte en una herramienta estratégica para llegar a las regiones más apartadas y a la población más vulnerable. También contribuye a una experiencia más enriquecedora gracias al intercambio de ideas, donde los alumnos disponen de mayor tiempo para procesar la información que reciben, reflexionar sobre lo que quieren decir y luego realizar un aporte. Así mismo, los profesores se vuelven más accesibles en el entorno online, con la posibilidad de interactuar con ellos por diferentes canales de comunicación.
La presencialidad asistida por herramientas tecnológicas ofrece a los estudiantes tímidos o más reticentes la oportunidad de participar en discusiones en clase más fácilmente que las sesiones de clase cara a cara, y permite mejorar las competencias digitales en la medida que los estudiantes se benefician de estrategias didácticas basadas en las tecnologías de la información y las comunicaciones.
La formación presencial asistida por tecnologías, mantiene los estándares de calidad de la enseñanza presencial, y permite potenciar las competencias digitales para fortalecer un alto nivel de competitividad en el entorno laboral global. El estudiante asume una actitud de mayor autonomía y responsabilidad frente al desarrollo de las actividades formativas, ejerciendo un control más directo sobre el tiempo, lugar, adaptación y tratamiento de la información, entre otras, requeridas en una sociedad digital. Es independiente del lugar, dado que se produce entre trabajadores y capacitador que pueden encontrarse en ubicaciones físicas diferentes. Esta modalidad de formación implica realizarse de manera sincrónica, por internet y en tiempo real cumpliendo con las características establecidas en el Anexo Nº. 14.

Descripción 9 de 22

7. UNIDADES TEMÁTICAS:

Las unidades temáticas de la acción de formación son pertinentes frente a las necesidades de formación identificadas, para lo cual se proponen los siguientes contenidos detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:

UT I. GESTORES DE DESARROLLO E INICIATIVAS PARA UN EMPRENDIMIENTO 4.0 -4 HORAS
Competencia que se espera adquiera el trabajador: Analizar el portafolio de servicios a la luz de la ley de emprendimiento para fomentar proyectos de recuperación empresarial y emprendimiento en los clientes de las instituciones financieras.
Contenidos detallados:
*Análisis de la ley 2069 de 31 de diciembre de 2020, por medio de la cual se impulsa el emprendimiento en Colombia.
*Desarrollo de competencias de liderazgo emprendedor e innovador para impactar el sistema de valor de la economía con empresas integralmente sostenibles
*Las claves en las que se asienta el emprendimiento como forma de pensar, de hacer y de ser, con especial atención en el trabajo en equipo y la resolución de problemas con el fin de crear un nuevo valor
*El fenómeno emprendedor y la innovación.
UT II. PILARES DEL EMPRENDIMIENTO PARA GARANTIZAR LA GENERACIÓN DE EMPRESAS ESTABLES Y SOSTENIBLES EN UN ENTORNO 4.0.-32 HORAS
Competencia que se espera adquiera el trabajador: Analiza los modelos más utilizados para el desarrollo de emprendimientos para desarrollar productos y servicios en la entidad financiera.
Contenidos detallados:
*Habilidades para establecer la relación con el emprendedor-Modelo DIDPAC
-Deliberar: planificar la estrategia de aproximación.
-Introducir: hacer interrelaciones positiva, generar credibilidad y confianza.
-Diagnosticar: conocer al emprendedor, sus necesidades y su situación actual.
-Acordar: la finalidad y objetivos del proyecto y las acciones a seguir.
-Construir: Posibles alternativas, plan de acompañamiento y apoyo.
-Analizar el papel de la innovación en los nuevos emprendimientos.
*Plan de gestión del talento humano y cultura 4.0
-Contratación
-Gestión del cambio
-Administración del recurso humano
*Plan de Mercadeo para empresas 4.0
-Prototipado de iniciativas
-Desarrollo del producto
-Marketing y ventas
-Presupuesto
*Plan Financiero
-Inversión
-Retorno de la inversión
-Crédito
-Perfil de riesgo
-Tecnologías de información y comercio electrónico
-Evaluación financiera.

*Plan Legal y jurídico
-Requisitos legales para constituir empresas en Colombia
-Aspectos fiscales
-Legislación de operaciones, procesos y medio ambiental.
-Aspectos éticos
*Elaboración del plan de emprendimiento
-Modelo de un plan de emprendimiento
-Estrategias para el acompañamiento y seguimiento de la implementación
-Apoyo y servicios de entidades financieras para los proyectos de emprendimiento.

UT III. COMUNICACIÓN (CORRESPONDIENTE A LAS HABILIDADES TRANSVERSALES DEL SIGLO 21)-4 HORAS
Competencia que se espera adquiera el trabajador: Reflexiona sobre los determinantes de una comunicación efectiva al diseñar modelos para levantar los requerimientos de los clientes.
Contenidos detallados:
*Técnicas para saber escuchar
*Técnicas para saber preguntar.
*Técnicas para cuestionar.
*Técnicas para mejorar la fluidez verbal.
*La influencia de la comunicación en la creatividad y la innovación.
Las anteriores unidades temáticas fomentan la apropiación de conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas necesarias para el cierre de las brechas de talento humano identificadas, por lo cual dan respuesta de manera idónea a las necesidades de formación identificadas.

Descripción 10 de 22

Continuación... UNIDADES TEMÁTICAS:

N/A

Descripción 11 de 22

8. METODOLOGÍA:

Para el desarrollo exitoso de esta Acción de Formación, se trabaja bajo la metodología teórico-práctica, sustentada en la experimentación-acción y alineado con la modalidad PAT. Las clases bajo la modalidad PAT, se hacen muy participativas y se generan espacios que apoyan el desarrollo de las competencias, mediante la combinación de conocimiento con ejercicios, talleres y análisis de casos, que le permite al participante interiorizar las técnicas aprendidas mediante la práctica, en un ambiente de alta participación.
La utilización del aprendizaje experiencial y la investigación activa, provocan a los asistentes la experimentación de situaciones nuevas de tal modo que afectan su aprendizaje, permitiéndoles relacionar lo aprendido con todo lo que ya conocen y suelen utilizar en su día a día, garantizando como resultado una claridad y aplicación de los temas vistos en el contexto real de su cargo, logrando altos estándares de mejoramiento y por tanto de productividad en la organización.
Las herramientas metodológicas comprenden la presentación de elementos conceptuales para cada uno de los temas que componen las unidades temáticas, y la práctica está dada por actividades interactivas, con las cuales se busca que el estudiante mire diferentes alternativas, administre los recursos existentes, analice y use la información para aplicarla a casos relacionados con situaciones su propio entorno laboral.
La metodología propuesta guarda coherencia con la modalidad de formación PAT, pues las actividades pedagógicas y estrategias didácticas a utilizar están diseñadas para ejecutarse en ambientes en que trabajadores y capacitador se encuentran en ubicaciones físicas diferentes conectados al mismo tiempo en un salón de clase virtual.
Las actividades pedagógicas, estrategias didácticas y modelo de aprendizaje aquí indicadas son las más adecuadas para lograr el cierre de brechas de capital humano identificadas y fueron seleccionadas teniendo en cuenta las necesidades de formación y las características de los trabajadores beneficiarios.
A continuación, se detallan las mismas por unidad temática:
UT I. GESTORES DE DESARROLLO E INICIATIVAS PARA UN EMPRENDIMIENTO 4.0-4 HORAS

Estrategias didácticas: La utilización del aprendizaje experiencial centrado en el alumno y la investigación activa, provocan a los asistentes la experimentación de situaciones nuevas de tal modo que afectan su aprendizaje, permitiéndoles relacionar lo aprendido con todo lo que ya conocen y suelen utilizar en su día a día, garantizando como resultado una claridad y aplicación de los temas vistos en el contexto real de su cargo, logrando altos estándares de mejoramiento y por tanto de productividad en la organización.
Actividades pedagógicas: - Talleres. Se desarrollan en la clase y se utiliza la retroalimentación para el mejoramiento.

Descripción 12 de 22

Continuación... METODOLOGÍA:

UT II. PILARES DEL EMPRENDIMIENTO PARA GARANTIZAR LA GENERACIÓN DE EMPRESAS ESTABLES Y SOSTENIBLES EN UN ENTORNO 4.0.-32 HORAS
Estrategias didácticas: La utilización del aprendizaje experiencial centrado en el alumno y la investigación activa, provocan a los asistentes la experimentación de situaciones nuevas de tal modo que afectan su aprendizaje, permitiéndoles relacionar lo aprendido con todo lo que ya conocen y suelen utilizar en su día a día, garantizando como

resultado una claridad y aplicación de los temas vistos en el contexto real de su cargo, logrando altos estándares de mejoramiento y por tanto de productividad en la organización.
Actividades pedagógicas: - Diseño de planes de acción en los que el participante a partir de lo aprendido propone actividades puntuales para generar cambios en la forma de hacer las cosas en su lugar de trabajo.
UT III. COMUNICACIÓN (CORRESPONDIENTE A LAS HABILIDADES TRANSVERSALES DEL SIGLO 21)-4 HORAS
Estrategias didácticas: La utilización del aprendizaje experiencial centrado en el alumno y la investigación activa, provocan a los asistentes la experimentación de situaciones nuevas de tal modo que afectan su aprendizaje, permitiéndoles relacionar lo aprendido con todo lo que ya conocen y suelen utilizar en su día a día, garantizando como resultado una claridad y aplicación de los temas vistos en el contexto real de su cargo, logrando altos estándares de mejoramiento y por tanto de productividad en la organización.
Actividades pedagógicas: - Análisis de casos. Ejercicio académico desarrollado por grupos en la clase. El contenido de los casos se construye con información suministrada por los participantes. Los análisis se comparten en plenaria para optar por la mejor solución aplicable a las empresas.

Descripción 13 de 22

9. MATERIAL DE FORMACIÓN:

A cada participante se le entrega el material de forma electrónica y es un complemento didáctico importante para que el estudiante obtenga información adicional, para resolver problemas, es excelente para la representación de conceptos abstractos y densos, razonamiento lógico y argumentación, también permite entregar los contenidos de manera lógica y secuencial, con lecturas que apoyan el aprendizaje, talleres y ejercicios prácticos para su aplicación.
El material facilita la adquisición del conocimiento, para fortalecerse en los principales retos que enfrentarán los beneficiarios en el proceso de acompañamiento para la creación, puesta en marcha y fortalecimiento de las iniciativas de sus asociados, a través de procesos innovadores que generan valor empresarial y aprovechando las oportunidades del contexto, para fomentar el desarrollo, el crecimiento y la competitividad.
El material descrito cumple la normatividad vigente en cuanto a propiedad intelectual y lo establecido en la Resolución de Tarifas. El material de formación corresponde a una producción reciente de menos de 2 años.
Durante las sesiones de clase, los profesores entregaran recursos didácticos como apoyo a la formación: diapositivas, imágenes, videos, guías de actividades, pero estos recursos no reemplazan el material de formación.
Se hará uso de correo electrónico y sus herramientas, con el fin de que los beneficiarios tengan acceso a la información requerida en el desarrollo de la acción de formación.
El material propuesto es pertinente en relación con:
- Los objetivos definidos para esta acción de formación: El contenido del material permite al estudiante reforzar los temas tratados por el docente y puede usarlo como referencia cuando o requiera en el contexto propio de su trabajo por lo que facilita y apoya al beneficiario en la consecución de los objetivos propuestos.
- Las unidades temáticas que la componen: El material de formación brinda contenidos correspondientes a todas las unidades temáticas abordadas en desarrollo de la acción de formación, sirviendo de guía al estudiante (Hoja de ruta) de la ejecución de la acción de formación.
- Metodologia de formación: El material de formación está alineado con los principios metodologicos de esta acción, dando soporte adecuado a las actividades pedagogicas que se llevarán a cabo.
- El perfil de los beneficiarios: La forma como está estructurado el material, su forma de consulta y leguaje utilizado para su construcción se ajusta al perfil de los beneficiarios participantes, por lo que facilitará el proceso de aprendizaje de los mismos.
El material de formación está metodológicamente estructurado y se justifica el contenido del mismo pues su utilización facilitará la trasferencia de conocimientos a los beneficiarios y permitirá reforzar los temas vistos en clase. El contenido incluye, entre otros los siguientes temas:
GESTORES DE DESARROLLO E INICIATIVAS PARA UN EMPRENDIMIENTO
PILARES DEL EMPRENDIMIENTO PARA GARANTIZAR LA GENERACIÓN DE EMPRESAS ESTABLES Y SOSTENIBLES EN UN ENTORNO 4.0
FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

Descripción 14 de 22

10. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS:

Una vez ejecutada la acción de formación los beneficiarios alcanzarán los resultados de aprendizaje aquí indicados, los cuales son evidencia del aprendizaje del trabajador y de su aplicación en el puesto de trabajo. Dichos resultados están alineados con los objetivos de la acción de formación en la medida en qué permiten medir de forma objetiva si el trabajador alcanzó el propósito de la acción de formación en sus dimensiones del qué, el por qué y el para qué. Dichos resultados, además están alineados con el perfil del trabajador en la medida en que deberían ser alcanzados por los mismos una vez adelanten la acción de formación.
A continuación se listan los resultados, los cuales son observables, evaluables y factibles de alcanzar por parte de los trabajadores participantes (Acordes con su perfil):
- R1 Sintetiza los componentes que afectan al sector de la economía solidaria en la ley 2069 de 31 de diciembre de 2020 de emprendimiento - DESEMPEÑO DEL TRABAJADOR
- R2 Propone productos y servicios que se apalanquen en los beneficios de la ley 2069 de 31 de diciembre de 2020 de emprendimiento - PRODUCTIVIDAD
- R3 Diseña estrategias para fomentar el apoyo a proyectos de emprendimiento cooperativo en los clientes- COMPETITIVIDAD
- R4 Argumenta los componentes que debe tener un plan de emprendimiento - PRODUCTIVIDAD.

- R5 Propone indicadores para medir la efectividad en el levantamiento de requerimientos de servicios por parte de los clientes - COMPETITIVIDAD
Se aclara que todos los resultados antes indicados están alineados con los objetivos de la acción de formación.

Los impactos sobre la productividad de las empresas asociadas a Ascoop, fruto del cierre de brechas de talento humano de esta acción de formación, están relacionados con factores internos como el mejoramiento de los procesos internos comerciales y la eficiencia con los que se se ejecutan.
Los impactos sobre la competitividad de las empresas asociadas a Ascoop, fruto del cierre de brechas de talento humano de esta acción de formación, están relacionados con factores internos como el mejor conocimiento del cliente y de sus necesidades, y factores externos como mayor disponibilidad de servicios financieros, establecimiento de una cultura emprendedora y aumento del talento humano con competencias acordes a lo que requiere la industria.

Descripción 15 de 22

11. EVALUACIÓN DE APRENDIZAJE:

El modelo propuesto para la evaluación es el siguiente:
Mecanismos de seguimiento:
- Evaluación de conocimientos. Para ello se elaboran exámenes que de manera individual debe responder cada participante. Se aplicará el Indicador tasa de incremento del conocimiento de acuerdo a lo indicado en el pliego de condiciones de la convocatoria y sus anexos.
- Diseño de planes de acción en los que el participante a partir de lo aprendido propone actividades puntuales para generar cambios en la forma de hacer las cosas en su lugar de trabajo.
- Análisis de casos. Ejercicio académico desarrollado por grupos en la clase. El contenido de los casos se construye con información suministrada por los participantes. Los análisis se comparten en plenaria para optar por la mejor solución aplicable a las empresas.
- Talleres. Se desarrollan en la clase y se utiliza la retroalimentación para el mejoramiento.
El sistema de control propuesto incluye:
- Asistencia y certificación. Asistir a 85% de horas programadas otorga la Certificación..
- Medición de Conocimiento (Indicador tasa de incremento del conocimiento). Se aplicará el Indicador tasa de incremento del conocimiento.
-Satisfacción: Se aplicará un instrumento de evaluación de satisfacción de acuerdo a los parámetros provistos por el SENA.
La evaluación de aprendizaje propuesta permite la verificación del cumplimiento de los objetivos definidos y de los resultados esperados, por tanto, se aplicarán criterios de evaluación que serán parámetros de referencia del proceso evaluativo, tales como:
- Identifica las fuentes de financiamiento y aseguramiento derivadas de la ley de financiamiento -Se relaciona con el resultado R1
- Propone atributos de producto para impulsar el emprendimiento cooperativo - Se relaciona con el resultado R2
- Propone atributos de producto para valorar el grado de innovación de los emprendimientos propuestos por los clientes - Se relaciona con el resultado R2
- Articula las expectativas de colocación de recursos de la entidad financiera con las necesidades de financiamiento para emprendimiento de los clientes - Se relaciona con el resultado R3
- Enumera los componentes del plan de mercadeo de un proyecto de emprendimiento. Se relaciona con el resultado R4
- Analiza los procesos de comunicación con los clientes para encontrar variables a monitorear para garantizar una comunicación efectiva - Se relaciona con el resultado R
En el mediano plazo, el impacto de la productividad se podrá medir a través de indicadores como solicitudes de servicios de financiamiento para emprendimiento, numero de emprendimientos atendidos por unidad de tiempo.
En el mediano plazo, el impacto de la competitividad se podrá medir a través de indicadores como aumento de la participación del mercado, empleados con brechas de talento humano gestionadas, aumento en el numero de emprendimientos dentro del sector de la economía solidaria y disponibilidad de servicios de financiación para nuevos emprendimientos.

Descripción 16 de 22

12. AMBIENTE DE APRENDIZAJE:

El tipo de ambiente seleccionado es el de Aula virtual, la cual será sincrónica para cumplir con lo requerido por la modalidad Presencial asistida por tecnología -PAT.
Se utilizará la plataforma Zoom para la educación. Las características de esta herramienta tecnológica a utilizar son:
- Permite administrar las clases con salas de espera, diagrama de asientos virtuales personalizable, fijación de varios participantes y destacado de varios participantes, y otras características que le ayudan a administrar la clase en línea
- Permite aumentar la participación con contenido compartido con un solo clic, anotaciones, pizarra digital, salas para subgrupos pequeños, encuestas, reacciones y modo de música de alta fidelidad fomentan la participación y el compromiso del alumnado.
- Permite grabar las clases.
- Permite a los asistentes unirse de forma sincrónica desde cualquier lugar, desde cualquier dispositivo.
De acuerdo con la descripción anterior, se justifica el ambiente de aprendizaje en el cual se desarrollará la acción de formación frente al valor del rubro solicitado en presupuesto del proyecto por cuanto garantiza las condiciones para adelantar adecuadamente la formación. El ambiente de aprendizaje guarda coherencia con:

- El evento de formación: El evento Curso es coherente con el ambiente de aprendizaje ya que el aula virtual sincrónica permite su ejecución a través de las sesiones que posibilita adelantar.
- Modalidad de formación: La modalidad Presencial asistida por tecnología -PAT es coherente con el ambiente de aprendizaje ya que el aula virtual sincrónica se acomoda a los requerimientos de realizar las sesiones de forma sincrónica, por internet y en tiempo real en donde los trabajadores y capacitador pueden encontrarse en ubicaciones físicas diferentes.
- Metodología: El aula virtual sincrónica permite la ejecución de la estrategia metodológica planeada y la realización de las actividades pedagógicas asociadas a la misma.
- Población beneficiaria: Los beneficiarios en atención a su perfil son competentes para usar el ambiente de aprendizaje seleccionado y disponen de la infraestructura para hacerlo. ?

Descripción 17 de 22

13. CARACTERÍSTICAS DE LA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA O PLATAFORMA VIRTUAL:

Las siguientes son las características de la herramienta tecnológica propuesta, la cual cumple con los requisitos del anexo 14:
Se utilizará la plataforma Zoom para la educación. Las características de esta herramienta tecnológica a utilizar son, entre otras:
- Permite administrar las clases con salas de espera, diagrama de asientos virtuales personalizable, fijación de varios participantes y destacado de varios participantes, y otras características que le ayudan a administrar la clase en línea
- Permite aumentar la participación con contenido compartido con un solo clic, anotaciones, pizarra digital, salas para subgrupos pequeños, encuestas, reacciones y modo de música de alta fidelidad fomentan la participación y el compromiso del alumnado.
- Permite grabar las clases.
- Permite a los asistentes unirse de forma sincrónica desde cualquier lugar, desde cualquier dispositivo.
Para las sesiones sincrónicas permite:
- Herramientas de colaboración integradas: Múltiples participantes pueden compartir sus pantallas de manera simultánea y realizar anotaciones colaborativas para lograr una reunión más interactiva.
- Reunirse de manera segura. Cifrado para todas las reuniones, seguridad del usuario basada en roles, protección con contraseña, salas de espera y la posibilidad de poner al participante en espera.
- Grabaciones y transcripciones. Graba las reuniones de manera local o en la nube.
- Chat en equipo: Chats grupales, historial consultable, intercambio de archivos integrado.

Descripción 18 de 22

14. LUGAR DE EJECUCIÓN:

Un grupo en total. Grupo 1 en las ciudades de Bogotá (Bogotá) e Ibagué (Tolima).

Nota 1. Se justifica dictar acciones de formación en los municipios y departamentos aquí relacionados en atención a que las empresas afiliadas a ASCOOP, como Fincomercio, tienen domicilio o puntos de atención en tales ciudades, y por tanto cuentan con trabajadores en las mismas que deben ser beneficiados con la acción de formación para solucionar la necesidad identificada. Ascoop tiene domicilio en la ciudad de Bogotá.

Descripción 19 de 22

Continuación... LUGAR DE EJECUCIÓN:

N/A

Descripción 20 de 22

15. CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

UNIDADES TEMATICAS I, II:
DOCENTES:1
NÚMERO DE HORAS: 36
FORMACIÓN PROFESIONAL
Docente con título profesional y título de postgrado a nivel de MAESTRÍA, en cualquiera de las siguientes áreas del conocimiento: Economía, Administración, Contaduría y afines, Ingenierías, Ciencias de la Educación, Ciencias Ambientales, Sociales y Humanas que cuente con las competencias técnicas establecidas en cada Unidad Temática, las cuales están asociadas a las habilidades y aplicación de conocimientos específicos de la materia a abordar, permiten al docente un amplio manejo del tema, así como profundizar en aspectos propios de la temática a impartir desde su conocimiento y especialidad disciplinar. En estas competencias reflejan además del saber del docente, su actualización permanente y la experiencia en el campo que enseña. Así mismo, deberá contar con las competencias transversales: Tecnológicas, Pedagógicas y Actitudinales definidas en el perfil.

EXPERIENCIA RELACIONADA
Experiencia académica como docente y/o capacitador y/o formador en programas de pregrado, educación continua, posgrados y/o maestrías de mínimo un (1) año.
Deberá acreditar experiencia laboral relacionada adquirida en el ejercicio de actividades afines a la formación que va a

impartir, en entidades del sector público y/o privado, desempeñando cargos directivos y/o estratégicos relacionados con funciones y responsabilidades en torno a alguno(s) de los siguientes temas: desarrollo de organizaciones productivas, competitivas y rentables, planeación estratégica, responsabilidad social empresarial, sostenibilidad, cadena de valor y construcción de indicadores de gestión, y uso de recursos como balance Scorecard, mapas estratégicos y modelo canvas.
COMPETENCIAS TÉCNICAS
UT I:
* Conocimiento de la normatividad del emprendimiento en Colombia.
* Uso de estrategias para fomentar emprendimiento y la innovación. Manejo de herramientas que desarrollen las competencias de liderazgo emprendedor.
UT II:
* Diseño de planes que impulsen el emprendimiento para garantizar la generación de empresas estables y sostenibles en un entorno 4.0 .
* Diseño de planes de gestión por áreas especificas para implementar proyectos de emprendimiento .
* Manejo de herramientas para establecer la relación con el emprendedor-Modelo DIDPAC.
COMPETENCIAS TECNOLÓGICAS
*Buen manejo de herramientas Office (Word, Excel, Power Point).
*Uso de entornos virtuales de enseñanza y de aprendizaje: libres y con licencia. (Entornos virtuales de aprendizaje (EVA)
*Diseño de materiales educativos en la virtualidad.
Competencias y prácticas de tutoría virtual
*Estrategias de intervención pedagógica en foros.
* Utilización de recursos didáctico tecnológicos
COMPETENCIAS PEDAGÓGICAS
*Planificación de los eventos de formación.
*Diseño/aplicación de herramientas didácticas de enseñanza expresión oral y capacidad para dar a entender sus ideas, teorías y conceptos
* Accesible para resolver dudas.
COMPETENCIAS ACTITUDINALES
*Liderazgo
*Iniciativa
*Pensamiento Creativo
*Orientación a los resultados *Capacidad de análisis y toma de decisiones.

Descripción 21 de 22

Continuación... CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

UNIDAD TEMATICA III:
DOCENTES:1
NÚMERO DE HORAS: 4
FORMACIÓN PROFESIONAL
Docente con título profesional y título de postgrado a nivel de MAESTRÍA, en cualquiera de las siguientes áreas del conocimiento: Economía, Administración, Contaduría y afines, Ingenierías, Ciencias de la Educación, Ciencias Ambientales, Sociales y Humanas que cuente con las competencias técnicas establecidas en cada Unidad Temática, las cuales están asociadas a las habilidades y aplicación de conocimientos específicos de la materia a abordar, permiten al docente un amplio manejo del tema, así como profundizar en aspectos propios de la temática a impartir desde su conocimiento y especialidad disciplinar. En estas competencias reflejan además del saber del docente, su actualización permanente y la experiencia en el campo que enseña. Así mismo, deberá contar con las competencias transversales: Tecnológicas, Pedagógicas y Actitudinales definidas en el perfil.
EXPERIENCIA RELACIONADA
Experiencia académica como docente y/o capacitador y/o formador en programas de pregrado, educación continua, posgrados y/o maestrías de mínimo un (1) año.
Deberá acreditar experiencia laboral relacionada adquirida en el ejercicio de actividades afines a la formación que va a impartir, en entidades del sector público y/o privado, desempeñando cargos directivos y/o estratégicos relacionados con funciones y responsabilidades en torno a alguno(s) de los siguientes temas: desarrollo de organizaciones productivas, competitivas y rentables, planeación estratégica, responsabilidad social empresarial, sostenibilidad, cadena de valor y construcción de indicadores de gestión, y uso de recursos como balance Scorecard , mapas estratégicos y modelo canvas.
COMPETENCIAS TÉCNICAS
* Conocimientos, pautas y herramientas, para el manejo estratégico de destrezas comunicativas, mediante el uso de recursos vocales, discursivos y visuales.
COMPETENCIAS TECNOLÓGICAS
*Buen manejo de herramientas Office (Word, Excel, Power Point).
*Uso de entornos virtuales de enseñanza y de aprendizaje: libres y con licencia. (Entornos virtuales de aprendizaje (EVA)
*Diseño de materiales educativos en la virtualidad.
Competencias y prácticas de tutoría virtual
*Estrategias de intervención pedagógica en foros.
* Utilización de recursos didáctico tecnológicos.

COMPETENCIAS PEDAGÓGICAS
*Planificación de los eventos de formación. *Diseño/aplicación de herramientas didácticas de enseñanza expresión oral y capacidad para dar a entender sus ideas, teorías y conceptos
* Accesible para resolver dudas.
COMPETENCIAS ACTITUDINALES
*Liderazgo
*Iniciativa
*Pensamiento Creativo
*Orientación a los resultados *Capacidad de análisis y toma de decisiones.

Descripción 22 de 22

16. CAPACITADOR PERSONA JURÍDICA:

La entidad de formación seleccionada para el adelantamiento de esta acción de formación es el Colegio de Estudios Superiores de Administración CESA. Con domicilio en Bogotá D.C., en su objeto social es una institución de educación superior PRIVADA, de utilidad común, sin ánimo de lucro y su carácter académico es el de Institución Universitaria, con personería jurídica reconocida mediante resolución número 5157 de 1975-08-29, expedida por el Ministerio de Educación Nacional en el año de 1975 y cumple con lo establecido en el Articulo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995.
Ofrece a nivel de pregrado el Programa de Administración de Empresas, registrado en el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior con el código 1770 y acreditado por el Ministerio de Educación Nacional como de alta calidad, mediante la Resolución 569 del 1.° de marzo de 2004, reafirmada mediante la Resolución 5320 10 de septiembre de 2007 y la Resolución 12455 del 29 de diciembre de 2011, esta última otorgada por seis años. A nivel de Posgrado, ofrece la Especialización en Finanzas Corporativas y la Especialización en Mercadeo Estratégico. También cuenta con la Maestría en Finanzas Corporativas, y ofrece la Maestría en Administración (MBA) Internacional en convenio de doble titulación internacional con Sprott School of Business, de Carleton University, Canadá. También cuenta con un área de formación ejecutiva con programas de formación continua cuidadosamente diseñados por expertos, combinan en su construcción competencias avanzadas, experiencia, técnica empresarial y metodologías innovadoras. CESA tiene más de 10 años de experiencia adelantando formación presencial y más de 5 años adelantando formación virtual y cuenta con las licencias y permisos de funcionamiento exigidos por ley para la realización de la acción de formación aquí presentada. Esta experiencia incluye la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas a entidades públicas o privadas. Esta experiencia se acredita en el periodo comprendido entre los años 2010 a 2021.
CESA ha adelantado durante muchos años acciones de formación en el programa de formación continua especializada del SENA con excelentes resultados por lo que es una entidad idónea para adelantar la acción de formación propuesta, cuyos temas se alinean con las líneas de formación de esta Universidad. ?

PERFILES 1 (Total: 2)

Acción de Formación

Formación Académica	Experiencia Relacionada	Años Experiencia Relacionada	Experiencia Específica	Años Experiencia Específica	Clasificación
UNIDADES TEMATICAS I, II: Docente con título profesional y título de postgrado a nivel de MAESTRÍA, en cualquiera de las siguientes áreas del conocimiento: Economía, Administración, Contaduría y afines, Ingenierías, Ciencias de la Educación, Ciencias Ambientales, Sociales y Humanas que cuente con las competencias técnicas	Experiencia académica como docente y/o capacitador y/o formador en programas de pregrado, educación continua, posgrados y/o maestrías de mínimo un (1) año. Deberá acreditar experiencia laboral relacionada adquirida en el ejercicio de actividades afines a la formación que va a impartir, en entidades del sector público y/o privado,	3	N/A	0	CAPACITADOR NACIONAL

establecidas en cada Unidad Temática, las cuales están asociadas a las habilidades y aplicación de conocimientos específicos de la materia a abordar, permiten al docente un amplio manejo del tema, así como profundizar en aspectos propios de la temática a impartir desde su conocimiento y especialidad disciplinar. En estas competencias reflejan además del saber del docente, su actualización permanente y la experiencia en el campo que enseña. Así mismo, deberá contar con las competencias transversales: Tecnológicas, Pedagógicas y Actitudinales definidas en el perfil.	desempeñando cargos directivos y/o estratégicos relacionados con funciones y responsabilidades en torno a alguno(s) de los siguientes temas: desarrollo de organizaciones productivas, competitivas y rentables, planeación estratégica, responsabilidad social empresarial, sostenibilidad, cadena de valor y construcción de indicadores de gestión, y uso de recursos como balance Scorecard, mapas estratégicos y modelo canvas.				
UNIDAD TEMATICA III: Docente con título profesional y título de postgrado a nivel de MAESTRÍA, en cualquiera de las siguientes áreas del conocimiento: Economía, Administración, Contaduría y afines, Ingenierías, Ciencias de la Educación, Ciencias Ambientales, Sociales y Humanas que cuente con las competencias técnicas establecidas en cada Unidad Temática, las cuales están asociadas a las habilidades y	Experiencia académica como docente y/o capacitador y/o formador en programas de pregrado, educación continua, posgrados y/o maestrías de mínimo un (1) año. Deberá acreditar experiencia laboral relacionada adquirida en el ejercicio de actividades afines a la formación que va a impartir, en entidades del sector público y/o privado, desempeñando cargos directivos y/o estratégicos relacionados con funciones y responsabilidades	3	N/A	0	CAPACITADOR NACIONAL

aplicación de conocimientos específicos de la materia a abordar, permiten al docente un amplio manejo del tema, así como profundizar en aspectos propios de la temática a impartir desde su conocimiento y especialidad disciplinar. En estas competencias reflejan además del saber del docente, su actualización permanente y la experiencia en el campo que enseña. Así mismo, deberá contar con las competencias transversales: Tecnológicas, Pedagógicas y Actitudinales definidas en el perfil.	en torno a alguno(s) de los siguientes temas: desarrollo de organizaciones productivas, competitivas y rentables, planeación estratégica, responsabilidad social empresarial, sostenibilidad, cadena de valor y construcción de indicadores de gestión, y uso de recursos como balance Scorecard , mapas estratégicos y modelo canvas.				

Presupuesto de la Acción de Formación c.FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA GESTORES DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO 4.0 (Total: 4)

Acción de Formación

Rubro	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
				Especie - %		Dinero - %		
R01.1.4 Honor. Cap. Nal. Maestria Exp 3 años	HONORARIOS DOCENTE NACIONAL MAESTRÍA	10,410,000	77.23	0	0	3,070,000	22.77	13,480,000
R06.2.1 Plataforma	PLATAFORMA PARA EL DESARROLLO DE (PAT)	6,600	75	0	0	2,200	25	8,800
R08 Gastos de Operación del Proyecto	Gastos Operación	1,157,397	75	0	0	385,799	25	1,543,196
R10.2 Garantías	PÓLIZAS DE SEGURO REQUERIDAS PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	0	0	0	0	400,000	100	400,000
		11,573,997	75.0	0	0.0	3,857,999	25.0	15,431,996

Resumen por rubros de la Acción de Aprendizaje (Total: 4)

Acción de Formación

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R01.1.4 Honor. Cap. Nal. Maestria Exp 3 años	10410000	77.23%	0	0%	3,070,000	22.77%	13,480,000
Totales	11,573,997	75.00	0	0.00	3,857,999	25.00	15,431,996

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R06.2.1 Plataforma	6600	75%	0	0%	2,200	25%	8,800
R08 Gastos de Operación del Proyecto	1157397	75%	0	0%	385,799	25%	1,543,196
R10.2 Garantías	0	0%	0	0%	400,000	100%	400,000
Totales	11,573,997	75.00	0	0.00	3,857,999	25.00	15,431,996

Cobertura geográfica de la Acción de Formación c.FORTALECIMIENTO DE COMPETENCIAS PARA GESTORES DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO 4.0 (Total: 2)

Acción de Formación

Ciudad - Región	Porcentaje
IBAGUE - TOLIMA	3.3
BOGOTA - DISTRITO CAPITAL	96.7

ACCIÓN DE FORMACIÓN 4 DE 8

d.DESARROLLO DE HABILIDADES PARA GENERAR EXPERIENCIAS DIGITALES EN EL OMNICHANNEL SHOPPER

Generalidades de la acción | Entidades de la acción | Descripciones | Perfil | Presupuesto | Resumen por rubros | Cobertura Geográfica
Ir al menú del proyecto

Generalidades de la Acción de Formación d.DESARROLLO DE HABILIDADES PARA GENERAR EXPERIENCIAS DIGITALES EN EL OMNICHANNEL SHOPPER

Acción de Formación

Norma de competencia	
Número de beneficiarios	500
Beneficiarios empresa	500
Beneficiarios SENA	0
Perfil beneficiarios	Nivel Operativo. Área: Puntos de venta y atención al cliente
Número de grupos	5
Número de días x grupo	10

Horas de la Acción de Formación

Horas teóricas presenciales por grupo	0	**Horas prácticas presenciales por grupo**	0	**Total horas presenciales por grupo**	0
Horas teóricas virtuales por grupo	16	**Horas prácticas virtuales por grupo**	24	**Total horas virtuales por grupo**	40
Horas teóricas combinadas por grupo	0	**Horas prácticas combinadas por grupo**	0	**Total horas combinadas por grupo**	0
				Total de horas grupo	40
				Total de horas acción	200

Entidades de la Acción de Formación d.DESARROLLO DE HABILIDADES

Acción de Formación

PARA GENERAR EXPERIENCIAS DIGITALES EN EL OMNICHANNEL SHOPPER (Total: 1)

Nombre de la entidad	Papel
ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE COOPERATIVAS ASCOOP	PROPONENTE

Descripciones de la Acción de Formación d.DESARROLLO DE HABILIDADES PARA GENERAR EXPERIENCIAS DIGITALES EN EL OMNICHANNEL SHOPPER (Total: 22)

Acción de Formación

Descripción 1 de 22

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

NECESIDAD DE FORMACIÓN, CAUSAS Y EFECTOS.
ASCOOP llevó a cabo la recopilación, análisis e interpretación de manera ordenada y sistemática de información tanto cualitativa y cuantitativa pertinentes para determinar las necesidades de formación requeridas por el gremio, específicamente dentro de la industria de retail en la que se centra esta acción de formación. Dentro de la información cuantitativa analizada se encuentra la siguiente:
- El personal ocupado en forma directa en el sector comercial fue 575.706 en promedio en el año 2019. De este total, 279.911 fueron ocupados por el comercio minorista con una participación de 48,6%, 241.705 por el mayorista con una participación de 42,0% y 54.090 por las comercializadoras de vehículos, motocicletas, partes y piezas con una participación de 9,4%. (Encuesta anual de comercio (EAC), 2019, DANE).
- En el año 2019, las ventas del comercio al por menor realizadas en las empresas estudiadas, ascendieron a $104,5 billones, equivalentes a 35,3% de las ventas totales del comercio (Encuesta anual de comercio (EAC), 2019, DANE). Si bien entre 2018 y 2019 se presentó una variación positiva, la pandemia en 2020 generó afectaciones en el sector retail.
- Un informe publicado por Research, Consulting & Valuation de JLL indicó que en "Colombia el comercio electrónico ha ganado terreno y las ventas crecen exponencialmente, pasando de USD471 a USD5.207 millones de 2013 a 2019, respectivamente, mientras que la participación de las transacciones digitales en el PIB se cuadriplicó en cinco años pasando de 2,3% en 2013 a 8.5% en 2018. Las medidas para contener el COVID-19 dispararon la adopción de nuevas modalidades de compra y los retailers se vieron obligados a transformar sus modelos de negocio y a priorizar el desarrollo de estrategias digitales que permitan responder a la creciente demanda de pedidos en línea" (Portafolio, Covid aceleró la transformación del comercio minorista, Ago 2020).
Por su parte la información cualitativa abarcó entre otras el análisis de los resultados de entrevistas abiertas aplicadas a funcionarios de nivel medio y altos directivos sobre el estado de sus procesos a cargo, oportunidades de mejora y metas e indicadores guía. Adicionalmente se documentaron resultados de ejercicios de observación y vigilancia de ejecución de procesos misionales. También se analizaron los resultados de las entrevistas aplicadas a trabajadores participantes del proceso de formación continua adelantado en el año 2019. Adicionalmente se analizaron las opiniones de expertos sobre tendencias en el negocio; al respecto la firma consultora Accenture frente al COVID postula que "La pandemia ha cambiado fundamentalmente el mundo tal como lo conocemos. Las personas viven de manera diferente, compran de manera diferente y, en muchos sentidos, piensan de manera diferente... los consumidores no están cómodos visitando lugares públicos, Los minoristas también deben priorizar la inversión en experiencias y servicios digitales y aprovechar nuevas ocasiones sociales en el hogar."(Accenture, How will COVID-19 change the retail consumer? 2020).

Gracias al proceso adelantado por ASCOOP, el cual se expresa en detalle en las generalidades, y al uso de información cualitativa y cuantitativa proveniente del análisis de sector, situación de entidades asociadas al gremio, demandas del sector y prospectiva, y diagnóstico de los trabajadores; se identificó la siguiente necesidad de formación específica: "Adecuar la gestión de los canales digitales y presenciales de los establecimientos de comercio minorista a los cambios en el comportamiento del consumidor producto de la pandemia, para maximizar su experiencia de servicio"

Descripción 2 de 22

Continuación... DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

Dentro del diagnóstico efectuado se aprecia que dicha necesidad es un paso siguiente en la necesidad abordada dentro del análisis llevado a cabo en el año 2020, y que constituye un siguiente paso en la construcción de competencias que se viene realizando por parte ASCOOP. Por lo anterior, dentro del análisis efectuado y la revisión de los resultados obtenidos, se priorizó esta necesidad ya que es importante que el cierre de brechas de capital humano identificadas continúe y complemente la intervención realizada en el año 2020.
Esta necesidad es originada por estas causas: -)Los puntos de venta no se adecuan oportunamente a las necesidades cambiantes del consumidor en el escenario pandemia y postpandemia, -)No se planea la convergencia de experiencias para el cliente en los canales de atención presenciales y virtuales. -)La propuesta de valor no se comunica adecuadamente; -)Las estrategias de relacionamiento no tienen en cuenta los problemas de surtido

derivados de las afectaciones en la cadena de suministro por cuenta de la pandemia.
Esta necesidad genera los siguientes efectos: -)Los canales digitales no complementan los canales de atención presencial, -)Los clientes no se sienten cómodos en las interacciones presenciales y digitales con los comercios. -) El comercio al por menor en la economía solidaria pierde participación en el mercado. -) La lealtad del cliente se pierde.
Esta necesidad contribuye a la existencia de la necesidad general identificada en las generalidades del proyecto, la cual es "Potenciar el impacto del cooperativismo en la reactivación económica del país en medio de la pandemia, mediante la promoción del emprendimiento, el fortalecimiento de la gestión comercial y la recuperación del bienestar emocional de los trabajadores"
JUSTIFICACIÓN DEL ENFOQUE DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN HACIA DESARROLLO PRODUCTIVO Y/O COMPETITIVIDAD
El Sistema Nacional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCCTeI) se encarga en el país de todos los temas relacionados con la política de competitividad, productividad e innovación, incluyendo el cuerpo de normas y organismos e instituciones con responsabilidad directa en estos aspectos. La correspondencia con tal sistema permite evidencias el enfoque de la acción de formación hacia competitividad así:
-El CONPES 3439 establece que dentro de los factores que determinan la competitividad se encuentran el "desarrollo del capital humano..., acceso al crédito y productividad" (CONPES 3439, Institucionalidad y principios rectores de Política para la Competitividad y Productividad,Pg. 34). Dicho documento también establece la "Participación del sector privado" como un principio que guía la formulación de las políticas de competitividad. Al ser este un proyecto encaminado al desarrollo de capital humano vía solución de necesidades de formación, y al tener como beneficiario a las organizaciones asociadas a ASCOOP que se encarga de promover a las empresas del sector cooperativo; el enfoque hacia la competitividad de esta acción de formación está plenamente justificado.
- El Consejo Privado de Competitividad en su informe de competitividad establece como uno de los determinantes de la competitividad la eficiencia del Mercado Laboral, y al respecto de éste establece que "En promedio, se requieren cerca de cuatro veces más horas de trabajo en Colombia para producir el mismo valor agregado que en una hora de trabajo en Estados Unidos. Detrás de bajos niveles de productividad se encuentran, entre otros factores, la informalidad empresarial y laboral (que afecta la eficiencia en la asignación de los recursos) y la falta de calidad y alineación de la oferta educativa y formativa con las necesidades del sector productivo" (INFORME NACIONAL DE COMPETITIVIDAD2020-2021, Consejo Privado de Competitividad).

Descripción 3 de 22

Continuación... DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

La acción de formación aquí presentada fue construida para cerrar brechas de capital humano identificadas en los trabajadores del sector solidario (Cooperativismo) emparejándolas con lo que requiere la industria, por lo cual está enfocada hacia la competitividad y desarrollo productivo.

JUSTIFICACIÓN DEL ENFOQUE DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN HACIA QUE BENEFICIE A TRABAJADORES DEL SECTOR SALUD, SECTOR COMERCIO (COMERCIO AL POR MAYOR Y DETAL)
Esta acción de formación está dirigida a trabajadores del sector comercio al detal, especialmente trabajadores de puntos de venta de droguerías.
JUSTIFICACIÓN DEL ENFOQUE DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN HACIA INNOVACIÓN
Esta acción de formación se alinea con la innovación por cuanto busca solucionar brechas de capital humano que permitirán a las organizaciones cooperativas del sector retail replantar sus estrategias de relacionamiento con el cliente proponiendo innovaciones en el canal digital y presencial que permitan responder a los cambios en el comportamiento del consumidor como consecuencia de la pandemia.
PORQUÉ LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PRIORIZADA PARA LA SOLUCIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD ES ESPECIALIZADA
La acción de formación propuesta es especializada pues es de corta duración, permite la aplicación de los conocimientos habilidades y destrezas en el contexto laboral de forma inmediata cerrando brechas de capital humano identificadas y dando respuesta a la necesidad específica identificada y mencionada antes. Gracias a la implementación de esta acción de formación se logrará la actualización y formación en nuevos conocimientos y habilidades para elevar las competencias laborales que los trabajadores del sector requieren para responder a los nuevos requerimientos del consumidor derivados de la pandemia, brindando una experiencia complementaria en el punto de venta y en el canal digital, conservando la participación de mercado y generando valor para el cliente; permitiéndoles aplicar nuevas metodologías y herramientas que aumentaran el rendimiento productivo y empleabilidad de los trabajadores beneficiarios así como la competitividad de las empresas participantes.

Descripción 4 de 22

2. OBJETIVOS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN:

De acuerdo con el análisis anterior, el propósito de esta acción de formación se refleja en sus objetivos, los cuales evidencian la intencionalidad de la misma, así:
EL QUE: Adecuar la gestión de los canales digitales y presenciales de los establecimientos de comercio minorista a los cambios en el comportamiento del consumidor producto de la pandemia
EL POR QUÉ: Maximizar la experiencia de servicio de los consumidores de los establecimientos de comercio al por menor
EL PARA QUÉ: Incrementar la participación en el mercado de los establecimientos de comercio al por menor
La solución escogida consiste en la formulación de un plan de formación continua especializado que incluye la acción de formación aquí presentada, denominada DESARROLLO DE HABILIDADES PARA GENERAR EXPERIENCIAS

DIGITALES EN EL OMNICHANNEL SHOPPER; lo que permitirá cerrar las brechas de competencia del talento humano que fueron identificadas y pasar del estado actual al estado deseado en donde se alcanza el propósito planteado.
En términos generales aquello que se quiere alcanzar al finalizar la ejecución de esta acción de formación, es la actualización y formación en nuevos conocimientos y habilidades para elevar las competencias laborales que los trabajadores del sector requieren para preparar a las organizaciones para que puedan responder a los nuevos requerimientos del consumidor derivados de la pandemia, brindando una experiencia complementaria en el punto de venta y en el canal digital, conservando la participación de mercado y generando valor para el cliente; permitiéndoles aplicar nuevas metodologías y herramientas que aumentaran el rendimiento productivo y empleabilidad de los trabajadores beneficiarios así como la competitividad de las empresas participantes. Esto es coherente con la estrategia de trabajo de ASCOOP, de prestar servicios de asistencia técnica, divulgar la aplicación y practica de los principios del Cooperativismo y promover y fomentar la organización de entidades del sector social y contribuir a su desarrollo.
El alcanzar estos objetivos contribuirá a alcanzar el objetivo general formulado para el proyecto. ?

Descripción 5 de 22

3. POBLACIÓN BENEFICIARIA DE LAS ACCIONES DE FORMACIÓN:

La población a beneficiar son trabajadores cuya condición se pretende mejorar a través del proyecto con lo cual que se conlleve a incrementar su empleabilidad, el desempeño de sus funciones y la adquisición y/o fortalecimiento de competencias necesarias para aumentar el rendimiento productivo para beneficio y aumento de la competitividad de ASCOOP y sus organizaciones afiliadas. La siguiente es la caracterización de los mismos:
//Nivel ocupacional// Nivel Operativo //Área// Puntos de venta y atención al cliente//Cargos de los beneficiarios// Pueden venir de posiciones tales como: Administrador punto de venta, administrador punto de venta"//Funciones//Gestión comercial, gestión administrativa, administración del Talento humano, atención al cliente y servicio farmacéutico //Tipo de vinculación laboral//Termino Indefinido //Escolaridad//Bachiller, técnico, tecnólogo //Posibilidad de acceso a las TIC// SI - Computador y Software y acceso a internet.
Relación entre el perfil descrito y el objetivo de la formación: El perfil descrito, tanto en su nivel ocupacional como área de la que proviene y actividades que realiza, está directamente relacionado con los objetivos de esta acción de formación, en la medida en que para que se pueda responder a los nuevos requerimientos del consumidor derivados de la pandemia, brindando una experiencia complementaria en el punto de venta y en el canal digital, conservando la participación de mercado y generando valor para el cliente, se necesita el concurso de los participantes seleccionados. Esto en atención que esos perfiles están directamente a cargo de liderar o participar en los equipos de trabajo que ejecutan procesos comerciales y por lo tanto pondrán en práctica de forma inmediata las competencias desarrolladas con la acción de formación.
Con el cierre de las brechas de talento humano identificadas se contribuirá a alcanzar el objetivo general del proyecto.
MIPYMES: Se garantiza la participación de al menos una persona proveniente de una empresa MiPyme, la razón de pertinencia para la empresa y/o sector es que estas mipymes corresponden con entidades relacionadas en el anexo 10 y que cumplen con los requisitos para ser catalogadas como mipymes según el anexo 10. No participa la cadena productiva. Su inclusión se justifica en que son trabajadores que provienen de las empresas relacionadas en el anexo 10.

Descripción 6 de 22

4. CLASIFICACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN POR SECTOR Y SUBSECTOR:

Sector: Comercio
Subsector: Comercio

Descripción 7 de 22

5. EVENTO DE FORMACIÓN:

Se usará el evento de formación Curso por su pertinencia frente a:
- Perfil de los trabajadores beneficiarios: Para el tipo de perfil seleccionado, las demandas de su puesto de trabajo, el equilibrio entre su vida personal y laboral, así como las características de las funciones que realiza y el nivel ocupacional que ocupa, el evento de formación Curso es el más pertinente para llevar cabo esta acción de formación.
-Requerimientos de las empresas: Las organizaciones asociadas a Ascoop identificaron unas necesidades de formación que se deben satisfacer con la acción de formación a través del cierre de brechas de talento humano identificadas. El Curso es el evento de formación más pertinente para ejecutar dicha acción de formación y lograr dar respuesta a tales necesidades.
- Metodología: Académicamente hablando, se propone el uso de unas actividades pedagógicas y estrategias didácticas que faciliten la transmisión de conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas necesarias para el desarrollo de las competencias identificadas. El evento Curso provee el marco necesario para implementar dichas metodologías de la forma más idónea y pertinente posibles.
- Modalidad de formación: Para esta acción de formación se utilizará la modalidad virtual y se encontró que el evento de formación es pertinente con esta modalidad ya el marco que da para su ejecución y certificación se ajusta a las características de esta modalidad.
- Unidades Temáticas: Los contenidos detallados y su estructura, orientados a desarrollar las temáticas específicas que darán respuesta a la necesidad de formación planteada para esta acción de formación, se pueden cubrir adecuadamente con este evento de formación Curso, por lo cual es pertinente su uso.

Descripción 8 de 22

6. MODALIDAD DE FORMACIÓN:

Se usará la modalidad de formación VIRTUAL. La acción de Formación se desarrolla bajo la modalidad virtual, que implica para el estudiante un estilo autónomo y auto dirigido de aprendizaje, así como una cultura para la innovación creativa de la disciplina personal y la participación democrática, la autogestión formativa, la práctica de la libertad y el desarrollo de una escala de valores que favorece su propia construcción como sujeto ético y moral.
La educación a Virtual exige al estudiante un cambio de actitud y de mentalidad; el alumno debe asumir momentos para un estudio independiente mucho más reflexivo, que le permita profundizar en los conocimientos y lo conduzca a la aplicación de estos en los contextos que le son propios.
La relación entre lo tecnológico y pedagógico ha configurado nuevas formas de enseñanza aprendizaje, incorporando nuevos roles en los actores educativos y nuevas dinámicas en estos. Por consiguiente, las aulas virtuales son la manera de integrar los efectos didácticos de las aulas reales a contextos en los que no es posible reunir físicamente a los participantes, en un proceso de enseñanza/aprendizaje.
La acción de formación en la modalidad virtual se realiza de manera asincrónica entre el capacitador y los trabajadores, lo cual significa que pueden interactuar en tiempos y espacios diferentes e implica la utilización de la plataforma tecnológica Black Board, la cual cumple con las características establecidas en el Anexo Nº. 14.
El proveedor de la formación virtual entregará un reporte que evidencie el ingreso a la plataforma por parte del trabajador y del capacitador o tutor, y la entrega de las actividades desarrolladas por los beneficiarios en la plataforma.

Descripción 9 de 22

7. UNIDADES TEMÁTICAS:

Las unidades temáticas de la acción de formación son pertinentes frente a las necesidades de formación identificadas, para lo cual se proponen los siguientes contenidos detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:
UT I. COMUNICACIÓN (CORRESPONDIENTE A LAS HABILIDADES TRANSVERSALES DEL SIGLO 21)-4 HORAS
Competencia que se espera adquiera el trabajador: Reflexiona sobre los determinantes de una comunicación efectiva al diseñar estrategias de comunicación con sus clientes.
Contenidos detallados: Reflexiona
*Estrategias de comunicación en el punto de venta:
-La argumentación en función de incrementar la rentabilidad del punto de venta
-Comunicación sensorial
-Comunicación corporativa
-Comunicación informativa
-Como generar valor más allá de la compra
-Caso práctico: Estrategias de comunicación eficaces.
UT II. INTRODUCCIÓN AL OMNICHANNEL MARKETING- 4 HORAS
Competencia que se espera adquiera el trabajador: Evalúa sus clientes a partir de los postulados del ommnichannel marketing para proponer mejoras a la gestión de su experiencia en la organización en la que trabaja.
Contenidos detallados:
*Omnichannel Marketing - El nuevo marketing de experiencias.
*Omnichannel Shopper - La nueva era del Retail.
*Publicidad/Comunicación (publicidad) Omnicanal.
UT. III LAS NUEVAS GENERACIONES Y SU FORMA DE COMPRAR CENTRADA EN EL PAINLESS JOURNEY MAP-8 HORAS
Competencia que se espera adquiera el trabajador: Valora las nuevas tendencias en hábitos de compra para diseñar las interacciones con los clientes en los canales de atención habilitados.
Contenidos detallados:
*Nuevas generaciones.
*Painless Journey Map
*El cliente Omnicanal.
*Los clientes son Multiplataforma.
*El embudo de conversión.
*Interactuando con los clientes.
*Tendencias en los hábitos de compra del nuevo consumidor.

UT IV. EL NUEVO ÁRBOL DE DECISIÓN Y EL NUEVO CUSTOMER JOURNEY CENTRADO EN LA GENERACIÓN DE CONTENIDO DE VALOR-4 HORAS
Competencia que se espera adquiera el trabajador: Analiza las características de la información en línea y fuera de línea para proponer mejoras en la generación de valor de los canales de atención habilitados.
Contenidos detallados:
*De información fuera de línea a en línea (Off > On)
*De información en línea a fuera de línea (On > Off).
*Propuesta de valor
UT V. NUEVO RETAIL -8 HORAS
Competencia que se espera adquiera el trabajador: Analiza las tendencias en abastecimiento de puntos de venta para proponer mejoras en la disponibilidad de productos alineadas con los comportamientos de compra de los clientes.

Contenidos detallados:
*Shopper Marketing y Trade Marketing.
-Diferencias entre Shopper Marketing y Trade Marketing.
-Técnicas de ventas que deben controlarse antes de ser Omnipresente.
-Las claves de la función del Trade Marketing y cómo mejorar la eficacia en la gestión en la Omnicanalidad.
-Tendencias globales en la distribución comercial.
-Las claves para una perfecta colaboración entre fabricante y distribuidor B2B.
-Cómo adaptarse a una situación de reducción de surtidos y aumento de las marcas de la distribución para desarrollar el mercado.
-Estrategia centrada en el corazón de tus shopperŽs.
-Qué fuentes de información y herramientas aplicar para crear estrategias ganadoras en el punto de venta.
*Satisfaciendo la demanda de manera Omnicanal -Diseñando una red de distribución. -Incremento de la velocidad de entrega. -La importancia de la información.

Descripción 10 de 22

Continuación... UNIDADES TEMÁTICAS:

UT VI. CREACIÓN DE VALOR AL SHOPPER Y LA EXPERIENCIA DE COMPRA-12 HORAS
Competencia que se espera adquiera el trabajador: Evalúa las técnicas de merchandising para proponer estrategias de generación de valor de los canales de atención habilitados.
Contenidos detallados:
*Gestión de Categorías
-Los efectos económicos de las categorías.
-Análisis de Categorías
*Gestión de la Disponibilidad
-Estrategias en supply chain management.
-Modelos de gestión de inventarios
-Disponibilidad y tipos de inventario
-Mejores prácticas en la gestión de inventarios.
*Merchandising
-Definición y análisis del Layout
-Manejo de espacios
-Planometrías
-Medición de resultados y eficiencia
-Rentabilización del M2 horizontales y verticales
-Análisis del flujo de clientes.
Las anteriores unidades temáticas fomentan la apropiación de conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas necesarias para el cierre de las brechas de talento humano identificadas, por lo cual dan respuesta de manera idónea a las necesidades de formación identificadas.

Descripción 11 de 22

8. METODOLOGÍA:

Metodología teórico practica alineada con la modalidad Virtual. La Acción de Formación se desarrolla mediante una metodología didáctica, en entornos virtuales de aprendizaje, garantizando un aprendizaje abierto, flexible y significativo en la formación, que favorecerá el crecimiento y desarrollo de los participantes, donde la interactividad es un aspecto fundamental, para potenciar los procesos de aprendizaje autónomo, tanto en la apertura del diálogo académico entre los estudiantes, como en el acompañamiento que hace el docente tutor al proceso formativo de los alumnos, como guía, orientador y facilitador del proceso de aprendizaje.
Las herramientas metodológicas comprenden la presentación de elementos conceptuales para cada uno de los temas que componen los módulos, y la práctica está dada por actividades interactivas, ejercicios, desarrollo de talleres, con los cuales se busca que el estudiante mire diferentes alternativas, administre los recursos existentes, analice y use la información para aplicarla a casos relacionados con situaciones su propio entorno laboral. Las metodologías aplicadas a la virtualidad nos ofrecen la posibilidad utilizar herramientas creativas, para la generalización del aprendizaje, para el uso, para el saber estar y saber participar en ese medio.
Las actividades pedagógicas, estrategias didácticas y modelo de aprendizaje aquí indicadas son las más adecuadas para lograr el cierre de brechas de capital humano identificadas y fueron seleccionadas teniendo en cuenta las necesidades de formación y las características de los trabajadores beneficiarios.
A continuación, se detallan las mismas por unidad temática:
UT I. COMUNICACIÓN -4 HORAS
Estrategias didácticas: Metodología didáctica, en entornos virtuales de aprendizaje centrado en el alumno, garantizando un aprendizaje abierto, flexible y significativo en la formación, que favorecerá el crecimiento y desarrollo de los participantes, donde la interactividad es un aspecto fundamental, para potenciar los procesos de aprendizaje autónomo, tanto en la apertura del diálogo académico entre los estudiantes, como en el acompañamiento que hace el docente tutor al proceso formativo de los alumnos, como guía, orientador y facilitador del proceso de aprendizaje
Actividades pedagógicas:
- Guías de lectura: Lecturas para profundizar en los temas tratados.
- Foros: Debates a través de los foros donde se plantea una pregunta semilla para ser abordada por todos los estudiantes.

UT II. INTRODUCCIÓN AL OMNICHANNEL MARKETING- 4 HORAS
Estrategias didácticas: Metodología didáctica, en entornos virtuales de aprendizaje centrado en el alumno, garantizando un aprendizaje abierto, flexible y significativo en la formación, que favorecerá el crecimiento y desarrollo de los participantes, donde la interactividad es un aspecto fundamental, para potenciar los procesos de aprendizaje autónomo, tanto en la apertura del diálogo académico entre los estudiantes, como en el acompañamiento que hace el docente tutor al proceso formativo de los alumnos, como guía, orientador y facilitador del proceso de aprendizaje
Actividades pedagógicas:
- Análisis de casos: El contenido de los casos proviene del sector en donde se desenvuelven los participantes.
- Foros: Debates a través de los foros donde se plantea una pregunta semilla para ser abordada por todos los estudiantes.
UT. III LAS NUEVAS GENERACIONES Y SU FORMA DE COMPRAR CENTRADA EN EL PAINLESS JOURNEY MAP-8 HORAS

Estrategias didácticas: Metodología didáctica, en entornos virtuales de aprendizaje centrado en el alumno, garantizando un aprendizaje abierto, flexible y significativo en la formación, que favorecerá el crecimiento y desarrollo de los participantes, donde la interactividad es un aspecto fundamental, para potenciar los procesos de aprendizaje autónomo, tanto en la apertura del diálogo académico entre los estudiantes, como en el acompañamiento que hace el docente tutor al

Descripción 12 de 22

Continuación... METODOLOGÍA:

proceso formativo de los alumnos, como guía, orientador y facilitador del proceso de aprendizaje
Actividades pedagógicas:
- Análisis de casos: El contenido de los casos proviene del sector en donde se desenvuelven los participantes.
- Foros: Debates a través de los foros donde se plantea una pregunta semilla para ser abordada por todos los estudiantes.
UT IV. EL NUEVO ÁRBOL DE DECISIÓN Y EL NUEVO CUSTOMER JOURNEY CENTRADO EN LA GENERACIÓN DE CONTENIDO DE VALOR-4 HORAS
Estrategias didácticas: Metodología didáctica, en entornos virtuales de aprendizaje centrado en el alumno, garantizando un aprendizaje abierto, flexible y significativo en la formación, que favorecerá el crecimiento y desarrollo de los participantes, donde la interactividad es un aspecto fundamental, para potenciar los procesos de aprendizaje autónomo, tanto en la apertura del diálogo académico entre los estudiantes, como en el acompañamiento que hace el docente tutor al proceso formativo de los alumnos, como guía, orientador y facilitador del proceso de aprendizaje
Actividades pedagógicas:
- Análisis de casos: El contenido de los casos proviene del sector en donde se desenvuelven los participantes.
- Foros: Debates a través de los foros donde se plantea una pregunta semilla para ser abordada por todos los estudiantes.
UT V. NUEVO RETAIL -8 HORAS
Estrategias didácticas: Metodología didáctica, en entornos virtuales de aprendizaje centrado en el alumno, garantizando un aprendizaje abierto, flexible y significativo en la formación, que favorecerá el crecimiento y desarrollo de los participantes, donde la interactividad es un aspecto fundamental, para potenciar los procesos de aprendizaje autónomo, tanto en la apertura del diálogo académico entre los estudiantes, como en el acompañamiento que hace el docente tutor al proceso formativo de los alumnos, como guía, orientador y facilitador del proceso de aprendizaje

Actividades pedagógicas:
- Análisis de casos: El contenido de los casos proviene del sector en donde se desenvuelven los participantes.
- Diseño de planes de acción en los que el participante a partir de lo aprendido propone actividades puntuales para generar cambios en la forma de hacer las cosas en su lugar de trabajo.
UT VI. CREACIÓN DE VALOR AL SHOPPER Y LA EXPERIENCIA DE COMPRA-12 HORAS
Estrategias didácticas: Metodología didáctica, en entornos virtuales de aprendizaje centrado en el alumno, garantizando un aprendizaje abierto, flexible y significativo en la formación, que favorecerá el crecimiento y desarrollo de los participantes, donde la interactividad es un aspecto fundamental, para potenciar los procesos de aprendizaje autónomo, tanto en la apertura del diálogo académico entre los estudiantes, como en el acompañamiento que hace el docente tutor al proceso formativo de los alumnos, como guía, orientador y facilitador del proceso de aprendizaje
Actividades pedagógicas:
- Diseño de planes de acción en los que el participante a partir de lo aprendido propone actividades puntuales para generar cambios en la forma de hacer las cosas en su lugar de trabajo.

Descripción 13 de 22

9. MATERIAL DE FORMACIÓN:

El estudiante contará con una importante colección de materiales educativos que estarán a su disposición de manera digital en el aula virtual, los cuales se complementan con actividades individuales y grupales. A continuación, se mencionan los principales materiales educativos y actividades a desarrollar por parte del estudiante:
*Infografías y talleres y documentos en formato PDF que desarrollan al detalle los temas de la Acción de Formación.
*Foros de debate entre los grupos de trabajo, basados en los temas tratados y que se convierte en un recurso valioso para el intercambio de ideas que enriquece pedagógicamente el proceso virtual.
Ayudas Didácticas

*Diseño de Infografías
*Videos
*Objetos virtuales de aprendizaje - OVAS
*Multimedia.
Herramientas de Comunicación
*Foros
*Correo electrónico.
El contenido del material se justifica porque contribuye al mejoramiento y aplicación del conocimiento permitiendo al participante gestionar exitosamente los procesos de retail frente al Shopper, con herramientas que impactan positivamente la comercialización e identificando las acciones estratégicas y tácticas que posibilitan la gestión de los aspectos derivados de la economía conectada y la transformación digital. De esta forma es un apoyo para el beneficiario en la realización de los objetivos de la acción de formación.
Estos son algunos de los contenidos que tendrá el material:
- FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN
- INTRODUCCIÓN AL OMNICHANNEL MARKETING
- LAS NUEVAS GENERACIONES Y SU FORMA DE COMPRAR CENTRADA EN EL PAINLESS JOURNEY
- EL NUEVO ÁRBOL DE DECISIÓN Y EL NUEVO CUSTOMER JOURNEY CENTRADO EN LA GENERACIÓN DE CONTENIDO DE VALOR
- NUEVO RETAIL
- CREACIÓN DE VALOR AL SHOPPER Y LA EXPERIENCIA DE COMPRA
El material digital corresponde a una producción reciente de menos de 2 años. El material propuesto es pertinente en relación con:
- Los objetivos definidos para esta acción de formación: El contenido del material permite al estudiante reforzar los temas tratados por el docente y puede usarlo como referencia cuando o requiera en el contexto propio de su trabajo por lo que facilita y apoya al beneficiario en la consecución de los objetivos propuestos.
- Las unidades temáticas que la componen: El material de formación brinda contenidos correspondientes a todas las unidades temáticas abordadas en desarrollo de la acción de formación, sirviendo de guía al estudiante (Hoja de ruta) de la ejecución de la acción de formación.
- Metodologia de formación: El material de formación está alineado con los principios metodologicos de esta acción, dando soporte adecuado a las actividades pedagogicas que se llevarán a cabo.
- El perfil de los beneficiarios: La forma como está estructurado el material, su forma de consulta y leguaje utilizado para su construcción se ajusta al perfil de los beneficiarios participantes, por lo que facilitará el proceso de aprendizaje de los mismos.
El material de formación está metodológicamente estructurado y se justifica el contenido del mismo pues su utilización facilitará la trasferencia de conocimientos a los beneficiarios y permitirá reforzar los temas vistos en clase.

Descripción 14 de 22

10. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS:

Una vez ejecutada la acción de formación los beneficiarios alcanzarán los resultados de aprendizaje aquí indicados, los cuales son evidencia del aprendizaje del trabajador y de su aplicación en el puesto de trabajo. Dichos resultados están alineados con los objetivos de la acción de formación en la medida en qué permiten medir de forma objetiva si el trabajador alcanzó el propósito de la acción de formación en sus dimensiones del qué, el por qué y el para qué. Dichos resultados, además están alineados con el perfil del trabajador en la medida en que deberían ser alcanzados por los mismos una vez adelanten la acción de formación.
A continuación se listan los resultados, los cuales son observables, evaluables y factibles de alcanzar por parte de los trabajadores participantes (Acordes con su perfil):
- R1 Reconoce los diferentes tipos de comunicación - DESEMPEÑO DEL TRABAJADOR
- R2 Diseña estrategias para mejorar la comunicación con sus clientes - PRODUCTIVIDAD
- R3 Reconoce las características del omnichannel shopper - DESEMPEÑO DEL TRABAJADOR
- R4 Diseña las interacciones con los clientes en los canales de atención habilitados basadas en las mejores prácticas - COMPETITIVIDAD
- R5 Argumenta la importancia de la gestión de la información en y fuera de línea- Productividad
- R6 Propone mejoras a los canales de atención para aumentar la generación de valor al cliente- COMPETITIVIDAD.
- R7 Planea estrategias de respuesta a la disminución de surtidos para no afectar la experiencia del cliente - PRODUCTIVIDAD
R8 Diseña una estrategia de merchandising para aplicar en el punto de venta - PRODUCTIVIDAD
Se aclara que todos los resultados antes indicados están alineados con los objetivos de la acción de formación.
Los impactos sobre la productividad de las organizaciones asociadas a Ascoop, fruto del cierre de brechas de talento humano de esta acción de formación, están relacionados con factores internos como el mejoramiento de los procesos comerciales y la eficiencia con los que se ejecutan.
Los impactos sobre la competitividad de las organizaciones asociadas a Ascoop, fruto del cierre de brechas de talento humano de esta acción de formación, están relacionados con factores internos como el mejor conocimiento del cliente y de sus necesidades, y factores externos como mejor cooperación vertical gracias a la construcción de valores asociativos que promueve Ascoop con este tipo de iniciativas y aumento del talento humano con competencias acordes a lo que requiere la industria.

Descripción 15 de 22

11. EVALUACIÓN DE APRENDIZAJE:

El modelo propuesto para la evaluación es el siguiente:
Mecanismos de seguimiento:
- Evaluación de conocimientos. Para ello se elaboran exámenes que de manera individual debe responder cada participante. Se aplicará el Indicador tasa de incremento del conocimiento de acuerdo a lo indicado en el pliego de condiciones de la convocatoria y sus anexos.
- Desarrollo de las actividades en el aula que permiten la adquisición de conocimientos y puesta en práctica de los mismos a través de la plataforma. La actividades que se contemplan son: guías de lectura, talleres, análisis de casos y debates a través de los foros donde se plantea una pregunta semilla para ser abordada por todos los estudiantes.
- Diseño de planes de acción en los que el participante a partir de lo aprendido propone actividades puntuales para generar cambios en la forma de hacer las cosas en su lugar de trabajo.
- Monitoreo del tránsito de los estudiantes en el aula virtual.
El sistema de control propuesto incluye:
- Asistencia y certificación. Realizar el 85% de las actividades programadas otorga la Certificación..
- Medición de Conocimiento (Indicador tasa de incremento del conocimiento). Se aplicará el Indicador tasa de incremento del conocimiento.
-Satisfacción: Se aplicará un instrumento de evaluación de satisfacción de acuerdo a los parámetros provistos por el SENA.
La evaluación de aprendizaje propuesta permite la verificación del cumplimiento de los objetivos definidos y de los resultados esperados, por tanto, se aplicarán criterios de evaluación que serán parámetros de referencia del proceso evaluativo, tales como:

- Describe las características de la comunicación sensorial- Relacionado con el Indicador R1
- Diseña estrategias para mantener la comunicación con el cliente después de la compra- Relacionado con el Indicador R2
- Identifica los cambios en el comportamiento del comprador derivados de la revolución industrial 4.0- Relacionado con el Indicador R3
- Propone indicadores para medir la experiencia de servicio del cliente- Relacionado con el Indicador R4
- Modela un viaje del cliente por el canal digital de venta - Relacionado con el Indicador R4
- Analiza las debilidades en la interacción de la información en el viaje del cliente por los canales de atención- Relacionado con el Indicador R
- Diseña estrategias para mejorar la entrega de valor por parte del cliente en los canales de atención- Relacionado con el Indicador R6
- Evalúa redes de distribución para surtir el punto de venta- Relacionado con el Indicador R7
- Propone modificaciones a la estructura de la tienda a partir de las necesidades del cliente - Relacionado con el Indicador R8
- Diseña un planograma para evaluar la ubicación, la distribución de espacios y la forma de exhibición de cada categoría y de cada producto - Relacionado con el Indicador R8
En el mediano plazo, el impacto de la productividad se podrá medir a través de indicadores como número de clientes atendidos por unidad de tiempo, disminución del tiempo requerido para el cierre de las ventas, menor número de quejas y reclamos.
En el mediano plazo, el impacto de la competitividad se podrá medir a través de indicadores como aumento de la participación del mercado, disponibilidad efectiva de medicamentos y productos farmacéuticos en el mercado.

Descripción 16 de 22

12. AMBIENTE DE APRENDIZAJE:

AULA VIRTUAL. El uso de este tipo de ambiente se justifica en la medida en que se requiere para que los usuarios puedan adelantar la acción de formación de manera adecuada incluyendo el componente practico de la misma y por que facilitará la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos, la profundización de los temas incluidos y aplicación de muchos de los conceptos relacionados con la revolución industrial 4.0 con la que se encuentra alineada esta acción de formación. El rubro solicitado es coherente con el tipo de ambiente y las características del mismo. En consecuencia, se selecciona este ambiente de aprendizaje pues guarda coherencia con:
- El evento de formación: El evento Curso es coherente con el ambiente de aprendizaje ya que el aula virtual permite su ejecución a través las actividades asincrónicas que pueden adelantar en ella los beneficiarios.
- Modalidad de formación: La modalidad virtual es coherente con el ambiente de aprendizaje ya que el aula virtual se acomoda a los requerimientos de que la formación se adelante de manera asincrónica entre el capacitador y los trabajadores, lo cual significa que pueden interactuar en tiempos y espacios diferentes e implica la utilización de una plataforma tecnológica, la cual cumple con las características establecidas en el Anexo Nº. 14.
- Metodología: El aula virtual permite la ejecución de la estrategia metodológica planeada y la realización de las actividades pedagógicas asociadas a la misma.
- Población beneficiaria: Los beneficiarios en atención a su perfil son competentes para usar el ambiente de aprendizaje seleccionado y disponen de la infraestructura para hacerlo. En este ambiente de aprendizaje los beneficiarios tienes los recursos tecnológicos y medios necesarios para acceder a la plataforma virtual durante la duración del curso.
El proveedor de la acción de formación será el CESA quien suministrará la plataforma tecnológica, la cual se propone sea LMS Blackboard. La plataforma es pertinente y cumple los requisitos del anexo 14 de la convocatoria. Dentro de las características de Blackboard se encuentran soporte para contenidos abiertos basados en IMS (Common Cartridge y LTI) y ADL (SCORM); integración de contenido, tareas, evaluaciones y calificaciones; Creación simple de contenido;

Centro de Calificaciones; Encuestas Institucionales y Evaluaciones; Reportes de Actividad del Estudiante; y, Herramientas interactivas. Foros, Wikis, Diarios, Blogs.

Descripción 17 de 22

13. CARACTERÍSTICAS DE LA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA O PLATAFORMA VIRTUAL:

El proveedor de la acción de formación será el CESA quien suministrará la plataforma tecnológica, la cual se propone sea LMS Blackboard, el cual permite adelantar los procesos de seguimiento y control propuestos de manera adecuada, así como potenciar los espacios de discusión. La plataforma es pertinente y cumple los requisitos del anexo 14 de la convocatoria. El proveedor de los servicios de capacitación es el licenciatario de esta aplicación. Dentro de las características de Blackboard se encuentran soporte para contenidos abiertos basados en IMS (Common Cartridge y LTI) y ADL (SCORM); integración de contenido, tareas, evaluaciones y calificaciones; Creación simple de contenido; Centro de Calificaciones; Encuestas Institucionales y Evaluaciones; Reportes de Actividad del Estudiante; y, Herramientas interactivas. Foros, Wikis, Diarios, Blogs. La herramienta LMS cuenta con los recursos para monitorear las actividades académicas, como la frecuencia de ingreso al aula virtual, la presentación de evaluaciones, la intervención en foros, chat y la participación en los diferentes talleres propuestos por los docentes, entre otros. La herramienta LMS cuenta con los recursos para monitorear las actividades académicas de los beneficiarios.

Descripción 18 de 22

14. LUGAR DE EJECUCIÓN:

Cinco (5) grupos en total.
*GRUPO 1:
-ANTIOQUIA:
APARTADO
ARBOLETES
BELLO
CALDAS
CAREPA
CAUCASIA
CHIGORODO
EL RETIRO
ENVIGADO
GIRARDOTA
ITAGUI
LA CEJA
LA ESTRELLA
MEDELLIN
NECOCLI
PUERTO BERRIO
RIONEGRO
TURBO
YARUMAL.
-CALDAS:
ANSERMA
CHINCHINA
LA DORADA
MANIZALES
RIOSUCIO
VILLAMARIA
CORDOBA:
MONTERIA
-CUNDINAMARCA:
CHIA
CHOCONTA
FACATATIVA
FUNZA

*GRUPO 2:
-ATLANTICO
BARANOA
BARRANQUILLA
-BOLIVAR
CARTAGENA
MAGANGUE
MOMPOX
-BOYACA:
CHIQUINQUIRA

DUITAMA
MONIQUIRA
PAIPA
SOGAMOSO
TUNJA
UBATE
-CAQUETA:
EL DONCELLO
FLORENCIA
SAN VICENTE DEL CAGUAN
-CASANARE:
TAURAMENA
YOPAL

*GRUPO 3
-BOGOTA D.C.:
BOGOTA
-CAUCA :
PIENDAMO
POPAYAN
-LA GUAJIRA:
RIOHACHA
-SUCRE :
SINCELEJO
*GRUPO 4
-CESAR:
AGUACHICA
BOSCONIA
CURUMANI
LA PAZ
VALLEDUPAR
-GUAVIARE:
SAN JOSE DEL GUAVIARE
-HUILA:
GARZON
LA PLATA
NEIVA
PITALITO
-MAGDALENA:
EL BANCO
SANTA MARTA
-META:
VILLAVICENCIO
-NARIÑO:
IPIALES
PASTO
TUMACO
-NORTE DE SANTANDER :
CUCUTA
OCAÑA
-PUTUMAYO:
MOCOA
PUERTO ASIS
-QUINDIO:
ARMENIA
PEREIRA
- RISARALDA:
DOSQUEBRADAS
PEREIRA

*GRUPO 5:
-SANTANDER
BUCARAMANGA
GIRON
BARRANCABERMEJA
BARBOSA
-TOLIMA:
IBAGUE
-VALLE DEL CAUCA:

BUGA
CARTAGO
CALI
PALMIRA
Nota 1. Se justifica dictar acciones de formación en los municipios y departamentos aquí relacionados en atención a que las empresas afiliadas a ASCOOP, como Copservir, tienen domicilio o puntos de atención en tales ciudades, y por tanto cuentan con trabajadores en las mismas que deben ser beneficiados con la acción de formación para solucionar la necesidad identificada. Ascoop tiene domicilio en la ciudad de Bogotá. NOTA 2. Se aclara que la participacion de Palmira Valle es del -1,82003 pero que el sistema no deja incluir 5 decimales en la tabla de distribución greografica.

Descripción 19 de 22

Continuación... LUGAR DE EJECUCIÓN:

N/A

Descripción 20 de 22

15. CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

UNIDAD TEMATICA I:
DOCENTES: 1
NÚMERO DE HORAS: 4
FORMACIÓN PROFESIONAL
Docente con título profesional y título de postgrado a nivel de MAESTRÍA, en cualquiera de las siguientes áreas del conocimiento: Economía, Administración, Contaduría y afines, Ingenierías, Ciencias de la Educación, Ciencias Ambientales, Sociales y Humanas que cuente con las competencias técnicas establecidas en cada Unidad Temática, las cuales están asociadas a las habilidades y aplicación de conocimientos específicos de la materia a abordar, permiten al docente un amplio manejo del tema, así como profundizar en aspectos propios de la temática a impartir desde su conocimiento y especialidad disciplinar. En estas competencias reflejan además del saber del docente, su actualización permanente y la experiencia en el campo que enseña. Así mismo, deberá contar con las competencias transversales: Tecnológicas, Pedagógicas y Actitudinales definidas en el perfil.
EXPERIENCIA RELACIONADA
Experiencia académica como docente y/o capacitador y/o formador en programas de pregrado, educación continua, posgrados y/o maestrías de mínimo un (1) año. Para la formación virtual debe acreditar experiencia de mínimo un (1) año en el uso de plataformas virtuales y sus funcionalidades como: compartir recursos educativos en Internet, espacios de comunicación como foros, mensajes y chats, creación de evaluaciones automatizadas, revisión de tareas y registro de calificaciones.
Deberá acreditar experiencia laboral relacionada adquirida en el ejercicio de actividades afines a la formación que va a impartir, en entidades del sector público y/o privado, desempeñando cargos directivos y/o estratégicos relacionados con funciones y responsabilidades en torno a alguno(s) de los siguientes temas: desarrollo de organizaciones productivas, competitivas y rentables, planeación estratégica, responsabilidad social empresarial, sostenibilidad, cadena de valor y construcción de indicadores de gestión, y uso de recursos como balance Scorecard, mapas estratégicos y modelo canvas.
COMPETENCIAS TÉCNICAS
* Conocimientos, pautas y herramientas, para el manejo estratégico de destrezas comunicativas, mediante el uso de recursos vocales, discursivos y visuales para escenarios comerciales.
COMPETENCIAS TECNOLÓGICAS
*Buen manejo de herramientas Office (Word, Excel, Power Point).
*Uso de entornos virtuales de enseñanza y de aprendizaje: libres y con licencia. (Entornos virtuales de aprendizaje (EVA)
*Diseño de materiales educativos en la virtualidad.
Competencias y prácticas de tutoría virtual
*Estrategias de intervención pedagógica en foros.
* Utilización de recursos didáctico tecnológicos.
COMPETENCIAS PEDAGÓGICAS
*Planificación de los eventos de formación.
*Diseño/aplicación de herramientas didácticas de enseñanza expresión oral y capacidad para dar a entender sus ideas, teorías y conceptos
* Accesible para resolver dudas.
COMPETENCIAS ACTITUDINALES
*Liderazgo
*Iniciativa
*Pensamiento Creativo, *Orientación a los resultados
*Capacidad de análisis y toma de decisiones.

UNIDADES TEMATICAS II a la VI:
DOCENTES:1
NÚMERO DE HORAS: 36
FORMACIÓN PROFESIONAL
Docente con título profesional y título de postgrado a nivel de MAESTRÍA, en cualquiera de las siguientes áreas del

conocimiento: Economía, Administración, Contaduría y afines, Ingenierías, Ciencias de la Educación, Ciencias Ambientales, Sociales y Humanas que cuente con las competencias técnicas establecidas en cada Unidad Temática, las cuales están asociadas a las habilidades y aplicación de conocimientos específicos de la materia a abordar, permiten al docente un amplio manejo del tema, así como profundizar en aspectos propios de la temática a impartir

Descripción 21 de 22

Continuación... CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

desde su conocimiento y especialidad disciplinar. En estas competencias reflejan además del saber del docente, su actualización permanente y la experiencia en el campo que enseña. Así mismo, deberá contar con las competencias transversales: Tecnológicas, Pedagógicas y Actitudinales definidas en el perfil..
EXPERIENCIA RELACIONADA
Experiencia académica como docente y/o capacitador y/o formador en programas de pregrado, educación continua, posgrados y/o maestrías de mínimo un (1) año. Para la formación virtual debe acreditar experiencia de mínimo un (1) año en el uso de plataformas virtuales y sus funcionalidades como: compartir recursos educativos en Internet, espacios de comunicación como foros, mensajes y chats, creación de evaluaciones automatizadas, revisión de tareas y registro de calificaciones.
Deberá acreditar experiencia laboral relacionada adquirida en el ejercicio de actividades afines a la formación que va a impartir, en entidades del sector público y/o privado, desempeñando cargos directivos y/o estratégicos relacionados con funciones y responsabilidades en torno a alguno(s) de los siguientes temas: desarrollo de organizaciones productivas, gestión con soluciones integradas para la competitividad, abordando la problemática de Retail para desarrollar planes de acción que permitan cumplir con la estrategia a través de las mejores practicas del mercado. Diseño e implementación de sistemas logísticos.
COMPETENCIAS TÉCNICAS
UT II:
* Conocimiento de publicidad/Comunicación (publicidad) Omnicanal, OMNICHANNEL MARKETING.
UT III:
* Conocimiento de PAINLESS JOURNEY MAP-
* Manejo de las tendencias en los hábitos de compra del nuevo consumidor.
UT IV:
* Manejo de herramientas Customer Journey centrado en la generación de contenido de valor.
UT V:
* Conocimiento de Shopper Marketing y Trade Marketing
* Uso de técnicas de ventas que deben controlarse antes de ser Omnipresente
* Uso de herramientas Trade Marketing para mejorar la eficacia en la gestión en la Omnicanalidad.
* Conocimiento de las tendencias globales en la distribución comercial.
UT VI:
* Conocimiento en gestión de categorías gestión de la disponibilidad, Merchandising.
* Manejo herramientas de creación de valor al shopper y la experiencia de compra. * Uso de herramientas de medición de resultados y eficiencia.

COMPETENCIAS TECNOLÓGICAS
*Buen manejo de herramientas Office (Word, Excel, Power Point).
*Uso de entornos virtuales de enseñanza y de aprendizaje: libres y con licencia. (Entornos virtuales de aprendizaje (EVA)
*Diseño de materiales educativos en la virtualidad.
Competencias y prácticas de tutoría virtual
*Estrategias de intervención pedagógica en foros.
* Utilización de recursos didáctico tecnológicos.

COMPETENCIAS PEDAGÓGICAS
*Planificación de los eventos de formación.
*Diseño/aplicación de herramientas didácticas de enseñanza expresión oral y capacidad para dar a entender sus ideas, teorías y conceptos
* Accesible para resolver dudas.
COMPETENCIAS ACTITUDINALES
*Liderazgo
*Iniciativa
*Pensamiento Creativo, *Orientación a los resultados *Capacidad de análisis y toma de decisiones

Descripción 22 de 22

16. CAPACITADOR PERSONA JURÍDICA:

La entidad de formación seleccionada para el adelantamiento de esta acción de formación es el Colegio de Estudios Superiores de Administración CESA. Con domicilio en Bogotá D.C., en su objeto social es una institución de educación superior PRIVADA, de utilidad común, sin ánimo de lucro y su carácter académico es el de Institución Universitaria, con personería jurídica reconocida mediante resolución número 5157 de 1975-08-29, expedida por el Ministerio de Educación Nacional en el año de 1975 y cumple con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995.

Ofrece a nivel de pregrado el Programa de Administración de Empresas, registrado en el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior con el código 1770 y acreditado por el Ministerio de Educación Nacional como de alta calidad, mediante la Resolución 569 del 1.° de marzo de 2004, reafirmada mediante la Resolución 5320 10 de septiembre de 2007 y la Resolución 12455 del 29 de diciembre de 2011, esta última otorgada por seis años. A nivel de Posgrado, ofrece la Especialización en Finanzas Corporativas y la Especialización en Mercadeo Estratégico. También cuenta con la Maestría en Finanzas Corporativas, y ofrece la Maestría en Administración (MBA) Internacional en convenio de doble titulación internacional con Sprott School of Business, de Carleton University, Canadá. También cuenta con un área de formación ejecutiva con programas de formación continua cuidadosamente diseñados por expertos, combinan en su construcción competencias avanzadas, experiencia, técnica empresarial y metodologías innovadoras. CESA tiene más de 10 años de experiencia adelantando formación presencial y más de 5 años adelantando formación virtual y cuenta con las licencias y permisos de funcionamiento exigidos por ley para la realización de la acción de formación aquí presentada. Esta experiencia incluye la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas a entidades públicas o privadas. Esta experiencia se acredita en el periodo comprendido entre los años 2010 a 2021.
CESA ha adelantado durante muchos años acciones de formación en el programa de formación continua especializada del SENA con excelentes resultados por lo que es una entidad idónea para adelantar la acción de formación propuesta, cuyos temas se alinean con las líneas de formación de esta Universidad.

PERFILES 1 (Total: 2)

Acción de Formación

Formación Académica	Experiencia Relacionada	Años Experiencia Relacionada	Experiencia Específica	Años Experiencia Específica	Clasificación
UNIDAD TEMATICA I: Docente con título profesional y título de postgrado a nivel de MAESTRÍA, en cualquiera de las siguientes áreas del conocimiento: Economía, Administración, Contaduría y afines, Ingenierías, Ciencias de la Educación, Ciencias Ambientales, Sociales y Humanas que cuente con las competencias técnicas establecidas en cada Unidad Temática, las cuales están asociadas a las habilidades y aplicación de conocimientos específicos de la materia a abordar, permiten al docente un amplio manejo del tema, así como profundizar en aspectos propios de la temática a impartir desde su conocimiento y	Experiencia académica como docente y/o capacitador y/o formador en programas de pregrado, educación continua, posgrados y/o maestrías de mínimo un (1) año. Para la formación virtual debe acreditar experiencia de mínimo un (1) año en el uso de plataformas virtuales y sus funcionalidades como: compartir recursos educativos en Internet, espacios de comunicación como foros, mensajes y chats, creación de evaluaciones automatizadas, revisión de tareas y registro de calificaciones. Deberá acreditar experiencia laboral relacionada adquirida en el ejercicio de actividades afines a la formación que va a impartir, en	3	N/A	0	CAPACITADOR NACIONAL

especialidad disciplinar. En estas competencias reflejan además del saber del docente, su actualización permanente y la experiencia en el campo que enseña. Así mismo, deberá contar con las competencias transversales: Tecnológicas, Pedagógicas y Actitudinales definidas en el perfil.	entidades del sector público y/o privado, desempeñando cargos directivos y/o estratégicos relacionados con funciones y responsabilidades en torno a alguno(s) de los siguientes temas: desarrollo de organizaciones productivas, competitivas y rentables, planeación estratégica, responsabilidad social empresarial, sostenibilidad, cadena de valor y construcción de indicadores de gestión, y uso de recursos como balance Scorecard, mapas estratégicos y modelo canvas				
UNIDADES TEMATICAS II a la VI: Docente con título profesional y título de postgrado a nivel de MAESTRÍA, en cualquiera de las siguientes áreas del conocimiento: Economía, Administración, Contaduría y afines, Ingenierías, Ciencias de la Educación, Ciencias Ambientales, Sociales y Humanas que cuente con las competencias técnicas establecidas en cada Unidad Temática, las cuales están asociadas a las habilidades y aplicación de conocimientos específicos de la materia a abordar, permiten al docente un amplio manejo del tema, así como profundizar en	Experiencia académica como docente y/o capacitador y/o formador en programas de pregrado, educación continua, posgrados y/o maestrías de mínimo un (1) año. Para la formación virtual debe acreditar experiencia de mínimo un (1) año en el uso de plataformas virtuales y sus funcionalidades como: compartir recursos educativos en Internet, espacios de comunicación como foros, mensajes y chats, creación de evaluaciones automatizadas, revisión de tareas y registro de calificaciones. Deberá acreditar experiencia laboral relacionada adquirida en el	3	N/A	0	CAPACITADOR NACIONAL

aspectos propios de la temática a impartir desde su conocimiento y especialidad disciplinar. En estas competencias reflejan además del saber del docente, su actualización permanente y la experiencia en el campo que enseña. Así mismo, deberá contar con las competencias transversales: Tecnológicas, Pedagógicas y Actitudinales definidas en el perfil.	ejercicio de actividades afines a la formación que va a impartir, en entidades del sector público y/o privado, desempeñando cargos directivos y/o estratégicos relacionados con funciones y responsabilidades en torno a alguno(s) de los siguientes temas: desarrollo de organizaciones productivas, gestión con soluciones integradas para la competitividad, abordando la problemática de Retail para desarrollar planes de acción que permitan cumplir con la estrategia a través de las mejores practicas del mercado. Diseño e implementación de sistemas logísticos.				

Presupuesto de la Acción de Formación d.DESARROLLO DE HABILIDADES PARA GENERAR EXPERIENCIAS DIGITALES EN EL OMNICHANNEL SHOPPER (Total: 3)

Acción de Formación

Rubro	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
				Especie - %		Dinero - %		
R08 Gastos de Operación del Proyecto	Gastos Operacion	30,941,250	75	0	0	10,313,750	25	41,255,000
R09.2 Formación Virtual Curso 40 Horas	VALOR GLOBAL POR PERSONA	278,474,000	75.26	0	0	91,526,000	24.74	370,000,000
R10.2 Garantías	PÓLIZAS DE SEGURO REQUERIDAS PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	0	0	0	0	1,300,000	100	1,300,000
		309,415,250	75.0	0	0.0	103,139,750	25.0	412,555,000

Resumen por rubros de la Acción de Aprendizaje (Total: 3)

Acción de Formación

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
Totales	309,415,250	75.00	0	0.00	103,139,750	25.00	412,555,000

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R08 Gastos de Operación del Proyecto	30941250	75%	0	0%	10,313,750	25%	41,255,000
R09.2 Formación Virtual Curso 40 Horas	278474000	75.26%	0	0%	91,526,000	24.74%	370,000,000
R10.2 Garantías	0	0%	0	0%	1,300,000	100%	1,300,000
Totales	309,415,250	75.00	0	0.00	103,139,750	25.00	412,555,000

Cobertura geográfica de la Acción de Formación d.DESARROLLO DE HABILIDADES PARA GENERAR EXPERIENCIAS DIGITALES EN EL OMNICHANNEL SHOPPER (Total: 84)

Acción de Formación

Ciudad - Región	Porcentaje
CAUCASIA - ANTIOQUIA	0.76
CAREPA - ANTIOQUIA	0.19
CALDAS - ANTIOQUIA	0.38
BELLO - ANTIOQUIA	0.38
ARBOLETES - ANTIOQUIA	0.19
APARTADO - ANTIOQUIA	0.38
RETIRO - ANTIOQUIA	0.19
CHIGORODO - ANTIOQUIA	0.19
ENVIGADO - ANTIOQUIA	1.14
GIRARDOTA - ANTIOQUIA	0.19
ITAGUI - ANTIOQUIA	0.95
LA CEJA - ANTIOQUIA	0.38
MEDELLIN - ANTIOQUIA	6.29
LA ESTRELLA - ANTIOQUIA	0.19
PUERTO BERRIO - ANTIOQUIA	0.38
NECOCLI - ANTIOQUIA	0.19
YARUMAL - ANTIOQUIA	0.19
TURBO - ANTIOQUIA	0.57
RIONEGRO - ANTIOQUIA	1.90
BARANOA - ATLANTICO	0.38
BOGOTA - DISTRITO CAPITAL	15.81
BARRANQUILLA - ATLANTICO	5.90
MOMPOS - BOLIVAR	0.19
MAGANGUE - BOLIVAR	0.38
CARTAGENA - BOLIVAR	5.14
CHIQUINQUIRA - BOYACA	0.57
MONIQUIRA - BOYACA	0.19
DUITAMA - BOYACA	0.57
TUNJA - BOYACA	1.14

SOGAMOSO - BOYACA	1.33
PAIPA - BOYACA	0.57
UBATE - CUNDINAMARCA	0.38
VILLAMARIA - CALDAS	0.19
RIOSUCIO - CALDAS	0.19
MANIZALES - CALDAS	1.14
LA DORADA - CALDAS	0.76
CHINCHINA - CALDAS	0.19
ANSERMA - CALDAS	0.19
EL DONCELLO - CAQUETA	0.19
SAN VICENTE - ANTIOQUIA	0.38
FLORENCIA - CAQUETA	1.14
YOPAL - CASANARE	0.19
TAURAMENA - CASANARE	0.19
PIENDAMO - CAUCA	0.19
POPAYAN - CAUCA	1.52
AGUACHICA - CESAR	0.57
CURUMANI - CESAR	0.19
BOSCONIA - CESAR	0.19
LA PAZ (ROBLES) - CESAR	0.38
VALLEDUPAR - CESAR	3.24
MONTERIA - CORDOBA	0.57
CHIA - CUNDINAMARCA	0.19
FACATATIVA - CUNDINAMARCA	0.19
CHOCONTA - CUNDINAMARCA	0.19
FUNZA - CUNDINAMARCA	0.19
GUAVIARE	0.19
LA PLATA - HUILA	0.38
GARZON - HUILA	0.57
NEIVA - HUILA	1.90
PITALITO - HUILA	0.57
RIOHACHA - LA GUAJIRA	0.95
SANTA MARTA - MAGDALENA	0.38
EL BANCO - MAGDALENA	0.57
VILLAVICENCIO - META	0.76
PASTO - NARIÑO	1.71
IPIALES - NARIÑO	0.95
TUMACO - NARIÑO	0.57
CUCUTA - NORTE SANTANDER	2.67
OCAÑA - NORTE SANTANDER	0.57

PUERTO ASIS - PUTUMAYO	0.57
MOCOA - PUTUMAYO	0.38
ARMENIA - QUINDIO	1.71
PEREIRA - RISARALDA	2.48
DOS QUEBRADAS - RISARALDA	0.57
SINCELEJO - SUCRE	0.5701
GIRON - SANTANDER	0.57
BUCARAMANGA - SANTANDER	0.76
BARRANCABERMEJA - SANTANDER	1.33
BARBOSA - SANTANDER	0.38
IBAGUE - TOLIMA	5.7180
CARTAGO - VALLE DEL CAUCA	0.7601
BUGA - VALLE DEL CAUCA	0.7518
PALMIRA - VALLE DEL CAUCA	1.8200
CALI - VALLE DEL CAUCA	8.9500

ACCIÓN DE FORMACIÓN 5 DE 8

e.DISEÑO DE EXPERIENCIAS MEMORABLES PARA EL DESARROLLO Y LA PRODUCTIVIDAD DEL MODELO COOPERATIVO EN LA INDUSTRIA 4.0

Generalidades de la acción | Entidades de la acción | Descripciones | Perfil | Presupuesto | Resumen por rubros | Cobertura Geográfica
Ir al menú del proyecto

Generalidades de la Acción de Formación e.DISEÑO DE EXPERIENCIAS MEMORABLES PARA EL DESARROLLO Y LA PRODUCTIVIDAD DEL MODELO COOPERATIVO EN LA INDUSTRIA 4.0

Acción de Formación

Norma de competencia	
Número de beneficiarios	500
Beneficiarios empresa	500
Beneficiarios SENA	0
Perfil beneficiarios	Nivel medio y Nivel Operativo
Número de grupos	5
Número de días x grupo	10

Horas de la Acción de Formación

Horas teóricas presenciales por grupo	0	**Horas prácticas presenciales por grupo**	0	**Total horas presenciales por grupo**	0
Horas teóricas virtuales por grupo	16	**Horas prácticas virtuales por grupo**	24	**Total horas virtuales por grupo**	40
Horas teóricas combinadas por grupo	0	**Horas prácticas combinadas por grupo**	0	**Total horas combinadas por grupo**	0
				Total de horas grupo	40

	Total de horas acción	200

Entidades de la Acción de Formación e.DISEÑO DE EXPERIENCIAS MEMORABLES PARA EL DESARROLLO Y LA PRODUCTIVIDAD DEL MODELO COOPERATIVO EN LA INDUSTRIA 4.0 (Total: 1)

Acción de Formación

Nombre de la entidad	Papel
ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE COOPERATIVAS ASCOOP	PROPONENTE

Descripciones de la Acción de Formación e.DISEÑO DE EXPERIENCIAS MEMORABLES PARA EL DESARROLLO Y LA PRODUCTIVIDAD DEL MODELO COOPERATIVO EN LA INDUSTRIA 4.0 (Total: 22)

Acción de Formación

Descripción 1 de 22

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

NECESIDAD DE FORMACIÓN, CAUSAS Y EFECTOS.
ASCOOP llevó a cabo la recopilación, análisis e interpretación de manera ordenada y sistemática de información tanto cualitativa y cuantitativa pertinentes para determinar las necesidades de formación requeridas por el gremio.
La información cualitativa abarcó entre otras el análisis de los resultados de entrevistas abiertas aplicadas a altos directivos sobre el estado de sus procesos a cargo, oportunidades de mejora y metas e indicadores guía. Adicionalmente se documentaron resultados de ejercicios de observación y vigilancia de ejecución de procesos relacionados con la colocación de productos y opiniones de expertos sobre tendencias en el negocio asegurador, así como el análisis de la retroalimentación dada por los clientes a través de los diferentes canales de servicio. También se analizaron los resultados de las entrevistas aplicadas a trabajadores participantes del proceso de formación continua adelantado en el año 2020. analizada se encuentra la siguiente: Las más reconocidas consultoras están de acuerdo en que "El impacto de COVID-19 en el comportamiento del cliente ha sido amplio e inmediato. El gasto en la mayoría de las industrias ha bajado, las compras han pasado de los canales en persona a los canales digitales y la seguridad pública se ha convertido en una prioridad para las empresas y los consumidores por igual y los clientes están reduciendo significativamente sus gastos en casi todas las categorías, anticipando tiempos más difíciles por delante" (MkKinsey, Elevating customer experience excellence in the next normal, 2020). Las principales tendencias que se han fortalecido con la pandemia han cambiado el comportamiento de los clientes, "El uso de canales digitales está aumentando durante la pandemia. La inversión corporativa en experiencias digitales deberá reflejarse en nuevas formas de vivir y trabajar... las organizaciones deben prepararse para el futuro priorizando la experiencia digital en lugar de las transacciones digitales. La velocidad a la que las empresas construyan e implementen estas capacidades se convertirá en una fuente de ventaja competitiva y el grado en que puedan mantenerlas se convertirá en una fuente de ventajas de costos (Accenture, A New Era in Customer Engagement, 2020).
Por su parte la información cuantitativa abarcó, además de los de los resultados de evaluaciones de desempeño, entre otras los siguientes aspectos:
- El cambio hacia lo digital se ha dado en todas las áreas de servicio. Uno de los ejemplos más claros es el de la medicina, en el que "en lo que respecta al 2020, entre el 1 de enero y el 30 de septiembre se evidenció incremento del 117% en las sedes de prestadores de servicios de salud que ofrecen la modalidad de telemedicina y en 192% en los servicios ofrecidos en esta modalidad. En orden de demanda, los cinco servicios más habilitados en telemedicina son: medicina interna, psicología, nutrición y dietética, dermatología y diagnóstico cardiovascular, respectivamente" (Minsalud, Durante la pandemia se consolidó la telemedicina en el país, Oct 2020).
- Los servicios financieros son ahora predominantemente virtuales: "A través de los canales virtuales se realizó el 74% del total de las operaciones: 2.469 millones por banca móvil y 966 millones por internet, con participaciones del 53% y 21%, respectivamente. Frente al segundo semestre de 2019, este canal registró un crecimiento del 68% en el número de operaciones monetarias, al pasar de 125 millones a 211 millones de transacciones. Las que no se consideran monetarias pasaron de 1.774 millones a 2.259 millones, con una variación del 27%." (Portafolio, Tres de cada cuatro operaciones bancarias son digitales en el país, Sep. 2020)
Gracias al proceso adelantado por ASCOOP, el cual se expresa en detalle en las generalidades, y al uso de información cualitativa y cuantitativa proveniente del análisis de sector, situación de entidades asociadas al gremio, demandas del sector y prospectiva,

---

Descripción 2 de 22

Continuación... DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

y diagnóstico de los trabajadores; se identificó la siguiente necesidad de formación específica: "Adecuar la experiencia digital de los clientes para responder a los cambios en su comportamiento, acelerados por la pandemia de Covid-19"
Esta necesidad es originada por estas causas: -)Los acuerdos de niveles de servicio no están adecuados a las nuevas realidades de uso de canales digitales por parte de los clientes. -)No se aprovechan adecuadamente los datos para conocer y ofrecer experiencias digitales personalizadas a los clientes, -)El diseño de las experiencias del cliente en los

canales digitales no es un proceso estandarizado y apropiado dentro de las organizaciones solidarias; -)Las experiencias digitales no están humanizadas.
Esta necesidad genera los siguientes efectos: -)Los canales digitales permiten hacer transacciones pero no ofrecen experiencias de servicio a los clientes; -)No se ofrecen soluciones personalizadas a los clientes, -)Se pierde participación en el mercado.
Esta necesidad contribuye a la existencia de la necesidad general identificada en las generalidades del proyecto, la cual es "Potenciar el impacto del cooperativismo en la reactivación económica del país en medio de la pandemia, mediante la promoción del emprendimiento, el fortalecimiento de la gestión comercial y la recuperación del bienestar emocional de los trabajadores"

JUSTIFICACIÓN DEL ENFOQUE DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN HACIA DESARROLLO PRODUCTIVO Y/O COMPETITIVIDAD
El Sistema Nacional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCCTeI) se encarga en el país de todos los temas relacionados con la política de competitividad, productividad e innovación, incluyendo el cuerpo de normas y organismos e instituciones con responsabilidad directa en estos aspectos. La correspondencia con tal sistema permite evidencias el enfoque de la acción de formación hacia competitividad así:
-El CONPES 3439 establece que dentro de los factores que determinan la competitividad se encuentran el "desarrollo del capital humano..., acceso al crédito y productividad" (CONPES 3439, Institucionalidad y principios rectores de Política para la Competitividad y Productividad,Pg. 34). Dicho documento también establece la "Participación del sector privado" como un principio que guía la formulación de las políticas de competitividad. Al ser este un proyecto encaminado al desarrollo de capital humano vía solución de necesidades de formación, y al tener como beneficiario a las organizaciones asociadas a ASCOOP que se encarga de promover a las empresas del sector cooperativo; el enfoque hacia la competitividad de esta acción de formación está plenamente justificado.
- El Consejo Privado de Competitividad en su informe de competitividad establece como uno de los determinantes de la competitividad la eficiencia del Mercado Laboral, y al respecto de éste establece que "En promedio, se requieren cerca de cuatro veces más horas de trabajo en Colombia para producir el mismo valor agregado que en una hora de trabajo en Estados Unidos. Detrás de bajos niveles de productividad se encuentran, entre otros factores, la informalidad empresarial y laboral (que afecta la eficiencia en la asignación de los recursos) y la falta de calidad y alineación de la oferta educativa y formativa con las necesidades del sector productivo" (INFORME NACIONAL DE COMPETITIVIDAD2020-2021, Consejo Privado de Competitividad). La acción de formación aquí presentada fue construida para cerrar brechas de capital humano identificadas en los trabajadores del sector solidario (Cooperativismo) emparejándolas con lo que requiere la industria, por lo cual está enfocada hacia la competitividad y desarrollo productivo.

PORQUÉ LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PRIORIZADA PARA LA SOLUCIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD ES ESPECIALIZADA
La acción de formación propuesta es especializada pues es de corta duración, permite la aplicación de los conocimientos habilidades y destrezas en el contexto laboral de forma inmediata cerrando

---

Descripción 3 de 22

Continuación... DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

brechas de capital humano identificadas y dando respuesta a la necesidad específica identificada y mencionada antes. Gracias a la implementación de esta acción de formación se logrará la actualización y formación en nuevos conocimientos y habilidades para elevar las competencias laborales que los trabajadores del sector requieren para diseñar experiencias de servicio para los clientes en el canal digital, reconociendo y usando los datos y el conocimiento del cliente para ofrecer personalización y humanización en el trato, transmitir los valores de las organizaciones cooperativas a través de los canales digitales, permitiendo retener y ganar nuevos clientes, en el contexto de la pandemia; lo que aumentaran el rendimiento productivo y empleabilidad de los trabajadores beneficiarios así como la competitividad de las empresas participantes.
JUSTIFICACIÓN DE LA ALINEACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN CON REVOLUCIÓN INDUSTRIAL 4.0
La acción de formación aquí presentada se alinea con la revolución industrial 4.0 por los beneficiarios de la misma y por su contenido como se explica a continuación:
Alineación por contenido temático de la Acción de Formación. Esta acción de formación aborda temas relacionados con la Industria 4.0 tales como la influencia de la revolución industrial 4.0 en el desempeño del empleado. (UTI); análisis de datos y el pilar de la big data en la revolución industrial 4.0 (UTII); escenario actual re revolución 4.0 y los diferentes perfiles CX (UT III); el poder de los pilares de la revolución industrial 4.0 en la humanización (UT IV). A propósito de la gestión de clientes en el marco de la revolución industrial 4.0 la consultora Deloitte indica que "Este ciclo de actividad digital inteligente y autónoma, y las tecnologías de la Industria 4.0 que lo impulsan, afectan las formas en que las empresas se relacionan con sus clientes y satisfacen las preferencias siempre cambiantes de los clientes. Además, y quizás lo más importante, permite a las empresas cambiar su propuesta de valor de productos a servicios continuos basados en datos." (La industria 4.0 atrae a los clientes, Deloitte, 2017). Lo anterior demuestra la alineación de esta acción de formación con la revolución Industrial 4.0 y sus pilares tecnológicos.
Tal como lo indica el BID "La digitalización y la conexión en tiempo real desafían a las firmas mediante la eliminación de las tradicionales barreras de entrada a los mercados permitiendo la irrupción de nuevos jugadores y competidores. Al mismo tiempo, expanden los límites del mercado acortando el camino entre la oferta y la demanda mediante plataformas colaborativas... Permiten captar información sobre los clientes (necesidades y gustos) y competidores a través tecnologías como IoT, redes sociales, plataformas web, y sistemas de video, entre otras " (Basco y otros, Industria 4.0 fabricando el futuro, BID.2018). Esta acción de formación por tanto se alinea con la revolución Industrial

4.0 pues apunta a beneficiar a trabajadores para diseñar experiencias de servicio para los clientes en el canal digital, reconociendo y usando los datos y el conocimiento del cliente para ofrecer personalización y humanización en el trato, transmitir los valores de las organizaciones cooperativas a través de los canales digitales, permitiendo retener y ganar nuevos clientes, en el contexto de la pandemia .
ACCIÓN DE FORMACIÓN QUE BENEFICIE A TRABAJADORES
Con esta acción de formación se beneficiará a trabajadores provenientes de Cooperativas como COOMEVA que trabajan en el sector salud, financiero y turismo, entre otros.
Adicionalmente, los beneficiarios de esta acción de formación son cooperativas como COOMEVA dedicadas a prestar servicios financieros y de medicina con los cuales se benefician a personas que ejecutan o participan de proyectos de emprendimiento en todos los sectores económicos. En este sentido de manera transversal e indirectamente se benefician los sectores priorizados con la convocatoria

---

Descripción 4 de 22

2. OBJETIVOS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN:

De acuerdo con el análisis anterior, el propósito de esta acción de formación se refleja en sus objetivos, los cuales evidencian la intencionalidad de la misma, así:
EL QUE: Adecuar la experiencia digital de los clientes para responder a los cambios en su comportamiento, acelerados por la pandemia de Covid-19
EL POR QUÉ: Utilizar los datos y conocimiento del cliente para brindar experiencias personalizadas.
EL PARA QUÉ: Fortalecer los canales digitales como generadores de ventaja competitiva para las organizaciones del sector solidario
La solución escogida consiste en la formulación de un plan de formación continua especializado que incluye la acción de formación aquí presentada, denominada DISEÑO DE EXPERIENCIAS MEMORABLES PARA EL DESARROLLO Y LA PRODUCTIVIDAD DEL MODELO COOPERATIVO EN LA INDUSTRIA 4.0; lo que permitirá cerrar las brechas de competencia del talento humano que fueron identificadas y pasar del estado actual al estado deseado en donde se alcanza el propósito planteado.
En términos generales aquello que se quiere alcanzar al finalizar la ejecución de esta acción de formación, es la actualización y formación en nuevos conocimientos y habilidades para elevar las competencias laborales que los trabajadores del sector requieren para diseñar experiencias de servicio para los clientes en el canal digital, reconociendo y usando los datos y el conocimiento del cliente para ofrecer personalización y humanización en el trato, transmitir los valores de las organizaciones cooperativas a través de los canales digitales, permitiendo retener y ganar nuevos clientes, en el contexto de la pandemia; permitiéndoles aplicar nuevas metodologías y herramientas que aumentaran el rendimiento productivo y empleabilidad de los trabajadores beneficiarios así como la competitividad de las empresas participantes. Esto es coherente con la estrategia de trabajo de ASCOOP, de prestar servicios de asistencia técnica, divulgar la aplicación y practica de los principios del Cooperativismo y promover y fomentar la organización de entidades del sector social y contribuir a su desarrollo.
El alcanzar estos objetivos contribuirá a alcanzar el objetivo general formulado para el proyecto.

Descripción 5 de 22

3. POBLACIÓN BENEFICIARIA DE LAS ACCIONES DE FORMACIÓN:

La población a beneficiar son trabajadores cuya condición se pretende mejorar a través del proyecto con lo cual que se conlleve a incrementar su empleabilidad, el desempeño de sus funciones y la adquisición y/o fortalecimiento de competencias necesarias para aumentar el rendimiento productivo para beneficio y aumento de la competitividad de ASCOOP y sus organizaciones afiliadas. La siguiente es la caracterización de los mismos:
//Nivel ocupacional//Nivel medio y Nivel Operativo //Áreas //Comercial, Ventas, Recursos humanos, Operaciones, Administrativo, Financiero, Riesgos, Servicio, Mercadeo, Salud, Jurídico, Producto, Educación y democracia, Medicina prepagada, Emprendimiento, Seguros, Call center"//Cargos de los beneficiarios// Pueden venir de posiciones tales como: Coordinadores, Jefes, Directores, Gerentes regionales, Supervisores, Gestores, Analistas, Asistentes, Ejecutivos, Auxiliares//Funciones// Ventas, Comercial, Atención al publico, Labores administrativas, Generación de reportes, Desarrollo de estrategias, Labor asistencial en salud, Auditoria, Asesoramiento en seguros, emprendimiento, Atención telefónica, Mercadeo//Tipo de vinculación laboral//Termino Indefinido y fijo //Escolaridad//Tecnicos, tecnologo, pregrado, posgrado (especialización y maestria) //Posibilidad de acceso a las TIC// SI - Computador y Software (Paquete Oficce-Microsoft-Internet-Computador-Celular) y acceso a internet.
Relación entre el perfil descrito y el objetivo de la formación: El perfil descrito, tanto en su nivel ocupacional como área de la que proviene y actividades que realiza, está directamente relacionado con los objetivos de esta acción de formación, en la medida en que para que se puedan diseñar experiencias de servicio para los clientes en el canal digital, reconociendo y usando los datos y el conocimiento del cliente para ofrecer personalización y humanización en el trato, transmitir los valores de las organizaciones cooperativas a través de los canales digitales, permitiendo retener y ganar nuevos clientes, en el contexto de la pandemia, se necesita el concurso de los participantes seleccionados. Esto en atención que esos perfiles están directamente a cargo de liderar o participar en los equipos de trabajo que ejecutan procesos comerciales y por lo tanto pondrán en práctica de forma inmediata las competencias desarrolladas con la acción de formación.
Con el cierre de las brechas de talento humano identificadas se contribuirá a alcanzar el objetivo general del proyecto.
MIPYMES: Se garantiza la participación de al menos una persona proveniente de una empresa MiPyme, la razón de pertinencia para la empresa y/o sector es que estas mipymes corresponden con entidades relacionadas en el anexo 10 y que cumplen con los requisitos para ser catalogadas como mipymes según el anexo 10. No participa la cadena

productiva. Su inclusión se justifica en que son trabajadores que provienen de las empresas relacionadas en el anexo 10.

Descripción 6 de 22

4. CLASIFICACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN POR SECTOR Y SUBSECTOR:

Esta acción de formación impactará trabajadores en los siguientes sectores y subsectores
Sector: Transversal
Subsector: Transversal
Nota: Se elige transversal, puesto que los trabajadores beneficiarios provendrán de organizaciones como Coomeva que se desenvuelven en sectores tales como salud, servicios financieros y turismo, entre otras.

Descripción 7 de 22

5. EVENTO DE FORMACIÓN:

Se usará el evento de formación Curso por su pertinencia frente a:
- Perfil de los trabajadores beneficiarios: Para el tipo de perfil seleccionado, las demandas de su puesto de trabajo, el equilibrio entre su vida personal y laboral, así como las características de las funciones que realiza y el nivel ocupacional que ocupa, el evento de formación Curso es el más pertinente para llevar cabo esta acción de formación.
-Requerimientos de las empresas: Las organizaciones asociadas a Ascoop identificaron unas necesidades de formación que se deben satisfacer con la acción de formación a través del cierre de brechas de talento humano identificadas. El Curso es el evento de formación más pertinente para ejecutar dicha acción de formación y lograr dar respuesta a tales necesidades.
- Metodología: Académicamente hablando, se propone el uso de unas actividades pedagógicas y estrategias didácticas que faciliten la transmisión de conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas necesarias para el desarrollo de las competencias identificadas. El evento Curso provee el marco necesario para implementar dichas metodologías de la forma más idónea y pertinente posibles.
- Modalidad de formación: Para esta acción de formación se utilizará la modalidad virtual y se encontró que el evento de formación es pertinente con esta modalidad ya el marco que da para su ejecución y certificación se ajusta a las características de esta modalidad.
- Unidades Temáticas: Los contenidos detallados y su estructura, orientados a desarrollar las temáticas específicas que darán respuesta a la necesidad de formación planteada para esta acción de formación, se pueden cubrir adecuadamente con este evento de formación Curso, por lo cual es pertinente su uso.

Descripción 8 de 22

6. MODALIDAD DE FORMACIÓN:

Se usará la modalidad de formación VIRTUAL. La acción de Formación se desarrolla bajo la modalidad virtual, que implica para el estudiante un estilo autónomo y auto dirigido de aprendizaje, así como una cultura para la innovación creativa de la disciplina personal y la participación democrática, la autogestión formativa, la práctica de la libertad y el desarrollo de una escala de valores que favorece su propia construcción como sujeto ético y moral.
La educación a Virtual exige al estudiante un cambio de actitud y de mentalidad; el alumno debe asumir momentos para un estudio independiente mucho más reflexivo, que le permita profundizar en los conocimientos y lo conduzca a la aplicación de estos en los contextos que le son propios.
La relación entre lo tecnológico y pedagógico ha configurado nuevas formas de enseñanza aprendizaje, incorporando nuevos roles en los actores educativos y nuevas dinámicas en estos. Por consiguiente, las aulas virtuales son la manera de integrar los efectos didácticos de las aulas reales a contextos en los que no es posible reunir físicamente a los participantes, en un proceso de enseñanza/aprendizaje.
La acción de formación en la modalidad virtual se realiza de manera asincrónica entre el capacitador y los trabajadores, lo cual significa que pueden interactuar en tiempos y espacios diferentes e implica la utilización de la plataforma tecnológica Black Board, la cual cumple con las características establecidas en el Anexo Nº. 14.
El proveedor de la formación virtual entregará un reporte que evidencie el ingreso a la plataforma por parte del trabajador y del capacitador o tutor, y la entrega de las actividades desarrolladas por los beneficiarios en la plataforma.
?

Descripción 9 de 22

7. UNIDADES TEMÁTICAS:

Las unidades temáticas de la acción de formación son pertinentes frente a las necesidades de formación identificadas, para lo cual se proponen los siguientes contenidos detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:
UT. I. EMPLOYEE EXPERIENCE-8 HORAS
Competencia que se espera adquiera el trabajador: Analizar los elementos que moldean la experiencia del empleado para proponer estrategias que permitan impactar su desempeño
Contenidos detallados:
*Oferta de valor, cultura y estrategia organizacional-elementos cooperativismo
*Experiencia del empleado vs experiencia del cliente
*Mediciones de servicio

*Experiencia de servicio interna
*Estructura y desarrollo de los ANS
*La influencia de la revolución industrial 4.0 en el desempeño del empleado.

UT. II. HIPER PERSONALIZACIÓN DE LAS EXPERIENCIAS EN UN ENTORNO 4.0-8 HORAS
Competencia que se espera adquiera el trabajador: Analiza las herramientas y tecnologías disponibles para proponer estrategias que permitan maximizar la personalización en las interacciones con el cliente.
Contenidos detallados:
*Conociendo al cliente
*Análisis de datos y el pilar de la big data en la revolución industrial 4.0
*Aprendizaje y predicciones
*Personalización de la atención presencial y remota
*Negociación.
UT. III. COSTUMER EXPERIENCE 4.0-10 HORAS
Competencia que se espera adquiera el trabajador: Analiza el diseño actual de experiencia del cliente frente a las tendencias de la revolución 4.0 para responder a los cambios de comportamiento por la disrupciones ocurridas en el entorno.
Contenidos detallados:
*Generalidades
*principios y el valor del Customer Experience Management
*Escenario actual re revolución 4.0 y los diferentes perfiles CX
*Marca la diferencia desde el cooperativismo y conoce a tu cliente
*Diseño de soluciones y Momentos de verdad
*El servicio desde la identidad cooperativa.
UT. IV. HUMANIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DIGITAL-8 HORAS
Competencia que se espera adquiera el trabajador: Analiza las herramientas y tecnologías disponibles para proponer estrategias que permitan humanizar las interacciones con el cliente
Contenidos detallados:
*Construir relaciones
*Personalizar la experiencia
*Emociones en la experiencia digital
*La confianza, cercanía y valores desde el cooperativismo para el servicio.
*El poder de los pilares de la revolución industrial 4.0 en la humanización.
UT V. INTELIGENCIA EMOCIONAL (CORRESPONDIENTE A LAS HABILIDADES TRANSVERSALES DEL SIGLO 21)-6 HORAS
Competencia que se espera adquiera el trabajador: Analiza sus interacciones a la luz de los facilitadores emocionales para mejorar su comunicación con el equipo de trabajo.
Contenidos detallados:
*Conciencia de uno mismo
-Identificación y comprensión de mis emociones y sentimientos
-Toma de conciencia de pensamientos y reacciones automáticas
*Autoconocimiento, autoestima y automotivación
-Hechos, juicios y creencias
-Claves para fortalecer la autoestima
-Componentes de la automotivación
-Facilitadores emocionales: optimismo, humor y resiliencia
*Habilidades sociales
-Habilidades de comunicación: escucha emocional, comunicación no verbal
-Empatía
-Asertividad
*Liderazgo para el servicio-Desde la esencia cooperativa
Las anteriores unidades temáticas fomentan la apropiación de conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas necesarias para el cierre de las brechas de talento humano identificadas, por lo cual dan respuesta de manera idónea a las necesidades de formación identificadas.

Descripción 10 de 22

Continuación... UNIDADES TEMÁTICAS:

N/A

Descripción 11 de 22

8. METODOLOGÍA:

Metodología teórico práctica alineada con la modalidad virtual. La Acción de Formación se desarrolla mediante una metodología didáctica, en entornos virtuales de aprendizaje, garantizando un aprendizaje abierto, flexible y significativo en la formación, que favorecerá el crecimiento y desarrollo de los participantes, donde la interactividad es un aspecto fundamental, para potenciar los procesos de aprendizaje autónomo, tanto en la apertura del diálogo académico entre los estudiantes, como en el acompañamiento que hace el docente tutor al proceso formativo de los alumnos, como guía, orientador y facilitador del proceso de aprendizaje.

Las herramientas metodológicas comprenden la presentación de elementos conceptuales para cada uno de los temas que componen los módulos, y la práctica está dada por actividades interactivas, ejercicios, desarrollo de talleres, con los cuales se busca que el estudiante mire diferentes alternativas, administre los recursos existentes, analice y use la información para aplicarla a casos relacionados con situaciones su propio entorno laboral. Las metodologías aplicadas a la virtualidad nos ofrecen la posibilidad utilizar herramientas creativas, para la generalización del aprendizaje, para el uso, para el saber estar y saber participar en ese medio.
Las actividades pedagógicas, estrategias didácticas y modelo de aprendizaje aquí indicadas son las más adecuadas para lograr el cierre de brechas de capital humano identificadas y fueron seleccionadas teniendo en cuenta las necesidades de formación y las características de los trabajadores beneficiarios.
A continuación, se detallan las mismas por unidad temática:
UT. I. EMPLOYEE EXPERIENCE-8 HORAS
Estrategias didácticas: La Acción de Formación se desarrolla mediante una metodología didáctica, en entornos virtuales de aprendizaje, garantizando un aprendizaje abierto, flexible y significativo en la formación, que favorecerá el crecimiento y desarrollo de los participantes, donde la interactividad es un aspecto fundamental, para potenciar los procesos de aprendizaje autónomo centrado en el estudiante, tanto en la apertura del diálogo académico entre los estudiantes, como en el acompañamiento que hace el docente tutor al proceso formativo de los alumnos, como guía, orientador y facilitador del proceso de aprendizaje
Actividades pedagógicas:
- Guías de lectura: Lecturas para profundizar en los temas tratados.
- Foros: Debates a través de los foros donde se plantea una pregunta semilla para ser abordada por todos los estudiantes.

UT. II. HIPER PERSONALIZACIÓN DE LAS EXPERIENCIAS EN UN ENTORNO 4.0-8 HORAS
Estrategias didácticas: La Acción de Formación se desarrolla mediante una metodología didáctica, en entornos virtuales de aprendizaje, garantizando un aprendizaje abierto, flexible y significativo en la formación, que favorecerá el crecimiento y desarrollo de los participantes, donde la interactividad es un aspecto fundamental, para potenciar los procesos de aprendizaje autónomo centrado en el estudiante, tanto en la apertura del diálogo académico entre los estudiantes, como en el acompañamiento que hace el docente tutor al proceso formativo de los alumnos, como guía, orientador y facilitador del proceso de aprendizaje
Actividades pedagógicas:
- Foros: Debates a través de los foros donde se plantea una pregunta semilla para ser abordada por todos los estudiantes.
UT. III. COSTUMER EXPERIENCE 4.0-10 HORAS
Estrategias didácticas: La Acción de Formación se desarrolla mediante una metodología didáctica, en entornos virtuales de aprendizaje, garantizando un aprendizaje abierto, flexible y significativo en la formación, que favorecerá el crecimiento y desarrollo de los participantes, donde la interactividad es un aspecto fundamental, para potenciar los procesos de aprendizaje autónomo centrado en el estudiante, tanto en la apertura

Descripción 12 de 22

Continuación... METODOLOGÍA:

del diálogo académico entre los estudiantes, como en el acompañamiento que hace el docente tutor al proceso formativo de los alumnos, como guía, orientador y facilitador del proceso de aprendizaje
Actividades pedagógicas:
- Diseño de planes de acción en los que el participante a partir de lo aprendido propone actividades puntuales para generar cambios en la forma de hacer las cosas en su lugar de trabajo.
UT. IV. HUMANIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DIGITAL-8 HORAS
Estrategias didácticas: La Acción de Formación se desarrolla mediante una metodología didáctica, en entornos virtuales de aprendizaje, garantizando un aprendizaje abierto, flexible y significativo en la formación, que favorecerá el crecimiento y desarrollo de los participantes, donde la interactividad es un aspecto fundamental, para potenciar los procesos de aprendizaje autónomo centrado en el estudiante, tanto en la apertura del diálogo académico entre los estudiantes, como en el acompañamiento que hace el docente tutor al proceso formativo de los alumnos, como guía, orientador y facilitador del proceso de aprendizaje
Actividades pedagógicas:
- Foros: Debates a través de los foros donde se plantea una pregunta semilla para ser abordada por todos los estudiantes.
- Análisis de casos: El contenido de los casos proviene del sector en donde se desenvuelven los participantes.

UT V. INTELIGENCIA EMOCIONAL-6 HORAS
Estrategias didácticas: La Acción de Formación se desarrolla mediante una metodología didáctica, en entornos virtuales de aprendizaje, garantizando un aprendizaje abierto, flexible y significativo en la formación, que favorecerá el crecimiento y desarrollo de los participantes, donde la interactividad es un aspecto fundamental, para potenciar los procesos de aprendizaje autónomo centrado en el estudiante, tanto en la apertura del diálogo académico entre los estudiantes, como en el acompañamiento que hace el docente tutor al proceso formativo de los alumnos, como guía, orientador y facilitador del proceso de aprendizaje
Actividades pedagógicas:
- Foros: Debates a través de los foros donde se plantea una pregunta semilla para ser abordada por todos los estudiantes.

Descripción 13 de 22

9. MATERIAL DE FORMACIÓN:

El estudiante contará con una importante colección de materiales educativos que estarán a su disposición de manera digital en el aula virtual, los cuales se complementan con actividades individuales y grupales. A continuación, se mencionan los principales materiales educativos y actividades a desarrollar por parte del estudiante:
*Infografías y talleres y documentos en formato PDF que desarrollan al detalle los temas de la Acción de Formación.
*Foros de debate entre los grupos de trabajo, basados en los temas tratados y que se convierte en un recurso valioso para el intercambio de ideas que enriquece pedagógicamente el proceso virtual.
Ayudas Didácticas
*Diseño de Infografías
*Videos
*Objetos virtuales de aprendizaje - OVAS
*Multimedia.
Herramientas de Comunicación
*Foros
*Correo electrónico.
El contenido del material se justifica porque contribuye al mejoramiento y aplicación del conocimiento permitiendo al participante gestionar exitosamente los procesos de retail frente al Shopper, con herramientas que impactan positivamente la comercialización e identificando las acciones estratégicas y tácticas que posibilitan la gestión de los aspectos derivados de la economía conectada y la transformación digital. De esta forma es un apoyo para el beneficiario en la realización de los objetivos de la acción de formación.
Estos son algunos de los contenidos que tendrá el material:
- EMPLOYEE EXPERIENCE
- HIPER PERSONALIZACIÓN DE LAS EXPERIENCIAS EN UN ENTORNO 4.0
- COSTUMER EXPERIENCE 4.0
- HUMANIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DIGITAL
- INTELIGENCIA EMOCIONAL
El material digital corresponde a una producción reciente de menos de 2 años. El material propuesto es pertinente en relación con:
- Los objetivos definidos para esta acción de formación: El contenido del material permite al estudiante reforzar los temas tratados por el docente y puede usarlo como referencia cuando o requiera en el contexto propio de su trabajo por lo que facilita y apoya al beneficiario en la consecución de los objetivos propuestos.
- Las unidades temáticas que la componen: El material de formación brinda contenidos correspondientes a todas las unidades temáticas abordadas en desarrollo de la acción de formación, sirviendo de guía al estudiante (Hoja de ruta) de la ejecución de la acción de formación.
- Metodologia de formación: El material de formación está alineado con los principios metodologicos de esta acción, dando soporte adecuado a las actividades pedagogicas que se llevarán a cabo.
- El perfil de los beneficiarios: La forma como está estructurado el material, su forma de consulta y leguaje utilizado para su construcción se ajusta al perfil de los beneficiarios participantes, por lo que facilitará el proceso de aprendizaje de los mismos.
El material de formación está metodológicamente estructurado y se justifica el contenido del mismo pues su utilización facilitará la trasferencia de conocimientos a los beneficiarios y permitirá reforzar los temas vistos en clase.

Descripción 14 de 22

10. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS:

Una vez ejecutada la acción de formación los beneficiarios alcanzarán los resultados de aprendizaje aquí indicados, los cuales son evidencia del aprendizaje del trabajador y de su aplicación en el puesto de trabajo. Dichos resultados están alineados con los objetivos de la acción de formación en la medida en qué permiten medir de forma objetiva si el trabajador alcanzó el propósito de la acción de formación en sus dimensiones del qué, el por qué y el para qué. Dichos resultados, además están alineados con el perfil del trabajador en la medida en que deberían ser alcanzados por los mismos una vez adelanten la acción de formación.
A continuación se listan los resultados, los cuales son observables, evaluables y factibles de alcanzar por parte de los trabajadores participantes (Acordes con su perfil):
- R1 Detalla los elementos que construyen la experiencia del trabajador en la empresa - DESEMPEÑO DEL TRABAJADOR
- R2 Valora el impacto de la experiencia del trabajador en la experiencia del cliente. - PRODUCTIVIDAD
- R3 Propone estrategias para predecir los comportamientos del cliente basado en los datos disponibles del mismo. - COMPETITIVIDAD
- R4 Valora el impacto de la personalización de las interacciones con el cliente en la construcción de la experiencia del cliente - COMPETITIVIDAD
- R5 Analiza los cambios en el comportamiento del cliente para proponer mejoras en su experiencia en los canales digitales - COMPETITIVIDAD .
- R6 Diseña un modelo de experiencia de cliente para ser implementado en un canal de servicio - COMPETITIVIDAD .
- R7 Reflexiona sobre cómo la humanización de las interacciones con el cliente en canales digitales favorecen la construcción de ventajas competitivas para el cliente. - COMPETITIVIDAD
- R8 Identifica los facilitadores emocionales que impactan las interacciones con los demás - DESEMPEÑO DEL TRABAJADOR

- R9 Propone actividades para aplicar prácticas de inteligencia emocional en sus comunicaciones con el equipo de trabajo - PRODUCTIVIDAD
Se aclara que todos los resultados antes indicados están alineados con los objetivos de la acción de formación.
Los impactos sobre la productividad de las organizaciones asociadas a Ascoop, fruto del cierre de brechas de talento humano de esta acción de formación, están relacionados con factores internos como el mejoramiento de los procesos y la eficiencia con los que se ejecutan.
Los impactos sobre la competitividad de las organizaciones asociadas a Ascoop, fruto del cierre de brechas de talento humano de esta acción de formación, están relacionados con factores internos como el mejor conocimiento del cliente y de sus necesidades, y factores externos como y aumento del talento humano con competencias acordes a lo que requiere la industria.

Descripción 15 de 22

11. EVALUACIÓN DE APRENDIZAJE:

El modelo propuesto para la evaluación es el siguiente:
Mecanismos de seguimiento:
- Evaluación de conocimientos. Para ello se elaboran exámenes que de manera individual debe responder cada participante. Se aplicará el Indicador tasa de incremento del conocimiento de acuerdo a lo indicado en el pliego de condiciones de la convocatoria y sus anexos.
- Desarrollo de las actividades en el aula que permiten la adquisición de conocimientos y puesta en práctica de los mismos a través de la plataforma. La actividades que se contemplan son: guías de lectura, talleres, análisis de casos y debates a través de los foros donde se plantea una pregunta semilla para ser abordada por todos los estudiantes.
- Diseño de planes de acción en los que el participante a partir de lo aprendido propone actividades puntuales para generar cambios en la forma de hacer las cosas en su lugar de trabajo.

- Monitoreo del tránsito de los estudiantes en el aula virtual.
El sistema de control propuesto incluye:
- Asistencia y certificación. Realizar el 85% de las actividades programadas otorga la Certificación..
- Medición de Conocimiento (Indicador tasa de incremento del conocimiento). Se aplicará el Indicador tasa de incremento del conocimiento.
-Satisfacción: Se aplicará un instrumento de evaluación de satisfacción de acuerdo a los parámetros provistos por el SENA.
La evaluación de aprendizaje propuesta permite la verificación del cumplimiento de los objetivos definidos y de los resultados esperados, por tanto, se aplicarán criterios de evaluación que serán parámetros de referencia del proceso evaluativo, tales como:
- Argumenta como la cultura organizacional afecta la experiencia del trabajador. Se relaciona con el resultado R1
- Relaciona los conceptos de experiencia del cliente y experiencia del empleado para formular estrategias que impacten el desempeño del trabajador. Se relaciona con el resultado R2
- Valora la herramientas disponibles para hacer predicción con base en datos - Se relaciona con el resultado R3
- Propone estrategias para gestionar los datos del cliente en el marco de la construcción de su experiencia en los canales digitales de atención- Se relaciona con el resultado R4
- Propone indicadores para medir los cambios en el comportamiento del cliente. Se relaciona con el resultado R5
- Propone un perfil de experiencia de cliente para un canal digital de atención. Se relaciona con el resultado R6
- Argumenta cómo se pueden utilizar las emociones para enriquecer la experiencia digital del usuario. Se relaciona con el resultado R7
- Reflexiona sobre cómo la humanización de las interacciones con el cliente en canales digitales favorecen la construcción de ventajas competitivas para el cliente - Se relaciona con el resultado R7
- Argumenta como la resiliencia influye en la consecución de los objetivos en el entorno de trabajo - Se relaciona con el resultado R8
- Practica ejercicios para desarrollar su capacidad de escucha emocional. Se relaciona con el resultado R9
En el mediano plazo, el impacto de la productividad se podrá medir a través de indicadores como tiempo promedio que toma realizar una compra por parte del cliente, Porcentaje de ventas cerradas sobre número de visitas a los canales digitales, disminución de las quejas y reclamos.
En el mediano plazo, el impacto de la competitividad se podrá medir a través de indicadores como aumento de la participación del mercado y disponibilidad en el mercado de personal con competencias acordes con las requeridas en las organizaciones.

Descripción 16 de 22

12. AMBIENTE DE APRENDIZAJE:

AULA VIRTUAL. El uso de este tipo de ambiente se justifica en la medida en que se requiere para que los usuarios puedan adelantar la acción de formación de manera adecuada incluyendo el componente practico de la misma y por que facilitará la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos, la profundización de los temas incluidos y aplicación de muchos de los conceptos relacionados con la revolución industrial 4.0 con la que se encuentra alineada esta acción de formación. El rubro solicitado es coherente con el tipo de ambiente y las características del mismo. En consecuencia, se selecciona este ambiente de aprendizaje pues guarda coherencia con:
- El evento de formación: El evento Curso es coherente con el ambiente de aprendizaje ya que el aula virtual permite su ejecución a través las actividades asincrónicas que pueden adelantar en ella los beneficiarios.
- Modalidad de formación: La modalidad virtual es coherente con el ambiente de aprendizaje ya que el aula virtual se

acomoda a los requerimientos de que la formación se adelante de manera asincrónica entre el capacitador y los trabajadores, lo cual significa que pueden interactuar en tiempos y espacios diferentes e implica la utilización de una plataforma tecnológica, la cual cumple con las características establecidas en el Anexo Nº. 14.
- Metodología: El aula virtual permite la ejecución de la estrategia metodológica planeada y la realización de las actividades pedagógicas asociadas a la misma.
- Población beneficiaria: Los beneficiarios en atención a su perfil son competentes para usar el ambiente de aprendizaje seleccionado y disponen de la infraestructura para hacerlo. En este ambiente de aprendizaje los beneficiarios tienes los recursos tecnológicos y medios necesarios para acceder a la plataforma virtual durante la duración del curso.
El proveedor de la acción de formación será el CESA quien suministrará la plataforma tecnológica, la cual se propone sea LMS Blackboard. La plataforma es pertinente y cumple los requisitos del anexo 14 de la convocatoria. Dentro de las características de Blackboard se encuentran soporte para contenidos abiertos basados en IMS (Common Cartridge y LTI) y ADL (SCORM); integración de contenido, tareas, evaluaciones y calificaciones; Creación simple de contenido; Centro de Calificaciones; Encuestas Institucionales y Evaluaciones; Reportes de Actividad del Estudiante; y, Herramientas interactivas. Foros, Wikis, Diarios, Blogs.

Descripción 17 de 22

13. CARACTERÍSTICAS DE LA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA O PLATAFORMA VIRTUAL:

El proveedor de la acción de formación será el CESA quien suministrará la plataforma tecnológica, la cual se propone sea LMS Blackboard, el cual permite adelantar los procesos de seguimiento y control propuestos de manera adecuada, así como potenciar los espacios de discusión. La plataforma es pertinente y cumple los requisitos del anexo 14 de la convocatoria. El proveedor de los servicios de capacitación es el licenciatario de esta aplicación. Dentro de las características de Blackboard se encuentran soporte para contenidos abiertos basados en IMS (Common Cartridge y LTI) y ADL (SCORM); integración de contenido, tareas, evaluaciones y calificaciones; Creación simple de contenido; Centro de Calificaciones; Encuestas Institucionales y Evaluaciones; Reportes de Actividad del Estudiante; y, Herramientas interactivas. Foros, Wikis, Diarios, Blogs. La herramienta LMS cuenta con los recursos para monitorear las actividades académicas, como la frecuencia de ingreso al aula virtual, la presentación de evaluaciones, la intervención en foros, chat y la participación en los diferentes talleres propuestos por los docentes, entre otros. La herramienta LMS cuenta con los recursos para monitorear las actividades académicas de los beneficiarios.

Descripción 18 de 22

14. LUGAR DE EJECUCIÓN:

Cinco (5) grupos en total.
Grupo 1 se ejecutarán en las ciudades de Popayán (Cauca), Ibagué (Tolima), Cali (Valle del Cauca), Palmira (Valle del Cauca), Pereira (Risaralda), Medellín (Antioquía), Bogotá (Bogotá), Barranquilla (Atlántico)
Grupo 2 se ejecutarán en las ciudades de Cali (Valle del Cauca), Palmira (Valle del Cauca), Pereira (Risaralda), Medellín (Antioquía), Bogotá (Bogotá), Barranquilla (Atlántico)
Grupo 3 se ejecutarán en las ciudades de Cali (Valle del Cauca), Palmira (Valle del Cauca), Pereira (Risaralda), Medellín (Antioquía), Bogotá (Bogotá), Barranquilla (Atlántico)
Grupo 4 se ejecutarán en las ciudades de Cali (Valle del Cauca), Palmira (Valle del Cauca), Pereira (Risaralda), Medellín (Antioquía), Bogotá (Bogotá), Barranquilla (Atlántico)
Grupo 5 se ejecutarán en las ciudades de Sincelejo (Sucre), Valledupar (cesar), Santa Marta (Magdalena), Riohacha (La Guajira.) Cali (Valle del Cauca), Palmira (Valle del Cauca), Pereira (Risaralda), Medellín (Antioquía), Bogotá (Bogotá), Barranquilla (Atlántico)
Nota 1. Se justifica dictar acciones de formación en los municipios y departamentos aquí relacionados en atención a que las empresas afiliadas a ASCOOP, como Coomeva, tienen domicilio o puntos de atención en tales ciudades, y por tanto cuentan con trabajadores en las mismas que deben ser beneficiados con la acción de formación para solucionar la necesidad identificada. Ascoop tiene domicilio en la ciudad de Bogotá.

Descripción 19 de 22

Continuación... LUGAR DE EJECUCIÓN:

N/A

Descripción 20 de 22

15. CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

UNIDADES TEMATICAS I a la IV:
DOCENTES: 1
NÚMERO DE HORAS: 34
FORMACIÓN PROFESIONAL
Docente con título profesional y título de postgrado a nivel de MAESTRÍA, en cualquiera de las siguientes áreas del conocimiento: Economía, Administración, Contaduría y afines, Ingenierías, Ciencias de la Educación, Ciencias Ambientales, Sociales y Humanas que cuente con las competencias técnicas establecidas en cada Unidad Temática, las cuales están asociadas a las habilidades y aplicación de conocimientos específicos de la materia a abordar,

permiten al docente un amplio manejo del tema, así como profundizar en aspectos propios de la temática a impartir desde su conocimiento y especialidad disciplinar. En estas competencias reflejan además del saber del docente, su actualización permanente y la experiencia en el campo que enseña. Así mismo, deberá contar con las competencias transversales: Tecnológicas, Pedagógicas y Actitudinales definidas en el perfil.
EXPERIENCIA RELACIONADA
Experiencia académica como docente y/o capacitador y/o formador en programas de pregrado, educación continua, posgrados y/o maestrías de mínimo un (1) año. Para la formación virtual debe acreditar experiencia de mínimo un (1) año en el uso de plataformas virtuales y sus funcionalidades como: compartir recursos educativos en Internet, espacios de comunicación como foros, mensajes y chats, creación de evaluaciones automatizadas, revisión de tareas y registro de calificaciones.
Deberá acreditar experiencia laboral relacionada adquirida en el ejercicio de actividades afines a la formación que va a impartir, en entidades del sector público y/o privado, desempeñando cargos directivos y/o estratégicos relacionados con funciones y responsabilidades en torno a alguno(s) de los siguientes temas: inteligencia de negocios, nuevas tecnologías de la información , que combinen aspectos empresariales y tecnológicos desde una óptica multidisciplinaria e integradora de personas, estrategia, negocios y tecnología que incorporan los cambios y tendencias del entorno empresarial.
COMPETENCIAS TÉCNICAS
UT I:
* Conocimiento de employee experience.
* Uso de herramientas para mejorar experiencia del empleado vs experiencia del cliente. * Uso de herramientas de medición del servicio en el marco de los estándares de la revolución industrial 4.0.

UT II:
* Conocimiento de Big Data.
* Herramientas de análisis de datos y el pilares de la big data en la revolución industrial 4.0. * Uso de herramientas para personalizar la atención presencial y remota. * Herramientas de negociación aplicadas al servicio.
UT III:
* Conocimiento de Customer Experience Management.
* Diseño de soluciones y momentos de verdad.
* Uso de herramientas que pongan al servicio desde la identidad cooperativa.
UT IV:
* Uso de herramientas para personalizar la experiencia
* Manejo de estrategia para construir relaciones y generar la confianza, cercanía y valores desde el cooperativismo para el servicio.

COMPETENCIAS TECNOLÓGICAS
*Buen manejo de herramientas Office (Word, Excel, Power Point).
*Uso de entornos virtuales de enseñanza y de aprendizaje: libres y con licencia. (Entornos virtuales de aprendizaje (EVA)
*Diseño de materiales educativos en la virtualidad.
Competencias y prácticas de tutoría virtual
*Estrategias de intervención pedagógica en foros.
* Utilización de recursos didáctico tecnológicos.
COMPETENCIAS PEDAGÓGICAS
*Planificación de los eventos de formación.
*Diseño/aplicación de herramientas didácticas de enseñanza expresión oral y capacidad para dar a entender sus ideas, teorías y conceptos
* Accesible para resolver dudas.
COMPETENCIAS ACTITUDINALES
*Liderazgo
*Iniciativa
*Pensamiento Creativo,
*Orientación a los resultados *Capacidad de análisis y toma de decisiones. UNIDAD TEMATICA V: DOCENTES: 1 NÚMERO DE HORAS: 6

Descripción 21 de 22

Continuación... CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

FORMACIÓN PROFESIONAL
Docente con título profesional y título de postgrado a nivel de MAESTRÍA, en cualquiera de las siguientes áreas del conocimiento (definidas por el MEN): Economía, Administración, Contaduría y afines, Ingenierías, Ciencias de la Educación, Ciencias Ambientales, Sociales y Humanas que cuente con las competencias técnicas establecidas en cada Unidad Temática, las cuales están asociadas a las habilidades y aplicación de conocimientos específicos de la materia a abordar, permiten al docente un amplio manejo del tema, así como profundizar en aspectos propios de la temática a impartir desde su conocimiento y especialidad disciplinar. En estas competencias reflejan además del saber del docente, su actualización permanente y la experiencia en el campo que enseña. Así mismo, deberá contar con las competencias transversales: Tecnológicas, Pedagógicas y Actitudinales definidas en el perfil.
EXPERIENCIA RELACIONADA
Experiencia académica como docente y/o capacitador y/o formador en programas de pregrado, educación continua,

posgrados y/o maestrías de mínimo un (1) año. Para la formación virtual debe acreditar experiencia de mínimo un (1) año en el uso de plataformas virtuales y sus funcionalidades como: compartir recursos educativos en Internet, espacios de comunicación como foros, mensajes y chats, creación de evaluaciones automatizadas, revisión de tareas y registro de calificaciones.
Deberá acreditar experiencia laboral relacionada adquirida en el ejercicio de actividades afines a la formación que va a impartir, en entidades del sector público y/o privado, desempeñando cargos directivos y/o estratégicos relacionados con funciones y responsabilidades en torno a alguno(s) de los siguientes temas: desarrollo de organizaciones productivas, competitivas y rentables, planeación estratégica, responsabilidad social empresarial, sostenibilidad, cadena de valor y construcción de indicadores de gestión, y uso de recursos como balance Scorecard , mapas estratégicos y modelo canvas.
COMPETENCIAS TÉCNICAS
* Técnicas para el dominico de la emociones .
* Técnicas de autoconocimiento, autoestima y automotivación
COMPETENCIAS TECNOLÓGICAS
*Buen manejo de herramientas Office (Word, Excel, Power Point).
*Uso de entornos virtuales de enseñanza y de aprendizaje: libres y con licencia. (Entornos virtuales de aprendizaje (EVA)
*Diseño de materiales educativos en la virtualidad.
Competencias y prácticas de tutoría virtual
*Estrategias de intervención pedagógica en foros.
* Utilización de recursos didáctico tecnológicos.
COMPETENCIAS PEDAGÓGICAS
*Planificación de los eventos de formación.
*Diseño/aplicación de herramientas didácticas de enseñanza expresión oral y capacidad para dar a entender sus ideas, teorías y conceptos
* Accesible para resolver dudas.
COMPETENCIAS ACTITUDINALES
*Liderazgo
*Iniciativa
*Pensamiento Creativo,
*Orientación a los resultados *Capacidad de análisis y toma de decisiones.

Descripción 22 de 22

16. CAPACITADOR PERSONA JURÍDICA:

La entidad de formación seleccionada para el adelantamiento de esta acción de formación es el Colegio de Estudios Superiores de Administración CESA. Con domicilio en Bogotá D.C., en su objeto social es una institución de educación superior PRIVADA, de utilidad común, sin ánimo de lucro y su carácter académico es el de Institución Universitaria, con personería jurídica reconocida mediante resolución número 5157 de 1975-08-29, expedida por el Ministerio de Educación Nacional en el año de 1975 y cumple con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995.
Ofrece a nivel de pregrado el Programa de Administración de Empresas, registrado en el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior con el código 1770 y acreditado por el Ministerio de Educación Nacional como de alta calidad, mediante la Resolución 569 del 1.° de marzo de 2004, reafirmada mediante la Resolución 5320 10 de septiembre de 2007 y la Resolución 12455 del 29 de diciembre de 2011, esta última otorgada por seis años. A nivel de Posgrado, ofrece la Especialización en Finanzas Corporativas y la Especialización en Mercadeo Estratégico. También cuenta con la Maestría en Finanzas Corporativas, y ofrece la Maestría en Administración (MBA) Internacional en convenio de doble titulación internacional con Sprott School of Business, de Carleton University, Canadá. También cuenta con un área de formación ejecutiva con programas de formación continua cuidadosamente diseñados por expertos, combinan en su construcción competencias avanzadas, experiencia, técnica empresarial y metodologías innovadoras. CESA tiene más de 10 años de experiencia adelantando formación presencial y más de 5 años adelantando formación virtual y cuenta con las licencias y permisos de funcionamiento exigidos por ley para la realización de la acción de formación aquí presentada. Esta experiencia incluye la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas a entidades públicas o privadas. Esta experiencia se acredita en el periodo comprendido entre los años 2010 a 2021.
CESA ha adelantado durante muchos años acciones de formación en el programa de formación continua especializada del SENA con excelentes resultados por lo que es una entidad idónea para adelantar la acción de formación propuesta, cuyos temas se alinean con las líneas de formación de esta Universidad.

PERFILES 1 (Total: 2) Acción de Formación

Formación Académica	Experiencia Relacionada	Años Experiencia Relacionada	Experiencia Específica	Años Experiencia Específica	Clasificación
UNIDADES	Experiencia	3	N/A	0	CAPACITADOR

TEMATICAS I a la IV: Docente con título profesional y título de postgrado a nivel de MAESTRÍA, en cualquiera de las siguientes áreas del conocimiento: Economía, Administración, Contaduría y afines, Ingenierías, Ciencias de la Educación, Ciencias Ambientales, Sociales y Humanas que cuente con las competencias técnicas establecidas en cada Unidad Temática, las cuales están asociadas a las habilidades y aplicación de conocimientos específicos de la materia a abordar, permiten al docente un amplio manejo del tema, así como profundizar en aspectos propios de la temática a impartir desde su conocimiento y especialidad disciplinar. En estas competencias reflejan además del saber del docente, su actualización permanente y la experiencia en el campo que enseña. Así mismo, deberá contar con las competencias transversales: Tecnológicas, Pedagógicas y Actitudinales definidas en el perfil.	académica como docente y/o capacitador y/o formador en programas de pregrado, educación continua, posgrados y/o maestrías de mínimo un (1) año. Para la formación virtual debe acreditar experiencia de mínimo un (1) año en el uso de plataformas virtuales y sus funcionalidades como: compartir recursos educativos en Internet, espacios de comunicación como foros, mensajes y chats, creación de evaluaciones automatizadas, revisión de tareas y registro de calificaciones. Deberá acreditar experiencia laboral relacionada adquirida en el ejercicio de actividades afines a la formación que va a impartir, en entidades del sector público y/o privado, desempeñando cargos directivos y/o estratégicos relacionados con funciones y responsabilidades en torno a alguno(s) de los siguientes temas: inteligencia de negocios, nuevas tecnologías de la información , que combinen aspectos empresariales y tecnológicos desde una óptica multidisciplinaria e integradora de personas, estrategia, negocios y tecnología que incorporan los cambios y				NACIONAL

	tendencias del entorno empresarial.				
UNIDAD TEMATICA V: Docente con título profesional y título de postgrado a nivel de MAESTRÍA, en cualquiera de las siguientes áreas del conocimiento (definidas por el MEN): Economía, Administración, Contaduría y afines, Ingenierías, Ciencias de la Educación, Ciencias Ambientales, Sociales y Humanas que cuente con las competencias técnicas establecidas en cada Unidad Temática, las cuales están asociadas a las habilidades y aplicación de conocimientos específicos de la materia a abordar, permiten al docente un amplio manejo del tema, así como profundizar en aspectos propios de la temática a impartir desde su conocimiento y especialidad disciplinar. En estas competencias reflejan además del saber del docente, su actualización permanente y la experiencia en el campo que enseña. Así mismo, deberá contar con las competencias transversales: Tecnológicas, Pedagógicas y Actitudinales definidas en el perfil.	Experiencia académica como docente y/o capacitador y/o formador en programas de pregrado, educación continua, posgrados y/o maestrías de mínimo un (1) año. Para la formación virtual debe acreditar experiencia de mínimo un (1) año en el uso de plataformas virtuales y sus funcionalidades como: compartir recursos educativos en Internet, espacios de comunicación como foros, mensajes y chats, creación de evaluaciones automatizadas, revisión de tareas y registro de calificaciones. Deberá acreditar experiencia laboral relacionada adquirida en el ejercicio de actividades afines a la formación que va a impartir, en entidades del sector público y/o privado, desempeñando cargos directivos y/o estratégicos relacionados con funciones y responsabilidades en torno a alguno(s) de los siguientes temas: desarrollo de organizaciones productivas, competitivas y rentables, planeación estratégica, responsabilidad social empresarial, sostenibilidad, cadena de valor y construcción de	3	N/A	0	CAPACITADOR NACIONAL

	indicadores de gestión, y uso de recursos como balance Scorecard , mapas estratégicos y modelo canvas.				

Presupuesto de la Acción de Formación e.DISEÑO DE EXPERIENCIAS MEMORABLES PARA EL DESARROLLO Y LA PRODUCTIVIDAD DEL MODELO COOPERATIVO EN LA INDUSTRIA 4.0 (Total: 3)

Acción de Formación

Rubro	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
				Especie - %		Dinero - %		
R08 Gastos de Operación del Proyecto	Gastos Operacion	30,941,250	75	0	0	10,313,750	25	41,255,000
R09.2 Formación Virtual Curso 40 Horas	VALOR GLOBAL POR PERSONA	278,474,000	75.26	0	0	91,526,000	24.74	370,000,000
R10.2 Garantías	PÓLIZAS DE SEGURO REQUERIDAS PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	0	0	0	0	1,300,000	100	1,300,000
		309,415,250	75.0	0	0.0	103,139,750	25.0	412,555,000

Resumen por rubros de la Acción de Aprendizaje (Total: 3)

Acción de Formación

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R08 Gastos de Operación del Proyecto	30941250	75%	0	0%	10,313,750	25%	41,255,000
R09.2 Formación Virtual Curso 40 Horas	278474000	75.26%	0	0%	91,526,000	24.74%	370,000,000
R10.2 Garantías	0	0%	0	0%	1,300,000	100%	1,300,000
Totales	309,415,250	75.00	0	0.00	103,139,750	25.00	412,555,000

Cobertura geográfica de la Acción de Formación e.DISEÑO DE EXPERIENCIAS MEMORABLES PARA EL DESARROLLO Y LA PRODUCTIVIDAD DEL MODELO COOPERATIVO EN LA INDUSTRIA 4.0 (Total: 12)

Acción de Formación

Ciudad - Región	Porcentaje
CALI - VALLE DEL CAUCA	52
RIOHACHA - LA GUAJIRA	1
SANTA MARTA - MAGDALENA	1
VALLEDUPAR - CESAR	1
SINCELEJO - SUCRE	1
IBAGUE - TOLIMA	1
POPAYAN - CAUCA	1
PEREIRA - RISARALDA	6
PALMIRA - VALLE DEL CAUCA	3

MEDELLIN - ANTIOQUIA	11
BOGOTA - DISTRITO CAPITAL	11
BARRANQUILLA - ATLANTICO	11

ACCIÓN DE FORMACIÓN 6 DE 8

f.TENDENDENCIAS PARA FOMENTAR EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y EL DESARROLLO COOPERATIVO "UN CAMINO POSIBLE HACIA LA TRANSFORMACIÓN EN LA INDUSTRIA 4.0

Generalidades de la acción | Entidades de la acción | Descripciones | Perfil | Presupuesto | Resumen por rubros | Cobertura Geográfica
Ir al menú del proyecto

Generalidades de la Acción de Formación f.TENDENDENCIAS PARA FOMENTAR EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y EL DESARROLLO COOPERATIVO "UN CAMINO POSIBLE HACIA LA TRANSFORMACIÓN EN LA INDUSTRIA 4.0

Acción de Formación

Norma de competencia	
Número de beneficiarios	1000
Beneficiarios empresa	1000
Beneficiarios SENA	0
Perfil beneficiarios	Nivel medio y Nivel Operativo
Número de grupos	5
Número de días x grupo	1

Horas de la Acción de Formación

Horas teóricas presenciales por grupo	2	**Horas prácticas presenciales por grupo**	0	**Total horas presenciales por grupo**	2
Horas teóricas virtuales por grupo	0	**Horas prácticas virtuales por grupo**	0	**Total horas virtuales por grupo**	0
Horas teóricas combinadas por grupo	0	**Horas prácticas combinadas por grupo**	0	**Total horas combinadas por grupo**	0
				Total de horas grupo	2
				Total de horas acción	10

Entidades de la Acción de Formación f.TENDENDENCIAS PARA FOMENTAR EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y EL DESARROLLO COOPERATIVO "UN CAMINO POSIBLE HACIA LA TRANSFORMACIÓN EN LA INDUSTRIA 4.0 (Total: 1)

Acción de Formación

Nombre de la entidad	Papel
ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE COOPERATIVAS ASCOOP	PROPONENTE

Descripciones de la Acción de Formación f.TENDENDENCIAS PARA FOMENTAR EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y EL DESARROLLO

Acción de Formación

COOPERATIVO "UN CAMINO POSIBLE HACIA LA TRANSFORMACIÓN EN LA INDUSTRIA 4.0 (Total: 22)

Descripción 1 de 22

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

NECESIDAD DE FORMACIÓN, CAUSAS Y EFECTOS.
ASCOOP llevó a cabo la recopilación, análisis e interpretación de manera ordenada y sistemática de información tanto cualitativa y cuantitativa pertinentes para determinar las necesidades de formación requeridas por el gremio, específicamente para la industria financiera en lo que se refiere a esta acción de formación. Dentro de la información cuantitativa analizada se encuentra la siguiente:
- Resultados de evaluaciones de desempeño de los trabajadores.
- Con información de la Cámara de Comercio de Bogotá, en 2020 41.435 Esales no renovaron matricula frente a 35.976 en 2019 (CCB, Datos abiertos, Entidades Sin Ánimo de Lucro ESAL, 2020). La comparación entre los dos años permite comprobar el efecto de la pandemia dentro de la economía solidaria, la cual frenó el comportamiento positivo que traía de los años anteriores.
- Mientras en 2015 se creaban o renovaban 265 matriculas de Cooperativas, en 2020 la cifra solamente alcanzó las 148 (CCB, Datos abiertos, Entidades Sin Ánimo de Lucro ESAL, 2020).
- Según el Dane a noviembre de 2020 las ventas reales de las empresas de comercio habían caído en un 8.4% y el personal ocupado en un 3.2% (DANE, Encuesta mensual de comercio, Nov. 2020). Por su parte solamente cinco de los dieciocho subsectores de servicios presentaron variación positiva en los ingresos totales, siendo los de Entretenimiento, universidades, publicidad, restaurantes y producción de películas los más afectados (DANE, Encuesta Mensual de Servicios, Nov. 2020).
- Según la encuesta Pulso Pais del Dane, para noviembre de 2020, en el sector servicios el 55.6% de las encuestadas manifestó disminución de la demanda de sus servicios, mientras que en el comercio el porcentaje fue del 43.3%
Por su parte la información cualitativa abarcó entre otras el análisis de los resultados de entrevistas abiertas aplicadas a funcionarios de nivel medio y altos directivos sobre el estado de sus procesos a cargo, oportunidades de mejora y metas e indicadores guía. Adicionalmente se documentaron resultados de ejercicios de observación y vigilancia de ejecución de procesos misionales. También se analizaron los resultados de las entrevistas aplicadas a trabajadores participantes del proceso de formación continua adelantado en el año 2020. Adicionalmente se analizaron las opiniones de expertos sobre cómo la economía solidaria puede beneficiarse de la ley de emprendimiento: "La Ley tiene cinco ejes principales: tarifas diferenciadas y simplificación para la creación de emprendimientos; facilidades de acceso al mercado de compras públicas para mipymes; facilidades para la consecución de recursos y acceso a instrumentos financieros; actualización del marco normativo alrededor de la institucionalidad para el emprendimiento, e implementación de medidas que involucren al sistema educativo con el emprendimiento, desde los primeros años de colegio y en la universidad (Ascoop, Ley de Emprendimiento favorece el cooperativismo y la economía solidaria, ene 2021).
El Gobierno promulgó la ley No. 2069 del 31 de diciembre, ley del emprendimiento, que tiene por objeto establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad. Varios de los artículos de la Ley de Emprendimiento son específicos para las cooperativas y empresa "se generan oportunidades para la promoción, fomento y estímulo al desarrollo empresarial del modelo cooperativo, especialmente en temas relacionados con la creación de cooperativas, el impulso al emprendimiento cooperativo, al financiamiento para el desarrollo empresarial, el acceso de los micro, pequeños y medianos empresarios al sector, a los procesos de compras públicas y la educación cooperativa y solidaria como parte del proceso de educación formal, técnica,

Descripción 2 de 22

Continuación... DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

tecnológica y de educación para el trabajo" (Confecoop, https://confecoop.coop/actualidad/actualidad-2021/beneficios-ley-de-emprendimiento-trae-para-cooperativismo/ , Ene, 21).
Gracias al proceso adelantado por ASCOOP, el cual se expresa en detalle en las generalidades, y al uso de información cualitativa y cuantitativa proveniente del análisis de sector, situación de entidades asociadas al gremio, demandas del sector y prospectiva, y diagnóstico de los trabajadores; se identificó la siguiente necesidad de formación específica: "Implementar estrategias dentro de las organizaciones solidarias para acogerse a los beneficios de la ley de emprendimiento, como alternativa para reactivación económica en el marco de la pandemia"
Esta necesidad es originada por estas causas: -)Las organizaciones de la economía solidaria no conocen los alcances de la nueva ley de emprendimiento , -) Las organizaciones de la economía solidaria no han dimensionado como los beneficios de la ley de emprendimiento pueden integrarse a sus estrategias de desarrollo empresarial.
Esta necesidad genera los siguientes efectos: -)No se implementan estrategias para aprovechar los beneficios de la ley de emprendimiento -)La ley de emprendimiento no impacta al sector de la economía solidaria.
Esta necesidad contribuye a la existencia de la necesidad general identificada en las generalidades del proyecto, la cual es "Potenciar el impacto del cooperativismo en la reactivación económica del país en medio de la pandemia, mediante la promoción del emprendimiento, el fortalecimiento de la gestión comercial y la recuperación del bienestar emocional de los trabajadores"
JUSTIFICACIÓN DEL ENFOQUE DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN HACIA DESARROLLO PRODUCTIVO Y/O COMPETITIVIDAD
El Sistema Nacional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCCTeI) se encarga en el país de todos los temas relacionados con la política de competitividad, productividad e innovación, incluyendo el cuerpo de normas y

organismos e instituciones con responsabilidad directa en estos aspectos. La correspondencia con tal sistema permite evidencias el enfoque de la acción de formación hacia competitividad así:
-El CONPES 3439 establece que dentro de los factores que determinan la competitividad se encuentran el "desarrollo del capital humano..., acceso al crédito y productividad" (CONPES 3439, Institucionalidad y principios rectores de Política para la Competitividad y Productividad, Pg. 34). Dicho documento también establece la "Participación del sector privado" como un principio que guía la formulación de las políticas de competitividad. Al ser este un proyecto encaminado al desarrollo de capital humano vía solución de necesidades de formación, y al tener como beneficiario a las organizaciones asociadas a ASCOOP que se encarga de promover a las empresas del sector cooperativo; el enfoque hacia la competitividad de esta acción de formación está plenamente justificado.
- El Consejo Privado de Competitividad en su informe de competitividad establece como uno de los determinantes de la competitividad la eficiencia del Mercado Laboral, y al respecto de éste establece que "En promedio, se requieren cerca de cuatro veces más horas de trabajo en Colombia para producir el mismo valor agregado que en una hora de trabajo en Estados Unidos. Detrás de bajos niveles de productividad se encuentran, entre otros factores, la informalidad empresarial y laboral (que afecta la eficiencia en la asignación de los recursos) y la falta de calidad y alineación de la oferta educativa y formativa con las necesidades del sector productivo" (INFORME NACIONAL DE COMPETITIVIDAD2020-2021, Consejo Privado de Competitividad). La acción de formación aquí presentada fue construida para cerrar brechas de capital humano identificadas en los trabajadores del sector solidario (Cooperativismo) emparejándolas con lo que requiere la industria, por lo cual está enfocada hacia la competitividad y desarrollo productivo.

Descripción 3 de 22

Continuación... DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

JUSTIFICACIÓN DEL ENFOQUE DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN HACIA INNOVACIÓN
Esta acción de formación también se alinea con la innovación por las siguientes razones:
- Tiene dentro de su alcance de contenidos la Ley No. 2069 del 31 de diciembre de emprendimiento, la cual establece que se "Promoverá el emprendimiento, la innovación empresarial, el crecimiento, la formalización y el desarrollo empresarial de las Mipymes de acuerdo a la política que defina el Ministerio de Comercio Industria y Turismo" (Ley 2069 articulo 48). Los emprendimientos que se apoyarán dentro de la política pública serán aquellos que tengan un alto contenido de innovación, por lo que solucionar las brechas de capital humano aquí propuestas permitirán a las organizaciones cooperativas estimular y propender por el emprendimiento y la materialización de las ideas de negocio en innovaciones con aceptación en el mercado.
- Dentro de sus componentes temáticos la innovación se aborda de forma amplia y específica.
ACCIÓN DE FORMACIÓN QUE BENEFICIE A TRABAJADORES DEL SECTOR SALUD, SECTOR COMERCIO (COMERCIO AL POR MAYOR Y DETAL), SECTOR INDUSTRIA (INDUSTRIA MANUFACTURERA, REPARACIÓN DE VEHÍCULOS Y ALMACENAMIENTO), SECTOR TURISMO, SECTOR TRANSPORTE (TERRESTRE, AÉREO Y FLUVIAL), SECTOR CONSTRUCCIÓN DE VIVIENDA, SECTOR EDUCACIÓN, SECTOR AGRO (AGRÍCOLA, AGROPECUARIO, AGROINDUSTRIAL) Y SECTOR ECONOMÍA NARANJA (ARTES Y PATRIMONIO, INDUSTRIAS CULTURALES, Y CREACIONES FUNCIONALES).
Los beneficiarios de esta acción de formación son trabajadores de las organizaciones de la economía solidaria afiliadas a Ascoop, dentro de los que se encuentran organizaciones del sector salud, educación y comercio entre otras.
PORQUÉ LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PRIORIZADA PARA LA SOLUCIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD ES ESPECIALIZADA
La acción de formación propuesta es especializada pues es de corta duración, permite la aplicación de los conocimientos habilidades y destrezas en el contexto laboral de forma inmediata cerrando brechas de capital humano identificadas y dando respuesta a la necesidad específica identificada y mencionada antes. Gracias a la implementación de esta acción de formación se logrará la actualización y formación en nuevos conocimientos y habilidades para elevar las competencias laborales que los trabajadores del sector requieren para definir qué beneficios de la ley de emprendimiento aplican de la mejor forma para la organización en la que se desempeñan y apoyar la formulación e implementación de estrategias que permitan la materialización de dichos beneficios para apoyar la reactivación económica; lo que aumentará el rendimiento productivo y empleabilidad de los trabajadores beneficiarios así como la competitividad de las empresas participantes.

Descripción 4 de 22

2. OBJETIVOS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN:

De acuerdo con el análisis anterior, el propósito de esta acción de formación se refleja en sus objetivos, los cuales evidencian la intencionalidad de la misma, así:
EL QUE: Difundir dentro de las organizaciones solidarias los alcances de la Ley de emprendimiento
EL POR QUÉ: Implementar estrategias dentro de las organizaciones solidarias para acogerse a los beneficios de la ley de emprendimiento.
EL PARA QUÉ: Generar alternativas para apoyar la reactivación económica en el marco de la pandemia
La solución escogida consiste en la formulación de un plan de formación continua especializado que incluye la acción de formación aquí presentada, denominada TENDENDENCIAS PARA FOMENTAR EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y EL DESARROLLO COOPERATIVO "UN CAMINO POSIBLE HACIA LA TRANSFORMACIÓN EN LA INDUSTRIA 4.0"; lo que permitirá cerrar las brechas de competencia del talento humano que fueron identificadas y pasar del estado actual al estado deseado en donde se alcanza el propósito planteado.
En términos generales aquello que se quiere alcanzar al finalizar la ejecución de esta acción de formación, es la

actualización y formación en nuevos conocimientos y habilidades para elevar las competencias laborales que los trabajadores del sector requieren para definir qué beneficios de la ley de emprendimiento aplican de la mejor forma para la organización en la que se desempeñan y apoyar la formulación e implementación de estrategias que permitan la materialización de dichos beneficios para apoyar la reactivación económica; permitiéndoles aplicar nuevas metodologías y herramientas que aumentaran el rendimiento productivo y empleabilidad de los trabajadores beneficiarios así como la competitividad de las empresas participantes. Esto es coherente con la estrategia de trabajo de ASCOOP, de prestar servicios de asistencia técnica, divulgar la aplicación y practica de los principios del Cooperativismo y promover y fomentar la organización de entidades del sector social y contribuir a su desarrollo.
El alcanzar estos objetivos contribuirá a alcanzar el objetivo general formulado para el proyecto.

Descripción 5 de 22

3. POBLACIÓN BENEFICIARIA DE LAS ACCIONES DE FORMACIÓN:

La población a beneficiar son trabajadores cuya condición se pretende mejorar a través del proyecto con lo cual que se conlleve a incrementar su empleabilidad, el desempeño de sus funciones y la adquisición y/o fortalecimiento de competencias necesarias para aumentar el rendimiento productivo para beneficio y aumento de la competitividad de ASCOOP y sus organizaciones afiliadas. La siguiente es la caracterización de los mismos:
//Nivel ocupacional//Nivel medio y Nivel Operativo //Áreas// Servicio al asociado, crédito y administración //Cargos de los beneficiarios// Pueden venir de posiciones tales como: cajeros, gestores de servicio, personal administrativo y de áreas de crédito, //Funciones// Servicio al asociado en servicios y productos back y front office, cajeros, recepción, //Tipo de vinculación laboral//Termino Indefinido o fijo//Escolaridad//Bachillerato, Pregrado y Posgrado //Posibilidad de acceso a las TIC// SI - Computador y Software, acceso a internet.
Relación entre el perfil descrito y el objetivo de la formación: El perfil descrito, tanto en su nivel ocupacional como área de la que proviene y actividades que realiza, está directamente relacionado con los objetivos de esta acción de formación, en la medida en que para que puedan definir qué beneficios de la ley de emprendimiento aplican de la mejor forma para la organización y apoyar la formulación e implementación de estrategias que permitan la materialización de dichos beneficios para apoyar la reactivación económica, se necesita el concurso de los participantes seleccionados. Esto en atención que esos perfiles están directamente a cargo de liderar o participar en los equipos de trabajo que ejecutan procesos relacionados y por lo tanto pondrán en práctica de forma inmediata las competencias desarrolladas con la acción de formación.
Con el cierre de las brechas de talento humano identificadas se contribuirá a alcanzar el objetivo general del proyecto.
MIPYMES: Se garantiza la participación de al menos 500 persona proveniente de 10 empresas MiPyme, la razón de pertinencia para la empresa y/o sector es que estas mipymes corresponden con entidades relacionadas en el anexo 10 y que cumplen con los requisitos para ser catalogadas como mipymes según el anexo 10. No participa la cadena productiva. Su inclusión se justifica en que son trabajadores que provienen de las empresas relacionadas en el anexo 10.

Descripción 6 de 22

4. CLASIFICACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN POR SECTOR Y SUBSECTOR:

Esta acción de formación impactará trabajadores en los siguientes sectores y subsectores
Sector: Transversal
Subsector: Transversal
Nota: Se elige transversal, puesto que los trabajadores beneficiarios provendrán de múltiples sectores tales como Comercio, Servicios y de múltiples subsectores tales como comercio, educación y salud, entre otras, todos vinculados a organizaciones cooperativas o de la economía solidaria.

Descripción 7 de 22

5. EVENTO DE FORMACIÓN:

Se usará el evento de formación CONFERENCIA/PONENCIA por su pertinencia frente a:
- Perfil de los trabajadores beneficiarios: Para el tipo de perfil seleccionado, las demandas de su puesto de trabajo, el equilibrio entre su vida personal y laboral, así como las características de las funciones que realiza y el nivel ocupacional que ocupa, el evento de formación CONFERENCIA/PONENCIA es el más pertinente para llevar cabo esta acción de formación.
-Requerimientos de las empresas: Las organizaciones asociadas a Ascoop identificaron unas necesidades de formación que se deben satisfacer con la acción de formación a través del cierre de brechas de talento humano identificadas. El evento CONFERENCIA/PONENCIA es el evento de formación más pertinente para ejecutar dicha acción de formación y lograr dar respuesta a tales necesidades.
- Metodología: Académicamente hablando, se propone el uso de unas actividades pedagógicas y estrategias didácticas que faciliten la transmisión de conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas necesarias para el desarrollo de las competencias identificadas. El evento CONFERENCIA/PONENCIA provee el marco necesario para implementar dichas metodologías de la forma más idónea y pertinente posibles.
- Modalidad de formación: Para esta acción de formación se utilizará la modalidad presencial asistida por tecnologías - PAT y se encontró que el evento de formación es pertinente con esta modalidad ya el marco que da para su ejecución y certificación se ajusta a las características de esta modalidad.
- Unidades Temáticas: Los contenidos detallados y su estructura, orientados a desarrollar las temáticas específicas que darán respuesta a la necesidad de formación planteada para esta acción de formación, se pueden cubrir adecuadamente con este evento de formación CONFERENCIA/PONENCIA, por lo cual es pertinente su uso.

Descripción 8 de 22

6. MODALIDAD DE FORMACIÓN:

Se usará la modalidad de Formación presencial asistida por tecnologías - PAT
Los cambios de hábito provocados por el COVID-19, generaron planes de contingencia efectivos, acorde con las necesidades de los docentes y los estudiantes, en este caso trabajadores del sector cooperativo. Implementamos nuevas estrategias para desarrollar los programas académicos protegiendo la salud y el bienestar de toda la comunidad. Aprovechamos los beneficios de la tecnología como soporte al proceso formativo presencial, garantizando el contacto directo y sincrónico, simulando las mismas rutinas y la misma interacción como si estuviéramos en el espacio físico. Con este tipo de formación los estudiantes reciben sus clases de manera normal y sincrónica, experimentando las mismas dinámicas.
Como ventaja se suma a este modelo que permite mayor inclusión, mejores oportunidades y la aplicación de las TIC para la formación académica. Se convierte en una herramienta estratégica para llegar a las regiones más apartadas y a la población más vulnerable. También contribuye a una experiencia más enriquecedora gracias al intercambio de ideas, donde los alumnos disponen de mayor tiempo para procesar la información que reciben, reflexionar sobre lo que quieren decir y luego realizar un aporte.
La presencialidad asistida por herramientas tecnológicas ofrece a los estudiantes tímidos o más reticentes la oportunidad de participar en discusiones en clase más fácilmente que las sesiones cara a cara, y permite mejorar las competencias digitales en la medida que los estudiantes se benefician de estrategias didácticas basadas en las tecnologías de la información y las comunicaciones.
La formación presencial asistida por tecnologías, mantiene los estándares de calidad de la enseñanza presencial, y permite potenciar las competencias digitales para fortalecer un alto nivel de competitividad en el entorno laboral global. El estudiante asume una actitud de mayor autonomía y responsabilidad frente al desarrollo de las actividades formativas, ejerciendo un control más directo sobre el tiempo, lugar, adaptación y tratamiento de la información, entre otras, requeridas en una sociedad digital. Es independiente del lugar, dado que se produce entre trabajadores y capacitador que pueden encontrarse en ubicaciones físicas diferentes. Esta modalidad de formación implica realizarse de manera sincrónica, por internet y en tiempo real cumpliendo con las características establecidas en el Anexo Nº. 14.

Descripción 9 de 22

7. UNIDADES TEMÁTICAS:

Las unidades temáticas de la acción de formación son pertinentes frente a las necesidades de formación identificadas, para lo cual se proponen los siguientes contenidos detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:
UT I: TENDENDENCIAS PARA FOMENTAR EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y EL DESARROLLO COOPERATIVO "UN CAMINO POSIBLE HACIA LA TRANSFORMACIÓN EN LA INDUSTRIA 4.0 - 2 HORAS
Competencia que se espera adquiera el trabajador: Evaluar las aplicaciones de la ley de emprendimiento en la economía solidaria pada definir estrategias para promover su aprovechamiento en la organización en la que trabaja.
Contenidos detallados:
*Tendencias e innovaciones en el emprendimiento social en el contexto de la revolución industrial 4.0 y de la crisis mundial
*Transformación digital, innovación y emprendimiento social
*El desarrollo de los valores cooperativos en y para el emprendimiento social
*Análisis de la esencia, el alcance y el reto de emprender
*Una mirada a las oportunidades globales para el emprendimiento social y la innovación
*Emprendimiento social y sus beneficios. Casos de buenas prácticas.
*Beneficios que la ley de emprendimiento trae para el cooperativismo
-Incentivos, simplificar trámites, reducir tarifas, promover la generación de empleo, la formalización de actividades productivas e incentivar que lleguen más actores al ecosistema empresarial, todo ello con el fin de impulsar la recuperación económica
-Impulso a la innovación
*Rol del "Embajador Ascoop" para promover el emprendimiento en la cooperativas asociadas.
*Como pueden ayudar las cooperativas a que se cumplan los objetivos de desarrollo sostenible.
Las anteriores unidades temáticas fomentan la apropiación de conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas necesarias para el cierre de las brechas de talento humano identificadas, por lo cual dan respuesta de manera idónea a las necesidades de formación identificadas.

Descripción 10 de 22

Continuación... UNIDADES TEMÁTICAS:

N/A

Descripción 11 de 22

8. METODOLOGÍA:

Para el desarrollo exitoso de la conferencia, se aplica una metodología teórica alineada con la modalidad PAT que mezcla la andrología, la presentación dinámica e interactiva del tema y el discurso equilibrado para un grupo de

adultos, en un formato tan agradable que los participantes le darán mayor valor y con el rigor suficiente para garantizar como resultado, despertar en los participantes la inquietud por el tema tratado, debatir las tendencias, los avances y retos de la gestión de las organizaciones.
Con una intensidad de dos horas, se expondrá una síntesis del tema, que permita a los asistentes hacer una rápida lectura comparativa entre su proceder habitual y las ideas más destacadas en el mensaje del conferencista, generando diferentes perspectivas que llevarán al participante a tomar conciencia o reflexionar sobre la temática abordada y compartir visiones y metas.
Las actividades pedagógicas, estrategias didácticas y modelo de aprendizaje aquí indicadas son las más adecuadas para lograr el cierre de brechas de capital humano identificadas y fueron seleccionadas teniendo en cuenta las necesidades de formación y las características de los trabajadores beneficiarios.
A continuación, se detallan las mismas por unidad temática:
UT I: TENDENDENCIAS PARA FOMENTAR EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y EL DESARROLLO COOPERATIVO "UN CAMINO POSIBLE HACIA LA TRANSFORMACIÓN EN LA INDUSTRIA 4.0 - 2 HORAS
Estrategias didácticas: Para el desarrollo exitoso de la conferencia, se aplica una metodología que mezcla la andrología, la presentación dinámica e interactiva del tema y el discurso equilibrado para un grupo de adultos, en un formato tan agradable que los participantes le darán mayor valor y con el rigor suficiente para garantizar como resultado, despertar en los participantes la inquietud por el tema tratado, debatir las tendencias, los avances y retos de la gestión de las organizaciones.
Actividades pedagógicas: Juegos interactivos. Haciendo uso de aplicaciones tipo Kahoot se involucra a los beneficiarios en el proceso de aprendizaje proponiendo preguntas y discusiones para que el mismo active y ponga en práctica los conocimientos adquiridos

Descripción 12 de 22

Continuación... METODOLOGÍA:

N/A

Descripción 13 de 22

9. MATERIAL DE FORMACIÓN:

A cada participante se le entrega el material de forma electrónica y es un complemento didáctico importante para que el estudiante obtenga información adicional sobre los temas abordados en la conferencia.
El material facilita la adquisición del conocimiento, para implementar estrategias dentro de las organizaciones solidarias para acogerse a los beneficios de la ley de emprendimiento.
El material descrito cumple la normatividad vigente en cuanto a propiedad intelectual y lo establecido en la Resolución de Tarifas. El material de formación corresponde a una producción reciente de menos de 2 años.
Se hará uso de correo electrónico y sus herramientas, con el fin de que los beneficiarios tengan acceso a la información requerida en el desarrollo de la acción de formación.
El material propuesto es pertinente en relación con:
- Los objetivos definidos para esta acción de formación: El contenido del material permite al estudiante reforzar los temas tratados por el docente y puede usarlo como referencia cuando o requiera en el contexto propio de su trabajo por lo que facilita y apoya al beneficiario en la consecución de los objetivos propuestos.
- La unidad temática que la compone: El material de formación brinda contenidos correspondientes a la unidad temática abordada en desarrollo de la acción de formación, sirviendo de guía al estudiante (Hoja de ruta) de la ejecución de la acción de formación.
- Metodologia de formación: El material de formación está alineado con los principios metodologicos de esta acción, dando soporte adecuado a las actividades pedagogicas que se llevarán a cabo.
- El perfil de los beneficiarios: La forma como está estructurado el material, su forma de consulta y leguaje utilizado para su construcción se ajusta al perfil de los beneficiarios participantes, por lo que facilitará el proceso de aprendizaje de los mismos.
El material de formación está metodológicamente estructurado y se justifica el contenido del mismo pues su utilización facilitará la trasferencia de conocimientos a los beneficiarios y permitirá reforzar los temas vistos. El contenido incluye, entre otros los siguientes temas:
*Tendencias e innovaciones en el emprendimiento social
*Transformación digital, innovación y emprendimiento social
*El desarrollo de los valores cooperativos en y para el emprendimiento social
*Análisis de la esencia, el alcance y el reto de emprender
*Una mirada a las oportunidades globales para el emprendimiento social y la innovación
*Emprendimiento social y sus beneficios
*Beneficios que la ley de emprendimiento trae para el cooperativismo
*Rol del "Embajador Ascoop" para promover el emprendimiento en la cooperativas asociadas.
*Como pueden ayudar las cooperativas a que se cumplan los objetivos de desarrollo sostenible.

Descripción 14 de 22

10. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS:

Una vez ejecutada la acción de formación los beneficiarios alcanzarán los resultados de aprendizaje aquí indicados, los cuales son evidencia del aprendizaje del trabajador y de su aplicación en el puesto de trabajo. Dichos resultados están alineados con los objetivos de la acción de formación en la medida en qué permiten medir de forma objetiva si el

trabajador alcanzó el propósito de la acción de formación en sus dimensiones del qué, el por qué y el para qué. Dichos resultados, además están alineados con el perfil del trabajador en la medida en que deberían ser alcanzados por los mismos una vez adelanten la acción de formación.
A continuación se listan los resultados, los cuales son observables, evaluables y factibles de alcanzar por parte de los trabajadores participantes (Acordes con su perfil):
- R1 Identifica los aspectos relevantes de la Ley de emprendimiento con relación al emprendimiento cooperativo. - DESEMPEÑO DEL TRABAJADOR
- R2 Analiza las oportunidades que se generan con el fomento y estímulo al desarrollo empresarial del modelo cooperativo - PRODUCTIVIDAD
- R3 Propone estrategias para acceder la los beneficios de la ley de emprendimiento en la organización en la que trabaja - COMPETITIVIDAD
Se aclara que todos los resultados antes indicados están alineados con los objetivos de la acción de formación.
Los impactos sobre la productividad de las organizaciones asociadas a Ascoop, fruto del cierre de brechas de talento humano de esta acción de formación, están relacionados con factores internos como el mejoramiento de los procesos de innovación que se ejecutan.
Los impactos sobre la competitividad de Ascoop, fruto del cierre de brechas de talento humano de esta acción de formación, están relacionados con factores internos como contar con personal más competente, y factores externos como mejor acceso a recursos de financiamiento.

Descripción 15 de 22

11. EVALUACIÓN DE APRENDIZAJE:

El modelo propuesto para la evaluación es el siguiente:
Mecanismos de seguimiento:
Actividades pedagógicas: Juegos interactivos. Haciendo uso de aplicaciones tipo Kahoot se involucra a los beneficiarios en el proceso de aprendizaje proponiendo preguntas y discusiones para que el mismo active y ponga en práctica los conocimientos adquiridos
El sistema de control propuesto incluye:
- Asistencia y certificación. Asistir a 85% de horas programadas otorga la Certificación..
- Satisfacción: Se aplicará un instrumento de evaluación de satisfacción de acuerdo a los parámetros provistos por el SENA.
La evaluación de aprendizaje propuesta permite la verificación del cumplimiento de los objetivos definidos y de los resultados esperados, por tanto, se aplicarán criterios de evaluación que serán parámetros de referencia del proceso evaluativo, tales como:
- Identifica las alternativas de financiamiento que se generan con la ley de empredimiento- Relacionado con el resultado R1
- Valora las oportunidades de acceso a nuevos mercados derivadas de la ley de emprendimiento - Relacionado con el resultado R2
- Propone estrategias para acceder a instrumentos financieros para llevar a cabo proyectos de desarrollo empresarial - Relacionado con el resultado R3
En el mediano plazo, el impacto de la productividad se podrá medir a través de indicadores como proyectos de innovación emprendidos en unidad de tiempo.
En el mediano plazo, el impacto de la competitividad se podrá medir a través de indicadores como nuevos productos y servicios disponibles en el mercado entre otros.

Descripción 16 de 22

12. AMBIENTE DE APRENDIZAJE:

El tipo de ambiente seleccionado es el de Aula virtual, la cual será sincrónica para cumplir con lo requerido por la modalidad Presencial asistida por tecnología -PAT.
Se utilizará la plataforma Zoom para la educación. Las características de esta herramienta tecnológica a utilizar son:
- Permite administrar las clases con salas de espera, diagrama de asientos virtuales personalizable, fijación de varios participantes y destacado de varios participantes, y otras características que le ayudan a administrar la clase en línea
- Permite aumentar la participación con contenido compartido con un solo clic, anotaciones, pizarra digital, salas para subgrupos pequeños, encuestas, reacciones y modo de música de alta fidelidad fomentan la participación y el compromiso del alumnado.
- Permite grabar las clases.
- Permite a los asistentes unirse de forma sincrónica desde cualquier lugar, desde cualquier dispositivo.
De acuerdo con la descripción anterior, se justifica el ambiente de aprendizaje en el cual se desarrollará la acción de formación frente al valor del rubro solicitado en presupuesto del proyecto por cuanto garantiza las condiciones para adelantar adecuadamente la formación. El ambiente de aprendizaje guarda coherencia con:
- El evento de formación: El evento conferencia/ponencia es coherente con el ambiente de aprendizaje ya que el aula virtual sincrónica permite su ejecución a través de las sesiones que posibilita adelantar.
- Modalidad de formación: La modalidad Presencial asistida por tecnología -PAT es coherente con el ambiente de aprendizaje ya que el aula virtual sincrónica se acomoda a los requerimientos de realizar las sesiones de forma sincrónica, por internet y en tiempo real en donde los trabajadores y capacitador pueden encontrarse en ubicaciones físicas diferentes.
- Metodología: El aula virtual sincrónica permite la ejecución de la estrategia metodológica planeada y la realización de las actividades pedagógicas asociadas a la misma.

- Población beneficiaria: Los beneficiarios en atención a su perfil son competentes para usar el ambiente de aprendizaje seleccionado y disponen de la infraestructura para hacerlo

Descripción 17 de 22

13. CARACTERÍSTICAS DE LA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA O PLATAFORMA VIRTUAL:

Las siguientes son las características de la herramienta tecnológica propuesta, la cual cumple con los requisitos del anexo 14:
Se utilizará la plataforma Zoom para la educación. Las características de esta herramienta tecnológica a utilizar son, entre otras:
- Permite administrar las clases con salas de espera, diagrama de asientos virtuales personalizable, fijación de varios participantes y destacado de varios participantes, y otras características que le ayudan a administrar la clase en línea
- Permite aumentar la participación con contenido compartido con un solo clic, anotaciones, pizarra digital, salas para subgrupos pequeños, encuestas, reacciones y modo de música de alta fidelidad fomentan la participación y el compromiso del alumnado.
- Permite grabar las clases.
- Permite a los asistentes unirse de forma sincrónica desde cualquier lugar, desde cualquier dispositivo.
Para las sesiones sincrónicas permite:
- Herramientas de colaboración integradas: Múltiples participantes pueden compartir sus pantallas de manera simultánea y realizar anotaciones colaborativas para lograr una reunión más interactiva.
- Reunirse de manera segura. Cifrado para todas las reuniones, seguridad del usuario basada en roles, protección con contraseña, salas de espera y la posibilidad de poner al participante en espera.
- Grabaciones y transcripciones. Graba las reuniones de manera local o en la nube.
- Chat en equipo: Chats grupales, historial consultable, intercambio de archivos integrado.

Descripción 18 de 22

14. LUGAR DE EJECUCIÓN:

Cinco (5) grupos en total.
Grupo 1 al 3 se ejecutarán en la ciudad de Bogotá- Bogotá DC
Grupos 4 y 5 se ejecutarán en las ciudades de Bogotá- Bogotá DC, Guaviare - San josé del Guaviare, Valle del Cauca - Cali, Bolivar - Cartagena , Atlántico - Barranquilla.
Nota 1. Se justifica dictar acciones de formación en los municipios y departamentos aquí relacionados en atención a que las empresas afiliadas a ASCOOP tienen domicilio o puntos de atención en tales ciudades, y por tanto cuentan con trabajadores en las mismas que deben ser beneficiados con la acción de formación para solucionar la necesidad identificada. Ascoop tiene domicilio en la ciudad de Bogotá.

Descripción 19 de 22

Continuación... LUGAR DE EJECUCIÓN:

N/A

Descripción 20 de 22

15. CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

UNIDAD TEMATICA I:
DOCENTES: 1
NÚMERO DE HORAS: 2
FORMACIÓN PROFESIONAL
Docente INTERNACIONAL con título profesional y título de postgrado a nivel de DOCTORADO, en cualquiera de las siguientes áreas del conocimiento: Economía, Administración, Contaduría y afines, Ingenierías, Ciencias de la Educación, Ciencias Ambientales, Sociales y Humanas que cuente con las competencias técnicas establecidas en cada Unidad Temática, las cuales están asociadas a las habilidades y aplicación de conocimientos específicos de la materia a abordar, permiten al docente un amplio manejo del tema, así como profundizar en aspectos propios de la temática a impartir desde su conocimiento y especialidad disciplinar. En estas competencias reflejan además del saber del docente, su actualización permanente y la experiencia en el campo que enseña. Así mismo, deberá contar con las competencias transversales: Tecnológicas, Pedagógicas y Actitudinales definidas en el perfil.
EXPERIENCIA RELACIONADA
Experiencia académica como docente y/o capacitador y/o formador en programas de pregrado, educación continua, posgrados y/o maestrías de mínimo un (1) año.
Deberá acreditar experiencia laboral relacionada adquirida en el ejercicio de actividades afines a la formación que va a impartir, en entidades del sector público y/o privado, desempeñando cargos directivos y/o estratégicos relacionados con funciones y responsabilidades en torno a alguno(s) de los siguientes temas: inteligencia de negocios, nuevas tecnologías de la información , que combinen aspectos empresariales y tecnológicos desde una óptica multidisciplinaria e integradora de personas, estrategia, negocios y tecnología que incorporan los cambios y tendencias del entorno empresarial.
- Dando cumplimiento a lo establecido en la Resolución de Tarifas, el docente deberá certificar la experiencia laboral en por lo menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento, con la temática afín con el objeto de la formación

que va a impartir.
COMPETENCIAS TÉCNICAS
* Diseño de un plan estratégico en el marco de los pilares tecnológicos de la cuarta revolución industrial 4.0.
*Conocimiento de procesos de implementación, medición e impacto de la Sostenibilidad. * Análisis contexto de la revolución industrial 4.0 y de la crisis mundial así como de las tendencias e innovaciones en el emprendimiento social.
*Manejo de la ley de emprendimiento.
COMPETENCIAS TECNOLÓGICAS
*Buen manejo de herramientas Office (Word, Excel, Power Point).
*Uso de entornos virtuales de enseñanza y de aprendizaje: libres y con licencia. (Entornos virtuales de aprendizaje (EVA)
*Diseño de materiales educativos en la virtualidad.
Competencias y prácticas de tutoría virtual
*Estrategias de intervención pedagógica en foros.
* Utilización de recursos didáctico tecnológicos.
COMPETENCIAS PEDAGÓGICAS
*Planificación de los eventos de formación. *Diseño/aplicación de herramientas didácticas de enseñanza expresión oral y capacidad para dar a entender sus ideas, teorías y conceptos
* Accesible para resolver dudas.
COMPETENCIAS ACTITUDINALES
*Liderazgo
*Iniciativa
*Pensamiento Creativo, *Orientación a los resultados *Capacidad de análisis y toma de decisiones.

Descripción 21 de 22

Continuación... CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

N/A

Descripción 22 de 22

16. CAPACITADOR PERSONA JURÍDICA:

La entidad de formación seleccionada para el adelantamiento de esta acción de formación es el Colegio de Estudios Superiores de Administración CESA. Con domicilio en Bogotá D.C., en su objeto social es una institución de educación superior PRIVADA, de utilidad común, sin ánimo de lucro y su carácter académico es el de Institución Universitaria, con personería jurídica reconocida mediante resolución número 5157 de 1975-08-29, expedida por el Ministerio de Educación Nacional en el año de 1975 y cumple con lo establecido en el Articulo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995.
Ofrece a nivel de pregrado el Programa de Administración de Empresas, registrado en el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior con el código 1770 y acreditado por el Ministerio de Educación Nacional como de alta calidad, mediante la Resolución 569 del 1.° de marzo de 2004, reafirmada mediante la Resolución 5320 10 de septiembre de 2007 y la Resolución 12455 del 29 de diciembre de 2011, esta última otorgada por seis años. A nivel de Posgrado, ofrece la Especialización en Finanzas Corporativas y la Especialización en Mercadeo Estratégico. También cuenta con la Maestría en Finanzas Corporativas, y ofrece la Maestría en Administración (MBA) Internacional en convenio de doble titulación internacional con Sprott School of Business, de Carleton University, Canadá. También cuenta con un área de formación ejecutiva con programas de formación continua cuidadosamente diseñados por expertos, combinan en su construcción competencias avanzadas, experiencia, técnica empresarial y metodologías innovadoras. CESA tiene más de 10 años de experiencia adelantando formación presencial y más de 5 años adelantando formación virtual y cuenta con las licencias y permisos de funcionamiento exigidos por ley para la realización de la acción de formación aquí presentada. Esta experiencia incluye la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas a entidades públicas o privadas. Esta experiencia se acredita en el periodo comprendido entre los años 2010 a 2021.
CESA ha adelantado durante muchos años acciones de formación en el programa de formación continua especializada del SENA con excelentes resultados por lo que es una entidad idónea para adelantar la acción de formación propuesta, cuyos temas se alinean con las líneas de formación de esta Universidad.

PERFILES 1 (Total: 1)

Acción de Formación

Formación Académica	Experiencia Relacionada	Años Experiencia Relacionada	Experiencia Específica	Años Experiencia Específica	Clasificación
UNIDAD TEMATICA I: Docente INTERNACIONAL	Experiencia académica como docente y/o capacitador y/o	5	N/A	0	CAPACITADOR INTERNACIONAL

con título profesional y título de postgrado a nivel de DOCTORADO, en cualquiera de las siguientes áreas del conocimiento: Economía, Administración, Contaduría y afines, Ingenierías, Ciencias de la Educación, Ciencias Ambientales, Sociales y Humanas que cuente con las competencias técnicas establecidas en cada Unidad Temática, las cuales están asociadas a las habilidades y aplicación de conocimientos específicos de la materia a abordar, permiten al docente un amplio manejo del tema, así como profundizar en aspectos propios de la temática a impartir desde su conocimiento y especialidad disciplinar. En estas competencias reflejan además del saber del docente, su actualización permanente y la experiencia en el campo que enseña. Así mismo, deberá contar con las competencias transversales: Tecnológicas, Pedagógicas y Actitudinales definidas en el perfil.	formador en programas de pregrado, educación continua, posgrados y/o maestrías de mínimo un (1) año. Deberá acreditar experiencia laboral relacionada adquirida en el ejercicio de actividades afines a la formación que va a impartir, en entidades del sector público y/o privado, desempeñando cargos directivos y/o estratégicos relacionados con funciones y responsabilidades en torno a alguno(s) de los siguientes temas: inteligencia de negocios, nuevas tecnologías de la información , que combinen aspectos empresariales y tecnológicos desde una óptica multidisciplinaria e integradora de personas, estrategia, negocios y tecnología que incorporan los cambios y tendencias del entorno empresarial. - Dando cumplimiento a lo establecido en la Resolución de Tarifas, el docente deberá certificar la experiencia laboral en por lo menos tres (3) países diferentes a su país de nacimiento, con la temática afín con el objeto de la formación que va a impartir.				

COOPERATIVO "UN CAMINO POSIBLE HACIA LA TRANSFORMACIÓN EN LA INDUSTRIA 4.0 (Total: 4)

Rubro	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
				Especie - %		Dinero - %		
R01.2.5 Honor. Cap. Inter. Doctorado Exp 5 años	HONORARIOS DOCENTE INTERNACIONAL DOCTORADO	9,128,452	75.62	0	0	2,942,818	24.38	12,071,270
R06.2.1 Plataforma	PLATAFORMA PARA EL DESARROLLO DE (PAT)	1,650	75	0	0	550	25	2,200
R08 Gastos de Operación del Proyecto	Gastos Operacion	1,014,450	75	0	0	338,150	25	1,352,600
R10.2 Garantías	PÓLIZAS DE SEGURO REQUERIDAS PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	0	0	0	0	100,000	100	100,000
		10,144,552	75.0	0	0.0	3,381,518	25.0	13,526,070

Resumen por rubros de la Acción de Aprendizaje (Total: 4) Acción de Formación

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R01.2.5 Honor. Cap. Inter. Doctorado Exp 5 años	9128452	75.62%	0	0%	2,942,818	24.38%	12,071,270
R06.2.1 Plataforma	1650	75%	0	0%	550	25%	2,200
R08 Gastos de Operación del Proyecto	1014450	75%	0	0%	338,150	25%	1,352,600
R10.2 Garantías	0	0%	0	0%	100,000	100%	100,000
Totales	10,144,552	75.00	0	0.00	3,381,518	25.00	13,526,070

Cobertura geográfica de la Acción de Formación f.TENDENDENCIAS PARA FOMENTAR EL EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y EL DESARROLLO COOPERATIVO "UN CAMINO POSIBLE HACIA LA TRANSFORMACIÓN EN LA INDUSTRIA 4.0 (Total: 5) Acción de Formación

Ciudad - Región	Porcentaje
BARRANQUILLA - ATLANTICO	3
CARTAGENA - BOLIVAR	3
CALI - VALLE DEL CAUCA	3.7
GUAVIARE	0.3
BOGOTA - DISTRITO CAPITAL	90

ACCIÓN DE FORMACIÓN 7 DE 8

g.PROMOCIÓN DE LA SALUD MENTAL EN EL CONTEXTO LABORAL PARA EL BIENESTAR POSITIVO Y LA RESILIENCIA

Generalidades de la acción Entidades de la acción Descripciones Perfil Presupuesto Resumen por rubros Cobertura Geográfica
Ir al menú del proyecto

Generalidades de la Acción de Formación g.PROMOCIÓN DE LA SALUD MENTAL EN EL CONTEXTO LABORAL PARA EL BIENESTAR POSITIVO Y LA RESILIENCIA

Acción de Formación

Norma de competencia	

Número de beneficiarios	320
Beneficiarios empresa	320
Beneficiarios SENA	0
Perfil beneficiarios	NIVEL MEDIO, ÁREA DE DOCENCIA
Número de grupos	4
Número de días x grupo	10

Horas de la Acción de Formación

Horas teóricas presenciales por grupo	0	**Horas prácticas presenciales por grupo**	0	**Total horas presenciales por grupo**	0
Horas teóricas virtuales por grupo	16	**Horas prácticas virtuales por grupo**	24	**Total horas virtuales por grupo**	40
Horas teóricas combinadas por grupo	0	**Horas prácticas combinadas por grupo**	0	**Total horas combinadas por grupo**	0
				Total de horas grupo	40
				Total de horas acción	160

Entidades de la Acción de Formación g.PROMOCIÓN DE LA SALUD MENTAL EN EL CONTEXTO LABORAL PARA EL BIENESTAR POSITIVO Y LA RESILIENCIA (Total: 1)

Acción de Formación

Nombre de la entidad	Papel
ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE COOPERATIVAS ASCOOP	PROPONENTE

Descripciones de la Acción de Formación g.PROMOCIÓN DE LA SALUD MENTAL EN EL CONTEXTO LABORAL PARA EL BIENESTAR POSITIVO Y LA RESILIENCIA (Total: 22)

Acción de Formación

Descripción 1 de 22

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

NECESIDAD DE FORMACIÓN, CAUSAS Y EFECTOS.
La Resolución 2646 de 2008, establece que las empresas deben velar por el bienestar y salud mental de los trabajadores a través de la gestión de los peligros psicosociales, causantes del estrés que puede derivar en enfermedades laborales según el Decreto 1477 de 2014. Del mismo modo, define en la Resolución 2404 de 2019, la obligatoriedad de implementar acciones de promoción y prevención en torno a la salud mental laboral haciendo uso de los protocolos avalados en dicha Resolución.
A raíz de la pandemia declarada en el 2020 por el virus Sars-Cov II causante de la Covid 19, el Gobierno Nacional estableció acciones de contención como la implementación del trabajo remoto en casa para los trabajadores y la educación virtual en las universidades. Teniendo en cuenta que la exposición al uso de las tecnologías de la información y la comunicación es un peligro psicosocial con el potencial de generar tecnoestrés, sumado a las condiciones sociofamiliares del trabajo remoto en casa, el Ministerio de Trabajo, el 21 de octubre de 2020, expide la circular 064 en la que establece las acciones mínimas de intervención de los factores de riesgo psicosocial, la promoción de la salud mental y la prevención de problemas y trastornos mentales en los trabajadores ante la actual emergencia sanitaria. Dichas acciones deben ser implementadas por las empresas de todos los sectores.
ASCOOP llevó a cabo la recopilación, análisis e interpretación de manera ordenada y sistemática de información tanto cualitativa y cuantitativa pertinentes para determinar las necesidades de formación requeridas por el gremio, particularmente por el sector asegurador.
Dentro de la información cualitativa analizada se encuentra la siguiente:
Según la opinión experta de los formuladores de política pública en el país, entre las acciones contempladas como responsabilidad de las empresas se encuentran el desarrollo de acciones de promoción de la salud mental y la

prevención e intervención el estrés y los problemas y trastornos mentales haciendo uso de los protocolos específicos de intervención de los factores de riesgos psicosociales adoptados en la Resolución 2404 de 2019. En el protocolo de "protocolo de acciones de promoción, prevención e intervención de los factores psicosociales y sus efectos en el entorno laboral" se recomienda la capacitación y acciones de formación para el fortalecimiento de la resiliencia en los trabajadores, el manejo de la ansiedad y el estrés, así como la promoción de la salud mental y la prevención del trastorno. Del mismo modo, la guía técnica general para la "promoción, prevención e intervención de los factores psicosociales y sus efectos en población trabajadora", nuevamente como acciones de promoción de la salud establece el fomento de actividades educativas, y como acciones de intervención en desarrollo de estrategias de afrontamiento del estrés, ansiedad, fomento de la resiliencia organizacional y la promoción de la salud mental (MinTrabajo, Promoción, prevención e intervención de los factores psicosociales y sus efectos en población trabajadora, 2015)
En nuestro país el Ministerio de Salud y Protección Social realizó el lanzamiento formal del Observatorio Nacional de Salud Mental con el fin de "tener información oportuna, datos actualizados y confiables, que permitirán tomar decisiones para orientar los programas y las políticas del sector en este tema" (Colombia, Ministerio de Salud y Protección Social, 2019). En el año 2013 se expidió la Ley 1616 de Salud Mental (República de Colombia, 21 de enero 2013), mediante la cual se reglamenta la garantía de salud mental a los colombianos, se da prioridad a niños, niñas y adolescentes, se establecen los derechos y la prestación de servicios integrales a las personas con enfermedad mental.
De acuerdo con la OMS, "La pandemia está provocando un incremento de la demanda de servicios de salud mental. El duelo, el ?aislamiento, la pérdida de ingresos

Descripción 2 de 22

Continuación... DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

y el miedo están generando o agravando trastornos de salud mental. ?Muchas personas han aumentado su consumo de alcohol o drogas y sufren crecientes problemas de insomnio ?y ansiedad. Por otro lado, la misma COVID-19 puede traer consigo complicaciones neurológicas y mentales, ?como estados delirantes, agitación o accidentes cerebrovasculares" (OMS, Los servicios de salud mental se están viendo perturbados por la COVID-19, Oct. 20).
Dentro de la información cuantitativa analizada se encuentra la siguiente:
- La universidad Javeriana encontró en su estudio 'Salud mental y resiliencia en adultos jóvenes (18 a 24 años) reveló que el 68,1 % presentó diferentes niveles de depresión según la Escala PHQ 8 con un puntaje mayor de 10. El 29 % tenía niveles leves, 22 % moderados y 17 % severos. Igualmente se evidenció que un 70,3 % de las mujeres y un 63,4% de los hombres presentaban depresión y que el 53,4 % reportó diferentes niveles de ansiedad de acuerdo con la escala GAD 7" (El tiempo, Los problemas de salud mental que ya está dejando ver la pandemia, Ago 20).
- El Dane, encontró que "Seis de cada diez colombianos afirmaron haber tenido síntomas o sentimientos relacionados con afectaciones a la salud mental a causa de la pandemia, como preocupación, tristeza, dificultad para dormir y cansancio... Es igualmente llamativo que al hacer un análisis por nivel educativo, los profesionales y con posgrado fueron los de mayor porcentaje de participación en sentimientos como cansancio (22,8 por ciento), irritabilidad (15,6 por ciento) y dificultades para dormir (21,4 por ciento); mientras que los de nivel técnico fueron los de mayor preocupación (42,2 por ciento), soledad (13,1 por ciento) y dolores de cabeza o estomacales, con 22,1 por ciento, el doble de los que no reportaron grado alguno de escolaridad (11,5 por ciento)." (El tiempo, Pandemia ha golpeado emocionalmente a 6 de cada 10 colombianos, Oct, 2020).
Gracias al proceso adelantado por ASCOOP, el cual se expresa en detalle en las generalidades, y al uso de información cualitativa y cuantitativa proveniente del análisis de sector, situación de entidades asociadas al gremio, demandas del sector y prospectiva, y diagnóstico de los trabajadores; se identificó la siguiente necesidad de formación específica: "Empoderar a los trabajadores para que puedan responder con resiliencia y autogestión a los contextos de disrupción y adversidad para prevenir afectaciones a la salud mental"
Esta necesidad es originada por estas causas: -)Los trabajadores no conocen herramientas y practicas para hacer autogestión de su salud mental. -)Los trabajadores no identifican las señales de alarma de que la salud mental tiene afectaciones. -)No se despliegan estrategias para construir felicidad de forma Activia en el entorno laboral.
Esta necesidad genera los siguientes efectos: -)Afectaciones a la salud mental de los trabajadores, -)Disminución de la productividad de los trabajadores, -)Incapacidad para superar los problemas y retos que se generan en el ambiente laboral.
Esta necesidad contribuye a la existencia de la necesidad general identificada en las generalidades del proyecto, la cual es "Potenciar el impacto del cooperativismo en la reactivación económica del país en medio de la pandemia, mediante la promoción del emprendimiento, el fortalecimiento de la gestión comercial y la recuperación del bienestar emocional de los trabajadores"

JUSTIFICACIÓN DEL ENFOQUE DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN HACIA DESARROLLO PRODUCTIVO Y/O COMPETITIVIDAD
El Sistema Nacional de Competitividad, Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCCTeI) se encarga en el país de todos los temas relacionados con la política de competitividad, productividad e innovación, incluyendo el cuerpo de normas y organismos e instituciones con responsabilidad directa en estos aspectos. La correspondencia con tal sistema permite evidencias el enfoque de la acción de formación hacia competitividad así:

Descripción 3 de 22

Continuación... DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

-El CONPES 3439 establece que dentro de los factores que determinan la competitividad se encuentran el "desarrollo del capital humano..., acceso al crédito y productividad" (CONPES 3439, Institucionalidad y principios rectores de Política para la Competitividad y Productividad,Pg. 34). Dicho documento también establece la "Participación del sector privado" como un principio que guía la formulación de las políticas de competitividad. Al ser este un proyecto encaminado al desarrollo de capital humano vía solución de necesidades de formación, y al tener como beneficiario a las organizaciones asociadas a ASCOOP que se encarga de promover a las empresas del sector cooperativo; el enfoque hacia la competitividad de esta acción de formación está plenamente justificado.
- El Consejo Privado de Competitividad en su informe de competitividad establece como uno de los determinantes de la competitividad la eficiencia del Mercado Laboral, y al respecto de éste establece que "En promedio, se requieren cerca de cuatro veces más horas de trabajo en Colombia para producir el mismo valor agregado que en una hora de trabajo en Estados Unidos. Detrás de bajos niveles de productividad se encuentran, entre otros factores, la informalidad empresarial y laboral (que afecta la eficiencia en la asignación de los recursos) y la falta de calidad y alineación de la oferta educativa y formativa con las necesidades del sector productivo" (INFORME NACIONAL DE COMPETITIVIDAD2020-2021, Consejo Privado de Competitividad). La acción de formación aquí presentada fue construida para cerrar brechas de capital humano identificadas en los trabajadores del sector solidario (Cooperativismo) emparejándolas con lo que requiere la industria, por lo cual está enfocada hacia la competitividad y desarrollo productivo.

ACCIÓN DE FORMACIÓN QUE BENEFICIE A TRABAJADORES DEL SECTOR EDUCACIÓN
Los beneficiarios de esta acción de formación son trabajadores de entidades cooperativas dedicadas a la Educación, como Coeducar, Cooptased y la Universidad Cooperativa de Colombia.
PORQUÉ LA ACCIÓN DE FORMACIÓN PRIORIZADA PARA LA SOLUCIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD ES ESPECIALIZADA
La acción de formación propuesta es especializada pues es de corta duración, permite la aplicación de los conocimientos habilidades y destrezas en el contexto laboral de forma inmediata cerrando brechas de capital humano identificadas y dando respuesta a la necesidad específica identificada y mencionada antes. Gracias a la implementación de esta acción de formación se logrará la actualización y formación en nuevos conocimientos y habilidades para elevar las competencias laborales que los trabajadores del sector requieren para que reconozcan y actúen sobre los factores de riesgo y señales de alarma de afectación de la salud mental, autogestionen su salud mental y construyan espacios de felicidad de forma activa en el entorno laboral; adquiriendo las herramientas para responder con resiliencia a las adversidades y disrupción propias del escenario de pandemia al que nos enfrentamos; lo que aumentará el rendimiento productivo y empleabilidad de los trabajadores beneficiarios así como la competitividad de las empresas participantes.

Descripción 4 de 22

2. OBJETIVOS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN:

El contexto universitario se constituye en un ambiente social y comunitario en el que se comparten cotidianamente experiencias vinculadas a la sensación de bienestar, calidad de vida y salud mental de los individuos y los colectivos. La organización empresarial representa un ámbito fundamental en la vida, que en conjunto con otros son definitivos en la construcción de la salud.
En este sentido las instituciones y organizaciones nos constituimos en entornos protectores de la salud mental y debemos propiciar acciones para su promoción.
De acuerdo con el análisis anterior, el propósito de esta acción de formación se refleja en sus objetivos, los cuales evidencian la intencionalidad de la misma, así:
EL QUE: Gestionar la promoción de competencias organizacionales que dinamicen la resiliencia y las capacidades individuales y colectivas para responder a los contextos de disrupción y adversidad.
EL POR QUÉ: Apropiar las herramientas y prácticas para hacer autogestión de la salud mental.
EL PARA QUÉ: Disminuir las afectaciones a la salud mental en el trabajo e identificar los signos de alerta y alarma de su ocurrencia en el contexto laboral.
La solución escogida consiste en la formulación de un plan de formación continua especializado que incluye la acción de formación aquí presentada, denominada Promoción de la Salud Mental en el contexto laboral para el Bienestar Positivo y la Resiliencia; lo que permitirá cerrar las brechas de competencia del talento humano que fueron identificadas y pasar del estado actual al estado deseado en donde se alcanza el propósito planteado.
En términos generales aquello que se quiere alcanzar al finalizar la ejecución de esta acción de formación, es la actualización y formación en nuevos conocimientos y habilidades para elevar las competencias laborales que los trabajadores del sector requieren para reconozcan y actúen sobre los factores de riesgo y señales de alarma de afectación de la salud mental, autogestionen su salud mental y construyan espacios de felicidad de forma activa en el entorno laboral; adquiriendo las herramientas para responder con resiliencia a las adversidades y disrupción propias del escenario de pandemia al que nos enfrentamos; permitiéndoles aplicar nuevas metodologías y herramientas que aumentaran el rendimiento productivo y empleabilidad de los trabajadores beneficiarios así como la competitividad de las empresas participantes. Esto es coherente con la estrategia de trabajo de ASCOOP, de prestar servicios de asistencia técnica, divulgar la aplicación y practica de los principios del Cooperativismo y promover y fomentar la organización de entidades del sector social y contribuir a su desarrollo.
La opción escogida corresponde al fortalecimiento de las competencias socioemocionales en los empleados, profesores y administrativos que faciliten la autogestión de factores protectores de la salud mental; adicionalmente esta opción por la salud mental permite que la institución se ocupe también de los aspectos estructurales de la promoción y el cuidado de la salud mental. En particular acompañar y promover los recursos socioemocionales de las personas en la obligación se constituye en un compromiso cuyo alcance se extiende al aprendizaje que se genera en

contextos de crisis y disrupción que promueven la resiliencia en la organización.
El alcanzar estos objetivos contribuirá a alcanzar el objetivo general formulado para el proyecto.

Descripción 5 de 22

3. POBLACIÓN BENEFICIARIA DE LAS ACCIONES DE FORMACIÓN:

La población a beneficiar son trabajadores cuya condición se pretende mejorar a través del proyecto con lo cual que se conlleve a incrementar su empleabilidad, el desempeño de sus funciones y la adquisición y/o fortalecimiento de competencias necesarias para aumentar el rendimiento productivo para beneficio y aumento de la competitividad de ASCOOP y sus organizaciones afiliadas. La siguiente es la caracterización de los mismos:
NIVEL MEDIO, ÁREA DE DOCENCIA, CARGOS: PROFESORES, FUNCIONES: TRANSFERIR CONOCIMIENTO A LOS ESTUDIANTES A TRAVES DE VARIAS METODOLOGIAS, DISEÑAR PROGRAMAS, TIPO DE CONTRATO INDEFINIDO Y FIJO, FORMACIÓN: PROFESIONAL Y/O POSGRADO. CONOCIMIENTO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y TELECOMUNICACIONES, ACCESO A INTERNET, COMPUTADORES Y APLICACIONES DE SOFTWARE.
Relación entre el perfil descrito y el objetivo de la formación: El perfil descrito, tanto en su nivel ocupacional como área de la que proviene y actividades que realiza, está directamente relacionado con los objetivos de esta acción de formación, en la medida en que para que se reconozca y actúe sobre los factores de riesgo y señales de alarma de afectación de la salud mental, se autogestione la salud mental y construyan espacios de felicidad de forma activa en el entorno laboral, se necesita el concurso de los participantes seleccionados. Esto en atención que esos perfiles están directamente a cargo de liderar o participar en los equipos de trabajo que ejecutan procesos misionales y por lo tanto pondrán en práctica de forma inmediata las competencias desarrolladas con la acción de formación.
Con el cierre de las brechas de talento humano identificadas se contribuirá a alcanzar el objetivo general del proyecto.
MIPYMES: Se garantiza la participación de al menos una persona proveniente de una empresa MiPyme, la razón de pertinencia para la empresa y/o sector es que estas mipymes corresponden con entidades relacionadas en el anexo 10 y que cumplen con los requisitos para ser catalogadas como mipymes según el anexo 10. No participa la cadena productiva. Su inclusión se justifica en que son trabajadores que provienen de las empresas relacionadas en el anexo 10.

Descripción 6 de 22

4. CLASIFICACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN POR SECTOR Y SUBSECTOR:

Sector: Servicios
Subsector: Educación

Descripción 7 de 22

5. EVENTO DE FORMACIÓN:

Se usará el evento de formación Curso por su pertinencia frente a:
- Perfil de los trabajadores beneficiarios: Para el tipo de perfil seleccionado, las demandas de su puesto de trabajo, el equilibrio entre su vida personal y laboral, así como las características de las funciones que realiza y el nivel ocupacional que ocupa, el evento de formación Curso es el más pertinente para llevar cabo esta acción de formación.
-Requerimientos de las empresas: Las organizaciones asociadas a Ascoop identificaron unas necesidades de formación que se deben satisfacer con la acción de formación a través del cierre de brechas de talento humano identificadas. El Curso es el evento de formación más pertinente para ejecutar dicha acción de formación y lograr dar respuesta a tales necesidades.
- Metodología: Académicamente hablando, se propone el uso de unas actividades pedagógicas y estrategias didácticas que faciliten la transmisión de conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas necesarias para el desarrollo de las competencias identificadas. El evento Curso provee el marco necesario para implementar dichas metodologías de la forma más idónea y pertinente posibles.
- Modalidad de formación: Para esta acción de formación se utilizará la modalidad virtual y se encontró que el evento de formación es pertinente con esta modalidad ya el marco que da para su ejecución y certificación se ajusta a las características de esta modalidad.
- Unidades Temáticas: Los contenidos detallados y su estructura, orientados a desarrollar las temáticas específicas que darán respuesta a la necesidad de formación planteada para esta acción de formación, se pueden cubrir adecuadamente con este evento de formación Curso, por lo cual es pertinente su uso.

Descripción 8 de 22

6. MODALIDAD DE FORMACIÓN:

Se usará la modalidad de formación VIRTUAL. La acción de Formación se desarrolla bajo la modalidad virtual, que implica para el estudiante un estilo autónomo y auto dirigido de aprendizaje, así como una cultura para la innovación creativa de la disciplina personal y la participación democrática, la autogestión formativa, la práctica de la libertad y el desarrollo de una escala de valores que favorece su propia construcción como sujeto ético y moral.
La educación a Virtual exige al estudiante un cambio de actitud y de mentalidad; el alumno debe asumir momentos para un estudio independiente mucho más reflexivo, que le permita profundizar en los conocimientos y lo conduzca a la aplicación de estos en los contextos que le son propios.
La relación entre lo tecnológico y pedagógico ha configurado nuevas formas de enseñanza aprendizaje, incorporando

nuevos roles en los actores educativos y nuevas dinámicas en estos. Por consiguiente, las aulas virtuales son la manera de integrar los efectos didácticos de las aulas reales a contextos en los que no es posible reunir físicamente a los participantes, en un proceso de enseñanza/aprendizaje.
La acción de formación en la modalidad virtual se realiza de manera asincrónica entre el capacitador y los trabajadores, lo cual significa que pueden interactuar en tiempos y espacios diferentes e implica la utilización de la plataforma tecnológica, la cual cumple con las características establecidas en el Anexo Nº. 14.
El proveedor de la formación virtual entregará un reporte que evidencie el ingreso a la plataforma por parte del trabajador y del capacitador o tutor, y la entrega de las actividades desarrolladas por los beneficiarios en la plataforma.

Descripción 9 de 22

7. UNIDADES TEMÁTICAS:

Las unidades temáticas de la acción de formación son pertinentes frente a las necesidades de formación identificadas, para lo cual se proponen los siguientes contenidos detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:
UT. 1. Promoción y prevención en salud mental laboral - Duración: 20 horas
Competencia que se espera adquiera el trabajador: Identificar los peligros psicosociales en el trabajo que pueden afectar la salud mental del trabajador según lineamientos técnicos y normatividad legal nacional para gestionar medidas de cuidado
Contenidos detallados:
En esta unidad se abordan dos temáticas principales: (1) Factores protectores y de riesgo, signos de alerta y alarma, y (2) la evaluación y autoevaluación del bienestar y la felicidad.
Factores de riesgo y protección, signos de alerta y alarma:
-¿Qué es la salud mental y por qué es importante para mí?
-Aspectos personales y de mi entorno que ayudan a una mejor salud mental.
-Aspectos personales y de mi entorno que pueden generar problemas de salud mental.
-Señales de alerta que puedo aprender a reconocer para ayudar al mejoramiento de mi salud mental y la los demás en mi comunidad.
-¿Qué puedo hacer cuando identifico un posible riesgo para mi salud mental y la de los demás en mi comunidad?
Evaluación del bienestar y la felicidad:
-Conocer que te hace feliz dentro de la organización
-Construir la felicidad de forma activa en el entorno laboral
UT. 2. Estrategias de autogestión de nuestra salud mental
Duración: 10 horas
Competencia que se espera adquiera el trabajador: Evaluar el entorno laboral según lineamientos técnicos del tecnoestrés como peligro psicosocial para el desarrollo de estrategias para prevenir su ocurrencia.
Contenidos detallados:
Tecnoestrés
-Tecnoestrés como peligro psicosocial, definición e identificación.
-Evaluación del tecnoestrés (autoaplicación de instrumento de medición).
-Plan personal de prevención e intervención acorde a resultados de la evaluación.

UT. 3. Resiliencia organizacional: 10 horas (CORRESPONDIENTE A LAS HABILIDADES TRANSVERSALES DEL SIGLO 21)
Competencia que se espera adquiera el trabajador: Evaluar la respuesta de los individuos de los equipos a los cambios en el torno a partir del análisis de su capacidad de resiliencia
Contenidos detallados:
-Identificación de competencias institucionales que fortalecen la Resiliencia individual, grupal y organizacional.
- La resiliencia organizacional como herramienta de gestión y planeación en escenarios de incertidumbre y disrupción.
- Perseverancia y Resiliencia, como habilidades transversales
Las anteriores unidades temáticas fomentan la apropiación de conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas necesarias para el cierre de las brechas de talento humano identificadas, por lo cual dan respuesta de manera idónea a las necesidades de formación identificadas.

Descripción 10 de 22

Continuación... UNIDADES TEMÁTICAS:

N/A

Descripción 11 de 22

8. METODOLOGÍA:

Metodología teórico practica alineada con la modalidad virtual. La Acción de Formación se desarrolla mediante una metodología didáctica, en entornos virtuales de aprendizaje, garantizando un aprendizaje abierto, flexible y significativo en la formación, que favorecerá el crecimiento y desarrollo de los participantes, donde la interactividad es un aspecto fundamental, para potenciar los procesos de aprendizaje autónomo, tanto en la apertura del diálogo académico entre los estudiantes, como en el acompañamiento que hace el docente tutor al proceso formativo de los alumnos, como guía, orientador y facilitador del proceso de aprendizaje.
Las herramientas metodológicas comprenden la presentación de elementos conceptuales para cada uno de los temas

que componen los módulos, y la práctica está dada por actividades interactivas, ejercicios, desarrollo de talleres, con los cuales se busca que el estudiante mire diferentes alternativas, administre los recursos existentes, analice y use la información para aplicarla a casos relacionados con situaciones su propio entorno laboral. Las metodologías aplicadas a la virtualidad nos ofrecen la posibilidad utilizar herramientas creativas, para la generalización del aprendizaje, para el uso, para el saber estar y saber participar en ese medio.
Las actividades pedagógicas, estrategias didácticas y modelo de aprendizaje aquí indicadas son las más adecuadas para lograr el cierre de brechas de capital humano identificadas y fueron seleccionadas teniendo en cuenta las necesidades de formación y las características de los trabajadores beneficiarios.
A continuación, se detallan las mismas por unidad temática:
UT. 1. Promoción y prevención en salud mental laboral 20 horas
Estrategias didácticas: Se promueve un aprendizaje abierto, flexible y significativo en la formación, que favorecerá el crecimiento y desarrollo de los participantes, donde la interactividad es un aspecto fundamental, para potenciar los procesos de aprendizaje autónomo, tanto en la apertura del diálogo académico entre los estudiantes, como en el acompañamiento que hace el docente tutor al proceso y guía, orientador y facilitador del proceso de aprendizaje formativo de los alumnos que serán el centro del proceso de aprendizaje.
Actividades pedagógicas:
- Foros. Los estudiantes abordan diferentes temáticas propuestas por el docente para aplicar las temáticas abordadas.

UT. 2. Estrategias de autogestión de nuestra salud mental 10 horas
Estrategias didácticas: Se promueve un aprendizaje abierto, flexible y significativo en la formación, que favorecerá el crecimiento y desarrollo de los participantes, donde la interactividad es un aspecto fundamental, para potenciar los procesos de aprendizaje autónomo, tanto en la apertura del diálogo académico entre los estudiantes, como en el acompañamiento que hace el docente tutor al proceso y guía, orientador y facilitador del proceso de aprendizaje formativo de los alumnos que serán el centro del proceso de aprendizaje.

Descripción 12 de 22

Continuación... METODOLOGÍA:

Actividades pedagógicas:
- Plan personal de prevención e intervención del tecnoestrés. A partir de los resultados de la evaluación general y subtipos de tecnoestrés arrojados en la autoaplicación del instrumento de medición, los participantes elaboran una propuesta con acciones de prevención e intervención del tecnoestrés.
UT. 3. Resiliencia organizacional: 10 horas (CORRESPONDIENTE A LAS HABILIDADES TRANSVERSALES DEL SIGLO 21)
Estrategias didácticas: Se promueve un aprendizaje abierto, flexible y significativo en la formación, que favorecerá el crecimiento y desarrollo de los participantes, donde la interactividad es un aspecto fundamental, para potenciar los procesos de aprendizaje autónomo, tanto en la apertura del diálogo académico entre los estudiantes, como en el acompañamiento que hace el docente tutor al proceso y guía, orientador y facilitador del proceso de aprendizaje formativo de los alumnos que serán el centro del proceso de aprendizaje.
Actividades pedagógicas:
- Cuestionario. Se revisa la apropiación de los principales conceptos a partir de la respuesta a preguntas que plantean su aplicación en diversas situaciones laborales.

Descripción 13 de 22

9. MATERIAL DE FORMACIÓN:

El estudiante contará con una importante colección de materiales educativos que estarán a su disposición de manera digital en el aula virtual, los cuales se complementan con actividades individuales y grupales. A continuación, se mencionan los principales materiales educativos y actividades a desarrollar por parte del estudiante:
*Infografías y talleres y documentos en formato PDF que desarrollan al detalle los temas de la Acción de Formación.
*Foros de debate entre los grupos de trabajo, basados en los temas tratados y que se convierte en un recurso valioso para el intercambio de ideas que enriquece pedagógicamente el proceso virtual.
Ayudas Didácticas
*Diseño de Infografías
*Videos
*Objetos virtuales de aprendizaje - OVAS
*Multimedia.
Herramientas de Comunicación
*Foros
*Correo electrónico.
El contenido del material se justifica porque contribuye al mejoramiento y aplicación del conocimiento permitiendo al participante gestionar exitosamente los procesos de retail frente al Shopper, con herramientas que impactan positivamente la comercialización e identificando las acciones estratégicas y tácticas que posibilitan la gestión de los aspectos derivados de la economía conectada y la transformación digital. De esta forma es un apoyo para el beneficiario en la realización de los objetivos de la acción de formación.
Estos son algunos de los contenidos que tendrá el material:
- Promoción y prevención en salud mental laboral
- Factores de riesgo y protección, signos de alerta y alarma
- Evaluación del bienestar y la felicidad

- Estrategias de autogestión de nuestra salud mental
- Tecnoestrés
- Resiliencia organizacional
El material digital corresponde a una producción reciente de menos de 2 años. El material propuesto es pertinente en relación con:
- Los objetivos definidos para esta acción de formación: El contenido del material permite al estudiante reforzar los temas tratados por el docente y puede usarlo como referencia cuando o requiera en el contexto propio de su trabajo por lo que facilita y apoya al beneficiario en la consecución de los objetivos propuestos.
- Las unidades temáticas que la componen: El material de formación brinda contenidos correspondientes a todas las unidades temáticas abordadas en desarrollo de la acción de formación, sirviendo de guía al estudiante (Hoja de ruta) de la ejecución de la acción de formación.
- Metodologia de formación: El material de formación está alineado con los principios metodologicos de esta acción, dando soporte adecuado a las actividades pedagogicas que se llevarán a cabo.
- El perfil de los beneficiarios: La forma como está estructurado el material, su forma de consulta y leguaje utilizado para su construcción se ajusta al perfil de los beneficiarios participantes, por lo que facilitará el proceso de aprendizaje de los mismos.
El material de formación está metodológicamente estructurado y se justifica el contenido del mismo pues su utilización facilitará la trasferencia de conocimientos a los beneficiarios y permitirá reforzar los temas vistos en clase.

Descripción 14 de 22

10. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS:

Una vez ejecutada la acción de formación los beneficiarios alcanzarán los resultados de aprendizaje aquí indicados, los cuales son evidencia del aprendizaje del trabajador y de su aplicación en el puesto de trabajo. Dichos resultados están alineados con los objetivos de la acción de formación en la medida en qué permiten medir de forma objetiva si el trabajador alcanzó el propósito de la acción de formación en sus dimensiones del qué, el por qué y el para qué. Dichos resultados, además están alineados con el perfil del trabajador en la medida en que deberían ser alcanzados por los mismos una vez adelanten la acción de formación.
A continuación se listan los resultados, los cuales son observables, evaluables y factibles de alcanzar por parte de los trabajadores participantes (Acordes con su perfil):
- R1 Identifica en su entorno laboral posibles factores de riesgo asociados a problemas de salud mental - DESEMPEÑO DEL TRABAJADOR
- R2 Evaluar condiciones psicosociales personales y laborales con el potencial de afectar la salud mental del trabajador haciendo uso de instrumentos de medición avalados - PRODUCTIVIDAD
- R3 Proponer alternativas de promoción de la salud mental a nivel personal y organización - PRODUCTIVIDAD
- R4 Actuar sobre los factores que posibilitan la materialización del tecnoestrés en el ambiente de trabajo. - PRODUCTIVIDAD
- R5 Fortalecer los recursos organizacionales para el fomento de la resiliencia individual y organizacional - COMPETITIVIDAD
Se aclara que todos los resultados antes indicados están alineados con los objetivos de la acción de formación.

Los impactos sobre la productividad de las organizaciones asociadas a Ascoop, fruto del cierre de brechas de talento humano de esta acción de formación, están relacionados con factores internos como el mejoramiento en la eficiencia con los que se ejecutan los procesos.
Los impactos sobre la competitividad de las organizaciones asociadas a Ascoop, fruto del cierre de brechas de talento humano de esta acción de formación, están relacionados con factores internos como aumento de la calidad del talento humano con el que se dispone y aumento en la calidad de los servicios de educación disponibles en las regiones.

Descripción 15 de 22

11. EVALUACIÓN DE APRENDIZAJE:

El modelo propuesto para la evaluación es el siguiente:
Mecanismos de seguimiento:
- Evaluación de conocimientos. Para ello se elaboran exámenes que de manera individual debe responder cada participante. Se aplicará el Indicador tasa de incremento del conocimiento de acuerdo a lo indicado en el pliego de condiciones de la convocatoria y sus anexos.
- Desarrollo de las actividades en el aula que permiten la adquisición de conocimientos y puesta en práctica de los mismos a través de la plataforma. Las actividades que se contemplan son: guías de lectura, talleres, análisis de casos y debates a través de los foros.
- Monitoreo del tránsito de los estudiantes en el aula virtual.
- Planes de implementación.
El sistema de control propuesto incluye:
- Asistencia y certificación. Realizar el 85% de las actividades programadas otorga la Certificación..
- Medición de Conocimiento (Indicador tasa de incremento del conocimiento). Se aplicará el Indicador tasa de incremento del conocimiento.
-Satisfacción: Se aplicará un instrumento de evaluación de satisfacción de acuerdo a los parámetros provistos por el SENA.
La evaluación de aprendizaje propuesta permite la verificación del cumplimiento de los objetivos definidos y de los resultados esperados, por tanto, se aplicarán criterios de evaluación que serán parámetros de referencia del proceso

evaluativo, tales como:
- Identificar los peligros psicosociales en el trabajo remoto en casa que pueden afectar la salud mental del trabajador - Relacionado con resultado R1
- Prioriza las señales de alerta de afectaciones a la salud mental para promover su medición y seguimiento - Relacionado con resultado R2
- Propone estrategias para construir felicidad de forma activa en el entorno laboral - Relacionado con resultado R3
- Propone estrategias de intervención para prevenir el tecnoestrés en la organización - Relacionado con resultado R4
- Define aspectos en el entorno individual, grupal y organizacional que favorecen la resiliencia - Relacionado con resultado R5?
En el mediano plazo, el impacto de la productividad se podrá medir a través de indicadores como incidencia de la salud mental en las incapacidades del talento humano reportada.
En el mediano plazo, el impacto de la competitividad se podrá medir a través de indicadores como aumento en la calidad de los servicios de educación ofertados.

Descripción 16 de 22

12. AMBIENTE DE APRENDIZAJE:

AULA VIRTUAL. El uso de este tipo de ambiente se justifica en la medida en que se requiere para que los usuarios puedan adelantar la acción de formación de manera adecuada incluyendo el componente practico de la misma y por que facilitará la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos, la profundización de los temas incluidos y aplicación de muchos de los conceptos relacionados con la revolución industrial 4.0 con la que se encuentra alineada esta acción de formación. El rubro solicitado es coherente con el tipo de ambiente y las características del mismo. En consecuencia, se selecciona este ambiente de aprendizaje pues guarda coherencia con:
- El evento de formación: El evento Curso es coherente con el ambiente de aprendizaje ya que el aula virtual permite su ejecución a través las actividades asincrónicas que pueden adelantar en ella los beneficiarios.
- Modalidad de formación: La modalidad virtual es coherente con el ambiente de aprendizaje ya que el aula virtual se acomoda a los requerimientos de que la formación se adelante de manera asincrónica entre el capacitador y los trabajadores, lo cual significa que pueden interactuar en tiempos y espacios diferentes e implica la utilización de una plataforma tecnológica, la cual cumple con las características establecidas en el Anexo Nº. 14.

Descripción 17 de 22

13. CARACTERÍSTICAS DE LA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA O PLATAFORMA VIRTUAL:

La acción de formación estará soportada tecnológicamente sobre las siguientes plataformas, que serán suministradas por el proveedor de la acción de formación:
-BrightSpace: Como uno de los LMS más sofisticados en la actualidad. Este cuenta con múltiples herramientas de comunicación y difusión de contenidos, con un robusto sistema de soporte en línea de alta disponibilidad.
En el LMS se controlan actividades tales como:
-Disposición de recursos educativos: Que corresponde a contenidos relacionados con las temáticas del diplomado, los cuales son en su mayoría corresponden a producción específica para el diplomado, también hay recursos vinculados desde otras fuentes. Los recursos educativos permiten dar un contexto teórico o metodológico sobre la utilización de ciertos recursos o técnicas didácticas de las cuales se compone teóricamente el diplomado,
-También hay un tipo de recursos nativos de la plataforma virtual BrightSpace, estos son: Calendario, Glosario, libro, badges (herramientas de gamificación), entre otros. Estos también permiten generar contenido exclusivo de la acción de formación y actividades para motivar la participación de los asistentes.
-Actividades formativas: Libro de calificaciones, mediante el cual los profesores titulares y tutores del curso, pueden hacer seguimiento y velar por el cumplimiento de las actividades por parte de los participantes en el rol de estudiante: Cuestionarios, progreso de la clase, preguntas frecuentes, buzón, chat y debates.
-Agente Inteligente: Permite de manera automática el envío de recordatorios para la realización de actividades.
La plataforma se complementará con las siguientes aplicaciones:
El proveedor de la formación virtual entregará un reporte que evidencie el ingreso a la plataforma por parte del trabajador y del capacitador o tutor, y la entrega de las actividades desarrolladas (aquellas que permiten la adquisición de conocimientos y puesta en práctica de los mismos a través de la plataforma) de acuerdo con lo indicado en el pliego de la convocatoria.

Descripción 18 de 22

14. LUGAR DE EJECUCIÓN:

Cuatro (4) grupos en total.
Grupo 1 al 4 se ejecutarán, cada uno, en:
PASTO, NARIÑO
VILLAVICENCIO, META
MEDELLIN, ANTIOQUIA
BOGOTA, BOGOTA
BUCARAMANGA, SANTANDER
CALI, VALLE
IBAGUE, TOLIMA
NEIVA, HUILA
BARRANCABERMEJA, SANTANDER

MONTERIA, CORDOBA
SANTA MARTA, MAGDALENA
QUIBDO, CHOCO
POPAYAN, CAUCA
APARTADO, ANTIOQUIA
ARAUCA, ARAUCA
PEREIRA, RISARALDA
CARTAGO, VALLE

Nota 1. Se justifica dictar acciones de formación en los municipios y departamentos aquí relacionados en atención a que las empresas afiliadas a ASCOOP, como Coeducar, Cooptased y la Universidad Cooperativa de Colombia, tienen domicilio o puntos de atención en tales ciudades, y por tanto cuentan con trabajadores en las mismas que deben ser beneficiados con la acción de formación para solucionar la necesidad identificada. Ascoop tiene domicilio en la ciudad de Bogotá.

Descripción 19 de 22

Continuación... LUGAR DE EJECUCIÓN:

N/A

Descripción 20 de 22

15. CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

UNIDADES TEMATICAS 1 a la 3:
DOCENTES: 1
NÚMERO DE HORAS: 40
FORMACIÓN PROFESIONAL
Docentes con títulos de pregrado en psicología, ciencias sociales, economicas o áreas afines y de postgrado a nivel de maestría en áreas afines que cuente con las competencias técnicas establecidas en cada Unidad Temática, las cuales están asociadas a las habilidades y aplicación de conocimientos específicos de la materia a abordar, permiten al docente un amplio manejo del tema, así como profundizar en aspectos propios de la temática a impartir desde su conocimiento y especialidad disciplinar. En estas competencias reflejan además del saber del docente, su actualización permanente y la experiencia en el campo que enseña. Así mismo, deberá contar con las competencias transversales: Tecnológicas, Pedagógicas y Actitudinales definidas en el perfil.
EXPERIENCIA RELACIONADA
Experiencia académica como docente y/o capacitador y/o formador en programas de pregrado, educación continua, posgrados y/o maestrías de mínimo un (1) año. Para la formación virtual debe acreditar experiencia de mínimo un (1) año en el uso de plataformas virtuales y sus funcionalidades como: compartir recursos educativos en Internet, espacios de comunicación como foros, mensajes y chats, creación de evaluaciones automatizadas, revisión de tareas y registro de calificaciones.
Deberá acreditar experiencia laboral relacionada adquirida en el ejercicio de actividades afines a la formación que va a impartir, en entidades del sector público y/o privado, desempeñando cargos relacionados con funciones y responsabilidades en torno a alguno(s) de los siguientes temas: gestión organizacional, resiliencia, tecnoestrés, salud mental y competencias psicológicas.
COMPETENCIAS TÉCNICAS
UT1:
*Conocimiento de factores de riesgo y amenazas para la salud mental en el trabajo.
*Conocimientos de evaluación de bienestar y felicidad en el trabajo.
UT 2
*Manejo de herramientas para la medición de salud mental
*Manejo de herramientas para la gestión del tecnoestrés
Ut3:
*Conocimiento de técnicas para la gestión de la resiliencia organizacional

COMPETENCIAS TECNOLÓGICAS
*Buen manejo de herramientas Office (Word, Excel, Power Point).
*Uso de entornos virtuales de enseñanza y de aprendizaje: libres y con licencia. (Entornos virtuales de aprendizaje (EVA)
*Diseño de materiales educativos en la virtualidad.
Competencias y prácticas de tutoría virtual
*Estrategias de intervención pedagógica en foros.
* Utilización de recursos didáctico tecnológicos.

COMPETENCIAS PEDAGÓGICAS
*Planificación de los eventos de formación.
*Diseño/aplicación de herramientas didácticas de enseñanza expresión oral y capacidad para dar a entender sus ideas, teorías y conceptos
* Accesible para resolver dudas.
* Capacidad para dar a entender sus ideas, teorías y conceptos, motivador, manejo de grupos.

COMPETENCIAS ACTITUDINALES
*Liderazgo
*Iniciativa
*Pensamiento Creativo, *Orientación a los resultados *Capacidad de análisis y toma de decisiones. ?

Descripción 21 de 22

Continuación... CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

N/A

Descripción 22 de 22

16. CAPACITADOR PERSONA JURÍDICA:

La entidad de formación seleccionada para el adelantamiento de esta acción de formación es La Universidad Cooperativa de Colombia, Corporación sin ánimo de lucro que tiene origen en 1958, cuando destacados cooperativistas deciden apostarle al fortalecimiento de la Economía Solidaria, a partir de la formación de adultos en esa doctrina.
Es una UNIVERSIDAD MULTICAMPUS de propiedad social, EDUCA personas con las competencias para responder a las dinámicas del mundo, contribuye a la construcción y difusión del conocimiento, apoya el desarrollo competitivo del país a través de sus organizaciones y busca el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades, influidos por la economía solidaria que nos dio origen.

La Universidad tiene en sus atributos ser Multicampus, de Economía Solidaria y que se Proyecta Socialmente, con presencia en 19 ciudades distribuidas en seis regiones de aprendizaje a lo largo y ancho del país. En el primer semestre la población de estudiante fue de 42.556, en el segundo semestre, resultado de la condición atípica mundial generado por la pandemia del COVID-19 fue de 36.792 estudiantes,113 programas académicos de pregrado y 77 de postgrado. Estos programas los desarrollamos con 5.816 empleados, de los cuales 3.715 son profesores, 67 grupos de investigación y una gran red de prácticas académicas y servicios a la comunidad. Y cerca de 178.558 egresados se destacan en el ámbito nacional e internacional por su visión global.

La universidad cuenta con personería del Ministerio de educación Nacional y cumple con lo establecido en el Articulo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995. La Universidad tiene más de 5 años de experiencia adelantando formación presencial y más de 5 años adelantando formación virtual y cuenta con las licencias y permisos de funcionamiento exigidos por ley para la realización de la acción de formación aquí presentada. Esta experiencia incluye la prestación de servicios de formación continua en programas con intensidad menor o igual a 160 horas a entidades públicas o privadas. Esta experiencia se acredita en el periodo comprendido entre los años 2010 a 2021.

PERFILES 1 (Total: 1)

Acción de Formación

Formación Académica	Experiencia Relacionada	Años Experiencia Relacionada	Experiencia Específica	Años Experiencia Específica	Clasificación
UNIDADES TEMATICAS 1 a la 3: Docentes con títulos de pregrado en psicología, ciencias sociales, economicas o áreas afines y de postgrado a nivel de maestría en áreas afines que cuente con las competencias técnicas establecidas en cada Unidad Temática, las cuales están asociadas a las habilidades y aplicación de conocimientos	Experiencia académica como docente y/o capacitador y/o formador en programas de pregrado, educación continua, posgrados y/o maestrías de mínimo un (1) año. Para la formación virtual debe acreditar experiencia de mínimo un (1) año en el uso de plataformas virtuales y sus funcionalidades como: compartir	3	N/A	0	CAPACITADOR NACIONAL

específicos de la materia a abordar, permiten al docente un amplio manejo del tema, así como profundizar en aspectos propios de la temática a impartir desde su conocimiento y especialidad disciplinar. En estas competencias reflejan además del saber del docente, su actualización permanente y la experiencia en el campo que enseña. Así mismo, deberá contar con las competencias transversales: Tecnológicas, Pedagógicas y Actitudinales definidas en el perfil.	recursos educativos en Internet, espacios de comunicación como foros, mensajes y chats, creación de evaluaciones automatizadas, revisión de tareas y registro de calificaciones. Deberá acreditar experiencia laboral relacionada adquirida en el ejercicio de actividades afines a la formación que va a impartir, en entidades del sector público y/o privado, desempeñando cargos relacionados con funciones y responsabilidades en torno a alguno(s) de los siguientes temas: gestión organizacional, resiliencia, tecnoestrés, salud mental y competencias psicológicas.				

Presupuesto de la Acción de Formación g.PROMOCIÓN DE LA SALUD MENTAL EN EL CONTEXTO LABORAL PARA EL BIENESTAR POSITIVO Y LA RESILIENCIA (Total: 3)

Acción de Formación

Rubro	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
				Especie - %		Dinero - %		
R08 Gastos de Operación del Proyecto	Gastos Operacion	22,297,500	75	0	0	7,432,500	25	29,730,000
R09.2 Formación Virtual Curso 40 Horas	VALOR GLOBAL POR PERSONA	200,741,280	75.22	0	0	66,113,760	24.78	266,855,040
R10.2 Garantías	PÓLIZAS DE SEGURO REQUERIDAS PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	0	0	0	0	800,000	100	800,000
		223,038,780	75.0	0	0.0	74,346,260	25.0	297,385,040

Resumen por rubros de la Acción de Aprendizaje (Total: 3)

Acción de Formación

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
Totales	223,038,780	75.00	0	0.00	74,346,260	25.00	297,385,040

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R08 Gastos de Operación del Proyecto	22297500	75%	0	0%	7,432,500	25%	29,730,000
R09.2 Formación Virtual Curso 40 Horas	200741280	75.22%	0	0%	66,113,760	24.78%	266,855,040
R10.2 Garantías	0	0%	0	0%	800,000	100%	800,000
Totales	223,038,780	75.00	0	0.00	74,346,260	25.00	297,385,040

Cobertura geográfica de la Acción de Formación g.PROMOCIÓN DE LA SALUD MENTAL EN EL CONTEXTO LABORAL PARA EL BIENESTAR POSITIVO Y LA RESILIENCIA (Total: 17)

Acción de Formación

Ciudad - Región	Porcentaje
IBAGUE - TOLIMA	6
CALI - VALLE DEL CAUCA	6
BOGOTA - DISTRITO CAPITAL	13
MEDELLIN - ANTIOQUIA	10
VILLAVICENCIO - META	8
PASTO - NARIÑO	7
NEIVA - HUILA	6
BARRANCABERMEJA - SANTANDER	6
MONTERIA - CORDOBA	6
SANTA MARTA - MAGDALENA	7
POPAYAN - CAUCA	4
QUIBDO - CHOCO	3
APARTADO - ANTIOQUIA	4
ARAUCA	3
PEREIRA - RISARALDA	3
CARTAGO - VALLE DEL CAUCA	2
BUCARAMANGA - SANTANDER	6

ACCIÓN DE FORMACIÓN 8 DE 8

h.Transferencia

Generalidades de la acción | Entidades de la acción | Descripciones | Perfil | Presupuesto | Resumen por rubros | Cobertura Geográfica
Ir al menú del proyecto

Generalidades de la Acción de Formación h.Transferencia

Acción de Formación

Norma de competencia	
Número de beneficiarios	412
Beneficiarios empresa	412
Beneficiarios SENA	0
Perfíl beneficiarios	Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria
Número de grupos	1

Número de días x grupo	1

Horas de la Acción de Formación

Horas teóricas presenciales por grupo	1	**Horas prácticas presenciales por grupo**	1	**Total horas presenciales por grupo**	2
Horas teóricas virtuales por grupo	0	**Horas prácticas virtuales por grupo**	0	**Total horas virtuales por grupo**	0
Horas teóricas combinadas por grupo	0	**Horas prácticas combinadas por grupo**	0	**Total horas combinadas por grupo**	0
				Total de horas grupo	2
				Total de horas acción	2

Entidades de la Acción de Formación h.Transferencia (Total: 1) Acción de Formación

Nombre de la entidad	Papel
ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE COOPERATIVAS ASCOOP	PROPONENTE

Descripciones de la Acción de Formación h.Transferencia (Total: 22) Acción de Formación

Descripción 1 de 22

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

Descripción 2 de 22

Continuación... DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

N/A

Descripción 3 de 22

Continuación... DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD DE FORMACIÓN:

N/A

Descripción 4 de 22

2. OBJETIVOS DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

Descripción 5 de 22

3. POBLACIÓN BENEFICIARIA DE LAS ACCIONES DE FORMACIÓN:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

Descripción 6 de 22

4. CLASIFICACIÓN DE LA ACCIÓN DE FORMACIÓN POR SECTOR Y SUBSECTOR:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

Descripción 7 de 22

5. EVENTO DE FORMACIÓN:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

Descripción 8 de 22

6. MODALIDAD DE FORMACIÓN:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

Descripción 9 de 22

7. UNIDADES TEMÁTICAS:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

Descripción 10 de 22

Continuación... UNIDADES TEMÁTICAS:

N/A

Descripción 11 de 22

8. METODOLOGÍA:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

Descripción 12 de 22

Continuación... METODOLOGÍA:

N/A

Descripción 13 de 22

9. MATERIAL DE FORMACIÓN:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

Descripción 14 de 22

10. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

Descripción 15 de 22

11. EVALUACIÓN DE APRENDIZAJE:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

Descripción 16 de 22

12. AMBIENTE DE APRENDIZAJE:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

Descripción 17 de 22

13. CARACTERÍSTICAS DE LA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA O PLATAFORMA VIRTUAL:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

Descripción 18 de 22

14. LUGAR DE EJECUCIÓN:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

Descripción 19 de 22

Continuación... LUGAR DE EJECUCIÓN:

N/A

Descripción 20 de 22

15. CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

Descripción 21 de 22

Continuación... CAPACITADOR POR UNIDAD TEMÁTICA:

N/A

Descripción 22 de 22

16. CAPACITADOR PERSONA JURÍDICA:

Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria

PERFILES 1 (Total: 1)

Acción de Formación

Formación Académica	Experiencia Relacionada	Años Experiencia Relacionada	Experiencia Específica	Años Experiencia Específica	Clasificación
Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria	Por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria	3	N/A	0	CAPACITADOR NACIONAL

Presupuesto de la Acción de Formación h.Transferencia (Total: 2)

Acción de Formación

Rubro	Descripción	Financiado	%	Contrapartida				Total
				Especie - %		Dinero - %		
R01.1.4 Honor. Cap. Nal. Maestria Exp 3 años	TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO Y TECNOLOGÍA AL SENA . STOS RUBROS SE COLOCAN A MANERA DE EJEMPLO. Sin embargo, está pendiente por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria	0	0	0	0	674,000	100	674,000
R05.1.2 Libros Electrónico / Digital	TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO Y TECNOLOGÍA AL SENA. STOS RUBROS SE COLOCAN A MANERA DE EJEMPLO. Sin embargo, está pendiente por definir y concertar con el SENA, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de la Convocatoria	0	0	0	0	11,326,000	100	11,326,000
		0	0.0	0	0.0	12,000,000	100.0	12,000,000

Resumen por rubros de la Acción de Aprendizaje (Total: 2)

Acción de Formación

Rubros	Financiado	%	Especie	%	Efectivo	%	Total
R01.1.4 Honor. Cap. Nal. Maestria Exp 3 años	0	0%	0	0%	674,000	100%	674,000
R05.1.2 Libros Electrónico / Digital	0	0%	0	0%	11,326,000	100%	11,326,000
Totales	0	0.00	0	0.00	12,000,000	100.00	12,000,000

Cobertura geográfica de la Acción de Formación h.Transferencia (Total: 1) Acción de Formación

Ciudad - Región	Porcentaje
COBERTURA NACIONAL	100

ENTIDADES (Total: 1)

Entidad 1 de 1

Información general
Menú del proyecto

Menú entidad

Información general

Entidad	**ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE COOPERATIVAS ASCOOP**		
Nit	860010755	Dígito de verificación	5
País	COLOMBIA	Ciudad	BOGOTA - DISTRITO CAPITAL
Dirección	TRANS 29 No. 36-29		
Teléfono	3683500	Fax	
Dirección electrónica	educacion@ascoop.coop		

Representante legal

Nombre	MARIA EUGENIA PEREZ ZEA		
Tipo de identificación	CEDULA DE CIUDADANIA	Número de identificación	43092056

Datos de contacto

Primer contacto	Nombre	Claudia Patricia Gutiérrez Gutiérrez
	Cargo	Directora de Educación
	Teléfono	3683500. Ext. 115
	Dirección electrónica	educacion@ascoop.coop

Clasificación

Sector	TRANSVERSAL
Dirección	TRANS 29 No. 36-29
Teléfono	3683500
Tamaño	PEQUEÑA

Información adicional

Exporta	NO
Actividad económica	7010 - Actividades de administración empresarial.

Capital

Nacional	Público	0
	Privado	0
Extranjero	Público	0
		0

	Privado	
Ventas del último año	0	