



REPORTE GENERAL DEL PROYECTO

Convocatoria	DG-0001-2023
Código Proyecto	1225
Proyecto	ASCOOP - 2023
Modalidad de Presentación	Gremio
Estado del Proyecto	Radicado
Fecha de Radicación	20/02/2023 07:26

ÍNDICE GENERAL DEL REPORTE

Apreciado usuario, si deseas ir directamente a una sección del Reporte, por favor de Clic en el ícono al frente de cada índice

Datos Generales de la Empresa/Gremio	
Generalidades de la Empresa/Gremio	
Descripciones Generales del Proyecto	
Plan Operativo del Proyecto	
Resumen del Presupuesto del Proyecto	
Acciones de Formación del Proyecto	

DATOS GENERALES DE LA EMPRESA/GREMIO - Volver al Índice

DATOS DEL PROPONENTE

Nombre proponente / Empresa / Gremio	ASOCIACION COLOMBIANA DE COOPERATIVAS	Sigla	ASCOOP
Nit	860010755	Dígito de Verificación	5
Departamento de Domicilio	BOGOTÁ D.C	Ciudad/Municipio de Domicilio	BOGOTÁ(BOGOTÁ D.C)
Dirección de Domicilio	TRANS 29 NO. 36-29	Cobertura	Nacional
Número de Teléfono	6013683500	Página Web	https://ascoop.coop/
Código CIU	9411	Actividad Económica	ACTIVIDADES DE ASOCIACIONES EMPRESARIALES Y DE EMPLEADORES
Tipo de Organización	Privada	Tamaño de la Empresa/Gremio	PEQUEÑA
Sector al que pertenece la Empresa/Gremio	Servicios	Subsector al que pertenece la Empresa/Gremio	Transversal
Los trabajadores de la Empresa o de las empresas afiliadas han obtenido certificación de competencias laborales del SENA?	No	Empresa/Gremio exportadora	No

MESAS SECTORIALES SENA a la que pertenece la Empresa/Gremio

Mesa Sectorial
Servicios Financieros

Datos representante legal de la Empresa/Gremio proponente

Tipo de Identificación	Cédula de Ciudadanía	Número de Identificación	52282552
Nombre Completo	FRANCY YANETH HURTADO BAQUERO	Cargo en la Empresa	DIRECTORA JURIDICA
Email	juridica@ascoop.coop	Teléfono	6013683500 Ext. 1024

Datos de contacto persona encargada del proyecto en la Empresa/Gremio - persona encargada del área de comunicaciones en la Empresa/Gremio

Tipo Contacto	Tipo Documento	Documento	Nombre	Cargo	Teléfono	Correo
Persona Encargada de Sustentar el Proyecto	C.C.	32142152	María Elena mesa Aristizabal	Directora de educación	320 2883034	educacion@ascoop.coop
Persona Encargada del Proyecto	C.C.	32142152	María Elena mesa Aristizabal	Directora de educación	320 2883034	educacion@ascoop.coop
Persona Encargada del Área de Comunicaciones	C.C.	32142152	María Elena mesa Aristizabal	Directora de educación	320 2883034	educacion@ascoop.coop

GENERALIDADES DE LA EMPRESA/GREMIO - Volver al Índice

Objeto social de la Empresa/Gremio, productos y/o servicios ofrecidos y mercado al que van dirigidos

El siguiente es el objeto social de Ascoop EN DESARROLLO DEL ACUERDO COOPERATIVO, ASCOOP TIENE COMO OBJETIVOS, EJERCER LA DEFENSA Y REPRESENTACIÓN DE SUS ENTIDADES ASOCIADAS; PRESTAR SERVICIOS DE EDUCACIÓN, ASESORÍA, INVESTIGACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICO DE CARÁCTER ECONÓMICO Y DE BENEFICIO SOCIAL A SUS ENTIDADES AFILIADA PARA FACILITARLES EL CUMPLIMIENTO DE SUS FINES ECONÓMICOS O SOCIALES, DIVULGAR APLICACIÓN Y PRÁCTICA DE LA DOCTRINA Y PRINCIPIOS DEL COOPERATIVISMO PROMOVER Y FOMENTAR LA ORGANIZACIÓN DE ENTIDADES DEL SECTOR SOCIAL Y CONTRIBUIR A SU DESARROLLO. PARA EL LOGRO DE SUS OBJETIVOS ASCOOP PODRÁ PRESTAR LOS SERVICIOS Y DESARROLLAR LAS ACTIVIDADES SIGUIENTES: 1. SOLICITAR A LAS AUTORIDADES COMPETENTES LA PROMULGACIÓN O MODIFICACIÓN DE DISPOSICIONES LEGALES, ASÍ COMO DIVERSAS NORMAS QUE FAVOREZCAN, FOMENTEN Y FACILITEN LA ACTIVIDAD Y EL DESARROLLO DE LAS ENTIDADES ASOCIADAS. 2. DIVULGAR POR TODOS LOS MEDIOS, LOS PRINCIPIOS Y LA DOCTRINA Y DEMÁS TEORÍAS DEL COOPERATIVISMO Y DEFENDER LOS POSTULADOS DE LAS ENTIDADES QUE COMPLETEN EL SECTOR DE LA ECONOMÍA SOCIAL. 3. EFECTUAR CAMPAÑAS PARA LA PROMOCIÓN Y DEFENSA DEL COOPERATIVISMO, LA DIVULGACIÓN DE SUS CARACTERÍSTICAS, LOGROS Y BENEFICIOS Y CREAR EN LA OPINIÓN PÚBLICA Y EN TODOS LOS SECTORES DE LA COMUNIDAD UNA CORRECTA Y BUENA IMAGEN DEL MOVIMIENTO COOPERATIVO. 4. REPRESENTAR O COLABORAR CON LAS ENTIDADES SOCIALES ANTE LOS SECTORES PÚBLICO, PRIVADO Y EL MOVIMIENTO COOPERATIVO, EN SUS DIVERSAS GESTIONES Y TAREAS. 5. PROMOVER Y ORGANIZAR ENTIDADES COOPERATIVAS, ASÍ COMO OTRAS INSTITUCIONES COMPLEMENTARIAS DEL SECTOR COOPERATIVO. 6. PRESTAR TODO TIPO DE SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA, EN ÁREAS JURÍDICAS, CONTABLES, FINANCIERAS, ADMINISTRATIVAS Y EN TODAS AQUELLAS CIENCIAS O MATERIAS QUE REQUIERAN LAS ENTIDADES ASOCIADAS Y LAS UC CONFORMAN EL SECTOR SOCIAL. 7. ORGANIZAR UN SERVICIO ESPECIALIZADO DE REVISORÍA FISCAL Y AUDITORÍA PARA SER PRESTADO A LAS ENTIDADES DEL SECTOR COOPERATIVO Y SOCIAL, BAJO LA RESPONSABILIDAD Y EL ENCARGO DE CONTADORES PÚBLICOS CON MATRÍCULA VIGENTE Y DE CONFORMIDAD CON LAS DISPOSICIONES LEGALES. 8. DISPONER DE UN SERVICIO DE EDUCACIÓN COOPERATIVA Y CAPACITACIÓN TÉCNICA EN TODAS LAS ÁREAS REQUERIDAS POR EL SECTOR COOPERATIVO Y SOCIAL, ASÍ COMO ADMINISTRAR Y EJECUTAR PROGRAMAS Y PRESUPUESTOS DE EDUCACIÓN DE LAS ENTIDADES QUE LO CONFORMAN. 9. AUSPICIAR PROGRAMAS ORIENTADOS HACIA LA NIÑEZ, LA JUVENTUD, LA MUJER Y LA FAMILIA, ESPECIALMENTE PARA VINCULARLOS AL SECTOR COOPERATIVO Y SOCIAL. 10. EFECTUAR, ASESORAR O COLABORAR EN LA ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS, CONVENCIONES, SEMINARIOS, EXPOSICIONES Y FERIAS Y EN TODO TIPO DE ENCUENTROS O REUNIONES QUE CELEBRE EL SECTOR COOPERATIVO INDIVIDUALMENTE LAS ENTIDADES QUE LO COMPLETEN. 11. EDITAR ADEMÁS DE SUS PUBLICACIONES INTERNAS, TODAS AQUELLAS QUE REQUIERAN SUS ENTIDADES AFILIADAS Y PRODUCIR Y MERCADear LIBROS, CARTILLAS, FOLLETOS Y OTROS IMPRESOS QUE CONTRIBUYAN A LA PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DEL COOPERATIVISMO Y A LA CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN DE SUS INTEGRANTES. 12. OBTENER RECURSOS PARA EL PATROCINIO Y FOMENTO DE ORGANISMOS COOPERATIVOS, MICROEMPRESAS DE TRABAJO ASOCIADO Y PROGIAS ESPECIALES CON LA NIÑEZ, LA JUVENTUD, LA MUJER Y LA FAMILIA, CON ENTIDADES NACIONALES O INTERNACIONALES, MANEJARLOS EN FONDOS CON DESTINACIÓN ESPECÍFICA Y OTORGAR CON ESTAS SUMAS, AUXILIOS, CRÉDITOS O SERVICIOS. 13. PROPICIAR LA INTEGRACIÓN DE LOS SERVICIOS DE COMERCIO, RECREACIÓN, PREVISIÓN, SALUD, EDUCACIÓN Y DEMÁS BIENESTAR SOCIAL, QUE PRESTEN LAS ENTIDADES ASOCIADAS, PARA SU MÁXIMO PROVECHAMIENTO, PROMOVIENDO TODO TIPO DE CONVENIOS O CREANDO ENTES ESPECIALIZADOS AUXILIARES. 14. DESARROLLAR LAS ACTIVIDADES Y PRESTAR LOS SERVICIOS COMPLEMENTARIOS 14. LOS ANTERIORES QUE SE RELACIONEN CON EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS, COMO ADELANTAR AQUELLAS QUE LE PERMITAN OBTENER INGRESOS PARA GARANTIZAR SU SOSTENIMIENTO Y ESTABILIDAD ECONÓMICA Y FAVORECER SU DESARROLLO SUS ENTIDADES ASOCIADAS.

La relación del objeto social de ASCOOP con el de las empresas en el Anexo 10 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 y las acciones de formación consideradas para esta convocatoria están alineadas con el objeto social de ASCOOP y con los de las cooperativas asociadas, ya que responden a las necesidades de formación identificadas en nuestros colaboradores que al solucionarse nos permitirán mejorar nuestro desempeño y capacidad de llevar a la práctica tales objetos sociales, en los ámbitos de direccionamiento estratégico y gestión del cambio, transformación digital, gestión de la data y despliegue de la innovación, que son los temas principales en los que se sustentan las acciones de formación.

El mercado de ASCOOP son las Cooperativas de sectores como ahorro y crédito, educación, salud, comercialización, entre otros 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.

Situación actual y proyección de la Empresa / Gremio

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, aseguramiento, 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. Para efectos de la convocatoria, Ascoop se clasifica en el sector de servicios, subsector Transversal, pues sus cooperativas afiliadas provienen de múltiples sectores económicos.

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 cooperativismo hace parte del sector de la economía solidaria. "Las OES tienen una naturaleza, una lógica de operar, y unos incentivos particulares que conllevan a externalidades positivas en diversos ámbitos de las sociedades en que se desarrollan. A diferencia de las firmas comerciales tradicionales que pueden incurrir en externalidades negativas, monopolios, oligopolios y comportamientos oportunistas³⁴ (OIT, 2017), las OES tienen entre sus principales objetivos el incremento del bienestar social. En Colombia, por ejemplo, promueven el desarrollo integral del ser humano, contribuyen a la democracia participativa y facilitan la distribución equitativa de beneficios sin discriminación alguna. Contribuyen en temas como la disminución de la contaminación a través de procesos de producción ambientalmente sostenibles, la inclusión en el mercado de actores tradicionalmente excluidos o la reducción de la desigualdad y la pobreza" (COMPES 4051, Política pública para el desarrollo de la economía Solidaria, Sep 2021).

En las bases del nuevo Plan de desarrollo del país, en el apartado de Políticas de inclusión productiva con trabajo decente y apoyo al emprendimiento, uno de los aspectos más importantes es la economía popular y comunitaria en el campo colombiano, para la cual el cooperativismo es el modelo económico que busca impulsar: "Se promoverá la economía popular y comunitaria en territorios rurales y rurales dispersos mediante el acompañamiento y fortalecimiento de procesos asociativos y de cooperativismo de pequeños productores, líderes sociales, Juntas de Acción Comunal y demás tipos de organizaciones con el fin de facilitar su inserción a procesos productivos de desarrollo agropecuario y/o rural." (Bases Plan nacional de Desarrollo 2022-2026, Colombia potencia mundial de la vida). La ministra del Trabajo, Gloria Inés Ramírez, al respecto de la economía solidaria indicó que: "Tenemos absolutamente claro que si Colombia quiere avanzar necesitamos cambiar la manera de desarrollar la economía y por eso el presidente Petro nos ha puesto al centro el desarrollo de la ruralidad, la agroindustria y la industrialización del país y para ello tenemos un instrumento que es fundamental: economía solidaria y popular, que incluyen los procesos comunitarios y los procesos asociativos del campo que es vital fortalecer para que podamos llegar a los últimos sectores del territorio nacional que han sido marginalizados y muy excluidos" (UAEOS, Oct de 2022).

Según los últimos datos disponibles de la Superintendencia Solidaria de Colombia en las 176 entidades cooperativas que esta vigila, en 2019 el número de asociados era de 3.288.206 mientras que para 2021 la cifra creció a los 3.404.915 llegando a tener 10.460 empleos directos generados (Supersolidaria, CIFRAS CAC, 2022). Según la Superintendencia de la Economía Solidaria, el cooperativismo en Colombia representa cuatro puntos del Producto Interno Bruto (PIB), desde las distintas áreas en las que se especializan las 3.104 cooperativas vigiladas por el ente de control al 31 de diciembre de 2021. Estas entidades de origen solidario organizan y lideran procesos de transformación social, productiva y económica en todas las regiones del país, incluyendo las más apartadas, pero aún enfrentan retos para convertirse en aliadas estratégicas del desarrollo (El Nuevo Siglo, Cooperativas perdieron \$34.000 millones por alza del dólar, Ago 2022). En la misma publicación, la directora ejecutiva de Ascoop, María Eugenia Pérez Zea, indicó que la revaluación del dólar ha afectado significativamente al sector: "El sector tomó medidas para resistir el impacto del comportamiento del precio del dólar registrado desde julio de 2022, con una tendencia alcista que lo llevó a máximos históricos de \$4.600, afectando la rentabilidad de los excedentes del sector, que se utilizan para reinvertir en las entidades, según su naturaleza, y que para este año se estiman en 9% menos que en 2021, equivalentes a \$34.000 millones"

Desde el punto de vista de ASCOOP su situación actual es muy positiva y 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 94 entidades asociadas, entre cooperativas, fondos de empleados, entidades sin ánimo de lucro y aseguradoras. ASCOOP, en el marco de la convocatoria SENA, ha sido el único gremio que asocia exclusivamente cooperativas y entidades de la economía solidaria provenientes de múltiples sectores económicos. Desde el punto de vista financiero, a pesar del entorno de pandemia, la agremiación ha logrado mantener una situación sana, con activos por valor superior a los 4800 millones de pesos, una utilidad operacional de 1700 millones y un índice de endeudamiento muy conservador, por debajo del 40%.

Fueron tomados en consideración la situación actual de Ascoop y del sector cooperativo para la definición de las temáticas de la acción de formación. Bajo la actual coyuntura en la que la política pública le va a apostar al Cooperativismo y la economía solidaria como modelo económico para lograr la mejora en el bienestar social de la población del país y para lograr la inclusión productiva, ASCOOP como gremio que representa al sector cooperativo, ha diseñado su acciones de formación continua de cara a los desafíos que implica esta política y la situación actual del sector y de sus afiliados, proponiendo temáticas relacionadas que apunten a fortalecer el proceso de transformación digital del sector cooperativo, la implantación de mejores prácticas para el direccionamiento estratégico y de gestión del cambio, el fortalecimiento de las competencias para la innovación y las capacidades de usar la data para mejorar los procesos misionales de nuestros asociados. Bajo este escenario, las acciones de formación se alinean a la situación actual del gremio y del sector.

El mapa estratégico de ASCOOP se desarrolla dentro de las perspectivas de aprendizaje y talento humano, procesos, sostenibilidad y asociados; para alcanzar su proyección de ser un organismo de integración y representación, reconocido por su liderazgo y contribución al fortalecimiento del sector cooperativo en un entorno de innovación social, económico y ambiental, para que sea el modelo preferido por la gente. Esta proyección es resultado de un ejercicio prospectivo, en el que a futuro se posiciona la cultura del cooperativismo como articuladora del desarrollo económico y social del país.

Las acciones de formación propuestas se alinean a la proyección gremial, específicamente con las siguientes perspectivas organizacionales:

- APRENDIZAJE Y TALENTO HUMANO: Se propone el cierre de brechas de capital humano identificadas en el ejercicio de diagnóstico realizado para su identificación, diseñando acciones de formación con contenidos curriculares, actividades pedagógicas y estrategias didácticas a la medida.
- PROCESOS: Las acciones de formación propuestas responden a la perspectiva de "Procesos" en tanto apuntan a la mejora y optimización de áreas claves del negocio de los asociados en relación con los siguientes aspectos: Gestión de la data para la mejora del conocimiento de los negocios, innovación y desarrollo tecnológico, direccionamiento estratégico y gestión del cambio para responder a los entornos volátiles e inciertos como el que se vislumbra para este 2023 y gestión del retail adaptado a clientes cada vez más digitales.

Papel de la Empresa/Gremio en el sector y/o región que pertenece o representa

Ascoop, como asociado de la Confederación de Cooperativas de Colombia - Confecoop y como miembro de su Junta Directiva, a través de la directora ejecutiva, María Eugenia Pérez Zea, acompañó y respaldó activamente las iniciativas y acciones de incidencia desarrolladas por los gremios del sector solidario, encabezados por Confecoop, ante entidades del Gobierno Nacional como: Presidencia de la República; Ministerio del Trabajo; Ministerio de Hacienda; Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y DIAN, en favor de un marco jurídico que promueva y visibilice el sector de la economía solidaria para la reactivación de la economía del país, con el fin de alcanzar la sostenibilidad y fortalecimiento de sus organizaciones. Las acciones de incidencia se enfocaron de manera especial en lo relacionado con:

- Ascoop está presente en las mesas técnicas realizadas por la Superintendencia de Economía Solidaria y gremios del sector (cooperativas, Fondos de Empleados y Mutuales), con el fin de establecer una agenda conjunta para desarrollar en el 2023. Sucedió el 06 de febrero de 2023. https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid0PSbHMuoQdZ5DWCuYRvBanLHnKvmzuBWHL7HicAskdZqKDxraal7r535EYhiCUA&id=100064834747016&mibextid=Nif5oz&_rdr

- Ascoop estuvo presente en la primera reunión de la Comisión Intersectorial de la Economía Solidaria, creada a partir del Decreto 1340 de 2020 para “coordinar y orientar la formulación y ejecución de planes y programas necesarios para la implementación transversal e integral de la política pública del sector solidario a nivel nacional; así como su articulación con otras acciones de desarrollo económico y empresarial con especial énfasis en la economía solidaria rural y campesina, el fomento de la equidad de género, el emprendimiento y la asociatividad de la juventud y los trabajadores, entre otros grupos de especial protección”. La Comisión Intersectorial de la Economía Solidaria, se reunió con la vicepresidenta Francia Márquez, para orientar las tareas de implementación de la política pública del sector solidario a nivel nacional. Sucedió en enero de 2023:

https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid02yz2hrZCP21NjVXyXuRNDf4113owYIYZmg6y35Nqy7Z36qqrAYPBGTSj6aJQyaSiil&id=100064834747016&mibextid=Nif5oz&_rdr

<https://colombiacooperativa.coop/2023/01/la-comision-intersectorial-de-la-economia-solidaria-se-reunio-con-la-vicepresidenta-francia-marquez-para-orientar-las-tareas-de-implementacion-de-la-politica-publica-del-sector-solidario-a-nivel-nac/>

- La directora ejecutiva de Ascoop, María Eugenia Pérez Zea, participó en la Mesa Nacional de Educación Popular, Social y Solidaria convocada por la UAEOS. Este fue un espacio de diálogo con el que se buscó identificar las propuestas y necesidades más relevantes alrededor de la educación solidaria y definir las acciones que permitan su inclusión en todos los aspectos a nivel territorial. Sucedió en diciembre de 2022 https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid02ENIH8km9MLS8ZBLBgTJS8kprRhBwXeqkokqSpWfJPLX9ISQKaDMfXSn6Eh5L2QFxl&id=100064834747016&mibextid=Nif5oz&_rdr <https://colombiacooperativa.coop/2022/12/la-directora-ejecutiva-de-ascoop-participo-en-la-mesa-nacional-de-educacion-popular-social-y-solidaria-convocada-por-la-uaeos/>

- Ascoop estuvo presente en el lanzamiento de la Agenda de asociatividad solidaria para La Paz , realizada por @uaeosco. Sucedió en noviembre de 2023. https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid0gBgYxYBkgETHA7z9tkhWDQx8v2IAE1uWLu3Uw7RQrwWntwPLEf7ecpJg5kh3l&id=100064834747016&mibextid=Nif5oz&_rdr

Retos estratégicos de la Empresa/Gremio, vinculados a la formación

ASCOOP como asociación tiene una serie de retos estratégicos que gobiernan nuestro actuar en procura de alcanzar la misión definida de fortalecimiento del sector cooperativo. Dentro de esos retos estratégicos existen 2 en particular que en igual medida se verán impactados con la ejecución de las nueve acciones de formación propuestas:

Fortalecimiento Sectorial: Este reto procura acompañar a nuestras asociadas en el desarrollo de sus organizaciones de forma tal que garanticen su sostenibilidad y competitividad en los mercados en los que se desempeñan.

Transformación digital: Este reto busca lograr en ASCOOP y en sus asociadas procesos de adopción de tecnologías digitales que permitan la implementación de cambios significativos en la forma en que operan, respondiendo a los requerimientos de la cuarta revolución industrial y con la meta de maximizar el valor generado a los clientes.

Gracias a la ejecución de la acción de formación se dará respuesta parcial a estos retos estratégicos, así:
Fortalecimiento Sectorial: Se plantean acciones de formación orientadas a: Fortalecer el direccionamiento estratégico específicamente orientado al sector cooperativo en el sector de la salud, el fomento de la innovación y la gestión del cambio orientado a sectores como la educación, el asegurador y el financiero.
Transformación digital: Se proponen acciones de formación orientadas a mejorar el conocimiento del negocio a través de un efectivo análisis de la data, incorporar, optimizar la ejecución en los puntos de venta y avanzar hacia el Retail 4.0, aterrizar el concepto del metaverso a las entidades del sector cooperativo, y la gestión del cambio, entre otros.

Experiencia de la Empresa/Gremio en actividades formativas

ASCOOP tiene a la educación como uno de sus principales servicios y año a año formamos a cientos de colaboradores del sector cooperativo en diversas áreas del saber, técnicas, normativas y transversales en asociación con importantes entidades educativas y organizaciones tanto en lo público como en lo gubernamental. En lo que tiene que ver con la convocatoria de formación continua especializada, ASCOOP ininterrumpidamente ha venido participando de la misma en los últimos años, con ejecuciones exitosas cumpliendo con las metas de cubrimiento de trabajadores y organizaciones vinculadas a nuestra asociación.
En el año 2022 fuimos de nuevo socios del SENA para la formación continua especializada beneficiando a más de 1200 trabajadores del sector cooperativo con un proyecto cercano a los 1000 millones de pesos y ejecutado con un cumplimiento de metas del 100%. En el año 2021 adelantamos un proyecto por 1200 millones en el que beneficiamos a más de 2800 personas; en 2020 un proyecto por 1600 millones, beneficiando a 1400 personas y en 2019 un proyecto por 2900 millones, beneficiando a 2800 personas.

Por fuera de SENA, Ascoop adelanta programas educativos, que tienen por objetivo, fortalecer las competencias profesionales de las entidades asociadas y usuarias. Estos procesos educativos propician la adquisición de conocimientos y el desarrollo de capacidades y actitudes. Para el año 2022 tuvimos 822 participantes asociados sumando así 388 horas de formación en 12 seminarios de interés profesional. 3 diplomados

- Temas de formación:
- Encuentro de comités de Educación
 - Encuentro Juntas Vigilancia.
 - Encuentros de Riesgo
 - Encuentro Equidad de Género.
 - Seminarios de actualización Tributaria.
 - Hackathon Juvenil
 - Seminario tendencias de transformación digital cooperativa.
 - Diploma Riesgo.
 - Diplomado Internacional en Transformación Digital.
 - Diplomado Sariaft

Sector(es) que representa la Empresa/Gremio

Sector

Servicios

Sub-sector(es) que representa la Empresa/Gremio

Sub Sector

Transversal

DESCRIPCIONES GENERALES DEL PROYECTO - [Volver al Índice](#)

Objetivo general del proyecto

Teniendo en cuenta el proceso adelantado para la definición y estructuración de las acciones de formación propuestas, el propósito del proyecto es el de fortalecer al cooperativismo para que pueda responder a las expectativas del nuevo plan de Desarrollo del país, jugando un rol destacado en la generación de empleo digno y en la inclusión productiva, gracias al fortalecimiento de las practicas de direccionamiento estratégico y de gestión del cambio, la incentiación de la innovación y la profundización de los procesos de transformación digital, específicamente en temas como la gestión de la data, el retail 4.0 y el metaverso; desarrollando las competencias en nuestros trabajadores para consolidar una cultura de trabajo digital e innovadora. 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.

Lo que se quiere alcanzar al finalizar el proyecto es impactar los trabajadores de nuestras coooperativas en los sectores de salud, asegurador, financiero, educativo y comercial, entro otros, para que puedan desplegar las mejores prácticas y técnicas dentro sus equipos de trabajo de forma tal que el desarrollo tecnológico y la innovación, y la transformación digital que estos generan, sean la base para estimular la a empleabilidad, la productividad y la competitividad en nuestros asociados. Se busca con el proyecto dar respuesta parcial a las necesidades de formación identificadas

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 capital humano de las organizaciones asociadas a ASCOOP en los niveles alta dirección, medio y operativo; de manera que se consolide una cultura digital e innovadora que promueva la profundización de los procesos de transformación digital e innovación, y el uso de la data para el conocimiento del negocio, aplicando practicas fortalecidas de direccionamiento estratégico y de gestión del cambio; afectando positivamente al desarrollo productivo y la competitividad de las organizaciones del sector de la economía solidaria, alcanzando su potencial de generación de empleo digno e inclusión productiva.

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

Indicadores de Impacto del Proyecto

Indicador - Mejoramiento en la empleabilidad	Valor Indicador - Meta
Número de trabajadores con incremento salarial despues de recibir la formación	122
Número total de trabajadores beneficiarios del proyecto	1223
Meta %	% 9,98
Indicador - Retención de trabajadores	Valor Indicador - Meta
Número de trabajadores beneficiarios que continuan en sus empresas luego de recibir la formación	950
Número total de trabajadores beneficiarios del proyecto	1223
Meta %	% 77,68
Indicador - Movilidad laboral	Valor Indicador - Meta
Número de trabajadores beneficiarios que cambian sus condiciones laborales luego de recibir la formación	122
Número total de trabajadores beneficiarios del proyecto	1223
Meta %	% 9,98
Indicador - Empresas beneficiarias	Valor Indicador - Meta
Número de empresas beneficiarias del Programa de Formación Continua Especializada	60
Número de empresas de el(los) sector(es) que representa	94
Meta %	% 63,83
Indicador - Trabajadores beneficiarios	Valor Indicador - Meta
Número total de trabajadores beneficiarios del proyecto	1223
Número total de trabajadores de la(s) empresa(s) o sector(es) que representa	18000
Meta %	% 6,79

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 público 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 conveniente 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 estrategia de divulgación incluye la realización de un Podcast de acuerdo a lo exigido en el pliego de condiciones y el anexo 12, que en su contenido resalte y dé a conocer los aspectos más importantes y representativos de las temáticas de alguna de las acciones de formación propuestas seleccionada según su impacto, que para nosotros es la acción de formación DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS Y LA GENERACIÓN DE VALOR EN EL SECTOR COOPERATIVO , seleccionada según su impacto en las capacidades de liderazgo en Cooperativas de la salud como Coomeva. También incluye un evento de lanzamiento de la ejecución académica.

AF N° Acción de Formación Modalidad de formación Evento de aprendizaje Modelo de aprendizaje N° de grupos Horas x grupo N° de beneficiarios AF Cofinanciación SENA Contrapartida especie Contrapartida dinero Valor total AF Valor hora beneficiario											
PERSPECTIVAS E IMPACTO DEL 1 METAVERSO Y SUS APLICACIONES AL SECTOR COOPERATIVO	Presencial asistida por tecnologías-PAT	Conferencia/ ponencia	Teórica	2	2	240	\$ 6.862.500	\$ 0	\$ 2.287.500	\$ 9.150.000	\$ 19.062
APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE TRANSFORMACIÓN 2 DIGITAL: PIEZA CLAVE EN EL FORTALECIMIENTO DEL SECTOR COOPERATIVO	Presencial	Taller	Teórica-Práctica	1	28	5	\$ 8.215.875	\$ 0	\$ 2.738.625	\$ 10.954.500	\$ 78.246
Practicas agiles para responder los retos de 4 entornos cambiantes y dinámicos en el sector Cooperativo	Presencial asistida por tecnologías-PAT	Curso	Teórica-Práctica	1	40	30	\$ 11.595.000	\$ 0	\$ 3.865.000	\$ 15.460.000	\$ 12.883
DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO PARA EL LOGRO DE LOS 6 OBJETIVOS Y LA GENERACIÓN DE VALOR EN EL SECTOR COOPERATIVO	Presencial asistida por tecnologías-PAT	Curso	Teórica-Práctica	10	40	200	\$ 150.315.000	\$ 0	\$ 50.105.000	\$ 200.420.000	\$ 25.052
HACIA UNA INNOVACIÓN CON SOLUCIONES SOSTENIBLES Y 5 OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS EN LAS ASEGURADORAS DEL SECTOR COOPERATIVO	Presencial asistida por tecnologías-PAT	Curso	Teórica-Práctica	2	40	60	\$ 23.190.000	\$ 0	\$ 7.730.000	\$ 30.920.000	\$ 12.883
GESTIÓN DEL CAMBIO PARA APALANCAR LOS 9 PROCESOS DE TRANSFORMACION DIGITAL	Virtual	Curso	Teórica-Práctica	1	40	100	\$ 70.942.500	\$ 0	\$ 23.647.500	\$ 94.590.000	\$ 23.647
DESARROLLO DE HABILIDADES PARA 7 OPTIMIZAR LA EJECUCIÓN EN PDV Y AVANZAR HACIA EL RETAIL 4.0.	Virtual	Curso	Teórica-Práctica	2	40	200	\$ 141.720.000	\$ 0	\$ 47.240.000	\$ 188.960.000	\$ 23.620
ADOPCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS DE CULTURA INNOVADORA Y LA 8 GESTIÓN TECNOLÓGICA PARA EL CAMBIO EN LAS ORGANIZACIONES	Virtual	Curso	Teórica-Práctica	6	40	348	\$ 246.426.300	\$ 0	\$ 82.142.100	\$ 328.568.400	\$ 23.604
DISEÑANDO APLICACIONES DE 9 ANALÍTICA DE DATOS ESCALABLES Y PODEROSAS PARA EL SECTOR COOPERATIVO.	Combinada (Presencial – Virtual)	Curso	Teórica-Práctica	2	40	40	\$ 28.143.000	\$ 3.200.000	\$ 6.181.000	\$ 37.524.000	\$ 23.452

RESUMEN PRESUPUESTO - [🔗 Volver al Índice](#)

Presupuesto Total Acciones de Formación

	Número de horas	Número de beneficiarios de las AF	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida especie	% Especie	Contrapartida dinero	% Dinero	Valor total de las AF
Total Presupuesto Acciones de Formación	310	1223	\$ 687.410.175	% 75,26	\$ 3.200.000	% 0,35	\$ 225.936.725	% 24,74	\$ 916.546.900

Presupuesto Transferencia de Conocimiento y Tecnología

Rubro	% de beneficiarios	Número de beneficiarios de transferencia	Cofinanciación SENA	Porcentaje Cofinanciación	Contrapartida Especie	Porcentaje Especie	Contrapartida Dinero	Porcentaje Dinero	Valor Total
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología	% 011	135	\$ 0	% 0,00	\$ 0	% 0,00	\$ 14.060.000	% 100,00	\$ 14.060.000

Presupuesto Gastos de Operación

Rubro	Cofinanciación SENA	Porcentaje Cofinanciación	Contrapartida Especie	Porcentaje Especie	Contrapartida Dinero	Porcentaje Dinero	Valor Total
R07 Gastos de Operación del Proyecto 10%	\$ 68.737.500	% 75,00	\$ 0	% 0,00	\$ 22.912.500	% 25,00	\$ 91.650.000

Presupuesto Total del Proyecto

	Cofinanciación SENA	Contrapartida especie	Contrapartida dinero	Valor total proyecto
Total Presupuesto Proyecto	\$ 756.147.675	\$ 3.200.000	\$ 262.909.225	\$ 1.022.256.900

Presupuesto Resumen Por Rubros

Arrastre los filtros aquí								
Rubro	▲	Cofinanciación SENA	Porcentaje Cofinanciación SENA	Contrapartida Especie	Porcentaje Contrapartida Especie	Contrapartida Efectivo	Porcentaje Contrapartida Efectivo	Total
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría		\$ 145.560.000	% 075,40	\$ 0	% 000,00	\$ 47.480.000	% 024,60	\$ 193.040.000
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría		\$ 58.920.000	% 075,00	\$ 0	% 000,00	\$ 19.640.000	% 025,00	\$ 78.560.000
R01.3.1.2 Honorarios Líder - Líder nacional		\$ 6.862.500	% 077,19	\$ 0	% 000,00	\$ 2.027.500	% 022,81	\$ 8.890.000
R05.2.1.1 Material de Formación - Impreso - Impresión de cartillas, guías, talleres de 1 a 200 unidades		\$ 235.875	% 075,00	\$ 0	% 000,00	\$ 78.625	% 025,00	\$ 314.500
R06.1.1.2 Alquiler de Salones y/o Equipos - Aulas convencionales hasta 30 beneficiarios		\$ 0	% 000,00	\$ 3.200.000	% 100,00	\$ 0	% 000,00	\$ 3.200.000
R07 Gastos de Operación del Proyecto 10%		\$ 68.737.500	% 075,00	\$ 0	% 000,00	\$ 22.912.500	% 025,00	\$ 91.650.000
R08.1 Formación Virtual - Curso 20 horas		\$ 16.743.000	% 088,76	\$ 0	% 000,00	\$ 2.121.000	% 011,24	\$ 18.864.000
R08.2 Formación Virtual - Curso 40 horas		\$ 459.088.800	% 075,11	\$ 0	% 000,00	\$ 152.169.600	% 024,89	\$ 611.258.400
R10.3 Garantías		\$ 0	% 000,00	\$ 0	% 000,00	\$ 2.420.000	% 100,00	\$ 2.420.000
R11 Transferencia de Conocimiento y Tecnología		\$ 0	% 000,00	\$ 0	% 000,00	\$ 14.060.000	% 100,00	\$ 14.060.000
TOTAL		\$ 756.147.675	% 073,97	\$ 3.200.000	% 000,31	\$ 262.909.225	% 025,72	\$ 1.022.256.900

ACCIONES DE FORMACIÓN - [🔗 Volver al Índice](#)

AF N° Acción de Formación	Detalle AF
1 PERSPECTIVAS E IMPACTO DEL METAVERSO Y SUS APLICACIONES AL SECTOR COOPERATIVO	
2 APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL: PIEZA CLAVE EN EL FORTALECIMIENTO DEL SECTOR COOPERATIVO	
3 DISEÑANDO APLICACIONES DE ANÁLITICA DE DATOS ESCALABLES Y PODEROSAS PARA EL SECTOR COOPERATIVO.	
4 Practicas ágiles para responder los retos de entornos cambiantes y dinámicos en el sector Cooperativo	
5 HACIA UNA INNOVACIÓN CON SOLUCIONES SOSTENIBLES Y OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS EN LAS ASEGURADORAS DEL SECTOR COOPERATIVO	
6 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS Y LA GENERACIÓN DE VALOR EN EL SECTOR COOPERATIVO	
7 DESARROLLO DE HABILIDADES PARA OPTIMIZAR LA EJECUCIÓN EN PDV Y AVANZAR HACIA EL RETAIL 4.0.	
8 ADOPCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS DE CULTURA INNOVADORA Y LA GESTIÓN TECNOLÓGICA PARA EL CAMBIO EN LAS ORGANIZACIONES	
9 GESTIÓN DEL CAMBIO PARA APALANCAR LOS PROCESOS DE TRANSFORMACION DIGITAL	

AF N° 7

ACCIÓN DE FORMACIÓN DESARROLLO DE HABILIDADES PARA OPTIMIZAR LA EJECUCIÓN EN PDV Y AVANZAR HACIA EL RETAIL 4.0.

 Volver al Listado de AF

Necesidad o problema puntual detectado en la empresa/gremio, a la que se puede dar respuesta total o parcial mediante 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 información secundaria, de la situación actual del gremio, y el diagnóstico con herramientas propias; se identificó la siguiente necesidad de formación específica: Ofrecer una experiencia de servicio integral de retail mediante una estrategia de transformación digital que reconozca la relevancia de los canales físicos y digitales en las expectativas del cliente.

Análisis causas y efectos de la necesidad de formación detectada

Esta necesidad identificada es originada por estas causas:

- La presión por la transformación digital en el retail originada por la pandemia descuida la importancia de los puntos de venta físicos en la experiencia del cliente.
- Las competencias digitales del personal de atención de los puntos de venta no es el ideal para apoyar la transformación digital y aprovechar las nuevas tecnologías adoptadas.
- La atención en los puntos de venta físicos no se integra adecuadamente con la atención en los puntos de venta digitales.

Esta necesidad genera los siguientes efectos que permanecerán si no se efectúa la acción de formación propuesta:

- Procesos de transformación digital que no se ejecutan de la mejor forma posible
- No aprovechamiento del cambio tecnológico adelantado
- Pérdida de mercado en el retail.

Justificación de la necesidad detectada según resultados cuantitativos y cualitativos del diagnóstico realizado y según fuentes internas o externas de información

Esta acción de formación se relaciona con la necesidad de formación en que centra sus temáticas en la convergencia entre lo físico y lo digital en el retail y los puntos de venta (PDV) y en los principales drivers tecnológicos de transformación digital que le afectan para el sector cooperativo, lo que permitirá dar solución de manera parcial a la necesidad identificada, ya que los trabajadores beneficiarios de la misma podrán en su lugar de trabajo generar los cambios necesarios, esto es avanzar en ,os procesos de transformación digital en el sector retail sin descuidar el canal físico y la generación de valor para el cliente lo que permitirá alcanzar el objetivo de la acción de formación.

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 retail del que hace parte Copservir.

Dentro de la información cuantitativa analizada se encuentra la siguiente:

- En el perfil de Colombia en materia de economía digital para el ítem “Índice de Comercio Electrónico” obtuvo 59.1 puntos sobre 100 cuando el promedio de la OECD es 84.1, quedando de 4 entre 17 países latinoamericanos analizados. “En materia de comercio electrónico, Colombia -y en general América Latina- tiene retos considerables: aunque la región aporta el 11 % de los usuarios de internet en el mundo, solamente el 6 % de las personas que compraron en línea en 2019 estaban en América Latina (UNCTAD, 2020). Aparte de África, la región tiene el puntaje regional más bajo en el Índice de Comercio Electrónico 2020 de UNCTAD... No obstante, la pandemia ha impulsado el uso de comercio electrónico, y se alcanzaron números históricos de transacciones en los días sin IVA decretados por el Gobierno Nacional en 2020 al registrar 110 % transacciones más que un viernes normal4 (CCE, 2020a). Además, las ventas realizadas a través de comercio electrónico fueron 30,6 % superiores a las de 2019 COP 29,05 billones vs. COP 22,2 billones), y las transacciones crecieron 86,2 % en el mismo periodo, pasando de 119 millones a 222,7 millones entre 2019 y 2020” (CPC, Informe nacional de competitividad, 2021-2022).

-A pesar de la digitalización de la economía y a pesar de la pandemia, los puntos de venta físicos no van desaparecer sino que deben operar en equilibrio con los canales digitales, ofreciéndole al cliente lo mejor de los dos mundos, el físico y el digital. La consultora EY así lo confirma al analizar a los principales canales de Retail en Estados Unidos: “Sin embargo, los vaticinios de la muerte de la tienda física no se han cumplido. El Índice de Consumidores Futuros de EY indica que los consumidores quieren lo mejor de ambos mundos: El cincuenta y cinco por ciento de las personas deciden activamente no comprar en línea porque sienten que les da menos control sobre la compra. El cuarenta y cinco por ciento está mezclando en línea y en la tienda para comprar comestibles. El cincuenta y ocho por ciento dice que le gusta comprar en tiendas más grandes para tener más opciones, consolidando múltiples viajes de compras en una tienda semanal” (EY, Cómo la tecnología puede impulsar la transformación en el comercio minorista, Enero de 2022).

Dentro de la información cualitativa analizada se encuentra la siguiente:

- “La pandemia de COVID-19 afectó a la industria farmacéutica de muchas maneras al retrasar los tratamientos de rutina, sobrecargar los presupuestos de atención médica, descarrilar el desarrollo de medicamentos para enfermedades no relacionadas con COVID y causar interrupciones en la cadena de suministro. La industria farmacéutica se vio obligada a adoptar diversas tecnologías digitales para superar los desafíos planteados por la pandemia” (PT, COVID-19 aceleró la transformación digital de la industria farmacéutica en cinco años, 2021)
- La pandemia puso una presión extra en la industria del retail dentro de su proceso de transformación digital pero también confirmó que a pesar de las restricciones a la movilidad, las tiendas físicas continúan jugando un importante papel dentro de la experiencia de servicio que demandan: “La experiencia de la pandemia ha cambiado las expectativas de los consumidores. Ahora quieren tener el control: pueden elegir cómo compran, dónde pasan su tiempo y en quién confían. Sus expectativas de los minoristas han aumentado, pero la capacidad de los minoristas para influir en ellos ha disminuido. Nos dirigimos hacia un futuro híbrido donde hay espacio para ambos canales y los límites entre los dos serán menos claros. Sin embargo, ya sea que las compras se realicen en línea o en la tienda, la tecnología digital será fundamental para permitirlo”. (EY, Cómo la tecnología puede impulsar la transformación en el comercio minorista, Enero de 2022).
- Las encuestas adelantadas por ASCOOP, y la retroalimentación obtenida en los procesos de formación adelantados en 2022, nos permitieron identificar al menos 3 afiliadas y cerca de 200 trabajadores con necesidades de formación orientadas al desarrollo de competencias digitales para apoyar la ejecución o para maximizar el valor de la implementación de transformaciones digitales en los procesos productivos adelantados. Esta necesidad se repite con relación al año anterior y motiva que se presente de nuevo esta acción de formación dentro del proyecto para la vigencia 2023.

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 información secundaria, de la situación actual del gremio, y el diagnóstico con herramientas propias; se identificó la siguiente necesidad de formación específica: Ofrecer una experiencia de servicio integral de retail mediante una estrategia de transformación digital que reconozca la relevancia de los canales físicos y digitales en las expectativas del cliente.

Objetivo 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 PARA QUE: Desplegar estrategias de transformación digital que optimicen los canales virtuales y físicos en el sector de retail, ofreciendo experiencias de servicio integrales a los clientes.

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 OPTIMIZAR LA EJECUCIÓN EN PDV Y AVANZAR HACIA EL RETAIL 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 entender cuales son los drivers tecnológicos que guían la transformación digital en el sector retail, evaluar el impacto de dichos drivers en los canales digitales y físicos de atención y valorar las estrategias que permiten consolidar una experiencia integral de servicio para el usuario a través de dichos canales.

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.

Evento de formación

Tipo de evento de formación	Curs o	Modelo de aprendizaje	No Aplica
-----------------------------	-----------	-----------------------	--------------

Modalidad de formación	Virt ual	Tipo de ambiente de aprendizaje	Aula virtual
Número de grupos	2	Número de horas por grupo	40
Número de beneficiarios por grupo	100	Número de días por grupo de la AF	20
Número de beneficiarios de la AF	200	Número total de horas por AF	80

Beneficiarios

Area(s) funcional(es)

Área Funcional

Otra

Otra

Puntos de venta

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional

OPERATIVO

otros datos

Número de trabajadores en condición de discapacidad	0	Número de trabajadores mujeres	92
Número de empresas a beneficiar	1	Número de empresas BIC a beneficiar	0
Número de empresas mipymes	0	Número de trabajadores de empresas mipymes	0
Número de empresas de su cadena productiva	0	Número de trabajadores de empresas de su cadena productiva	0

Justificación empresas mipymes

NA

Justificación empresas de la cadena productiva

NA

Enfoque de la Acción de formación

Formación en el trabajo

Sectores y sub-sectores del beneficiario

Sector

Servicios

Subsector

Comercio

Justificación Sector - Subsector

Sector: Comercio

Subsector: Comercio

Ascoop se clasifica como del subsector Transversal porque tiene asociadas cooperativas en varios subsectores económicos. Esta acción de formación en particular se suscribe a trabajadores provenientes de cooperativas de retail tales como Copsevir quienes encuentran pertinencia entre los temas abordados y las actividades que realizan en sus cooperativas.

Por lo anterior la formación propuesta está relacionada con el sector y subsector del que proceden los beneficiarios.

UNIDADES TEMÁTICAS

AF N°

7

ACCIÓN DE FORMACIÓN

DESARROLLO DE HABILIDADES PARA OPTIMIZAR LA EJECUCIÓN EN PDV Y AVANZAR HACIA EL RETAIL 4.0.

UNIDAD TEMÁTICA N°

1

UNIDAD TEMÁTICA

COMUNICACIÓN Y COLABORACIÓN EN ENTORNOS DIGITALES CORRESPONDIENTE A LAS HABILIDADES TRANSVERSALES DOCUMENTO “EL BID TE ESCUCHA”

N° total de horas prácticas presenciales	0	N° total de horas teóricas presenciales	0
N° total de horas prácticas virtuales	2	N° total de horas teóricas virtuales	2
N° total de horas prácticas PAT	0	N° total de horas teóricas PAT	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática	4		

Contenidos de la UT

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 homogéneos y detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:

La capacidad para interactuar, comunicarse y colaborar a través de tecnologías digitales.

-Herramientas de comunicación en red. Comunicación síncrona y asíncrona

-Estrategias de comunicación digital. Aplicaciones y servicios

-Interactuar y participar en comunidades y redes sociales

-Comunidades en línea y plataformas de colaboración

-Trabajo colaborativo. Herramientas de colaboración

-La diversidad cultural y generacional

-Gestión la identidad digital y la reputación personal.

Competencias a adquirir

A partir de los contenidos abordados en esta unidad temática se espera alcanzar la siguiente competencia:

*Se comunica adecuadamente, a través de tecnologías digitales, con los miembros de su equipo construyendo una identidad digital.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	Horas de capacitación
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	4

AF N° 7
ACCIÓN DE FORMACIÓN DESARROLLO DE HABILIDADES PARA OPTIMIZAR LA EJECUCIÓN EN PDV Y AVANZAR HACIA EL RETAIL 4.0.
UNIDAD TEMÁTICA N° 2
UNIDAD TEMÁTICA CONVERGENCIA OFF-ON, TRANSFORMACIÓN DIGITAL QUE ENTIENDE LA IMPORTANCIA DEL CANAL FISICO

N° total de horas prácticas presenciales	0	N° total de horas teóricas presenciales	0
N° total de horas prácticas virtuales	5	N° total de horas teóricas virtuales	3
N° total de horas prácticas PAT	0	N° total de horas teóricas PAT	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática	8		

Contenidos de la UT

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 homogéneos y detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:

- No consiste solo en utilizar la tecnología y dejar apartado el mundo offline, sino que consiste en tener tanto un espacio digital como un espacio físico que permita reforzar la marca y ofrecer servicios que no son posibles realizar a través de un solo canal.
- Control del canal, control del cliente: el equilibrio de poder en la cadena de comercialización.
- Adaptación del canal a las necesidades de cada cliente, para aportar valor.
- Los Canales interconectados entre sí.
- Transformación digital y los puntos de venta físicos
- Retail figital: la transformación digital de la experiencia de compra en el punto de venta

Competencias a adquirir

Reflexiona sobre la contribución de los puntos de venta físicos y digitales en la construcción de la experiencia del cliente.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	Horas de capacitación
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	8

AF N° 7
ACCIÓN DE FORMACIÓN DESARROLLO DE HABILIDADES PARA OPTIMIZAR LA EJECUCIÓN EN PDV Y AVANZAR HACIA EL RETAIL 4.0.
UNIDAD TEMÁTICA N° 3
UNIDAD TEMÁTICA ANALÍTICA DE DATOS EN EL RETAIL COMO DRIVER DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL 20 HORAS

N° total de horas prácticas presenciales	0	N° total de horas teóricas presenciales	0
N° total de horas prácticas virtuales	12	N° total de horas teóricas virtuales	8
N° total de horas prácticas PAT	0	N° total de horas teóricas PAT	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática	20		

Contenidos de la UT

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 homogéneos y detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:

- Indoor Mapping: La analítica de datos para identificar las preferencias y los hábitos de los usuarios y detectar así las tendencias
- *De audiencias pasivas a clientes activos
- *De consumidor a consumidor digital
- *Satisfacción de necesidades online
- *Factores que influyen en el momento de la compra
- *Componentes de decisión basada en la razón
- *Impacto de los factores situacionales de la compra
- *El momento de la verdad.
- *Influencia del retail antes, durante y después de la compra.
- La analítica de datos, para predecir la demanda de las categorías en tiempo real.
- *Analítica de datos y big data
- *Definición de una categoría
- *Segmentación y árbol de decisión de una categoría
- *Análisis de las categorías
- *Objetivos y metas de cada categoría
- *Roles de rutina conveniencia y estacional
- *Tácticas y análisis de surtido
- *Clasificación de las categorías: Categoría Destino, Categoría Rutina, Categoría Ocasional y Categoría Conveniencia.
- *Análisis de datos frente a los indicadores de desempeño en el punto de venta: Margen, beneficio, rentabilidad del stock, rentabilidad del punto de venta, productividad de espacio
- *Control de costos.

Competencias a adquirir

Propone actividades basadas en el análisis de datos para gestionar las relaciones con los clientes en los puntos de venta.

Perfil capacitador	
Tipo de capacitador	Horas de capacitación
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	20

AF N°	7
ACCIÓN DE FORMACIÓN DESARROLLO DE HABILIDADES PARA OPTIMIZAR LA EJECUCIÓN EN PDV Y AVANZAR HACIA EL RETAIL 4.0.	
UNIDAD TEMÁTICA N°	4
UNIDAD TEMÁTICA	COMERCIO ELECTRÓNICO COMO DRIVER DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

N° total de horas prácticas presenciales	0	N° total de horas teóricas presenciales	0
N° total de horas prácticas virtuales	5	N° total de horas teóricas virtuales	3
N° total de horas prácticas PAT	0	N° total de horas teóricas PAT	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática		8	

Contenidos de la UT

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 homogéneos y detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:

- Estrategias de comercio electrónico
- Marketing en los motores de búsqueda
- Social commerce
- Captación, vistas y conversión de clientes
- Herramientas de fidelización
- Plataformas y transacciones de pago.
- Analítica digital de un e-Commerce con Google Analytics.

Competencias a adquirir

Analiza las iniciativas de comercio electrónico para proponer acciones de mejora orientadas a aprovechar la data de los clientes que los usan.

Perfil capacitador	
Tipo de capacitador	Horas de capacitación
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	8

Proveedor de la formación - persona jurídica

Esta acción de formación será adelantada por la persona jurídica que a continuación se describe:

FUNDACIÓN POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA cuyo objeto es la prestación de servicios en todos los campos de acción de la educación, en especial de la educación superior, según lo previsto en el Artículo 7 de la Ley 30 de 1992 y demás disposiciones complementarias y concordantes. Esta es una Institución de Educación Superior con vocación formativa, que trabaja apasionadamente para brindar más y mejores oportunidades de acceso a una formación integral, pertinente y de calidad, que transforma vidas y genera un impacto positivo en la sociedad.

La FUNDACIÓN POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA cumple con todos los requerimientos exigidos por los pliegos y anexos de la convocatoria, en particular:

1. Cuenta con más de 28 años de constitución legal.
2. Cuenta con más de 5 años de experiencia en 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 2023.
3. Cumple con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995 y/o las normas que les sean aplicables para su funcionamiento en el territorio nacional.

Material de formación

El estudiante contará con los recursos educativos digitales en el LMS, los cuales se complementan con actividades individuales y grupales y se constituye en el material que es un complemento didáctico necesario para que el estudiante obtenga información adicional, para resolver problemas, para representar conceptos abstractos y densos, razonamiento lógico y argumentación, también permite desarrollar los contenidos de manera lógica y secuencial, con lecturas que apoyan el aprendizaje, talleres y ejercicios prácticos para su aplicación, estimulando el proceso de enseñanza y aprendizaje.

Estos recursos contribuyen al mejoramiento y aplicación del conocimiento permitiendo al participante implementar acciones para integrar los diferentes canales y aplicar herramientas de captura y análisis de la data, para definir categorías de productos que satisfagan las necesidades de ramos específicos. De esta forma es un apoyo para el beneficiario en la realización de los objetivos de la acción de formación.

El material descrito cumple la normatividad vigente en cuanto a propiedad intelectual y lo establecido en la Resolución de Tarifas 2023. El material de formación corresponde a una producción reciente de menos de 2 años.

El material de formación está metodológicamente estructurado y guarda coherencia con la metodología de la formación y las unidades temáticas propuestas de modo que facilita la transferencia de conocimiento. A continuación se presentan algunos de los contenidos que se incluirán en el material propuesto:

- Comunicación y colaboración en entornos digitales
- Convergencia OFF-ON, transformación digital que entiende la importancia del canal físico
- Analítica de datos en el retail como driver de la transformación digital
- Comercio electrónico como driver de la transformación digital

Los recursos didácticos correspondientes al material de apoyo que el capacitador utiliza para facilitar la transmisión de conocimientos y se convierten en apoyo para la capacitación, (diapositivas, imágenes, videos, entre otras) no hacen parte del material de formación aquí descrito.

Alineación de la acción de formación

Alineación
Acción de Formación que dé aplicación a la cuarta revolución industrial (Industrias 4.0, Sistemas de integración, máquinas y sistemas autónomos, internet de las cosas, manufactura aditiva, big data y análisis de grandes datos, computación en la nube, simulación de entornos virtuales, inteligencia artificial (IA), ciberseguridad, realidad aumentada, robótica industrial e ingeniería, economía digital, transformación digital, uso de tecnologías digitales y adopción de TIC)
Acción de Formación que dé respuesta a Focos Temáticos de Desarrollo Regional en Ciencia, Tecnología e Innovación. (CONPES 3866 de 2016)

Justificación de la Alineación

El documento CONPES 3975 de política nacional para la transformación digital e inteligencia artificial plantea "El presente documento CONPES formula una política nacional para la transformación digital e inteligencia artificial. Esta política tiene como objetivo potenciar la generación de valor social y económico en el país a través del uso estratégico de tecnologías digitales en el sector público y el sector privado, para impulsar la productividad y favorecer el bienestar de los ciudadanos, así como generar los habilitadores transversales para la transformación digital sectorial, de manera que Colombia pueda aprovechar las oportunidades y enfrentar los retos relacionados con la Cuarta Revolución Industrial (4RI)".

Esta acción de formación se encuentra alineada a dicha política pública, lo que se demuestra con el extracto citado de la misma, ya que las unidades temáticas que se incluyen permiten sentar las bases para transformación digital de las empresas del sector específicamente en temas relacionados con big data y analítica de datos y el comercio electrónico, lo que derivara en incentivar la aplicación de la cuarta revolución industrial en ellas.

Adicionalmente, esta acción de formación se enfoca en cooperativas que prestan servicios de comercio, como Copservir (Puntos de venta de droguerías). En esa medida se relaciona con los focos Temáticos de Desarrollo Regional en Ciencia, Tecnología e Innovación que tienen al comercio como foco en departamentos tales como Norte de Santander.

¿ La AF participará en el Evento presencial de resultados de aplicación de conocimientos del Programa de Formación Continua Especializada 2023 ?

No

Acción de formación especializada

La acción de formación propuesta es especializada pues es de corta duración, permite la actualización, adquisición y apropiación de conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas 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 elevarán las competencias laborales que los trabajadores del sector requieren para entender cuáles son los drivers tecnológicos que guían la transformación digital en el sector retail, evaluar el impacto de dichos drivers en los canales digitales y físicos de atención y valorar las estrategias que permiten consolidar una experiencia integral de servicio para el usuario a través de dichos canales; lo que aumentaran la empleabilidad de los trabajadores beneficiarios, así como aumentará la productividad y competitividad de las cooperativas participantes.

Resultados - Impacto de la formación en el desempeño del trabajador y aplicación de conocimientos en el puesto de trabajo

Una vez ejecutada la acción de formación los beneficiarios generaran los resultados de impacto aquí descritos, 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 y estan alineados con el perfil del trabajador en la medida en que deberían ser alcanzados por los mismos una vez adelanten la acción de formación.

Dichos resultados, además están alineados con las unidades temáticas, en la medida en que los contenidos abordados en ella permiten alcanzarlos.

A continuación se listan los resultados de impacto:

- R1: Reflexionar sobre su reputación digital
- R2: Valorar la contribución de los canales digitales en la gestión de los canales físicos.
- R3: Reflexionar sobre las interacciones con los clientes y la influencia que tienen en la decisión de compra.
- R4: Plantear estrategias para conocer las preferencias y hábitos de los clientes.
- R5: Proponer opciones de transformación digital para mejorar el conocimiento del cliente

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

Gracias a que los trabajadores cursan esta acción de formación, se espera que las empresas alcancen resultados de impacto en productividad y competitividad como se indica a continuación:

Resultados de impacto Productividad

- R1: Interpretar efectivamente la data frente al consumidor y a las tendencias del mercado.
- R2: Identificar a partir del análisis de datos los patrones que permitan personalizar la experiencia del cliente tanto en la selección como en la compra de productos
- R3: Gestionar la organización y ubicación de los productos en el punto de venta planificando estratégicamente, con base en la categoría de cada producto y en la actitud del shopper.

Resultados de impacto Competitividad

- R1: Se mejora la experiencia del cliente y su satisfacción en los canales físico y digital
- R2: Se incrementa la participación de mercado
- R3: Se fortalece el E-Commerce y se genera aumento de conversión y rentabilidad

Como se puede analizar, los resultados antes descritos están relacionados con la acción de formación propuesta.

Justificación lugar de ejecución

Se justifica dictar acciones de formación en los municipios y departamentos relacionados para esta acción de formación en atención a que las empresas afiliadas a ASCOOP, como Copsevir, tienen domicilio o puntos de venta 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.

Lugar de ejecución

Departamento	N° Beneficiarios	
ANTIOQUIA	13	
ATLÁNTICO	11	
BOGOTÁ D.C	39	
BOLÍVAR	14	
BOYACÁ	1	
CALDAS	2	
CAQUETÁ	2	
CASANARE	3	
CAUCA	3	
CESAR	6	
CÓRDOBA	4	
SUCRE	3	
TOLIMA	17	
VALLE DEL CAUCA	32	
PUTUMAYO	1	
QUINDIO	3	
RISARALDA	4	
ARCHIPIÉLAGO DE SAN	1	
SANTANDER	10	
CUNDINAMARCA	8	
LA GUAJIRA	2	
HUILA	3	
MAGDALENA	2	
META	5	
NARIÑO	7	
NORTE DE SANTANDER	4	

Presupuesto de la AF

Rubro	Descripción	Cofinanciación SENA	%	Contrapartida especie	%	Contrapartida dinero	%	Valor total
R08.2 Formación Virtual - Curso 40 horas	CURSO VIRTUAL 40 HORAS	\$ 141.720.000	% 75,12	\$ 0	% 0,00	\$ 46.940.000	% 24,88	\$ 188.660.000
R10.3 Garantías	PÓLIZAS DE SEGURO PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	\$ 0	% 0,00	\$ 0	% 0,00	\$ 300.000	% 100,00	\$ 300.000

	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida en Especie	% Especie	Contrapartida en Dinero	% Dinero	COSTO TOTAL AF
COSTO TOTAL DE LA AF	\$ 141.720.000	% 75,00	\$ 0	% 0,00	\$ 47.240.000	% 25,00	\$ 188.960.000

AF N° 5

ACCIÓN DE FORMACIÓN HACIA UNA INNOVACIÓN CON SOLUCIONES SOSTENIBLES Y OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS EN LAS ASEGURADORAS DEL SECTOR COOPERATIVO

[Volver al Listado de AF](#)

Necesidad o problema puntual detectado en la empresa/gremio, a la que se puede dar respuesta total o parcial mediante 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 información secundaria, de la situación actual del gremio, y el diagnóstico con herramientas propias; se identificó la siguiente necesidad de formación específica: Promover innovaciones para atender con productos y servicios a segmentos de población normalmente no atendidos por el sector financiero.

Análisis causas y efectos de la necesidad de formación detectada

Esta necesidad identificada es originada por estas causas:

1. Los productos y servicios del sector asegurador no son susceptibles de ser adquiridos por un gran segmento de la población
2. No se han adoptado prácticas que permitan generar innovaciones rápidas y a bajo coste
3. Los esfuerzos de innovación se centran en clientes tradicionales y no en segmentos con capacidad de pago limitada.

Esta necesidad genera los siguientes efectos que permanecerán si no se efectúa la acción de formación propuesta:

1. Crecimiento de participación en el mercado limitado
2. No optimización de la inclusión financiera
3. Contribución limitada a las metas de desarrollo sostenible.

Justificación de la necesidad detectada según resultados cuantitativos y cualitativos del diagnóstico realizado y según fuentes internas o externas de información

Esta acción de formación se relaciona con la necesidad de formación en que centra sus temáticas en establecer un marco de referencia y promover las prácticas y herramientas necesarias para implementar innovaciones frugales en el sector financiero y asegurador cooperativo que le permitan acceder a segmentos de población que normalmente no son usuarios de sus servicios. Por lo tanto a través de la acción de formación se puede dar respuesta parcial a la necesidad identificada.

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 de asegurador para el que va destinada esta acción de formación.

Dentro de la información cualitativa analizada se encuentra la siguiente:

- Una de los conceptos que se les enseña a los emprendedores en las universidades es el del producto mínimo viable, esto es aquel que se diseña para solucionar un problema particular y específico y que no tiene atributos o funcionalidades adicionales a las estrictamente necesarias para que solucione dicho problema. El producto mínimo viable es necesario ante los escasos de recursos del emprendedor quien debe primero probar su producto en el mercado antes de realizar nuevas inversiones. Cuando uno se remite a las grandes empresas, pareciera que las innovaciones pequeñas o mínimas viables no están permitidas y que se debe apostar por grandes inversiones de dinero para generar el siguiente "iphone". La innovación frugal, muy alineada con las metas de desarrollo sostenible, viene a reivindicar la optimización de los recursos y la generación de innovaciones sencillas pero útiles: "Las innovaciones frugales tienen como objetivo ofrecer soluciones inteligentes, simples y asequibles. Los procesos de innovación frugal parten de la identificación de necesidades y cuellos de botella, especialmente para los sectores desfavorecidos de la sociedad... El desafío es proporcionar innovaciones no costosas sin sacrificar el valor para el usuario. Tales innovaciones frugales deben adaptarse a las circunstancias y culturas locales para tener éxito tanto para los proveedores como para los demandantes." (International Centre for Frugal Innovation, Acerca de la innovación frugal, 2021)

- ¿Qué rol pueden jugar las aseguradoras y las instituciones financieras en la innovación frugal? Un ejemplo puede ser la inclusión financiera: "Ser frugal significa ser eficiente en agregar valor en medio de recursos escasos. Los productos frugales son, por lo tanto, productos desarrollados en medio de limitaciones de recursos para satisfacer las necesidades del mercado masivo. El dinero móvil y los servicios financieros digitales son innovaciones frugales y vehículos comprobados para brindar y profundizar el acceso a los servicios financieros formales entre los ciudadanos no bancarizados y desatendidos" (Inclusión financiera y la frugalidad del dinero móvil en Sustainable and Inclusive DFS, 2020).

Dentro de la información cuantitativa analizada se encuentra la siguiente:

- Para explicar la necesidad de innovación frugal, de bajo costo, hay que revisar los mercados atendidos normalmente por las empresas: "la innovación frugal es una nueva manera de ver los negocios, que obliga a las empresas a ser más creativas, ágiles y flexibles para explorar otras oportunidades y diseñar modelos de negocio diferentes, dirigidos a mercados no atendidos por el momento... La mayoría de los negocios en Colombia se enfocan en los grupos de clase media-alta dejando a la base de la pirámide sin atender; esta representa aproximadamente el 60 % de la población total. Este, aunque es un grupo que cuenta con recursos limitados, es un mercado muy interesante por su gran tamaño, pero del que se conoce muy poco (Espinoza Angarita, Innovación frugal, el desafío para los negocios en Colombia en Revista de la Universidad Javeriana).

- Las encuestas adelantadas por ASCOOP, y la retroalimentación obtenida en los procesos de formación adelantados en 2022, nos permitieron concluir que las cooperativas en los sectores del aseguramiento y del ahorro y crédito demandan para sus empleados formación en temas relacionados con la innovación y el descubrimiento de nuevos mercados con una población de aproximadamente 80 trabajadores a cubrir inicialmente.

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 información secundaria, de la situación actual del gremio, y el diagnóstico con herramientas propias; se identificó la siguiente necesidad de formación específica: Promover innovaciones para atender con productos y servicios a segmentos de población normalmente no atendidos por el sector financiero.

Objetivo 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: Desplegar prácticas de innovación frugal que permitan con inversiones optimizadas de recursos generar productos y servicios orientados a llegar a segmentos de población normalmente no atendidos por el sector financiero beneficiando a poblaciones desfavorecidas y promoviendo el desarrollo sostenible.

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 que puedan idear, desarrollar y sacar al mercado, con una inversión reducida de recursos, innovaciones que beneficien a poblaciones en condición de vulnerabilidad que normalmente no son atendidas con productos financieros tradicionales.

El objetivo de la acción de formación se relaciona de forma directa con la necesidad identificada lo que evidencia que se podrá solucionar parcialmente la necesidad identificada. 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 este objetivo contribuirá a alcanzar el objetivo general formulado para el proyecto.

Evento de formación

Tipo de evento de formación	Curso	Modelo de aprendizaje	No Aplica
Modalidad de formación	Presencial asistida por tecnologías-PAT	Tipo de ambiente de aprendizaje	Plataforma o herramienta tecnológica
Número de grupos	2	Número de horas por grupo	40
Número de beneficiarios por grupo	30	Número de días por grupo de la AF	20
Número de beneficiarios de la AF	60	Número total de horas por AF	80

Beneficiarios

Area(s) funcional(es)

Área Funcional	Otra
Otra	Comercial
Otra	Técnica
Otra	Administrativa

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional

MEDIO

OPERATIVO

otros datos

Número de trabajadores en condición de discapacidad	0	Número de trabajadores mujeres	3 0
Número de empresas a beneficiar	1	Número de empresas BIC a beneficiar	0
Número de empresas mipymes	0	Número de trabajadores de empresas mipymes	0
Número de empresas de su cadena productiva	0	Número de trabajadores de empresas de su cadena productiva	0

Justificación empresas mipymes

NA

Justificación empresas de la cadena productiva

NA

Enfoque de la Acción de formación

Formación en el trabajo

Sectores y sub-sectores del beneficiario

Sector

Servicios

Subsector

Transversal

Justificación Sector - Subsector

Sector: SERVICIOS

Subsector: TRANSVERSAL

Ascoop se clasifica como del subsector Transversal porque tiene asociadas cooperativas en varios subsectores económicos. Esta acción de formación en particular se suscribe a trabajadores provenientes de cooperativas de aseguramiento como Equidad Seguros quienes encuentran pertinencia entre los temas abordados y las actividades que realizan en sus cooperativas.

Por lo anterior la formación propuesta está relacionada con el sector y subsector del que proceden los beneficiarios.

UNIDADES TEMÁTICAS

AF N° 5
ACCIÓN DE FORMACIÓN HACIA UNA INNOVACIÓN CON SOLUCIONES SOSTENIBLES Y OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS EN LAS ASEGURADORAS DEL SECTOR COOPERATIVO
UNIDAD TEMÁTICA N° 1
UNIDAD TEMÁTICA UT I. AUTOGESTIÓN CORRESPONDIENTE A LAS HABILIDADES TRANSVERSALES DOCUMENTO “EL BID TE ESCUCHA”

N° total de horas prácticas presenciales	0	N° total de horas teóricas presenciales	0
N° total de horas prácticas virtuales	0	N° total de horas teóricas virtuales	0
N° total de horas prácticas PAT	2	N° total de horas teóricas PAT	2
N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática	4		

Contenidos de la UT

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 homogéneos y detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:

- Capacidad para lograr la viabilidad y el cumplimiento de los compromisos y obligaciones adquiridas aún por encima de nuestros propios intereses
- *La autogestión como habilidad clave para ser asertivos
- *Identificar las fortalezas de forma objetiva y concentrarse en potenciarlas para mejorarla autogestión
- La autogestión y la planificación para controlar las actividades
- *Como evitar la duplicidad de funciones e ineficiencia en el uso de los recursos
- *Herramientas para hacer seguimiento a los procesos
- *Jerarquizar las responsabilidades

Competencias a adquirir

A partir de los contenidos abordados en esta unidad temática se espera alcanzar la siguiente competencia:

- * Reflexiona sobre las consecuencias de no cumplir con las tareas encomendadas en su puesto de trabajo

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	Horas de capacitación
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	4

AF N° 5
ACCIÓN DE FORMACIÓN HACIA UNA INNOVACIÓN CON SOLUCIONES SOSTENIBLES Y OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS EN LAS ASEGURADORAS DEL SECTOR COOPERATIVO
UNIDAD TEMÁTICA N° 2
UNIDAD TEMÁTICA UT II. INNOVACIÓN EN EL MARCO DE ASEGURADORAS COOPERATIVAS

N° total de horas prácticas presenciales	0	N° total de horas teóricas presenciales	0
N° total de horas prácticas virtuales	0	N° total de horas teóricas virtuales	0
N° total de horas prácticas PAT	6	N° total de horas teóricas PAT	4
N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática		10	

Contenidos de la UT

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 homogéneos y detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:

- Que es y tipos de innovación.
- La innovación en las aseguradoras cooperativas.
- Innovación en productos y servicios en aseguradoras cooperativas.
- Innovación en procesos

Competencias a adquirir

A partir de los contenidos abordados en esta unidad temática se espera alcanzar la siguiente competencia:

- *Reconoce los tipos de innovación que existen y su aplicación en el segmento asegurador, en el proceso de implementar estrategias para fomentar la innovación dentro de su organización.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	Horas de capacitación
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	10

AF N°	5
ACCIÓN DE FORMACIÓN HACIA UNA INNOVACIÓN CON SOLUCIONES SOSTENIBLES Y OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS EN LAS ASEGURADORAS DEL SECTOR COOPERATIVO	
UNIDAD TEMÁTICA N°	3
UNIDAD TEMÁTICA	UT III. PRINCIPIOS Y COMPETENCIAS DE LA INNOVACIÓN EN LAS ASEGURADORAS DEL SECTOR COOPERATIVO

N° total de horas prácticas presenciales	0	N° total de horas teóricas presenciales	0
N° total de horas prácticas virtuales	0	N° total de horas teóricas virtuales	0
N° total de horas prácticas PAT	8	N° total de horas teóricas PAT	4
N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática		12	

Contenidos de la UT

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 homogéneos y detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:

- Contextualización y conceptualización de la innovación frugal.
- Aplicación de la innovación frugal como estrategia de soluciones con menos recursos en la aseguradora cooperativa.
- Innovación frugal como modelo de negocios
- Modelo Lean Thinking para mejorar la satisfacción del cliente interno y externo.

Competencias a adquirir

A partir de los contenidos abordados en esta unidad temática se espera alcanzar la siguiente competencia:

- *Reconoce los principios y características de la innovación frugal y los aplica para explorar ideas para atender a nuevos segmentos de la población.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	Horas de capacitación
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	12

AF N°	5
ACCIÓN DE FORMACIÓN HACIA UNA INNOVACIÓN CON SOLUCIONES SOSTENIBLES Y OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS EN LAS ASEGURADORAS DEL SECTOR COOPERATIVO	
UNIDAD TEMÁTICA N°	4
UNIDAD TEMÁTICA	UT IV. INNOVACIÓN FRUGAL COMO SOLUCIÓN Y GENERACIÓN DE VALOR EN EL CLIENTE FINAL EN LAS ASEGURADORAS COOPERATIVAS

N° total de horas prácticas presenciales	0	N° total de horas teóricas presenciales	0
N° total de horas prácticas virtuales	0	N° total de horas teóricas virtuales	0
N° total de horas prácticas PAT	8	N° total de horas teóricas PAT	6
N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática		14	

Contenidos de la UT

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 homogéneos y detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:

- Pilares del diseño centrado en el equipo de trabajo y cliente final de las aseguradoras cooperativas.

- Análisis de las necesidades del equipo de trabajo y los clientes de la aseguradora cooperativa.
- Elaboración de mapa de soluciones de las necesidades halladas, a través de innovación frugal.
- Aplicación de innovación frugal al diseño de soluciones para la aseguradora cooperativa.

Competencias a adquirir

A partir de los contenidos abordados en esta unidad temática se espera alcanzar la siguiente competencia:

- * Reconoce los componentes de la innovación frugal y los prioriza para la ejecución de procesos de innovación al interior de la organización
- * Promueve la identificación de necesidades de segmentos no atendidos como base para el diseño de nuevos productos y servicios.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	Horas de capacitación
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	14

Proveedor de la formación - persona jurídica

Esta acción de formación será adelantada por la persona jurídica que a continuación se describe:

FUNDACIÓN POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA cuyo objeto es la prestación de servicios en todos los campos de acción de la educación, en especial de la educación superior, según lo previsto en el Artículo 7 de la Ley 30 de 1992 y demás disposiciones complementarias y concordantes. Esta es una Institución de Educación Superior con vocación formativa, que trabaja apasionadamente para brindar más y mejores oportunidades de acceso a una formación integral, pertinente y de calidad, que transforma vidas y genera un impacto positivo en la sociedad.

La FUNDACIÓN POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA cumple con todos los requerimientos exigidos por los pliegos y anexos de la convocatoria, en particular:

1. Cuenta con más de 28 años de constitución legal.
2. Cuenta con más de 5 años de experiencia en 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 2023.
3. Cumple con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995 y/o las normas que les sean aplicables para su funcionamiento en el territorio nacional.

Material de formación

A cada participante se le entrega el material de forma electrónica y es un complemento didáctico necesario para que el estudiante obtenga información adicional, para resolver problemas, para representar conceptos abstractos y densos, razonamiento lógico y argumentación, también permite desarrollar los contenidos de manera lógica y secuencial, con lecturas que apoyan el aprendizaje, talleres y ejercicios prácticos para su aplicación, estimulando el proceso de enseñanza y aprendizaje.

Estos recursos contribuyen al mejoramiento y aplicación del conocimiento permitiendo al participante aplicar soluciones ingeniosas que generen más valor por menos recursos, dando respuesta a una necesidad de la empresa o la sociedad, priorizando las funcionalidades y buscando beneficiar a población normalmente no atendida.

El material descrito cumple la normatividad vigente en cuanto a propiedad intelectual y lo establecido en la Resolución de Tarifas 2023. El material de formación corresponde a una producción reciente de menos de 2 años.

El material de formación está metodológicamente estructurado y guarda coherencia con la metodología de la formación y las unidades temáticas propuestas de modo que facilita la transferencia de conocimiento. A continuación se presentan algunos de los contenidos que se incluirán en el material propuesto:

- Autogestión
- Innovación en el marco de aseguradoras cooperativas
- Principios y competencias de la innovación en las aseguradoras del sector cooperativo
- Innovación frugal como solución y generación de valor en el cliente final en las aseguradoras cooperativas.

Los recursos didácticos correspondientes al material de apoyo que el capacitador utiliza para facilitar la transmisión de conocimientos y se convierten en apoyo para la capacitación, (diapositivas, imágenes, videos, entre otras) no hacen parte del material de formación aquí descrito.

Alineación de la acción de formación

Alineación
Acción de Formación que desarrolle temáticas que incentiven la innovación en la empresa

Justificación de la Alineación

El CONPES de POLÍTICA NACIONAL DE DESARROLLO PRODUCTIVO encuentra para el país que “La adopción y adaptación de conocimiento y tecnología al interior de las unidades productoras y emprendimientos en Colombia es baja: según la Encuesta de Innovación y Desarrollo Tecnológico (EDIT) VII, solo el 7% del monto invertido por las empresas en actividades de ciencia, tecnología e innovación (ACTI) tiene como fin la transferencia de tecnología o adquisición de otros conocimientos. En relación con la transferencia de conocimientos y estrategias existentes, las capacidades y prácticas gerenciales representan una de las mayores oportunidades para las empresas con menores niveles de desarrollo. El sector privado colombiano presenta una baja calidad gerencial con respecto a parámetros internacionales, lo cual limita la absorción de conocimiento existente para el desarrollo de negocios”. Esta acción de formación se centra en promover la innovación con un enfoque de desarrollo sostenible que se alinea con la política pública en temas como inclusión.

¿ La AF participará en el Evento presencial de resultados de aplicación de conocimientos del Programa de Formación Continua Especializada 2023 ?

No

Acción de formación especializada

La acción de formación propuesta es especializada pues es de corta duración, permite la actualización, adquisición y apropiación de conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas 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 elevaran las competencias laborales que los trabajadores del sector requieren para idear, desarrollar y sacar al mercado, con una inversión reducida de recursos, innovaciones que beneficien a poblaciones en condición de vulnerabilidad que normalmente no son atendidas con productos financieros tradicionales; lo que aumentaran la productividad y competitividad de las cooperativas participantes.

Resultados - Impacto de la formación en el desempeño del trabajador y aplicación de conocimientos en el puesto de trabajo

Una vez ejecutada la acción de formación los beneficiarios generaran los resultados de impacto aquí descritos, 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 y estan alineados con el perfil del trabajador en la medida en que deberían ser alcanzados por los mismos una vez adelanten la acción de formación.

Dichos resultados, además están alineados con las unidades temáticas, en la medida en que los contenidos abordados en ella permiten alcanzarlos.

A continuación se listan los resultados de impacto:

- R1: Se priorizan ideas de negocio para atender a segmentos diferentes de población
- R2: Se adoptan practicas para generar innovaciones con inversiones limitadas de recursos
- R3: Se fortalece el compromiso con el que las personas realizan las tareas encomendadas
- R4: Se establecen métricas e indicadores para validar el éxito de los procesos de innovación.

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

Gracias a que los trabajadores cursan esta acción de formación, se espera que las empresas alcancen resultados de impacto en productividad y competitividad como se indica a continuación:

Resultados de impacto Productividad

- R1: Se racionalizan los recursos utilizados en procesos de innovación
- R2: Se acelera el tiempo en los productos y servicios son liberados al mercado

Resultados de impacto Competitividad

- R1: Se amplía la oferta de productos y servicios
- R2: Se favorece la inclusión financiera

- R3: Se promueve el desarrollo sostenible

Como se puede analizar, los resultados antes descritos están relacionados con la acción de formación propuesta.

Justificación lugar de ejecución

Se justifica dictar acciones de formación en los municipios y departamentos relacionados para esta acción de formación en atención a que las empresas afiliadas a ASCOOP, como Equidad Seguros, 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.

Lugar de ejecución

Departamento	N° Beneficiarios
BOGOTÁ D.C	59
NORTE DE SANTANDER	1

Presupuesto de la AF

Rubro	Descripción	Cofinanciación SENA	%	Contrapartida especie	%	Contrapartida dinero	%	Valor total
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	HONORARIOS DOCENTE NACIONAL MAESTRIA	\$ 23.190.000	% 76,28	\$ 0	% 0,00	\$ 7.210.000	% 23,72	\$ 30.400.000
R10.3 Garantías	PÓLIZAS DE SEGURO PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	\$ 0	% 0,00	\$ 0	% 0,00	\$ 520.000	% 100,00	\$ 520.000

	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida en Especie	% Especie	Contrapartida en Dinero	% Dinero	COSTO TOTAL AF
COSTO TOTAL DE LA AF	\$ 23.190.000	% 75,00	\$ 0	% 0,00	\$ 7.730.000	% 25,00	\$ 30.920.000

AF N° 6
ACCIÓN DE FORMACIÓN DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS Y LA GENERACIÓN DE VALOR EN EL SECTOR COOPERATIVO

[Volver al Listado de AF](#)

Necesidad o problema puntual detectado en la empresa/gremio, a la que se puede dar respuesta total o parcial mediante 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 información secundaria, de la situación actual del gremio, y el diagnóstico con herramientas propias; se identificó la siguiente necesidad de formación específica: Consolidar un modelo de liderazgo que facilite el despliegue efectivo de las estrategias definidas por la alta dirección a la vez que responde a las expectativas de los equipos de trabajo y los valores organizacionales en ambientes de alta transformación digital.

Análisis causas y efectos de la necesidad de formación detectada

Esta necesidad identificada es originada por estas causas:

1. La resistencia al cambio ha afectado el dinamismo de las transformaciones a los modelos de negocio emprendidas en la organización
2. Las estrategias definidas no se despliegan adecuadamente a través de la organización
3. Los líderes han visto como sus practicas de liderazgo no se ajustan adecuadamente a los nuevos entornos derivados de la transformación digital

Esta necesidad genera los siguientes efectos que permanecerán si no se efectúa la acción de formación propuesta:

1. No se alcanzan los resultados esperados de desempeño
2. No se aprovechan adecuadamente los procesos de transformación digital emprendidos
3. La cohesión de los equipos de trabajo y el sentido de pertenencia se han visto afectados.

Justificación de la necesidad detectada según resultados cuantitativos y cualitativos del diagnóstico realizado y según fuentes internas o externas de información

Esta acción de formación se relaciona con la necesidad de formación en que centra sus temáticas en desplegar a través de los líderes de procesos y de equipos un modelo de liderazgo que les permita responder a los retos de la transformación digital gestionando el cambio en su entorno de trabajo, cultivando el compromiso de sus equipos a la vez que genera valor para la organización. Por lo tanto a través de la acción de formación se puede dar respuesta parcial a la necesidad identificada.

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 de salud y la protección para el que va destinada esta acción de formación.

Dentro de la información cualitativa analizada se encuentra la siguiente:

- La pandemia aceleró los procesos de transformación digital en todos los niveles de la sociedad y en particular en el empresarial, obligando a las organizaciones a desplegar un complejo conjunto de transformaciones en todos los niveles para responder a los retos de servir al cliente digitalmente y de gestionar el trabajo en equipo remoto, con los colaboradores en distintas ubicaciones físicas. La capacidad de formular y desplegar estrategias para lograr gestionar los inmensos cambios que están teniendo lugar en un entorno por lo demás volátil e incierto, cobra más importancia que nunca: “Los líderes de hoy han sido bombardeados por toda una vida de consejos sobre la transformación digital. Es casi imposible que no hayan sido convencidos de los méritos de la reinversión digital continua y siempre activa. La mayoría también ha escuchado que necesitan involucrarse personalmente. La gran pregunta es ¿cómo? Como líder, ¿cómo determina su papel exacto en la transformación digital y dónde debe concentrar su tiempo y energía limitados para ayudar mejor a su empresa a tener éxito en su viaje digital?” (Deloitte, Cómo liderar la transformación digital desde arriba, Ago. 2022)

- En entornos de alto cambio como los actuales las capacidades de los líderes para lograr los objetivos planeados, logrando el compromiso de equipos de trabajo que deben abandonar la forma como se han desempeñado por mucho tiempo es un reto significativo: “El cerebro humano está programado para ser cauteloso ante el cambio, del cual la transformación digital es un excelente ejemplo. Ya sea que se trate de un miedo clásico al fracaso o de la preocupación por parecer incompetente, es probable que los mecanismos de defensa de las personas las detengan. Los líderes tendrán que usar sus habilidades de negociación e inteligencia emocional para manejar las preocupaciones de las personas con compasión mientras continúan alentándolos a través de la transición.” (EY, Cómo navegar por el lado humano de la transformación digital, jul 2021)

Dentro de la información cuantitativa analizada se encuentra la siguiente:

- Los cambios derivados de la transformación digital han alterado no solamente la forma de trabajar sino las expectativas de los equipos de trabajo y con ellas la forma en que los líderes ejercen poder, influencia y control: “La transformación digital, como ideología empresarial e imperativo empresarial, ha ganado: los líderes empresariales serios de todo el mundo aceptan que sus mercados, clientes y trabajadores se han vuelto digitales. En nuestra reciente encuesta de gestión global, el 93 % de los trabajadores de todas las industrias y geografías afirman que tener conocimientos digitales es esencial para desempeñarse bien en su función. Sin embargo, en la vida real, las transformaciones digitales efectivas también generan riesgos imprevistos y costos imprevistos. El énfasis de los líderes en una mayor eficiencia y productividad ha provocado una reacción violenta, particularmente de una fuerza laboral con conocimientos digitales. El talento digital ahora espera más del liderazgo que una mayor flexibilidad, una mejor compensación y/o entornos de trabajo que respalden la productividad. Nuestra investigación sugiere que las fuerzas de trabajo con conocimientos digitales esperan que la transformación digital refleje y respete mejor sus preocupaciones y valores, no solo garantice capacidades y oportunidades comerciales superiores” (Schrage, Transformación digital del liderazgo en MIT Sloan, Enero de 2021).

- En medio de la crisis que afecta al sector de la salud, la situación financiera de las entidades promotoras de salud se ha visto comprometida y uno de los casos más sonados fue la desafortunada liquidación de la EPSD Coomeva en 2022: “La Superintendencia Nacional de Salud ordenó la liquidación de la EPS Coomeva, después de demostrar la imposibilidad de mejorar su situación financiera y la protección a la vida y la salud de sus 1,2 millones de afiliados en 24 departamentos del país” (Portafolio, Superintendencia de Salud ordenó la liquidación de la EPS Coomeva, enero de 2022)

- Y es que de las encuestas adelantadas por ASCOOP, y la retroalimentación obtenida en las entrevistas directas con los líderes de Coomeva, pudimos identificar una enorme necesidad por desarrollar las competencias de al menos 200 de los trabajadores del nivel medio de Coomeva, quienes tienen a su cargo el liderazgo de equipos de trabajo y de procesos para ajustar sus practicas de liderazgo para desempeñarse con propósito, compromiso y equidad cumpliendo sus expectativas de generación de valor a nivel personal, de equipo y de organización en ambientes laborales con altas presiones por productividad, transformación y alto desempeño.

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 información secundaria, de la situación actual del gremio, y el diagnóstico con herramientas propias; se identificó la siguiente necesidad de formación específica: Consolidar un modelo de liderazgo que facilite el despliegue efectivo de las estrategias definidas por la alta dirección a la vez que responde a las expectativas de los equipos de trabajo y los valores organizacionales en ambientes de alta transformación digital.

Objetivo 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: Aplicar practicas y herramientas que permitan consolidar un modelo de liderazgo que facilite el despliegue efectivo de las estrategias definidas por la alta dirección, generando valor a través de equipos de trabajo comprometidos y en respeto de los valores organizacionales, en ambientes de alta transformación digital.

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 que puedan desplegar practicas y herramientas que faciliten su desempeño como líderes ante los nuevos retos empresariales, estableciendo líneas de actuación claras para anticiparse a los obstáculos que impidan la consecución de los objetivos marcados, siendo flexibles para adaptarse con mayor facilidad a los cambios en el entorno empresarial, la toma de decisiones, el direccionamiento y la gestión de equipos, que son elementos claves para el logro de los retos en ambientes de alta transformación digital.

El objetivo de la acción de formación se relaciona de forma directa con la necesidad identificada lo que evidencia que se podrá solucionar parcialmente la necesidad identificada. 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 este objetivo contribuirá a alcanzar el objetivo general formulado para el proyecto.

Evento de formación

Tipo de evento de formación	Curso	Modelo de aprendizaje	No Aplica
Modalidad de formación	Presencial asistida por tecnologías-PAT	Tipo de ambiente de aprendizaje	Plataforma o herramienta tecnológica
Número de grupos	10	Número de horas por grupo	40
Número de beneficiarios por grupo	20	Número de días por grupo de la AF	20
Número de beneficiarios de la AF	200	Número total de horas por AF	400

Beneficiarios

Area(s) funcional(es)

Área Funcional	Otra
Finanzas	
Marketing	
Otra	Operaciones
Otra	Comercial
Otra	Riesgo
Otra	Jurídica
Otra	Centro de contacto
Otra	Auditoria
Otra	aRQUITECTURA
Otra	Administrativo
Recursos humanos	

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional

MEDIO

otros datos

Número de trabajadores en condición de discapacidad	0	Número de trabajadores mujeres	15
Número de empresas a beneficiar	3	Número de empresas BIC a beneficiar	0
Número de empresas mipymes	1	Número de trabajadores de empresas mipymes	0
Número de empresas de su cadena productiva	0	Número de trabajadores de empresas de su cadena productiva	0

Justificación empresas mipymes

Algunas de las empresas afiliadas a ascoop son Mipymes

Justificación empresas de la cadena productiva

NA

Enfoque de la Acción de formación

Formación en el trabajo

Sectores y sub-sectores del beneficiario

Sector
Servicios
Subsector
Transversal
Salud

Justificación Sector - Subsector

Sector: SERVICIOS

Subsector: TRANSVERSAL

Ascoop se clasifica como del subsector Transversal porque tiene asociadas cooperativas en varios subsectores económicos. Esta acción de formación en particular se suscribe a trabajadores provenientes de cooperativas que se desempeñan en el sector salud lo son Coomeva Medicina prepagada, Coomeva emergencia médica y la Cooperativa Medica del Valle y de Profesionales de Colombia Coomeva quienes encuentran pertinencia entre los temas abordados y las actividades que realizan en sus cooperativas.

Por lo anterior la formación propuesta está relacionada con el sector y subsector del que proceden los beneficiarios.

UNIDADES TEMÁTICAS

AF N° 6
ACCIÓN DE FORMACIÓN DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS Y LA GENERACIÓN DE VALOR EN EL SECTOR COOPERATIVO
UNIDAD TEMÁTICA N° 1
UNIDAD TEMÁTICA UT I. LIDERES QUE IMPACTAN EN EL LOGRO DE RESULTADOS

N° total de horas prácticas presenciales	0	N° total de horas teóricas presenciales	0
N° total de horas prácticas virtuales	0	N° total de horas teóricas virtuales	0
N° total de horas prácticas PAT	6	N° total de horas teóricas PAT	4

N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática		10	

Contenidos de la UT

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 homogéneos y detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:

- Hacia un modelo de liderazgo institucional
- Lider con identidad cooperativa
- *El potencial del valor cooperativo
- *Aspectos más relevantes del concepto de valor cooperativo y de los roles asociados a él, en el marco del modelo cooperativo Coomeva
- Responsabilidad con el cumplimiento de los compromisos: una actitud clave en el logro de los resultados.
- *Accountability: un valor interno que sustenta la responsabilidad y el cumplimiento de los resultados
- *Pilares del accountability: compromiso, proactividad y responsabilidad
- *Impacto en los resultados personales y organizacionales
- *¿Cómo se articula el compromiso con asumir la responsabilidad?
- *Herramientas para pedir responsabilidades sin afectar las relaciones: ¿cómo pedir el cumplimiento de los acuerdos sin dañar la relación?
- ¿Cómo asegurar la atención del equipo en los resultados?
- *Metodología para establecer objetivos alcanzables, retadores y concretos.
- *El papel del líder Coomeva en los resultados y en el reconocimiento de los logros obtenidos a nivel individual y grupal.
- *Herramientas sistémicas que facilitan la orientación y el logro de resultados.

Competencias a adquirir

A partir de los contenidos abordados en esta unidad temática se espera alcanzar la siguiente competencia:

*Identifica los atributos del modelo de liderazgo que persigue desplegar la organización.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	Horas de capacitación
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	10

AF N°

6

ACCIÓN DE FORMACIÓN DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS Y LA GENERACIÓN DE VALOR EN EL SECTOR COOPERATIVO

UNIDAD TEMÁTICA N° 2

UNIDAD TEMÁTICA UT II. LÍDERES QUE GENERAN AMBIENTES DE CONFIANZA PARA PROPICIAR EL DIÁLOGO Y MEJORES RESULTADOS DE NEGOCIO

N° total de horas prácticas presenciales	0	N° total de horas teóricas presenciales	0
N° total de horas prácticas virtuales	0	N° total de horas teóricas virtuales	0
N° total de horas prácticas PAT	5	N° total de horas teóricas PAT	3
N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática		8	

Contenidos de la UT

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 homogéneos y detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:

- Pilares para construir confianza
- *Los comportamientos de Líderes con Alta Confianza. Conductas Opuestas y Falsas Apariencias.
- *Resolver situaciones, conflictos y desacuerdos con las conductas de confianza.
- *Incrementar la confiabilidad y credibilidad de los equipos con el ejemplo
- *Evaluar la credibilidad del equipo: carácter y competencia
- *Como implementar la confianza en el equipo
- Conversaciones difíciles y manejo de conflictos
- *¿Qué conversaciones estamos teniendo?
- *Las conversaciones difíciles
- *El mapa de conversaciones difíciles
- *Identificando mi estilo de comunicación para una comunicación difícil
- *Confrontación saludable
- *Conversaciones con altas emociones y como se controlan
- Feedforward vs feedback: herramientas para retroalimentar el desempeño
- *Modelo de desarrollo a escala humana: cómo reconocer las necesidades y satisfactores que impactan la motivación personal y del equipo de trabajo
- *La asertividad y el Feedback constructivo
- *Barreras de la comunicación y dificultades para la correcta interpretación
- *Comunicación asertiva: modelo de comunicación no violenta para fortalecer la empatía
- *Conversaciones apreciativas: una estrategia de comunicación para la retroalimentación frecuente y temprana

- Experiencia del colaborador para construir un entorno laboral más inclusivo y participativo
- *Experiencia del empleado
- *Promover entornos seguros de trabajo
- *Tendencias de Reskilling y Upskilling para afrontar los nuevos roles que están llegando y llegarán a nuestras organizaciones
- *Reskilling para adquirir nuevas competencias y poder pivotar de un puesto a otro, de una función a otra
- *Upskilling implica evolucionar las competencias necesarias dentro de un mismo puesto o perfil.

Competencias a adquirir

A partir de los contenidos abordados en esta unidad temática se espera alcanzar la siguiente competencia:

*Promueve prácticas para construir experiencias positivas en sus colaboradores, en el proceso de gestionar su compromiso con la organización

*Usa herramientas para generar diálogos abiertos que promuevan la confianza en los equipos de trabajo que gestiona.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	Horas de capacitación
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	8

AF N°

6

ACCIÓN DE FORMACIÓN DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS Y LA GENERACIÓN DE VALOR EN EL SECTOR COOPERATIVO

UNIDAD TEMÁTICA N° 3

UNIDAD TEMÁTICA UT III. LIDERES CENTRADOS EN LA GENERACIÓN DE VALOR

N° total de horas prácticas presenciales	0	N° total de horas teóricas presenciales	0
N° total de horas prácticas virtuales	0	N° total de horas teóricas virtuales	0
N° total de horas prácticas PAT	6	N° total de horas teóricas PAT	4
N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática	10		

Contenidos de la UT

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 homogéneos y detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:

-Empoderamiento y desarrollo

*Dirigir Pensando: El empoderamiento florece en una atmósfera de apertura, buena comunicación y confianza, acortar las líneas de comunicación entre los niveles de la empresa, romper las barreras de los puestos y desarrollar una mejor comprensión y cohesión en la organización

*Fortalecer capacidades, confianza y visión para impulsar cambios positivos en Coomeva

*Conectar con sus colaboradores, con sus pares, clientes y proveedores, desde la certeza de estar contribuyendo al desarrollo de Coomeva

*Empoderar facilitando a otros el despliegue de su máximo desempeño gracias a la influencia que ejerce con su ser y hacer

*Promover la creatividad e innovación en los equipos.

-Experimentar, tomar decisiones, tomar riesgos y ajustar su curso

*Cronología y características de los problemas

*Planificación, gestión y control para la solución de problemas

*Aprovechando constructivamente las diferencias en la solución de problemas

*El análisis estratégico en la solución de problemas

*Modelos dinámicos para tomas de decisiones

*Estructuración de problemas de decisión con múltiples objetivos

*Toma de decisiones en ambientes inciertos y simulación de Montecarlo.

Competencias a adquirir

A partir de los contenidos abordados en esta unidad temática se espera alcanzar la siguiente competencia:

*Considera las metas a cumplir para definir estrategias que faciliten el adecuado seguimiento de los resultados alcanzados

*Aplica herramientas formales para dar solución a los problemas que surgen en su entorno de trabajo.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	Horas de capacitación
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	10

AF N°

6

ACCIÓN DE FORMACIÓN DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS Y LA GENERACIÓN DE VALOR EN EL SECTOR COOPERATIVO

UNIDAD TEMÁTICA N° 4

UNIDAD TEMÁTICA UT IV. LIDERES COOMEVA QUE INNOVAN PARA MOVILIZAR Y DINAMIZAR EQUIPOS DE ALTO DESEMPEÑO

N° total de horas prácticas presenciales	0	N° total de horas teóricas presenciales	0
N° total de horas prácticas virtuales	0	N° total de horas teóricas virtuales	0
N° total de horas prácticas PAT	5	N° total de horas teóricas PAT	3
N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática	8		

Contenidos de la UT

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 homogéneos y detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:

-Líderes orientados a la implementación

*El rol del líder a la hora de implementar la estrategia organizacional

*Vincular los objetivos operativos con la visión estratégica facilitando que sea comprendida e implementada.

-Flexibilidad y agilidad en entornos de incertidumbre y escenarios de cambio

*La necesidad de flexibilidad y agilidad en el trabajo en las organizaciones modernas

*Imperativos para la flexibilidad: La creciente complejidad del trabajo

*La agilidad de aprendizaje (Learning Agility): Fundamentos y comportamientos

*Estrategias para desarrollar la flexibilidad y agilidad personal.

-Análisis de datos

*Las nuevas fuentes de datos y las herramientas y técnicas de análisis que permiten nuevos niveles de dinamismo y flexibilidad a la hora de tomar decisiones.

Competencias a adquirir

A partir de los contenidos abordados en esta unidad temática se espera alcanzar la siguiente competencia:

*Analiza los datos disponibles para tomar decisiones de negocio

*Implementa acciones para fortalecer las capacidades de flexibilidad y agilidad en el trabajo.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	Horas de capacitación
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	8

AF N°

6

ACCIÓN DE FORMACIÓN DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS Y LA GENERACIÓN DE VALOR EN EL SECTOR COOPERATIVO

UNIDAD TEMÁTICA N°

5

UNIDAD TEMÁTICAUT V. INTELIGENCIA EMOCIONAL CORRESPONDIENTE A LAS HABILIDADES TRANSVERSALES DOCUMENTO “EL BID TE ESCUCHA”

N° total de horas prácticas presenciales	0	N° total de horas teóricas presenciales	0
N° total de horas prácticas virtuales	0	N° total de horas teóricas virtuales	0
N° total de horas prácticas PAT	2	N° total de horas teóricas PAT	2
N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática		4	

Contenidos de la UT

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 homogéneos y detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:

- Líderes que regulan de forma apropiada los fenómenos emocionales
- *Importancia de la inteligencia emocional en el rol de líder
- *Evaluación de las competencias personales y sociales de la inteligencia emocional
- *Manejar las emociones y los impulsos perjudiciales
- *Tendencias emocionales que guían o facilitan la obtención de las metas
- *Competencias sociales: habilidades sociales y empatía.
- *Herramientas para establecer empatía.
- *Lidiar con el enojo, frustración y agotamiento emocional
- *Plan de acción para mejorar las competencias de la inteligencia emocional
- *Mindfulness, los beneficios de esta práctica y su relación con el bienestar emocional.

Competencias a adquirir

A partir de los contenidos abordados en esta unidad temática se espera alcanzar la siguiente competencia:

- * Comprender, expresa y regula de forma apropiada los fenómenos emocionales

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	Horas de capacitación
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	4

Proveedor de la formación - persona jurídica

Esta acción de formación será adelantada por la persona jurídica que a continuación se describe:

FUNDACIÓN POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA cuyo objeto es la prestación de servicios en todos los campos de acción de la educación, en especial de la educación superior, según lo previsto en el Artículo 7 de la Ley 30 de 1992 y demás disposiciones complementarias y concordantes. Esta es una Institución de Educación Superior con vocación formativa, que trabaja apasionadamente para brindar más y mejores oportunidades de acceso a una formación integral, pertinente y de calidad, que transforma vidas y genera un impacto positivo en la sociedad.

La FUNDACIÓN POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA cumple con todos los requerimientos exigidos por los pliegos y anexos de la convocatoria, en particular:

1. Cuenta con más de 28 años de constitución legal.
2. Cuenta con más de 5 años de experiencia en 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 2023.
3. Cumple con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995 y/o las normas que les sean aplicables para su funcionamiento en el territorio nacional.

Material de formación

A cada participante se le entrega el material de forma electrónica y es un complemento didáctico necesario para que el estudiante obtenga información adicional, para resolver problemas, para representar conceptos abstractos y densos, razonamiento lógico y argumentación, también permite desarrollar los contenidos de manera lógica y secuencial, con lecturas que apoyan el aprendizaje, talleres y ejercicios prácticos para su aplicación, estimulando el proceso de enseñanza y aprendizaje.

Estos recursos contribuyen al mejoramiento y aplicación del conocimiento permitiendo al participante desarrollar habilidades de liderazgo que les permitan estar motivados y concentrados en lo importante, para que sus acciones, estrategias y procesos sean de calidad, innovadoras y disruptivas, orientados al crecimiento, a través de la identidad cooperativa, valores y lealtad y la gestión adecuada de equipos de trabajo; con la perspectiva, visión y capacidades de trabajar en entornos complejos y volátiles.

El material descrito cumple la normatividad vigente en cuanto a propiedad intelectual y lo establecido en la Resolución de Tarifas 2023. El material de formación corresponde a una producción reciente de menos de 2 años.

El material de formación está metodológicamente estructurado y guarda coherencia con la metodología de la formación y las unidades temáticas propuestas de modo que facilita la transferencia de conocimiento. A continuación se presentan algunos de los contenidos que se incluirán en el material propuesto:

- *Líderes que impactan en el logro de resultados
- *Líderes que generan ambientes de confianza para propiciar el diálogo y mejores *resultados de negocio
- *Líderes centrados en la generación de valor

Los recursos didácticos correspondientes al material de apoyo que el capacitador utiliza para facilitar la transmisión de conocimientos y se convierten en apoyo para la capacitación, (diapositivas, imágenes, videos, entre otras) no hacen parte del material de formación aquí descrito.

Alineación de la acción de formación

Alineación

Acción de Formación que dé respuesta a Focos Temáticos de Desarrollo Regional en Ciencia, Tecnología e Innovación. (CONPES 3866 de 2016)

Justificación de la Alineación

El documento CONPES 3975 de política nacional para la transformación digital e inteligencia artificial, al analizar al diagnosticar el estado de las empresas frente a la transformación digital encuentra que dentro de las “Barreras y desafíos que enfrentan las empresas para lograr una transformación digital exitosa” la falta de liderazgo es identificada como una de las principales barreras en el sector privado siendo citada por el 42.9% de los consultados en un estudio adelantado por el DNP. Esta acción de formación se orienta en su totalidad a promover un modelo de liderazgo alineado con entornos de alta transformación digital que favorezca su efectiva implementación en respuesta a entornos volátiles y de cambio en el que las relaciones con los clientes y con los empleados cambian de forma disruptiva.

Adicionalmente, dentro de las cooperativas beneficiadas con esta acción de formación se encuentran cooperativas del sector Salud, como las que integran el grupo Coomeva, que tiene su sede principal en el Valle del Cauca y también tiene sedes en Bogotá, departamentos ambos en donde la salud y los servicios de desarrollo social son un foco temático de desarrollo regional en CTCL, por lo que esta acción de formación encuentra coincidencia con dicho foco.

¿ La AF participará en el Evento presencial de resultados de aplicación de conocimientos del Programa de Formación Continua Especializada 2023 ?

No

Acción de formación especializada

La acción de formación propuesta es especializada pues es de corta duración, permite la actualización, adquisición y apropiación de conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas 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 elevaran las competencias laborales que los trabajadores del sector requieren para desplegar prácticas y herramientas que faciliten su desempeño como líderes ante los nuevos retos empresariales, estableciendo líneas de actuación claras para anticiparse a los obstáculos que impidan la consecución de los objetivos marcados, siendo flexibles para adaptarse con mayor facilidad a los cambios en el entorno empresarial, la toma de decisiones, el direccionamiento y la gestión de equipos, que son elementos claves para el logro de los retos en ambientes de alta transformación digital; lo que aumentaran la empleabilidad de los trabajadores beneficiarios así como aumentará la productividad y competitividad de las cooperativas participantes.

Resultados - Impacto de la formación en el desempeño del trabajador y aplicación de conocimientos en el puesto de trabajo

Una vez ejecutada la acción de formación los beneficiarios generaran los resultados de impacto aquí descritos, 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 y 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.

Dichos resultados, además están alineados con las unidades temáticas, en la medida en que los contenidos abordados en ella permiten alcanzarlos.

A continuación se listan los resultados de impacto:

- R1: Despliegue efectivo de las estrategias a través de la organización
- R2: Planes de acción para alcanzar modelos de liderazgo definidos y alineados a los requerimientos de la organización, del entorno y de los colaboradores-
- R3: Implementación de prácticas para la gestión adecuada de las emociones en el desempeño del rol de líderes
- R4: Despliegue de herramientas para la adecuada retroalimentación de los equipos de trabajo
- R5: Seguimiento adecuado a las metas de desempeño definidas

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

Gracias a que los trabajadores cursan esta acción de formación, se espera que las empresas alcancen resultados de impacto en productividad y competitividad como se indica a continuación:

Resultados de impacto Productividad

- R1: Dinamismo en los procesos de transformación digital
- R2: Adecuada integración de la tecnología con los procesos operativos.

Resultados de impacto Competitividad

- R1: Cumplimiento de los resultados de desempeño propuestos.
- R2: Equipos de trabajo comprometidos y cohesionados.
- R3: Mejora en la calidad de los servicios percibida por usuarios y clientes.

Como se puede analizar, los resultados antes descritos están relacionados con la acción de formación propuesta.

Justificación lugar de ejecución

Se justifica dictar acciones de formación en los municipios y departamentos relacionados para esta acción de formación en atención a que las empresas afiliadas a ASCOOP, como Coomeva Medicina prepagada, Coomeva emergencia médica y la Cooperativa Medica del Valle y de Profesionales de Colombia 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.

Lugar de ejecución

Departamento	N° Beneficiarios
BOGOTÁ D.C	20
VALLE DEL CAUCA	138
CAUCA	2
ANTIOQUIA	20
ATLÁNTICO	20

Presupuesto de la AF

Rubro	Descripción	Cofinanciación SENA	%	Contrapartida especie	%	Contrapartida dinero	%	Valor total
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	HONORARIOS DOCENTE NACIONAL MAESTRIA (32 HORAS X 10 GRUPOS)=320 HORAS	\$ 91.395.000	% 75,16	\$ 0	% 0,00	\$ 30.205.000	% 24,84	\$ 121.600.000
R01.2.4 Honorarios Capacitador Internacional - Profesional con título de maestría	HONORARIOS DOCENTE INTERNACIONAL MAESTRIA (8 HORAS X 10 GRUPOS)=80 HORAS	\$ 58.920.000	% 75,00	\$ 0	% 0,00	\$ 19.640.000	% 25,00	\$ 78.560.000
R10.3 Garantías	PÓLIZAS DE SEGURO PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	\$ 0	% 0,00	\$ 0	% 0,00	\$ 260.000	% 100,00	\$ 260.000
COSTO TOTAL DE LA AF		\$ 150.315.000	% 75,00	\$ 0	% 0,00	\$ 50.105.000	% 25,00	\$ 200.420.000

AF N° 9
ACCIÓN DE FORMACIÓN GESTIÓN DEL CAMBIO PARA APALANCAR LOS PROCESOS DE TRANSFORMACION DIGITAL

[Volver al Listado de AF](#)

Necesidad o problema puntual detectado en la empresa/gremio, a la que se puede dar respuesta total o parcial mediante 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 información secundaria, de la situación actual del gremio, y el diagnóstico con herramientas propias; se identificó la siguiente necesidad de formación específica: Los cambios derivados de los procesos de transformación digital no son recibidos satisfactoriamente por los colaboradores

Análisis causas y efectos de la necesidad de formación detectada

Esta necesidad identificada es originada por estas causas:

1. No se gestiona el cambio de forma proactiva
2. No se involucra adecuadamente a los equipos en los procesos de transformación digital
3. No se valora adecuadamente el impacto en las personas de los procesos de transformación digital

Esta necesidad genera los siguientes efectos que permanecerán si no se efectúa la acción de formación propuesta:

1. La transformación digital no tiene el impacto potencial que podría tener
2. Algunos proyectos de transformación digital fracasan.
3. No se adapta el negocio a los requerimientos del entorno y de los clientes.

Justificación de la necesidad detectada según resultados cuantitativos y cualitativos del diagnóstico realizado y según fuentes internas o externas de información

Esta acción de formación se relaciona con la necesidad de formación en que centra sus temáticas en las buenas prácticas y herramientas a ser utilizadas para planear y gestionar el cambio de forma tal que el mismo sea bien recibido por los colaboradores y se obtenga de ellos el compromiso para alcanzar las metas organizacionales. Por lo tanto a través de la acción de formación se puede dar respuesta parcial a la necesidad identificada.

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 de ahorro y crédito para el que va destinada esta acción de formación.

Dentro de la información cualitativa analizada se encuentra la siguiente:

- El impacto en las personas por la transformación digital parece no generar la suficiente atención pero es significativamente importante pues son estas las que tienen en sus manos el aprovechamiento de las tecnologías

digitales: "cuando Los cambios organizacionales desencadenados por la transformación digital suelen centrarse solo en los procesos internos o aún más basados en la tecnología, dejando atrás, o incluso ignorando por completo, las consecuencias de dichos cambios en las personas. Hay una falta de estudios que presenten los caminos para la gestión sostenible del cambio durante la transformación digital, especialmente aquellos de profesiones tradicionales, empresas menos maduras digitalmente y países en desarrollo. La transformación del negocio será exitosa solo cuando los empleados estén totalmente comprometidos con la visión de la empresa y no solo cuando la empresa instale con éxito algunas de las tecnologías nuevas y emergentes e implemente cambios (Pacolli, Importancia de la Gestión del Cambio en la Sostenibilidad de la Transformación Digital en IFAC, dic 2022)

- En la misma línea, la consultora Deloitte atribuye parte de los casos de fracaso en los procesos de transformación digital al temor de los trabajadores por el cambio: "Cuando las iniciativas de transformación digital tienen dificultades, a menudo se le echa la culpa a la implementación de la tecnología. Sin embargo, en muchos casos, en realidad es más una cuestión de personas que de tecnología. El miedo al cambio a menudo juega un papel fundamental en los fracasos de los proyectos. ¿La solución? Tener conversaciones difíciles que construyan una visión unificada y acepten el cambio"(Deloitte, Transformación digital: reducir el miedo para producir el éxito, 2020).

Dentro de la información cuantitativa analizada se encuentra la siguiente:

- Los procesos de transformación digital son irreversibles, al contrario, se aceleraron con la pandemia y la necesidad de gestionar el cambio que las disrupciones tecnológicas generan es apremiante. En 2021 cuando el mundo comenzaba a salir de la pandemia, en USA la consultora McKinsey indago sobre la transformación digital en las empresas, su conclusión: "La pandemia ha aumentado drásticamente la velocidad a la que lo digital está cambiando fundamentalmente los negocios". Dentro de sus hallazgos encontraron que " muchos de los encuestados reconocen que los modelos de negocio de sus empresas se están volviendo obsoletos. Solo el 11 % cree que sus modelos comerciales actuales serán económicamente viables hasta 2023, mientras que otro 64 % dice que sus empresas necesitan crear nuevos negocios digitales para ayudarlos a llegar allí" (McKinsey, El nuevo borde digital: Repensar la estrategia para la era pospandemia, 2021). Esto significa que los cambios son inevitables

- Las encuestas adelantadas por ASCOOP, y la retroalimentación obtenida en los procesos de formación adelantados en 2022, nos permitieron concluir que al menos 30 cooperativas demandan formación para sus trabajadores en gestión del cambio.

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 información secundaria, de la situación actual del gremio, y el diagnóstico con herramientas propias; se identificó la siguiente necesidad de formación específica: Los cambios derivados de los procesos de transformación digital no son recibidos satisfactoriamente por los colaboradores.

Objetivo 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: Implementar procesos formales de gestión del cambio que faciliten el involucramiento positivo y el compromiso de los colaboradores frente a la transformación digital que adelantan las organizaciones.

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 que puedan involucrar a los colaboradores en los procesos de transformación digital que adelantan, estableciendo ambientes de dialogo abierto y confianza en la que se comprendan adecuadamente los impactos de las transformaciones planeadas y en los que el cambio sea bienvenido y no temido; favoreciendo así el logro de las estrategias trazadas.

El objetivo de la acción de formación se relaciona de forma directa con la necesidad identificada lo que evidencia que se podrá solucionar parcialmente la necesidad identificada. 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 este objetivo contribuirá a alcanzar el objetivo general formulado para el proyecto.

Evento de formación

Tipo de evento de formación	Curs o	Modelo de aprendizaje	No Aplica
Modalidad de formación	Virt ual	Tipo de ambiente de aprendizaje	Aula virtual
Número de grupos	1	Número de horas por grupo	40
Número de beneficiarios por grupo	100	Número de dias por grupo de la AF	20
Número de beneficiarios de la AF	100	Número total de horas por AF	40

Beneficiarios

Area(s) funcional(es)

Área Funcional	Otra
Dirección	
Finanzas	
Innovación	
Marketing	
Recursos humanos	
Tecnología	

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional
MEDIO

otros datos

Número de trabajadores en condición de discapacidad	0	Número de trabajadores mujeres	20
Número de empresas a beneficiar	30	Número de empresas BIC a beneficiar	0
Número de empresas mipymes	27	Número de trabajadores de empresas mipymes	85
Número de empresas de su cadena productiva	0	Número de trabajadores de empresas de su cadena productiva	0

Justificación empresas mipymes

Muchas de las cooperativas asociadas a ASCOOP que se clasifican como mipyme.

Justificación empresas de la cadena productiva

NA

Enfoque de la Acción de formación

Formación en el trabajo

Sectores y sub-sectores del beneficiario

Sector
Servicios
Subsector
Transversal

Justificación Sector - Subsector

Sector: SERVICIOS
Subsector: TRANSVERSAL

Ascoop se clasifica como del subsector Transversal porque tiene asociadas cooperativas en varios subsectores económicos. Esta acción de formación en particular se suscribe a trabajadores provenientes de sectores tales como el comercio, ahorro y crédito, salud y educación, quienes encuentran pertinencia entre los temas abordados y las actividades que realizan en sus cooperativas.

Por lo anterior la formación propuesta está relacionada con el sector y subsector del que proceden los beneficiarios.

UNIDADES TEMÁTICAS

AF N°	9
ACCIÓN DE FORMACIÓN GESTIÓN DEL CAMBIO PARA APALANCAR LOS PROCESOS DE TRANSFORMACION DIGITAL	
UNIDAD TEMÁTICA N°	1
UNIDAD TEMÁTICA	UT I. AUTOCONFIANZA CORRESPONDIENTE A LAS HABILIDADES TRANSVERSALES DOCUMENTO “EL BID TE ESCUCHA”

N° total de horas prácticas presenciales	0	N° total de horas teóricas presenciales	0
N° total de horas prácticas virtuales	2	N° total de horas teóricas virtuales	2
N° total de horas prácticas PAT	0	N° total de horas teóricas PAT	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática		4	

Contenidos de la UT

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 homogéneos y detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:

- Seguridad en uno mismo y verse capaz de realizar con éxito una tarea
- Seguridad en las propias capacidades, decisiones y opiniones
- Transformación de creencias limitantes que tienen un impacto negativo en la autoestima y la autoconfianza.
- Aceptación del error
- Generación de estados emocionales óptimos e identificación de creencias negativas.
- Autosuperación
- Mentalidad de crecimiento a través de la flexibilidad, el pensamiento creativo y la práctica intencional.

Competencias a adquirir

A partir de los contenidos abordados en esta unidad temática se espera alcanzar la siguiente competencia:

*Actúa con seguridad y confianza en procura de alcanzar las metas que tiene a cargo.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	Horas de capacitación
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	4

AF N°	9
ACCIÓN DE FORMACIÓN GESTIÓN DEL CAMBIO PARA APALANCAR LOS PROCESOS DE TRANSFORMACION DIGITAL	
UNIDAD TEMÁTICA N°	2
UNIDAD TEMÁTICA	UT II. TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y CAMBIO ORGANIZACIONAL FRENTE A LOS RETOS DEL CONTEXTO ACTUAL

N° total de horas prácticas presenciales	0	N° total de horas teóricas presenciales	0
N° total de horas prácticas virtuales	10	N° total de horas teóricas virtuales	6
N° total de horas prácticas PAT	0	N° total de horas teóricas PAT	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática		16	

Contenidos de la UT

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 homogéneos y detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:

- Contexto actual, incertidumbre y visión de negocio
- *Análisis y diagnóstico organizacional.
- *Incertidumbre y visión de negocio
- Componentes de Los procesos de transformación digital
- La urgencia de hacer transformación digital
- Change Management como soporte a la transformación digital
- *Niveles lógicos de cambio: persona, equipo, organización.
- *Fases en un proceso de cambio integral.
- *Manejo de percepciones y creencias frente al cambio: individuales y culturales.
- *Estrategias para trascender la resistencia al cambio.
- *La comunicación: estrategia de excelencia ante el cambio.
- *Cultura de las organizaciones y el cambio.

Competencias a adquirir

A partir de los contenidos abordados en esta unidad temática se espera alcanzar la siguiente competencia:

- Reconoce las implicaciones de la transformación digital en el entorno de negocio y como la gestión del cambio puede facilitar su implementación

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	Horas de capacitación
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	16

AF N°

9

ACCIÓN DE FORMACIÓN

GESTIÓN DEL CAMBIO PARA APALANCAR LOS PROCESOS DE TRANSFORMACION DIGITAL

UNIDAD TEMÁTICA N°

3

UNIDAD TEMÁTICA

UT III. APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS PARA GESTIONAR EL CAMBIO ORGANIZACIONAL-20 HORAS

N° total de horas prácticas presenciales	0	N° total de horas teóricas presenciales	0
N° total de horas prácticas virtuales	12	N° total de horas teóricas virtuales	8
N° total de horas prácticas PAT	0	N° total de horas teóricas PAT	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática	20		

Contenidos de la UT

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 homogéneos y detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:

- La Transformación digital es cambio
- *Tecnologías disruptivas e impacto en las personas
- *Competitividad y productividad
- Técnicas y métodos para involucrar a los colaboradores en los procesos de transformación digital
- *Lego Serious Play. Se utiliza el juego como herramienta para compartir información. Actividad dinámica para tratar diferentes temas de negocio, estrategias, problemáticas y más.
- *Brainstorming. Generar el mayor número de ideas o soluciones posibles en un tiempo determinado, para luego analizarlas y separar las mejores
- *Scamper. Consiste en un listado de preguntas preestablecidas cuya formulación de respuestas impulsa la creatividad.
- *Sensibilización. Se propone algún reto para ver qué sucede con los colaboradores al momento de enfrentarlo, desarrollar soluciones o analizar los obstáculos
- Metodologías del Change Management para innovar
- *Modelo ADKAR
- *Fases del proceso de Change Management
- Movilizar y visualizar la solución.
- Comprometer: diseñar la solución.
- Popularizar: entrega de la solución.
- La curva del cambio.
- *Diseño: Pasos en la transición de un cambio organizacional
- Objetivos de la reorganización
- Rediseño y asignación de los roles
- *Las barreras al cambio son barreras a la innovación
- Principales razones para la resistencia
- Niveles de resistencia
- Factores motivacionales
- Capacidad de adaptación
- Herzberg: factores motivacionales
- Engagement & Talent Management Tools
- *Planificar el cambio
- Preparación al cambio: dashboard
- Preparación al cambio: high level Change Management Plan
- Preparación al cambio: ruta de transformación.

Competencias a adquirir

A partir de los contenidos abordados en esta unidad temática se espera alcanzar la siguiente competencia:

- *Reflexiona sobre el impacto de los proyectos de transformación digital en las personas y apropia herramientas para involucrarlas en la planeación de los mismos.
- *Planea estrategias para incorporar la gestión del cambio en los proyectos de transformación digital que adelanta

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	Horas de capacitación
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	20

Proveedor de la formación - persona jurídica

Esta acción de formación será adelantada por la persona jurídica que a continuación se describe:

FUNDACIÓN POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA cuyo objeto es la prestación de servicios en todos los campos de acción de la educación, en especial de la educación superior, según lo previsto en el Artículo 7 de la Ley 30 de 1992 y demás disposiciones complementarias y concordantes. Esta es una Institución de Educación Superior con vocación formativa, que trabaja apasionadamente para brindar más y mejores oportunidades de acceso a una formación integral, pertinente y de calidad, que transforma vidas y genera un impacto positivo en la sociedad.

La FUNDACIÓN POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA cumple con todos los requerimientos exigidos por los pliegos y anexos de la convocatoria, en particular:

1. Cuenta con más de 28 años de constitución legal.
2. Cuenta con más de 5 años de experiencia en 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 2023.
3. Cumple con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995 y/o las normas que les sean aplicables para su funcionamiento en el territorio nacional.

Material de formación

El estudiante contará con los recursos educativos digitales en el LMS, los cuales se complementan con actividades individuales y grupales y se constituye en el material que es un complemento didáctico necesario para que el estudiante obtenga información adicional, para resolver problemas, para representar conceptos abstractos y densos, razonamiento lógico y argumentación, también permite desarrollar los contenidos de manera lógica y secuencial, con lecturas que apoyen el aprendizaje, talleres y ejercicios prácticos para su aplicación, estimulando el proceso de enseñanza y aprendizaje.

Estos recursos contribuyen al mejoramiento y aplicación del conocimiento permitiendo al participante apropiar buenas prácticas y herramientas a ser utilizadas para planear y gestionar el cambio de forma tal que el mismo sea bien recibido por los colaboradores y se obtenga de ellos el compromiso para alcanzar las metas organizacionales.

El material descrito cumple la normatividad vigente en cuanto a propiedad intelectual y lo establecido en la Resolución de Tarifas 2023. El material de formación corresponde a una producción reciente de menos de 2 años.

El material de formación está metodológicamente estructurado y guarda coherencia con la metodología de la formación y las unidades temáticas propuestas de modo que facilita la transferencia de conocimiento. A continuación se presentan algunos de los contenidos que se incluirán en el material propuesto:

- AUTOCONFIANZA
- TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y CAMBIO ORGANIZACIONAL FRENTE A LOS RETOS DEL CONTEXTO ACTUAL
- APLICACIÓN DE HERRAMIENTAS PARA GESTIONAR EL CAMBIO ORGANIZACIONAL

Los recursos didácticos correspondientes al material de apoyo que el capacitador utiliza para facilitar la transmisión de conocimientos y se convierten en apoyo para la capacitación, (diapositivas, imágenes, videos, entre otras) no hacen parte del material de formación aquí descrito.

Alineación de la acción de formación

Alineación

Acción de Formación que dé aplicación a la cuarta revolución industrial (Industrias 4.0, Sistemas de integración, máquinas y sistemas autónomos, internet de las cosas, manufactura aditiva, big data y análisis de grandes datos, computación en la nube, simulación de entornos virtuales, inteligencia artificial (IA), ciberseguridad, realidad aumentada, robótica industrial e ingeniería, economía digital, transformación digital, uso de tecnologías digitales y adopción de TIC)

Acción de Formación que dé respuesta a Focos Temáticos de Desarrollo Regional en Ciencia, Tecnología e Innovación. (CONPES 3866 de 2016)

Justificación de la Alineación

El documento CONPES 3975 de política nacional para la transformación digital e inteligencia artificial, resalta la importancia de la transformación digital para que se de la revolución industrial 4.0 y a propósito de las tecnologías disruptivas que esta trae alerta sobre los cambios que generan: “se refieren a cualquier tecnología mejorada o completamente nueva que reemplaza e irrumpe con el potencial de generar grandes cambios y nuevas maneras de hacer las cosas. Las disrupciones digitales son un efecto que cambia las expectativas y comportamientos fundamentales en una cultura, mercado, industria o proceso que es causado por tecnologías o canales digitales con efectos de gran alcance en la productividad y el bienestar a través de nuevas redes de valor.” Esta propuesta se alinea con industria 4.0 en el sentido en el que propone gestionar el cambio derivado de la transformación digital para apoyar su adecuado despliegue en las organizaciones del sector cooperativo.

Por otra parte, esta acción de formación beneficia a cooperativas del sector comercio como copservir con presencia Norte de Santander y que el sector cooperativo contribuyen de forma significativa al desarrollo social por su modelo de negocio con presencia de varias cooperativas de Bogotá en esta acción de formación, y que tanto el comercio como el desarrollo social son focos temáticos de desarrollo de CTeI en Norte de Santander y en Bogotá.

¿ La AF participará en el Evento presencial de resultados de aplicación de conocimientos del Programa de Formación Continua Especializada 2023 ?

No

Acción de formación especializada

La acción de formación propuesta es especializada pues es de corta duración, permite la actualización, adquisición y apropiación de conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas 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 elevaran las competencias laborales que los trabajadores del sector requieren para involucrar a los colaboradores en los procesos de transformación digital que adelantan, estableciendo ambientes de dialogo abierto y confianza en la que se comprendan adecuadamente los impactos de las transformaciones planeadas y en los que el cambio sea bienvenido y no temido; favoreciendo así el logro de las estrategias trazadas; lo que aumentaran la productividad y competitividad de las cooperativas participantes.

Resultados - Impacto de la formación en el desempeño del trabajador y aplicación de conocimientos en el puesto de trabajo

Una vez ejecutada la acción de formación los beneficiarios generaran los resultados de impacto aquí descritos, 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 y 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.

Dichos resultados, además están alineados con las unidades temáticas, en la medida en que los contenidos abordados en ella permiten alcanzarlos.

A continuación se listan los resultados de impacto:

- R1: Se aplican herramientas para gestionar el cambio de forma proactiva
- R2: Se diseñan estrategias para involucrar a los colaboradores en los procesos de transformación digital
- R3: Se estiman y gestionan los impactos derivados de la transformación digital en los equipos de trabajo.
- R4: Demostrar seguridad en las propias capacidades, decisiones y opiniones en desarrollo de sus funciones de trabajo.
- R5: Implementar prácticas que facilitan la anticipación al cambio.

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

Gracias a que los trabajadores cursan esta acción de formación, se espera que las empresas alcancen resultados de impacto en productividad y competitividad como se indica a continuación:

Resultados de Impacto Productividad

- R1: Los proyectos de transformación digital cuentan con el compromiso de los colaboradores
- R2: Los procesos de negocio son apoyados óptimamente por las innovaciones tecnológicas implementadas.
- R3: La cohesión y desempeño de los equipos de trabajo aumentan.

Resultados de Impacto Competitividad

- R1: La transformación digital impacta positivamente la participación en el mercado de las organizaciones.
- R2: Se afecta positivamente la sostenibilidad en el tiempo de las organizaciones.
- R3: Los productos y servicios de la organización son pertinentes frente a las demandas y necesidades de los clientes.

Como se puede analizar, los resultados antes descritos están relacionados con la acción de formación propuesta.

Justificación lugar de ejecución

Se justifica dictar acciones de formación en los municipios y departamentos relacionados para esta acción de formación en atención a que las cooperativas 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.

Lugar de ejecución

Departamento	N° Beneficiarios
BOGOTÁ D.C	70
NORTE DE SANTANDER	1
SANTANDER	10
CUNDINAMARCA	2
ATLÁNTICO	15
GUAINÍA	2

Presupuesto de la AF

Rubro	Descripción	Cofinanciación SENA	%	Contrapartida especie	%	Contrapartida dinero	%	Valor total
R08.2 Formación Virtual - Curso 40 horas	CURSO VIRTUAL 40 HORAS	\$ 70.942.500	% 75,21	\$ 0	% 0,00	\$ 23.387.500	% 24,79	\$ 94.330.000
R10.3 Garantías	PÓLIZAS DE SEGURO PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	\$ 0	% 0,00	\$ 0	% 0,00	\$ 260.000	% 100,00	\$ 260.000

COSTO TOTAL DE LA AF	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida en Especie	% Especie	Contrapartida en Dinero	% Dinero	COSTO TOTAL AF
	\$ 70.942.500	% 75,00	\$ 0	% 0,00	\$ 23.647.500	% 25,00	\$ 94.590.000

AF N° 8

ACCIÓN DE FORMACIÓN ADOPCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS DE CULTURA INNOVADORA Y LA GESTIÓN TECNOLÓGICA PARA EL CAMBIO EN LAS ORGANIZACIONES

[Volver al Listado de AF](#)

Necesidad o problema puntual detectado en la empresa/gremio, a la que se puede dar respuesta total o parcial mediante 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 información secundaria, de la situación actual del gremio, y el diagnóstico con herramientas propias; se identificó la siguiente necesidad de formación específica: No existe una cultura de innovación arraigada en algunas organizaciones cooperativas.

Análisis causas y efectos de la necesidad de formación detectada

Esta necesidad identificada es originada por estas causas:

- 1. La innovación no está priorizada dentro de la organización
- 2. No existen procesos formales para fomentar la creatividad y la innovación en el puesto de trabajo.
- 3. No se dimensiona la capacidad de los negocios tradicionales (productos y servicios que generan la mayor fuente de ingresos) de sostenerse en el tiempo con su participación en el mercado.

Esta necesidad genera los siguientes efectos que permanecerán si no se efectúa la acción de formación propuesta:

- 1. Pérdida de participación en el mercado
- 2. Incapacidad para dar solución a las necesidades de los clientes.
- 3. No generación de innovaciones.

Justificación de la necesidad detectada según resultados cuantitativos y cualitativos del diagnóstico realizado y según fuentes internas o externas de información

Esta acción de formación se relaciona con la necesidad de formación en que centra sus temáticas en cómo implementar prácticas y herramientas de innovación que permitan generar una cultura de innovación dentro de las organizaciones que no tienen procesos formales para la investigación y desarrollo de nuevos productos y servicios. Por lo tanto a través de la acción de formación se puede dar respuesta parcial a la necesidad identificada.

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 de ahorro y crédito para el que va destinada esta acción de formación.

Dentro de la información cuantitativa analizada se encuentra la siguiente:

- Las encuestas adelantadas por ASCOOP, y la retroalimentación obtenida en los procesos de formación adelantados en 2022, nos permitieron concluir que muchas cooperativas asociadas no cuentan con planes de innovación u hojas de ruta formales trazadas para ir mas allá de los negocios tradicionales que han venido adelantando desde hace muchos años.

- En un estudio de Colombia Competitiva sobre las dificultades que atraviesan las empresas para poder innovar, se identificaron como aspectos principales los financieros, de conocimiento, de mercado y regulatorios; y dentro de los de conocimiento se citaron la "falta de capacidades generales administrativas, Procesos internos, Habilidades para formular y ejecutar proyectos de innovación, Falta de capacidades técnico-científicas, Personal (conocimiento táctico)". Por su parte desde el mercado se citaron "dificultades de colocar los productos nuevos o mejorados y obtener un éxito comercial, Falta de cliente de demanda potencial, de canales de distribución, de conocimiento de preferencias del consumidor".

Dentro de la información cualitativa analizada se encuentra la siguiente:

- Nuestro estudio revela que la razón más común por la que las organizaciones se embarcan en la innovación (27 %) es para ofrecer ventajas en costos o eficiencias, una postura principalmente defensiva. Si bien esto puede ser cierto para una empresa promedio, encontramos que las empresas de alto crecimiento (aquellas que crecieron un 20 % o más en el último año) buscaron principalmente la innovación para mejorar el desempeño financiero, lo cual es una postura ofensiva probada por el tiempo. Curiosamente, las empresas de mayor crecimiento parecen pasar menos tiempo mirando hacia adentro. Son más propensos a "liderar con la necesidad", dando prioridad a descubrir los problemas de los clientes y las partes interesadas más que el conjunto más amplio (23 % frente al 18 % de todos los encuestados). También lideran menos en optimización de procesos (33 % frente a 40 %) y más en detección de tecnología y mercado (30 % frente a 25 %). (Deloitte, Estudio de Innovación 2021: Más allá de la palabra de moda)

- Para el Consejo Privado de competitividad la sofisticación y la innovación son uno de los pilares en los que se asienta la competitividad del país y plantea como uno de los problemas de la misma que los "Empresarios y consumidores no valoran la innovación" y que el "principal problema en relación con la ciencia, tecnología e innovación (CTI) en Colombia son los bajos niveles de innovación a pesar de los esfuerzos en inversión que distintos actores realizan" y para sustentar esta afirmación se refieren a la innovación en la empresa: "Si bien la innovación es un mecanismo para ser productivo y competitivo, en Colombia, según los resultados más recientes de la Encuesta de Desarrollo e Innovación Tecnológica (EDIT) en la industria manufacturera para el bienio 2019-2020, menos del 0,5 % de las empresas de dicho sector innovan en sentido estricto, apenas 25,8 % lo hacen en sentido amplio (5 puntos porcentuales [pp] más frente a lo observado en el bienio 2017-2018: 20,7 %), y 70,9 % fueron clasificadas como no innovadoras. De manera similar, en el caso del sector servicios y comercio, para el bienio 2018-2019, 0,1 % innovaron en sentido estricto; 28,9 %, en sentido amplio (con un incremento de cerca de 10 pp respecto al bienio 2016-2017: 18,9 %), y 67,7 % se calificaron como no innovadoras (DANE, 2020)." (Informe Nacional de Competitividad 22-23, Consejo Privado de Competitividad)

- No obstante las cifras en innovación empresarial no son las esperadas, el desempeño como país si ha mostrado crecimientos en comparación con otros países: "El Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación, llevó a cabo la socialización de la edición 2022 del Índice Global de Innovación, publicado recientemente por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). Los resultados de esta edición muestran datos positivos para Colombia en materia de innovación, ocupando el puesto 63 entre las 132 economías mundiales, escalando cuatro posiciones, pasando del puesto 67 al 63, destacando un mejor desempeño con respecto al año 2021. Así mismo, el país ocupó el puesto 15 entre los 36 países de ingreso medio-alto y la cuarta posición entre las 18 economías de América Latina y el Caribe (MinCiencias, Colombia sube de posición en el Índice Global de Innovación 2022, Oct 2022)).

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 información secundaria, de la situación actual del gremio, y el diagnóstico con herramientas propias; se identificó la siguiente necesidad de formación específica: No existe una cultura de innovación arraigada en algunas organizaciones cooperativas.

Objetivo 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:

- Formular planes de acción para facilitar la adopción de buenas prácticas para impulsar una cultura innovadora y la gestión de cambio en las organizaciones, de acuerdo con la estrategia de la organización.

- Comprender el uso y aplicación de servicios tecnológicos, alineados con la estrategia de negocios de la empresa para transformar las prácticas laborales hacia una cultura innovadora.

La innovación en contexto organizacional supone la aplicación de la tecnología informática como soporte a una idea de negocio. 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 que puedan llevar a cabo el proceso de lanzamiento de una idea soportada en TIC al mercado, dentro del portafolio de servicios de su organización, reduciendo el riesgo de fracaso mediante la aplicación de diferentes herramientas. Este proceso está compuesto por la formulación del modelo, incluyendo diferentes modelos Canvas, estudio de cliente, definición del proceso de mercadeo y escalabilidad teniendo en cuenta el componente de soporte tecnológico.

El objetivo de la acción de formación se relaciona de forma directa con la necesidad identificada lo que evidencia que se podrá solucionar parcialmente la necesidad identificada. 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 este objetivo contribuirá a alcanzar el objetivo general formulado para el proyecto.

Evento de formación

Tipo de evento de formación	Cursos	Modelo de aprendizaje	No Aplica
Modalidad de formación	Virtual	Tipo de ambiente de aprendizaje	Aula virtual
Número de grupos	6	Número de horas por grupo	40
Número de beneficiarios por grupo	58	Número de días por grupo de la AF	20
Número de beneficiarios de la AF	348	Número total de horas por AF	240

Beneficiarios

Area(s) funcional(es)

Área Funcional	Otra
Otra	Profesores
Otra	Administrativos
Otra	De apoyo

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional
MEDIO

otros datos

Número de trabajadores en condición de discapacidad	0	Número de trabajadores mujeres	20
Número de empresas a beneficiar	3	Número de empresas BIC a beneficiar	0

Número de empresas mipymes	1	Número de trabajadores de empresas mipymes	4
Número de empresas de su cadena productiva	0	Número de trabajadores de empresas de su cadena productiva	0

Justificación empresas mipymes

Algunas de las empresas asociadas a Ascoop se clasifican como mipymes

Justificación empresas de la cadena productiva

NA

Enfoque de la Acción de formación

Formación en el trabajo

Sectores y sub-sectores del beneficiario

Sector
Servicios
Subsector
Transversal

Justificación Sector - Subsector

Sector: SERVICIOS

Subsector: TRANSVERSAL

Ascoop se clasifica como del subsector Transversal porque tiene asociadas cooperativas en varios subsectores económicos. Esta acción de formación en particular se suscribe a trabajadores provenientes de cooperativas de sectores como el ahorro y crédito, comercio y educación quienes encuentran pertinencia entre los temas abordados y las actividades que realizan en sus cooperativas.

Por lo anterior la formación propuesta está relacionada con el sector y subsector del que proceden los beneficiarios.

UNIDADES TEMÁTICAS

AF N°	8
ACCIÓN DE FORMACIÓN ADOPCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS DE CULTURA INNOVADORA Y LA GESTIÓN TECNOLÓGICA PARA EL CAMBIO EN LAS ORGANIZACIONES	
UNIDAD TEMÁTICA N°	1
UNIDAD TEMÁTICA	UT 1. Relacionar los fundamentos de Ciencia, Tecnología e Innovación con la Tecnología Informática y los fundamentos de Modelo de Negocio.

N° total de horas prácticas presenciales	0	N° total de horas teóricas presenciales	0
N° total de horas prácticas virtuales	9	N° total de horas teóricas virtuales	6
N° total de horas prácticas PAT	0	N° total de horas teóricas PAT	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática	15		

Contenidos de la UT

Tema 1. Fundamentos de Ciencia, Tecnología e Innovación.
Tema 2. Tecnología informática.
Tema3. Modelo de Negocio: Business Model Canvas, Lean Canvas y Propuesta de Valor.
Tema 4. La Tecnología Informática como soporte de Modelos de Negocio.

Competencias a adquirir

Capacidad para relacionar los fundamentos de ciencia, tecnología e innovación con la tecnología informática y los fundamentos de modelo de negocio.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	Horas de capacitación
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	15

AF N°	8
ACCIÓN DE FORMACIÓN ADOPCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS DE CULTURA INNOVADORA Y LA GESTIÓN TECNOLÓGICA PARA EL CAMBIO EN LAS ORGANIZACIONES	
UNIDAD TEMÁTICA N°	2
UNIDAD TEMÁTICA	UT 2. Analizar las herramientas técnicas y métodos en gestión de tecnología e innovación

N° total de horas prácticas presenciales	0	N° total de horas teóricas presenciales	0
N° total de horas prácticas virtuales	6	N° total de horas teóricas virtuales	4
N° total de horas prácticas PAT	0	N° total de horas teóricas PAT	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática	10		

Contenidos de la UT

Tema 1. Prospectiva y Vigilancia Tecnológica.
Tema 2. Innovación y Disrupción.
Tema 3. Escalabilidad de los modelos de negocio.

Competencias a adquirir

Analiza las herramientas técnicas y métodos en gestión de tecnología e innovación

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	Horas de capacitación
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	10

AF N°

8

ACCIÓN DE FORMACIÓN ADOPCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS DE CULTURA INNOVADORA Y LA GESTIÓN TECNOLÓGICA PARA EL CAMBIO EN LAS ORGANIZACIONES

UNIDAD TEMÁTICA N°

3

UNIDAD TEMÁTICA UT 3. Elaborar propuestas de innovación tecnológica: proceso de validación de modelos de negocio (10 horas)

N° total de horas prácticas presenciales	0	N° total de horas teóricas presenciales	0
N° total de horas prácticas virtuales	6	N° total de horas teóricas virtuales	4
N° total de horas prácticas PAT	0	N° total de horas teóricas PAT	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática	10		

Contenidos de la UT

Tema 1. Hipótesis y Prueba de Hipótesis.

Tema 2. Producto Mínimo Viable (MVP) y Validación.

Competencias a adquirir

Elabora propuestas de innovación haciendo uso de herramientas tecnológicas.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	Horas de capacitación
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	10

AF N°

8

ACCIÓN DE FORMACIÓN ADOPCIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS DE CULTURA INNOVADORA Y LA GESTIÓN TECNOLÓGICA PARA EL CAMBIO EN LAS ORGANIZACIONES

UNIDAD TEMÁTICA N°

4

UNIDAD TEMÁTICA UT 4. Comunicación asertiva (habilidades blandas / Comunicación oral y escrita)

N° total de horas prácticas presenciales	0	N° total de horas teóricas presenciales	0
N° total de horas prácticas virtuales	3	N° total de horas teóricas virtuales	2
N° total de horas prácticas PAT	0	N° total de horas teóricas PAT	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática	5		

Contenidos de la UT

Tema 1: Proceso comunicativo y sus elementos.

Tema 2: Importancia del lenguaje en los procesos comunicativos.

Tema 3: La comunicación interpersonal.

Tema 4: La comunicación no verbal.

A través de los 4 temas planteados, se abordará la capacidad para transmitir conocimientos y expresar ideas y argumentos de manera clara, rigurosa y convincente, tanto de forma oral como escrita, utilizando los recursos gráficos y los medios necesarios adecuadamente, así como adaptándose a las características de la situación y de la audiencia.

Competencias a adquirir

Identifica los elementos de la comunicación interpersonal necesarios para lograr relaciones asertivas dentro de las interacciones laborales

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	Horas de capacitación
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	5

Proveedor de la formación - persona jurídica

Esta acción de formación será adelantada por la persona jurídica que a continuación se describe:

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 Artículo 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 2023.

Material de formación

El estudiante contará con los recursos educativos digitales en el LMS, los cuales se complementan con actividades individuales y grupales y se constituye en el material que es un complemento didáctico necesario para que el estudiante obtenga información adicional, para resolver problemas, para representar conceptos abstractos y densos, razonamiento lógico y argumentación, también permite desarrollar los contenidos de manera lógica y secuencial, con lecturas que apoyan el aprendizaje, talleres y ejercicios prácticos para su aplicación, estimulando el proceso de enseñanza y aprendizaje.

Estos recursos contribuyen al mejoramiento y aplicación del conocimiento permitiendo al participante apropiar los conceptos y conocimientos en torno a como desplegar procesos de innovación dentro de la organización, desde la identificación del problema hasta el lanzamiento del nuevo producto o servicio.

El material descrito cumple la normatividad vigente en cuanto a propiedad intelectual y lo establecido en la Resolución de Tarifas 2023. El material de formación corresponde a una producción reciente de menos de 2 años.

El material de formación está metodológicamente estructurado y guarda coherencia con la metodología de la formación y las unidades temáticas propuestas de modo que facilita la transferencia de conocimiento. A continuación se presentan algunos de los contenidos que se incluirán en el material propuesto:

*Relacionar los fundamentos de Ciencia, Tecnología e Innovación con la Tecnología Informática y los fundamentos de Modelo de Negocio

*Analizar las herramientas técnicas y métodos en gestión de tecnología e innovación

*Elaborar propuestas de innovación tecnológica: proceso de validación de modelos de negocio

*Comunicación asertiva

Los recursos didácticos correspondientes al material de apoyo que el capacitador utiliza para facilitar la transmisión de conocimientos y se convierten en apoyo para la capacitación, (diapositivas, imágenes, videos, entre otras) no hacen parte del material de formación aquí descrito.

Alineación de la acción de formación

Alineación
Acción de Formación que desarrolle temáticas que incentiven la innovación en la empresa

Justificación de la Alineación

Esta acción de formación se relaciona con Acciones de formación que desarrolle temáticas que incentiven la innovación en la empresa. Tal alineación se evidencia con el contenido de las unidades temáticas, el cual aborda en detalle la innovación y como desplegar practicas y herramientas para consolidar una cultura de innovación dentro de las organizaciones. Al respecto el CONPES 3866 de 2016 indica que "Similarmemente, la PDP incluye entre sus acciones algunas de las estrategias sugeridas por esas entidades en materia de transferencia de tecnología, innovación y emprendimiento, acceso al financiamiento, provisión de capital humano pertinente para el sector productivo, encadenamientos productivos, promoción de exportaciones, priorización de apuestas productivas y ajustes institucionales para el desarrollo productivo.". Esta acción de formación contribuye de forma significativa a proveer capital humano pertinente para el sector productivo de cara a adelantar procesos de innovación.

¿ La AF participará en el Evento presencial de resultados de aplicación de conocimientos del Programa de Formación Continua Especializada 2023 ?

No

Acción de formación especializada

La acción de formación propuesta es especializada pues es de corta duración, permite la actualización, adquisición y apropiación de conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas 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 elevaran las competencias laborales que los trabajadores del sector requieren para el proceso de lanzamiento de una idea soportada en TIC al mercado, dentro del portafolio de servicios de su organización, reduciendo el riesgo de fracaso mediante la aplicación de diferentes herramientas. Este proceso está compuesto por la formulación del modelo, incluyendo diferentes modelos Canvas, estudio de cliente, definición del proceso de mercadeo y escalabilidad teniendo en cuenta el componente de soporte tecnológico; lo que aumentarán la productividad y competitividad de las cooperativas participantes.

Resultados - Impacto de la formación en el desempeño del trabajador y aplicación de conocimientos en el puesto de trabajo

Una vez ejecutada la acción de formación los beneficiarios generaran los resultados de impacto aquí descritos, 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 y estan alineados con el perfil del trabajador en la medida en que deberían ser alcanzados por los mismos una vez adelanten la acción de formación.

Dichos resultados, además están alineados con las unidades temáticas, en la medida en que los contenidos abordados en ella permiten alcanzarlos.

A continuación se listan los resultados de impacto:

- R1: Relacionar los fundamentos de ciencia, tecnología e innovación con la tecnología y los conceptos de administración, gerencia y gestión.
- R2: Analizar las herramientas técnicas y métodos en gestión de tecnología e innovación.
- R3: Elaborar propuestas de innovación para mejorar las acciones y los procesos de su ámbito laboral
- R4: Utilizar herramientas de planeación frente a los procesos y responsabilidades de su entorno laboral
- R5: Aplicar buenas prácticas para transmitir conocimientos y expresar ideas y argumentos de manera clara, rigurosa y convincente

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

Gracias a que los trabajadores cursan esta acción de formación, se espera que las empresas alcancen resultados de impacto en productividad y competitividad como se indica a continuación:

Resultados de impacto Productividad

- R1: Disminución del riesgo de fallas en los procesos de innovación
- R2: Diseños eficientes de estrategias, mecanismos y políticas de innovación
- R3: Despliegue de practicas que contribuyen a consolidar una cultura de innovación.

Resultados de impacto Competitividad

- R1: Generación de innovaciones
- R2: Aprovechamiento de nuevas oportunidades de negocio
- R3: Adaptación de los productos y servicios a las realidades del mercado

Como se puede analizar, los resultados antes descritos están relacionados con la acción de formación propuesta.

Justificación lugar de ejecución

Se justifica dictar acciones de formación en los municipios y departamentos relacionados para esta acción de formación en atención a que las cooperativas 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.

Lugar de ejecución

Departamento	N° Beneficiarios
NARIÑO	20
META	20
HUILA	20
ANTIOQUIA	54
VALLE DEL CAUCA	24
SANTANDER	40
BOGOTÁ D.C	80
TOLIMA	20
CESAR	20

Departamento	N° Beneficiarios
MAGDALENA	20
CHOCÓ	5
CAUCA	15
ARAUCA	5
RISARALDA	5

Presupuesto de la AF

Rubro	Descripción	Cofinanciación SENA	%	Contrapartida especie	%	Contrapartida dinero	%	Valor total
R08.2 Formación Virtual - Curso 40 horas	CURSO VIRTUAL 40 HORAS	\$ 246.426.300	% 75,07	\$ 0	% 0,00	\$ 81.842.100	% 24,93	\$ 328.268.400
R10.3 Garantías	PÓLIZAS DE SEGURO PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	\$ 0	% 0,00	\$ 0	% 0,00	\$ 300.000	% 100,00	\$ 300.000

	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida en Especie	% Especie	Contrapartida en Dinero	% Dinero	COSTO TOTAL AF
COSTO TOTAL DE LA AF	\$ 246.426.300	% 75,00	\$ 0	% 0,00	\$ 82.142.100	% 25,00	\$ 328.568.400

AF N° 2

ACCIÓN DE FORMACIÓN APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL: PIEZA CLAVE EN EL FORTALECIMIENTO DEL SECTOR COOPERATIVO

[Volver al Listado de AF](#)

Necesidad o problema puntual detectado en la empresa/gremio, a la que se puede dar respuesta total o parcial mediante 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 información secundaria, de la situación actual del gremio, y el diagnóstico con herramientas propias; se identificó la siguiente necesidad de formación específica: Los procesos de transformación digital adelantados no responden a una hoja de ruta claramente identificada y son de naturaleza más reactiva que planeados.

Análisis causas y efectos de la necesidad de formación detectada

Esta necesidad identificada es originada por estas causas:

1. Los procesos de transformación digital han sido más reactivos que planeados.
2. No se han priorizado adecuadamente los proyectos de transformación digital a adelantar
3. No se identifican indicadores de gestión para medir la eficacia de los proyectos adelantados.

Esta necesidad genera los siguientes efectos que permanecerán si no se efectúa la acción de formación propuesta:

1. Uso no óptimo de los recursos de transformación digital disponibles,
2. Impacto no óptimo de la transformación digital en los negocios misionales.
3. Pérdida de participación en el mercado.

Justificación de la necesidad detectada según resultados cuantitativos y cualitativos del diagnóstico realizado y según fuentes internas o externas de información

Esta acción de formación se relaciona con la necesidad de formación en que centra sus temáticas en el diseño de una adecuada hoja de ruta para emprender procesos de transformación digital, revisando los principales referentes tecnológicos que se abarcan en dicho proceso. Por lo tanto a través de la acción de formación se puede dar respuesta parcial a la necesidad identificada.

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 de ahorro y crédito para el que va destinada esta acción de formación.

Dentro de la información cuantitativa analizada se encuentra la siguiente:

- Aun cuando se cuenten con todos los recursos económicos, los proyectos de transformación digital no tienen asegurado el éxito y por sorpresivo que parezca, si bien casi todas las empresas los adelantan, una gran mayoría no obtienen los resultados esperados. Al respecto la firma Deloitte adelantó un estudio en 2020 que encontró que “El 70 % de los esfuerzos de transformación fracasan y se necesitan alrededor de tres años para que organizaciones puedan comenzar a competir en el mercado digital, incluso cuando lo hacen bien. En el corazón de la mayoría de las fallas no está la tecnología, sino la gente. ¿Las razones más predominantes para el fracaso? El comportamiento de la gerencia no apoyar el cambio” y “resistencia de los empleados al cambio (Deloitte, Transformación Digital, ¿La gente sigue siendo nuestra mayor activo?, 2020)

- Por su parte McKinsey atribuye las fallas en los procesos de transformación digital a la falta de discernimiento en algunas empresas de la magnitud y grado de disrupción que las tecnologías digitales generan: “Descubrimos que un número sorprendentemente grande subestima el creciente impulso de la digitalización, los cambios de comportamiento y la tecnología que la impulsan y, quizás sobre todo, la escala de la disrupción que se les viene encima. Muchas empresas todavía están atrapadas en procesos de desarrollo de estrategias que se suceden en ciclos anuales. Solo el 8 por ciento de las empresas que encuestamos recientemente dijeron que su modelo comercial actual seguiría siendo económicamente viable si su industria sigue digitalizándose al ritmo y la velocidad actuales. ¿Cómo puede ser esto, en un momento en que prácticamente todas las empresas del mundo están preocupadas por su futuro digital? En otras palabras, ¿por qué fracasan tantas estrategias digitales? La respuesta tiene que ver con la magnitud de la fuerza económica disruptiva en la que se ha convertido lo digital y su incompatibilidad con los modelos económicos, estratégicos y operativos tradicionales” (McKinsey, Por qué fallan las estrategias digitales).

Dentro de la información cualitativa analizada se encuentra la siguiente:

- Las encuestas adelantadas por ASCOOP nos permitieron concluir que en cooperativas como Cooperagro los directivos requieren fortalecer sus competencias para diseñar de manera más adecuada los procesos de transformación digital a desplegar dentro de su organización. Cooperagro es una cooperativa multiactiva de Aporte y Crédito, conformada por trabajadores de empresas del Ministerio de Agricultura, Pensionados del extinto IDEMA, Unidad de Restitución de Tierras -URT-, Fedepapa, familiares de los Asociados (Cónyuge o compañeros (al)permanente, hijos, padres, hermanos, nietos, sobrinos) y, trabajadores de empresas e independientes y pensionados de Colpensiones y Fopep.

- La firma EY, en su análisis sobre los procesos de transformación digital adelantados en Estados Unidos identificó un problema de enfoque como explicación al fallo en los procesos de transformación digital: “Muchas empresas corren el riesgo de hacer digital en lugar de ser digital, utilizando la tecnología para abordar problemas específicos en lugar de como parte de una estrategia general. Para que la transformación digital realmente despegue, las empresas deben evaluar críticamente si su estrategia es adecuada para un mundo digital y determinar cómo pueden abordar las brechas actuales a través de inversiones orgánicas, alianzas estratégicas o conectarse al ecosistema digital” (EY, Por qué la transformación digital no tiene por qué ser difícil, 2021).

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 información secundaria, de la situación actual del gremio, y el diagnóstico con herramientas propias; se identificó la siguiente necesidad de formación específica: Los procesos de transformación digital adelantados no responden a una hoja de ruta claramente identificada y son de naturaleza más reactiva que planeados

Objetivo 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: Implementar prácticas que permitan una transformación digital planeada que responda a una hoja de ruta definida que optimice los resultados e impactos de la modernización tecnológica en las cooperativas.

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 que puedan gestionar un proceso integral y sistémico, a partir de las tendencias tecnológicas, de transformación digital, con el objeto de generar esfuerzos mejor focalizados y ser más eficientes en el relacionamiento de la tecnología, los procesos y el impacto en los asociados y en la empresa.

El objetivo de la acción de formación se relaciona de forma directa con la necesidad identificada lo que evidencia que se podrá solucionar parcialmente la necesidad identificada. Esto es coherente con la estrategia de trabajo de ASCOOP, de prestar servicios de asistencia técnica, divulgar la aplicación y práctica de los principios del Cooperativismo y promover y fomentar la organización de entidades del sector social y contribuir a su desarrollo.

El alcanzar este objetivo contribuirá a alcanzar el objetivo general formulado para el proyecto.

Evento de formación

Tipo de evento de formación	Taller	Modelo de aprendizaje	Puesto de Trabajo Real
Modalidad de formación	Presencial	Tipo de ambiente de aprendizaje	Puesto de trabajo real o simulado
Número de grupos	1	Número de horas por grupo	28
Número de beneficiarios por grupo	5	Número de días por grupo de la AF	7

Número de beneficiarios de la AF	5	Número total de horas por AF	28
----------------------------------	---	------------------------------	----

Beneficiarios

Area(s) funcional(es)

Área Funcional

Otra

Dirección

Otra

Lideres de areas

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional

ALTA DIRECCIÓN

otros datos			
Número de trabajadores en condición de discapacidad	0	Número de trabajadores mujeres	1
Número de empresas a beneficiar	1	Número de empresas BIC a beneficiar	0
Número de empresas mipymes	1	Número de trabajadores de empresas mipymes	1
Número de empresas de su cadena productiva	0	Número de trabajadores de empresas de su cadena productiva	0

Justificación empresas mipymes

La empresa beneficiaria es una cooperative Mipyme de Ascoop.

Justificación empresas de la cadena productiva

NA

Enfoque de la Acción de formación

Formación Gerencial

Sectores y sub-sectores del beneficiario

Sector

Servicios

Subsector

Transversal

Justificación Sector - Subsector

Sector: SERVICIOS

Subsector: TRANSVERSAL

Ascoop se clasifica como del subsector Transversal porque tiene asociadas cooperativas en varios subsectores económicos. Esta acción de formación en particular se suscribe a trabajadores provenientes de cooperativas de ahorro y crédito como Coperagro quienes encuentran pertinencia entre los temas abordados y las actividades que realizan en sus cooperativas.

Por lo anterior la formación propuesta está relacionada con el sector y subsector del que proceden los beneficiarios.

UNIDADES TEMÁTICAS

AF N°

2

ACCIÓN DE FORMACIÓN

APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL: PIEZA CLAVE EN EL FORTALECIMIENTO DEL SECTOR COOPERATIVO

UNIDAD TEMÁTICA N°

1

UNIDAD TEMÁTICA

UT I. INFORMACIÓN Y ALFABETIZACIÓN EN DATOS Y LA HOJA DE RUTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL SECTOR COOPERATIVO

N° total de horas prácticas presenciales	1	N° total de horas teóricas presenciales	1
N° total de horas prácticas virtuales	0	N° total de horas teóricas virtuales	0
N° total de horas prácticas PAT	0	N° total de horas teóricas PAT	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática	2		

Contenidos de la UT

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 homogéneos y detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:

- Información y alfabetización en datos correspondiente a las habilidades transversales documento "el BID te Escucha"- (1 hora práctica)
- *Articular las necesidades de información, localizar, recuperar datos digitales, información y contenido
- *Utilización de navegadores
- *Clasificación de la información con los motores de búsqueda
- *Descubrir el significado de los datos, tomar decisiones y comunicarlos.
- *Almacenamiento, gestión y distribución de información
- *Recuperación y acceso a la información y a los contenidos almacenados previamente.
- *Juzgar la relevancia de la fuente y su contenido
- Introducción a la hoja de ruta para la implementación de la Transformación Digital en el Sector Cooperativo (1 hora Teórica)

Competencias a adquirir

A partir de los contenidos abordados en esta unidad temática se espera alcanzar la siguiente competencia:

*Aplica políticas para almacenar, administrar y organizar datos digitales de la organización.

* Identifica los componentes de una hoja de ruta para la implementación de proyectos de transformación digital.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	Horas de capacitación
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	2

AF N°	2
ACCIÓN DE FORMACIÓN	APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL: PIEZA CLAVE EN EL FORTALECIMIENTO DEL SECTOR COOPERATIVO
UNIDAD TEMÁTICA N°	2
UNIDAD TEMÁTICA	UT II. PASOS PARA PLANTEAR, DISEÑAR Y DESARROLLAR LA HOJA DE RUTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL SECTOR COOPERATIVO-5 HORAS PRÁCTICAS A CADA PARTICIPANTE

N° total de horas prácticas presenciales	25	N° total de horas teóricas presenciales	0
N° total de horas prácticas virtuales	0	N° total de horas teóricas virtuales	0
N° total de horas prácticas PAT	0	N° total de horas teóricas PAT	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática	25		

Contenidos de la UT

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 homogéneos y detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:

- Decisiones basadas en datos para la centralización en el conocimiento del cliente
- *El rol de los datos en la transformación digital
- *Las dimensiones de los datos
- *La evidencia de los datos
- *Unificando canales, automatizando procesos y entendiendo el mapa del viaje de los asociados.
- Canales Phygital
- *Las cooperativas deben establecer estrategias complementarias, sumando esfuerzos de los canales digitales para que las sucursales se conviertan en centros de negocios.
- Tecnologías apalancadoras de la transformación digital
- *Cloud & Mobile
- *Internet de las Cosas
- *Inteligencia Artificial
- *Blockchain
- Ciberseguridad
- *Aspectos fundamentales de ciberseguridad
- *Aspectos básicos de la continuidad del negocio.
- Diseñando una hoja de ruta de transformación

Competencias a adquirir

A partir de los contenidos abordados en esta unidad temática se espera alcanzar la siguiente competencia:

- * Reflexiona sobre el estado actual de implementación de la transformación digital en el proceso de definición de una hoja de ruta para su implementación.
- * Reconoce los principios para priorizar elementos de transformación digital

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	Horas de capacitación
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	25

AF N°	2
ACCIÓN DE FORMACIÓN	APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL: PIEZA CLAVE EN EL FORTALECIMIENTO DEL SECTOR COOPERATIVO
UNIDAD TEMÁTICA N°	3
UNIDAD TEMÁTICA	UT III. FEEDBACK Y FEEDFORWARD ESTRATEGIAS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL SECTOR COOPERATIVO

N° total de horas prácticas presenciales	0	N° total de horas teóricas presenciales	1
N° total de horas prácticas virtuales	0	N° total de horas teóricas virtuales	0
N° total de horas prácticas PAT	0	N° total de horas teóricas PAT	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática	1		

Contenidos de la UT

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 homogéneos y detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:

- Se dará Feedback a los participantes después de contar con un mapa completo de la situación. Se orientará a los participantes a implementar la transformación digital como un proceso de cambio estratégico al interior de la cooperativa, integrando información, datos y análisis, para transformar, satisfacer las expectativas y construir soluciones propias para el asociado. Mediante la evaluación de experiencias, el capacitador presentará las recomendaciones sobre las tecnologías como aceleradoras de la transformación digital que permitirán mejorar la eficiencia, impulsar la creación y oferta de nuevos productos y servicios al asociado.
- Los participantes compartirán las perspectivas de lo sucedido para generar acuerdos.
- El capacitador realizará un proceso de feedforward para ayudar al grupo a enfocarse en las acciones de mejora.
- Reflexionar sobre la práctica realizada, ejercicio que ayuda a profundizar en la búsqueda de nuevas formas de mejora, el capacitador realizará preguntas adecuadas que incidan en el aprendizaje, tales como: ¿En qué medida la transformación digital es la herramienta que le dará al sector cooperativo una posición relevante en la agenda nacional? ¿En qué medida se logra el incremento de la productividad y eficacia de la cooperativa, a través del aprovechamiento de estas nuevas tecnologías, como herramientas para la construcción de valor y consolidación de sus relaciones con el mercado, sus clientes, accionistas y la sociedad en general? ¿En qué medida implementar una estrategia de ciberseguridad tiene la misma importancia a la estrategia comercial?
- El capacitador solicitará dos sugerencias a cada miembro del grupo, que en el futuro puedan ayudarles a lograr cambios positivos en su gestión.
- Cuando el ejercicio termina, los participantes deben apropiarse de las sugerencias que les permita llevarlas a la práctica
- Se hará una reflexión sobre cómo prepararse para afrontar la transformación digital, con el objetivo de aplicar estrategias de transformación digital que posibiliten un proceso de cambio en los ámbitos internos y externos de la cooperativa, para impulsar su transición y adaptación a la economía digital.

Una vez finalizada la acción de formación, el capacitador debe elaborar un informe en el cual se refleje el análisis de resultados obtenidos de la transferencia en el puesto de trabajo y el impacto generado para la empresa.

Este producto debe ser entregado por el capacitador al director del Proyecto dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la terminación de la acción de formación, quien a su vez debe entregarlo al SENA e interventoría a los tres (3) días hábiles siguientes, e incorporarlo en el informe final del convenio que será entregado a la interventoría.

Una vez terminada la acción de formación, en el mes de octubre uno o varios de los beneficiarios deberá replicar el taller a uno o más trabajadores de la empresa beneficiaria. Esta formación "espejo" o "réplica" no debe generar costos dentro del proyecto y como evidencia el trabajador(es) que realiza la réplica debe entregar un informe de la experiencia, adjuntando la lista de asistencia de él o los beneficiarios soportado con listados de asistencia y la grabación de las sesiones cuando sea en modalidad PAT la cual se puede realizar a través de ayudas tecnológicas.

Competencias a adquirir

- A partir de los contenidos abordados en esta unidad temática se espera alcanzar la siguiente competencia:
- * Reflexiona sobre cómo prepararse para afrontar la transformación digital de forma exitosa, reconociendo los elementos que favorecen el cambio para impulsar la transición y adaptación a la economía digital.
 - * Propone planes de acción para mejorar la forma como se enfrenta la transformación digital en la organización.

Perfil capacitador	
Tipo de capacitador	Horas de capacitación
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	1

Proveedor de la formación - persona jurídica

Esta acción de formación será adelantada por la persona jurídica que a continuación se describe:

FUNDACIÓN POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA cuyo objeto es la prestación de servicios en todos los campos de acción de la educación, en especial de la educación superior, según lo previsto en el Artículo 7 de la Ley 30 de 1992 y demás disposiciones complementarias y concordantes. Esta es una Institución de Educación Superior con vocación formativa, que trabaja apasionadamente para brindar más y mejores oportunidades de acceso a una formación integral, pertinente y de calidad, que transforma vidas y genera un impacto positivo en la sociedad.

La FUNDACIÓN POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA cumple con todos los requerimientos exigidos por los pliegos y anexos de la convocatoria, en particular:

1. Cuenta con más de 28 años de constitución legal.
2. Cuenta con más de 5 años de experiencia en 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 2023.
3. Cumple con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995 y/o las normas que les sean aplicables para su funcionamiento en el territorio nacional.

Material de formación

A cada participante se le entrega una cartilla impresa a full color y es un complemento didáctico necesario para que el estudiante obtenga información adicional, para resolver problemas, para representar conceptos abstractos y densos, razonamiento lógico y argumentación, también permite desarrollar los contenidos de manera lógica y secuencial, con lecturas que apoyan el aprendizaje, talleres y ejercicios prácticos para su aplicación, estimulando el proceso de enseñanza y aprendizaje.

Estos recursos contribuyen al mejoramiento y aplicación del conocimiento permitiendo al participante fortalecer la implementación de modelos de transformación digital, a partir de la comprensión del ecosistema tecnológico, las buenas prácticas, las tendencias en innovación, usando metodologías y herramientas adecuadas.

El material descrito cumple la normatividad vigente en cuanto a propiedad intelectual y lo establecido en la Resolución de Tarifas 2023. El material de formación corresponde a una producción reciente de menos de 2 años.

El material de formación está metodológicamente estructurado y guarda coherencia con la metodología de la formación y las unidades temáticas propuestas de modo que facilita la transferencia de conocimiento. A continuación, se presentan algunos de los contenidos que se incluirán en el material propuesto:

- Información y alfabetización en datos
- La hoja de ruta para la implementación de la transformación digital
- Pasos para plantear, diseñar y desarrollar la hoja de ruta para la implementación de la transformación digital

Los recursos didácticos correspondientes al material de apoyo que el capacitador utiliza para facilitar la transmisión de conocimientos y se convierten en apoyo para la capacitación, (diapositivas, imágenes, videos, entre otras) no hacen parte del material de formación aquí descrito.

Alineación de la acción de formación

Alineación
Acción de Formación que dé aplicación a la cuarta revolución industrial (Industrias 4.0, Sistemas de integración, máquinas y sistemas autónomos, internet de las cosas, manufactura aditiva, big data y análisis de grandes datos, computación en la nube, simulación de entornos virtuales, inteligencia artificial (IA), ciberseguridad, realidad aumentada, robótica industrial e ingeniería, economía digital, transformación digital, uso de tecnologías digitales y adopción de TIC)

Justificación de la Alineación

El documento CONPES 3975 POLÍTICA NACIONAL PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL E INTELIGENCIA ARTIFICIAL. Esta acción de formación se encuentra alineada a dicha política pública, ya que las unidades temáticas que se incluyen permiten desarrollar en el trabajador las competencias necesarias para promover en su organización procesos transformación digital exitosos y planeados que conduzcan a la implementación de tecnologías propias de la revolución industrial 4.0. Al respecto la política indica que: "la industria 4.0 hace referencia a un nuevo modelo de organización y de control de la cadena de valor a través de sistemas de fabricación apoyados por tecnología. Es una aproximación basada en la integración de los procesos comerciales y de fabricación, así como de todos los actores de la cadena de valor de una empresa (proveedores y clientes), donde el sistema de ejecución se basa en la aplicación de sistemas ciber físicos y tecnologías como Internet de las cosas, robótica, Big Data y realidad aumentada, para el desarrollo de procesos de fabricación más inteligentes, que incluyen dispositivos, máquinas, módulos de producción y productos que pueden intercambiar información de forma independiente y controlarse entre sí, permitiendo un entorno de fabricación inteligente (Rojko, 2017) (Pereira, 2017)."

¿ La AF participará en el Evento presencial de resultados de aplicación de conocimientos del Programa de Formación Continua Especializada 2023 ?

No

Acción de formación especializada

La acción de formación propuesta es especializada pues es de corta duración, permite la actualización, adquisición y apropiación de conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas 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 elevaran las competencias laborales que los trabajadores del sector requieren para gestionar un proceso integral y sistémico, a partir de las tendencias tecnológicas, de transformación digital, con el objeto de generar esfuerzos mejor focalizados y ser más eficientes en el relacionamiento de la tecnología, los procesos y el impacto en los asociados y en la empresa; lo que aumentará la productividad y competitividad de las cooperativas participantes.

Resultados - Impacto de la formación en el desempeño del trabajador y aplicación de conocimientos en el puesto de trabajo

Una vez ejecutada la acción de formación los beneficiarios generaran los resultados de impacto aquí descritos, 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 y 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.

Dichos resultados, además están alineados con las unidades temáticas, en la medida en que los contenidos abordados en ella permiten alcanzarlos.

A continuación se listan los resultados de impacto:

- R1: Se diseña una hoja de ruta para los procesos de transformación digital a implementar
- R2: Se priorizan adecuadamente los proyectos de transformación según las metas y objetivos de la organización
- R3: Se apropian los principales factores que pueden desembocar en proyectos fallidos de transformación.
- R4: Desplegar buenas practicas para almacenar, administrar y organizar datos digitales, información y contenido de la organización.

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

Gracias a que los trabajadores cursan esta acción de formación, se espera que las empresas alcancen resultados de impacto en productividad y competitividad como se indica a continuación:

Resultados de impacto Productividad

- R1: Optimización de los recursos de transformación digital disponibles,
- R2: Mejora en la gestión de los riesgos asociados a la transformación
- R3: Aumento del impacto de la transformación digital en la ejecución de los procesos misionales.
- R4: Impactos en el compromiso del equipo de trabajo en la transformación

Resultados de impacto Competitividad

- R1: Adaptación de la organización a los requerimientos del entorno
- R2: Aprovechamiento de oportunidades de negocio.

- R3: Mejora organizacional y crecimiento.

Como se puede analizar, los resultados antes descritos están relacionados con la acción de formación propuesta.

Justificación lugar de ejecución

Se justifica dictar acciones de formación en los municipios y departamentos relacionados para esta acción de formación en atención a que las empresas afiliadas a ASCOOP, como Cooperagro, 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

Lugar de ejecución

Grupo	Número	Departamento	Ciudad	N° Beneficiarios
1	BOGOTÁ	D.C	BOGOTÁ	5

Presupuesto de la AF

Rubro	Descripción	Cofinanciación SENA	%	Contrapartida especie	%	Contrapartida dinero	%	Valor total
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	HONORARIOS DOCENTE NACIONAL MAESTRIA	\$ 7.980.000	% 75,00	\$ 0	% 0,00	\$ 2.660.000	% 25,00	\$ 10.640.000
R05.2.1.1 Material de Formación - Impreso - Impresión de cartillas, guías, talleres de 1 a 200 unidades	MATERIAL IMPRESO CARTILLAS FULL COLOR PARA 5 PARTICIPANTES	\$ 235.875	% 75,00	\$ 0	% 0,00	\$ 78.625	% 25,00	\$ 314.500
COSTO TOTAL DE LA AF		\$ 8.215.875	% 75,00	\$ 0	% 0,00	\$ 2.738.625	% 25,00	\$ 10.954.500

AF N° 4
ACCIÓN DE FORMACIÓN Practicas agiles para responder los retos de entornos cambiantes y dinámicos en el sector Cooperativo

[Volver al Listado de AF](#)

Necesidad o problema puntual detectado en la empresa/gremio, a la que se puede dar respuesta total o parcial mediante 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 información secundaria, de la situación actual del gremio, y el diagnóstico con herramientas propias; se identificó la siguiente necesidad de formación específica: Las estructuras organizacionales y las practicas tradicionales no permiten dar respuesta oportuna a los requerimientos de los clientes y a los cambios en el entorno.

Análisis causas y efectos de la necesidad de formación detectada

Esta necesidad identificada es originada por estas causas:

1. Las prácticas organizacionales no se han actualizado para responder a entornos tan volátiles como el actual.
2. Hay una aversión al cambio y a validar las propuestas de valor de los servicios tradicionales
3. No se dimensiona adecuadamente la forma como la transformación digital está cambiando la forma como el cliente se relaciona con las empresas.

Esta necesidad genera los siguientes efectos que permanecerán si no se efectúa la acción de formación propuesta:

1. Disminución de la participación en el mercado
2. Productos y servicios que no responden a las necesidades del cliente
3. Incapacidad de responder a disrupciones del entorno.

Justificación de la necesidad detectada según resultados cuantitativos y cualitativos del diagnóstico realizado y según fuentes internas o externas de información

Esta acción de formación se relaciona con la necesidad de formación en que centra sus temáticas en desplegar practicas agiles en la organización permitiéndoles reaccionar rápida y dinámicamente a los cambios y ser capaces de adaptar los procesos para aprovechar el potencial de los mercados cambiantes, actuando de forma proactiva y anticipada, con una mentalidad ágil que promueva la innovación y la trasformación digital. Por lo tanto a través de la acción de formación se puede dar respuesta parcial a la necesidad identificada.

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 de ahorro y crédito para el que va destinada esta acción de formación.

Dentro de la información cualitativa analizada se encuentra la siguiente:

- El sector financiero afronta una revolución sin precedentes en la forma como presta sus servicios y la revolución industrial 4.0 le ha generado una enorme presión a la forma como genera valor a sus clientes en un entorno en que la tecnología y la transformación digital han apalancado el surgimiento de las Fintech. Bajo estos escenarios, la capacidad de responder rápidamente a los cambios del entorno es fundamental para lograr la sostenibilidad y el crecimiento. Agile ofrece una aproximación para solucionar eso: "Las organizaciones tradicionales están diseñadas para ser estables. Su premisa central asume que están operando dentro de un entorno predecible. Existen controles, junto con una jerarquía bien establecida para la toma de decisiones y el flujo de información. Sin embargo, la premisa de trabajar en un entorno predecible ya no es válida. Hoy en día, las organizaciones operan en un entorno global incierto, acelerado y dinámico. La digitalización continúa impulsando las estrategias comerciales a medida que las empresas se esfuerzan por satisfacer las demandas cambiantes de los consumidores y adaptarse continuamente a los entornos cambiantes. Tener éxito en la economía digital actual significa ser flexible, adaptable y receptivo; en resumen: ser ágil" (KPMG, Transformación ágil: los desafíos comunes, los conceptos erróneos y los impulsores, 2022)

- Las encuestas adelantadas por ASCOOP, y la retroalimentación obtenida en los procesos de formación adelantados en 2022, nos permitieron concluir que muchas organizaciones no has desplegado adecuadamente en todos los niveles organizacionales dinámicas que permitan optimizar los tiempos de respuesta y acelerar los proyectos de negocio, en especial los que proponen innovaciones y mejoras.

Dentro de la información cuantitativa analizada se encuentra la siguiente:

- Una encuesta de KPMG del año 2019 ya identificaba que la adopción de ágil como set de practicas en el negocio iba más allá de los ingenieros de software o de las áreas de IT: "El 77% de los encuestados informaron usar principios y enfoques Agile dentro de sus unidades de Negocio lo que indica una clara señal de la adopción de Agile fuera de las funciones de TI. Aún más interesante, del 9% de encuestados que no adoptan Agile en sus funciones de TI, 1 en 6 de ellos informaron usar Agile en su Unidad de Negocio o Funciones de marketing y ventas. Esta es una clara señal de que el la adopción de Agile ya no se usa exclusivamente en TI funciones; se está extendiendo a otras funciones comerciales de organizacionales" (KPMG, Agile Transformation, 2019)

- La organización State og Agile, promotora de las practicas agiles, anualmente realiza una encuesta para determinar el uso de agile. Los resultados de la edición 2022 permiten valorar las razones por las que las empresas implementan agile: El 52% dijo que es para acelerar el tiempo para salir al mercado, el 44% dijo que para asegurar las entregas y el 31% para bajar riesgos. Entre los beneficios de usar agile, el 55% de los encuestados mencionó altos niveles de colaboración cruzada y comunicación y el 51% de los encuestados mencionaron la mejora continua como un beneficio clave (State of Agile , State of Agile Report, 2022).

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 información secundaria, de la situación actual del gremio, y el diagnóstico con herramientas propias; se identificó la siguiente necesidad de formación específica: Las estructuras organizacionales y las practicas tradicionales no permiten dar respuesta oportuna a los requerimientos de los clientes y a los cambios en el entorno.

Objetivo 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: Desplegar practicas agiles en los equipos de trabajo que permitan dar respuesta oportuna a los requerimientos de los clientes y a los cambios en el entorno, fomentando la transformación digital y la innovación.

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 que puedan reaccionar rápida y dinámicamente a los cambios del entorno dinámico y ser capaces de adaptar los procesos para aprovechar el potencial de los mercados emergentes, actuando de forma proactiva y anticipada, con una mentalidad ágil que promueva la transformación digital y la innovación.

El objetivo de la acción de formación se relaciona de forma directa con la necesidad identificada lo que evidencia que se podrá solucionar parcialmente la necesidad identificada. 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 este objetivo contribuirá a alcanzar el objetivo general formulado para el proyecto.

Evento de formación

Tipo de evento de formación	Curso	Modelo de aprendizaje	No Aplica
-----------------------------	-------	-----------------------	-----------

Modalidad de formación	Presencial asistida por tecnologías-PAT	Tipo de ambiente de aprendizaje	Plataforma o herramienta tecnológica
Número de grupos	1	Número de horas por grupo	40
Número de beneficiarios por grupo	30	Número de días por grupo de la AF	20
Número de beneficiarios de la AF	30	Número total de horas por AF	40

Beneficiarios

Area(s) funcional(es)

Área Funcional

Innovación

Recursos humanos

Servicio al cliente

Tecnología

contabilidad

Otra

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional

ALTA DIRECCIÓN

MEDIO

OPERATIVO

otros datos			
Número de trabajadores en condición de discapacidad	0	Número de trabajadores mujeres	16
Número de empresas a beneficiar	1	Número de empresas BIC a beneficiar	0
Número de empresas mipymes	0	Número de trabajadores de empresas mipymes	0
Número de empresas de su cadena productiva	0	Número de trabajadores de empresas de su cadena productiva	0

Justificación empresas mipymes

NA

Justificación empresas de la cadena productiva

NA

Enfoque de la Acción de formación

Formación en el trabajo

Sectores y sub-sectores del beneficiario

Sector

Servicios

Subsector

Transversal

Justificación Sector - Subsector

Sector: SERVICIOS

Subsector: TRANSVERSAL

Ascoop se clasifica como del subsector Transversal porque tiene asociadas cooperativas en varios subsectores económicos. Esta acción de formación en particular se suscribe a trabajadores provenientes de cooperativas de ahorro y crédito como Fincomercio quienes encuentran pertinencia entre los temas abordados y las actividades que realizan en sus cooperativas.

Por lo anterior la formación propuesta está relacionada con el sector y subsector del que proceden los beneficiarios.

UNIDADES TEMÁTICAS

AF N°4

ACCIÓN DE FORMACIÓN Practicas agiles para responder los retos de entornos cambiantes y dinámicos en el sector Cooperativo

UNIDAD TEMÁTICA N°1

UNIDAD TEMÁTICA UT I. TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y AGILE MINDSET

N° total de horas prácticas presenciales	0	N° total de horas teóricas presenciales	0
N° total de horas prácticas virtuales	0	N° total de horas teóricas virtuales	0
N° total de horas prácticas PAT	5	N° total de horas teóricas PAT	3
N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática	8		

Contenidos de la UT

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 homogéneos y detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:

- La transformación digital su impacto en sector Cooperativo
- *VUCA: Volatilidad, Incertidumbre, Complejidad y Ambigüedad.
- *Transformación digital, incorporando lo digital en los procesos organizacionales
- *Las empresas del futuro: inteligentes, digitales y sostenibles
- Principios y valores Agile
- *Aprendiendo a pensar agile y el cambio de paradigma
- *De la gestión por objetivos a la gestión por resultados.

*Expectativas y acuerdos ágiles de trabajo
*Agilidad técnica y agilidad organizacional
*Manifiesto Ágile.

Competencias a adquirir

A partir de los contenidos abordados en esta unidad temática se espera alcanzar la siguiente competencia:

- Reconoce la importancia de los valores ágiles para el éxito de la implementación de agile en la organización
- Identifica las características de los entornos VUCA y su relación con los procesos de transformación digital

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	Horas de capacitación
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	8

AF N°4

ACCIÓN DE FORMACIÓN Practicas agiles para responder los retos de entornos cambiantes y dinámicos en el sector Cooperativo

UNIDAD TEMÁTICA N°2

UNIDAD TEMÁTICAUT II. COMUNICACIÓN AGILE COMO PALANCA ESTRATÉGICA PARA FACILITAR LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

N° total de horas prácticas presenciales	0	N° total de horas teóricas presenciales	0
N° total de horas prácticas virtuales	0	N° total de horas teóricas virtuales	0
N° total de horas prácticas PAT	5	N° total de horas teóricas PAT	3
N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática	8		

Contenidos de la UT

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 homogéneos y detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:

- Las prácticas de comunicaciones Agile
- *Transmitiendo mensajes de forma consciente y responsable dentro de la comunicación organizacional en entorno 4.0
- *Cómo maximizar la sinergia entre la comunicación verbal y la no verbal para lograr mayor impacto e influencia en entornos 4.0
- *Elementos de la voz, el cuerpo y las palabras aplicados al ambiente digital
- *La comunicación externa y las redes sociales
- *Documentos compartidos, altos niveles de interacción y coordinación, procesos optimizados, tecnología de punta, aplicaciones web y un sinfín de innovaciones digitales que requieren adaptación en los procesos de comunicación.
- Los procesos de retroalimentación para influir y movilizar equipos 4.0
- *Niveles de retroalimentación: Feed up, Feedback y Feed forward.
- *Retroalimentación orientada a la tarea, orientada al proceso, orientada a la persona
- *Elementos de una retroalimentación efectiva (Conductas, resultado, impacto y acción)
- Comunicación y gestión de conflictos para el crecimiento empresarial
- *Escucha activa e indagación.
- *Escucha profunda a través del método de CNV (Comunicación No Violenta o Comunicación para la Conexión).
- Técnicas visuales y experienciales que promuevan la conversación generativa y los espacios de reflexión de los equipos
- *Visual Thinking: desarrollo de mindset visual, sus ventajas y aplicaciones
- *Herramientas visuales específicas para facilitar diferentes tipos de conversaciones creativas, como story telling, jam sessions
- *Mapas mentales para el avance de proyectos

Competencias a adquirir

A partir de los contenidos abordados en esta unidad temática se espera alcanzar la siguiente competencia:

- Utiliza herramientas visuales para facilitar la comunicación, el trabajo en equipo y la retroalimentación en entornos ágiles

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	Horas de capacitación
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	8

AF N°4

ACCIÓN DE FORMACIÓN Practicas agiles para responder los retos de entornos cambiantes y dinámicos en el sector Cooperativo

UNIDAD TEMÁTICA N°3

UNIDAD TEMÁTICAUT III. APLICACIÓN DE METODOLOGÍAS ÁGILES PARA FORTALECER LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN Y DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL

N° total de horas prácticas presenciales	0	N° total de horas teóricas presenciales	0
N° total de horas prácticas virtuales	0	N° total de horas teóricas virtuales	0
N° total de horas prácticas PAT	12	N° total de horas teóricas PAT	8
N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática	20		

Contenidos de la UT

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 homogéneos y detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:

- Introducción a SCRUM
- *Comprender el enfoque iterativo e incremental en Sprints.
- *Roles en Scrum

- *Definir la pila de producto (backlog).
- *Estimar la carga de historias de usuario.
- *Planificar la release o entregable y el Sprint.
- *La reunión diaria en el Scrum.
- *La reunión de revisión del Sprint.
- *Medir el progreso a través del gráfico Burndown.
- *Practicar la mejora continua con la reunión de retrospectiva de Sprint.
- Introducción a Kanban
- *Prácticas de Kanban.
- *Aprender a dibujar tableros para gestionar el flujo de trabajo.
- *Práctica para experimentar el WIP (Work in Progress).
- *Cómo aplicar Kanban.
- *Ventajas del método Kanban.
- *STATIK: Kanban en la gestión Cooperativa

Competencias a adquirir

A partir de los contenidos abordados en esta unidad temática se espera alcanzar la siguiente competencia:

- *Aplica técnicas de scrum para priorizar las actividades en alineación con los resultados a alcanzar.
- *Utiliza tableros de Kanban para gestionar el flujo de actividades de su equipo de trabajo.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	Horas de capacitación
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	20

AF N° 4

ACCIÓN DE FORMACIÓN Practicas agiles para responder los retos de entornos cambiantes y dinámicos en el sector Cooperativo

UNIDAD TEMÁTICA N° 4

UNIDAD TEMÁTICA UT IV. TRABAJO EN EQUIPO CORRESPONDIENTE A LAS HABILIDADES TRANSVERSALES DOCUMENTO “EL BID TE ESCUCHA”

N° total de horas prácticas presenciales	0	N° total de horas teóricas presenciales	0
N° total de horas prácticas virtuales	0	N° total de horas teóricas virtuales	0
N° total de horas prácticas PAT	2	N° total de horas teóricas PAT	2
N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática	4		

Contenidos de la UT

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 homogéneos y detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:

- Colaboración con otros en la realización de actividades para lograr objetivos comunes, intercambiando información, asumiendo responsabilidades, resolviendo inconvenientes
- Desarrollo colectivo
- *Complejidad en los entornos de trabajo
- *Motivación y empoderamiento.
- *Delegación
- Ser facilitadores del trabajo de los equipos autoorganizados
- *Medición de equipos, medir compromisos y resultado.
- *Potenciar las capacidades y habilidades necesarias para movilizar la organización de una manera productiva.

Competencias a adquirir

A partir de los contenidos abordados en esta unidad temática se espera alcanzar la siguiente competencia:

Promueve la colaboración para alcanzar los objetivos comunes del equipo.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	Horas de capacitación
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	4

Proveedor de la formación - persona jurídica

Esta acción de formación será adelantada por la persona jurídica que a continuación se describe:

FUNDACIÓN POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA cuyo objeto es la prestación de servicios en todos los campos de acción de la educación, en especial de la educación superior, según lo previsto en el Artículo 7 de la Ley 30 de 1992 y demás disposiciones complementarias y concordantes. Esta es una Institución de Educación Superior con vocación formativa, que trabaja apasionadamente para brindar más y mejores oportunidades de acceso a una formación integral, pertinente y de calidad, que transforma vidas y genera un impacto positivo en la sociedad.

La FUNDACIÓN POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA cumple con todos los requerimientos exigidos por los pliegos y anexos de la convocatoria, en particular:

1. Cuenta con más de 28 años de constitución legal.
2. Cuenta con más de 5 años de experiencia en 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 2023.
3. Cumple con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995 y/o las normas que les sean aplicables para su funcionamiento en el territorio nacional.

Material de formación

A cada participante se le entrega el material de forma electrónica y es un complemento didáctico necesario para que el estudiante obtenga información adicional, para resolver problemas, para representar conceptos abstractos y densos, razonamiento lógico y argumentación, también permite desarrollar los contenidos de manera lógica y secuencial, con lecturas que apoyan el aprendizaje, talleres y ejercicios prácticos para su aplicación, estimulando el proceso de enseñanza y aprendizaje.

Estos recursos contribuyen al mejoramiento y aplicación del conocimiento permitiendo al participante analizar que la transformación digital tiene una relación íntima con el agilitismo, permitiendo que las organizaciones aprendan y se adapten más rápido. Todo el tiempo, los consumidores cambian su forma de comprar, por lo que las empresas deben entenderlos para estar a la vanguardia y darles lo que necesitan, en el tiempo que lo requieren. Podrán implementar procesos que se adapten a los clientes y al entorno, entenderán su rol y se saldrán de la caja, escucharán más a los otros para poder colaborar, entenderán el valor que están generando, serán autónomos y obtendrán resultados iterativos e incrementales.

El material descrito cumple la normatividad vigente en cuanto a propiedad intelectual y lo establecido en la Resolución de Tarifas 2023. El material de formación corresponde a una producción reciente de menos de 2 años.

El material de formación está metodológicamente estructurado y guarda coherencia con la metodología de la formación y las unidades temáticas propuestas de modo que facilita la transferencia de conocimiento. A continuación, se presentan algunos de los contenidos que se incluirán en el material propuesto:

- Transformación digital y agile mindset
- Comunicación agile como palanca estratégica para facilitar la transformación digital
- Aplicación de metodologías ágiles para fortalecer los procesos de innovación y de transformación digital

Los recursos didácticos correspondientes al material de apoyo que el capacitador utiliza para facilitar la transmisión de conocimientos y se convierten en apoyo para la capacitación, (diapositivas, imágenes, videos, entre otras) no hacen parte del material de formación aquí descrito.

Alineación de la acción de formación

Alineación
Acción de Formación que dé aplicación a la cuarta revolución industrial (Industrias 4.0, Sistemas de integración, máquinas y sistemas autónomos, internet de las cosas, manufactura aditiva, big data y análisis de grandes datos, computación en la nube, simulación de entornos virtuales, inteligencia artificial (IA), ciberseguridad, realidad aumentada, robótica industrial e ingeniería, economía digital, transformación digital, uso de tecnologías digitales y adopción de TIC)

Justificación de la Alineación

El documento CONPES 3975 de política nacional para la transformación digital e inteligencia artificial, al analizar al diagnosticar el estado de las empresas frente a la transformación digital encuentra que, a propósito de la Innovación basada en el uso de TIC en el sector privado, “de acuerdo con el Readiness for the Future of Production Report 2018, índice que evalúa la capacidad de los países de capitalizar las oportunidades de la producción futura, mitigar riesgos y ser resiliente y ágil frente a los cambios inciertos que presenta la 4RI, Colombia está muy por debajo en comparación con países líderes en materia de adopción de tecnologías emergentes en el sector privado”. Esta acción de formación se encuentra alineada a dicha política pública, lo que se demuestra con el extracto citado de la misma, ya que las unidades temáticas que se incluyen permiten dotar a las cooperativas de esa agilidad para dar respuesta a entornos cambiantes y dinámicos como los actuales.

¿ La AF participará en el Evento presencial de resultados de aplicación de conocimientos del Programa de Formación Continua Especializada 2023 ?

No

Acción de formación especializada

La acción de formación propuesta es especializada pues es de corta duración, permite la actualización, adquisición y apropiación de conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas 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 elevaran las competencias laborales que los trabajadores del sector requieren para que puedan reaccionar rápida y dinámicamente a los cambios del entorno dinámico y ser capaces de adaptar los procesos para aprovechar el potencial de los mercados emergentes, actuando de forma proactiva y anticipada, con una mentalidad ágil que promueva la transformación digital y la innovación.; lo que aumentaran la empleabilidad de los trabajadores beneficiarios así como aumentará la productividad y competitividad de las cooperativas participantes.

Resultados - Impacto de la formación en el desempeño del trabajador y aplicación de conocimientos en el puesto de trabajo

Una vez ejecutada la acción de formación los beneficiarios generaran los resultados de impacto aquí descritos, 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 y 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.

Dichos resultados, además están alineados con las unidades temáticas, en la medida en que los contenidos abordados en ella permiten alcanzarlos.

A continuación se listan los resultados de impacto:

- R1: Se revisan las practicas organizacionales para desplegar herramientas y metodologías ágiles
- R2: Se promueve el cambio en todos los niveles organizacionales-
- R3: Se identifican los aspectos de la transformación digital que generan volatilidad en el entorno-
- R4: Se promueve el trabajo en equipo y la colaboración como bases para alcanzar los objetivos comunes.

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

Gracias a que los trabajadores cursan esta acción de formación, se espera que las empresas alcancen resultados de impacto en productividad y competitividad como se indica a continuación:

Resultados de impacto Productividad

- R1: Se optimizan los recursos asociados a proyectos de innovación y mejora
- R2: Se aceleran los procesos de innovación y transformación digital
- R3: Se aplican metodologías ágiles, para detectar y responder al cambio con rapidez y confianza.

Resultados de impacto Competitividad

- R1: La propuesta de valor de los productos y servicios responde a los requerimientos de los clientes en entornos digitales.
- R2: SE fortalece la capacidad de responder a los cambios en el entorno
- R3: Se fortalece la capacidad de innovación.

Como se puede analizar, los resultados antes descritos están relacionados con la acción de formación propuesta.

Justificación lugar de ejecución

Se justifica dictar acciones de formación en los municipios y departamentos relacionados para esta acción de formación 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.

Lugar de ejecución

Departamento	N° Beneficiarios
BOGOTÁ D.C	29
NORTE DE SANTANDER	1

Presupuesto de la AF

Rubro	Descripción	Cofinanciación SENA	%	Contrapartida especie	%	Contrapartida dinero	%	Valor total
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	HONORARIOS DOCENTE NACIONAL MAESTRIA	\$ 11.595.000	% 76,28	\$ 0	% 0,00	\$ 3.605.000	% 23,72	\$ 15.200.000
R10.3 Garantías	PÓLIZAS DE SEGURO PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	\$ 0	% 0,00	\$ 0	% 0,00	\$ 260.000	% 100,00	\$ 260.000

	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida en Especie	% Especie	Contrapartida en Dinero	% Dinero	COSTO TOTAL AF
COSTO TOTAL DE LA AF	\$ 11.595.000	% 75,00	\$ 0	% 0,00	\$ 3.865.000	% 25,00	\$ 15.460.000

AF N° 3

ACCIÓN DE FORMACIÓN DISEÑANDO APLICACIONES DE ANALÍTICA DE DATOS ESCALABLES Y PODEROSAS PARA EL SECTOR COOPERATIVO.

[Volver al Listado de AF](#)

Necesidad o problema puntual detectado en la empresa/gremio, a la que se puede dar respuesta total o parcial mediante 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 información secundaria, de la situación actual del gremio, y el diagnóstico con herramientas propias; se identificó la siguiente necesidad de formación específica: Diseñar e implementar soluciones de analítica de datos accesibles al presupuesto de las organizaciones cooperativas y que sean escalables acorde con las necesidades.

Análisis causas y efectos de la necesidad de formación detectada

Esta necesidad identificada es originada por estas causas:

1. Las aplicaciones de analítica de datos comerciales son muy costosas y complejas para el tipo de requerimientos de algunas las cooperativas
2. Las organizaciones cooperativas no se aproximan al diseño escalable de soluciones por falta de conocimientos estadísticos y técnicos.
3. No se conocen tecnologías de software libre robustas que son accesibles sin costo para implementar tecnologías de la revolución industrial 4.0.

Esta necesidad genera los siguientes efectos que permanecerán si no se efectúa la acción de formación propuesta:

- 1. No se aprovecha la data que tiene la organización para la mejora en el conocimiento del negocio
- 2. No se identifican oportunidades de negocio
- 3. No se tiene el conocimiento del cliente que se debiera
- 4. La rentabilidad por cliente no es la óptima.

Justificación de la necesidad detectada según resultados cuantitativos y cualitativos del diagnóstico realizado y según fuentes internas o externas de información

Esta acción de formación se relaciona con la necesidad de formación en que centra sus temáticas en la Big data y como la empresa puede aplicar la estadística y el lenguaje de programación R para diseñar soluciones de analítica robustas que tienen el potencial para crecer hacia el machine learning y la ciencia de los datos. Por lo tanto a través de la acción de formación se puede dar respuesta parcial a la necesidad identificada.

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 de ahorro y crédito para el que va destinada esta acción de formación.

Dentro de la información cualitativa analizada se encuentra la siguiente:

- La transformación digital ha llevado a las organizaciones a acumular masivos volúmenes de datos resultado de todas las transacciones digitales que realizan con sus clientes, proveedores y terceros. Sin embargo, el paso siguiente, aprovechar esos datos y volverlos información útil para la toma de negocios no es sencillo, pero debe emprenderse considerando los beneficios que esto genera. Al respecto el consultor KPMG explica que "Los datos son el gran recurso oculto que fluye, en gran parte sin explotar, a través de las principales organizaciones. Los análisis pueden convertir el volumen de esa información en conocimiento. Los avances en la ciencia de datos nos permiten descubrir los patrones ocultos, las conexiones y los vínculos causales que explican el comportamiento humano y los resultados comerciales. Estos conocimientos históricos, en tiempo real y predictivos pueden impulsar una mejor toma de decisiones en todos los niveles, desde encuentros individuales con clientes hasta estrategias de alto nivel" (KPMG, Convierte tus datos en conocimiento, 2022).

- Una estrategia para hacer análisis de datos es construir dentro de la organización las aplicaciones o librerías que permitan analizar la data y desplegar visualizaciones. Las aproximaciones pueden ser bastante simples hasta llegar incluso a desarrollos que permitan machine learning y la ciencia de los datos. Desde este frente, uno de los lenguajes que más acogida ha tenido es R, que open source y es especializado en estadística, análisis y despliegue de datos: "R para ciencia de datos se enfoca en los usos estadísticos y gráficos del lenguaje. Cuando aprenda R para ciencia de datos, aprenderá a usar el lenguaje para realizar análisis estadísticos y desarrollar visualizaciones de datos. Las funciones estadísticas de R también facilitan la limpieza, la importación y el análisis de datos. R para ciencia de datos se usa en industrias como la banca, las telecomunicaciones y los medios empresas del tamaño de TMobile, Twitter y Google Analytics (Usando R para ciencia de datos, en Master Data Science, 2021). Los estudios efectuados por Ascoop identificaron que esta aproximación es del agrado de muchas cooperativas que no quieren adquirir aplicaciones ya construidas de fabricantes.

Dentro de la información cuantitativa analizada se encuentra la siguiente:

- Las encuestas adelantadas por ASCOOP, y la retroalimentación obtenida en los procesos de formación adelantados en 2022, nos permitieron concluir que existen significativas brechas de competencia en los trabajadores del sector cooperativo en lo que se refiere a la aplicación de técnicas para el análisis de los datos, las cuales abarcan a por lo menos 100 trabajadores de las empresas analizadas.

- A pesar de que no es muy reconocido por el público en general "El lenguaje R es utilizado por más de 2 millones de estadísticos y científicos de datos en todo el mundo, y con la adopción más amplia del lenguaje R para aplicaciones comerciales, el uso de este software estadístico está aumentando exponencialmente. El lenguaje de programación R se desarrolló para el análisis estadístico a pequeña escala en entornos académicos. El lenguaje R es una poderosa herramienta informática estadística para visualizar datos, explorar grandes conjuntos de datos y crear nuevos modelos estadísticos" (Spectrum Survey by IEEE, 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 información secundaria, de la situación actual del gremio, y el diagnóstico con herramientas propias; se identificó la siguiente necesidad de formación específica: : Diseñar e implementar soluciones de analítica de datos accesibles al presupuesto de las organizaciones cooperativas y que sean escalables acorde con las necesidades.

Objetivo 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: Aplicar metodologías de análisis de datos y análisis estadístico con el uso de la del lenguaje de programación R, que permitan el diseño e implementación de soluciones de analítica de datos escalables que puedan crecer con el tiempo conforme a las necesidades del negocio.

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 que puedan hacer uso de técnicas estadísticas y de programación usando el lenguaje de programación R para recolectar, analizar y desplegar la data de forma que se pueda obtener información valiosa para el conocimiento del negocio de las organizaciones.

El objetivo de la acción de formación se relaciona de forma directa con la necesidad identificada lo que evidencia que se podrá solucionar parcialmente la necesidad identificada. 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 este objetivo contribuirá a alcanzar el objetivo general formulado para el proyecto.

Evento de formación

Tipo de evento de formación	Curso	Modelo de aprendizaje	No Aplica
Modalidad de formación	Combinada (Presencial – Virtual)	Tipo de ambiente de aprendizaje	Aula Convencional - Aula Virtual
Número de grupos	2	Número de horas por grupo	40
Número de beneficiarios por grupo	20	Número de días por grupo de la AF	20
Número de beneficiarios de la AF	40	Número total de horas por AF	80

Beneficiarios

Area(s) funcional(es)

Área Funcional	Otra
Dirección	
Innovación	
Recursos humanos	
Tecnología	

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional
ALTA DIRECCIÓN
MEDIO

otros datos

Número de trabajadores en condición de discapacidad	0	Número de trabajadores mujeres	18
Número de empresas a beneficiar	1	Número de empresas BIC a beneficiar	0
Número de empresas mipymes	0	Número de trabajadores de empresas mipymes	0
Número de empresas de su cadena productiva	0	Número de trabajadores de empresas de su cadena productiva	0

Justificación empresas mipymes

NA

Justificación empresas de la cadena productiva

NA

Enfoque de la Acción de formación

Formación en el trabajo

Sectores y sub-sectores del beneficiario

Sector
Servicios
Subsector
Transversal

Justificación Sector - Subsector

Sector: SERVICIOS

Subsector: TRANSVERSAL

Ascoop se clasifica como del subsector Transversal porque tiene asociadas cooperativas en varios subsectores económicos. Esta acción de formación en particular se suscribe a trabajadores provenientes de cooperativas de ahorro y crédito como Coamedas quienes encuentran pertinencia entre los temas abordados y las actividades que realizan en sus cooperativas.

Por lo anterior la formación propuesta está relacionada con el sector y subsector del que proceden los beneficiarios.

UNIDADES TEMÁTICAS

AF N° 3

ACCIÓN DE FORMACIÓN DISEÑANDO APLICACIONES DE ANALÍTICA DE DATOS ESCALABLES Y PODEROSAS PARA EL SECTOR COOPERATIVO.

UNIDAD TEMÁTICA N° 1

UNIDAD TEMÁTICA UT I. AUTOGESTIÓN CORRESPONDIENTE A LAS HABILIDADES TRANSVERSALES DOCUMENTO “EL BID TE ESCUCHA”

N° total de horas prácticas presenciales	0	N° total de horas teóricas presenciales	0
N° total de horas prácticas virtuales	2	N° total de horas teóricas virtuales	2
N° total de horas prácticas PAT	0	N° total de horas teóricas PAT	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática		4	

Contenidos de la UT

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 homogéneos y detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:

-El logro y el cumplimiento de los compromisos y obligaciones adquiridas aún por encima de nuestros propios intereses.

*Qué significa la gestión de uno mismo

*Claves para la gestión de uno mismo: fortalezas

*Gestionar el aprendizaje

*Cómo desarrollar el hábito de aprender

*El mejoramiento continuo

*Gestión de tareas y compromisos

*Que significa ser productivo

*Cómo priorizar tareas

*Cómo establecer plazos

-Control de la procrastinación

*Cómo salir de la procrastinación

*Cómo crear hábitos de impacto

-El proceso de toma de decisiones

*¿Cómo procesamos la información para decidir?

*Gestión integral para la toma de decisiones.

Competencias a adquirir

A partir de los contenidos abordados en esta unidad temática se espera alcanzar la siguiente competencia:

*Propone actividades para alcanzar el cumplimiento de sus compromisos, reflexionando sobre las consecuencias de no hacerlo.

Perfil capacitador

<i>Tipo de capacitador</i>	<i>Horas de capacitación</i>
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	4

AF N° 3

ACCIÓN DE FORMACIÓN DISEÑANDO APLICACIONES DE ANALÍTICA DE DATOS ESCALABLES Y PODEROSAS PARA EL SECTOR COOPERATIVO.

UNIDAD TEMÁTICA N° 2

UNIDAD TEMÁTICA UT II. FUNDAMENTOS DE BIG DATA Y SISTEMA DE ALMACENAMIENTO DE DATOS-8 HORAS VIRTUALES

N° total de horas prácticas presenciales	0	N° total de horas teóricas presenciales	0
N° total de horas prácticas virtuales	5	N° total de horas teóricas virtuales	3
N° total de horas prácticas PAT	0	N° total de horas teóricas PAT	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática		8	

Contenidos de la UT

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 homogéneos y detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:

-Fundamentos de Big Data y sistema de almacenamiento de datos

*Tipos de datos

*Calidad de los datos

*Gestión de los datos

*Generación de datos

*Adquisición de datos
*Almacenamiento
*Análisis de los datos

Competencias a adquirir

A partir de los contenidos abordados en esta unidad temática se espera alcanzar la siguiente competencia:

* Reconoce los elementos esenciales en la gestión de los datos, cuando diseña estrategias para implementar modelos de análisis de datos.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	Horas de capacitación
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	8

AF N°

3

ACCIÓN DE FORMACIÓN DISEÑANDO APLICACIONES DE ANALÍTICA DE DATOS ESCALABLES Y PODEROSAS PARA EL SECTOR COOPERATIVO.

UNIDAD TEMÁTICA N°

3

UNIDAD TEMÁTICA

UT III. RELACIONANDO LOS DATOS-8 HORAS VIRTUALES

N° total de horas prácticas presenciales	0	N° total de horas teóricas presenciales	0
N° total de horas prácticas virtuales	5	N° total de horas teóricas virtuales	3
N° total de horas prácticas PAT	0	N° total de horas teóricas PAT	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática		8	

Contenidos de la UT

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 homogéneos y detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:

- La importancia de la estadística en la ciencia de los datos.
- Estadística básica
- Análisis descriptivo
- Análisis Prescriptivo
- Análisis Predictivo
- Modelos cuantitativos.

Competencias a adquirir

A partir de los contenidos abordados en esta unidad temática se espera alcanzar la siguiente competencia:

- Prioriza el análisis estadístico a aplicar según las necesidades de análisis y características de la información disponible.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	Horas de capacitación
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	8

AF N°

3

ACCIÓN DE FORMACIÓN DISEÑANDO APLICACIONES DE ANALÍTICA DE DATOS ESCALABLES Y PODEROSAS PARA EL SECTOR COOPERATIVO.

UNIDAD TEMÁTICA N°

4

UNIDAD TEMÁTICA

UT IV. APLICACIÓN DE MODELOS ESTADÍSTICO EN ENTORNO R PARA LA TOMA DE DECISIONES

N° total de horas prácticas presenciales	1 2	N° total de horas teóricas presenciales	8
N° total de horas prácticas virtuales	0	N° total de horas teóricas virtuales	0
N° total de horas prácticas PAT	0	N° total de horas teóricas PAT	0
N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática		20	

Contenidos de la UT

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 homogéneos y detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:

- Lenguaje R y tratamiento de datos
- * Datos con R
- * Acceso a paquetes R.
- * Leer, generar, manipular objetos.
- Análisis de datos con R para la toma de decisiones
- * Escribir funciones genéricas en R.
- * Depuración, perfilación del código R y organización y comentario del código R.
- Análisis estadístico
- *Análisis descriptivo y multivariado.
- * Regresión lineal y análisis de correlación.
- * Modelos lineales generales (GLM).
- Analizar datos espaciales en R
- *Análisis geostatístic.
- *Implementación de procedimientos R con ArcGIS.
- Visualización de datos
- * Funciones gráficas
- *Tipos de gráficas y usos

- *La narrativa de datos
- Las capacidades de crecimiento y escalabilidad de R
- R en el contexto del machine learning y la ciencia de datos

Competencias a adquirir

A partir de los contenidos abordados en esta unidad temática se espera alcanzar la siguiente competencia:

- *Diseña modelos para extraer y analizar datos usando R
- *Propone visualizaciones para los datos usando R en consideración a las necesidades de información del usuario.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	Horas de capacitación
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	20

Proveedor de la formación - persona jurídica

Esta acción de formación será adelantada por la persona jurídica que a continuación se describe:

FUNDACIÓN POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA cuyo objeto es la prestación de servicios en todos los campos de acción de la educación, en especial de la educación superior, según lo previsto en el Artículo 7 de la Ley 30 de 1992 y demás disposiciones complementarias y concordantes. Esta es una Institución de Educación Superior con vocación formativa, que trabaja apasionadamente para brindar más y mejores oportunidades de acceso a una formación integral, pertinente y de calidad, que transforma vidas y genera un impacto positivo en la sociedad.

La FUNDACIÓN POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA cumple con todos los requerimientos exigidos por los pliegos y anexos de la convocatoria, en particular:

1. Cuenta con más de 28 años de constitución legal.
2. Cuenta con más de 5 años de experiencia en 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 2023.
3. Cumple con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995 y/o las normas que les sean aplicables para su funcionamiento en el territorio nacional.

Material de formación

A cada participante se le entrega el material de forma electrónica y es un complemento didáctico necesario para que el estudiante obtenga información adicional, para resolver problemas, para representar conceptos abstractos y densos, razonamiento lógico y argumentación, también permite desarrollar los contenidos de manera lógica y secuencial, con lecturas que apoyan el aprendizaje, talleres y ejercicios prácticos para su aplicación, estimulando el proceso de enseñanza y aprendizaje.

Estos recursos contribuyen al mejoramiento y aplicación del conocimiento permitiendo al participante aprovechar el valor de los datos, reconocer la utilidad que tiene la ciencia de datos en aplicar lenguajes de programación como R, para el logro de los propósitos organizacionales y disponer de información que permita ejecutar acciones que redunden en beneficio de las cooperativas.

El material descrito cumple la normatividad vigente en cuanto a propiedad intelectual y lo establecido en la Resolución de Tarifas 2023. El material de formación corresponde a una producción reciente de menos de 2 años.

El material de formación está metodológicamente estructurado y guarda coherencia con la metodología de la formación y las unidades temáticas propuestas de modo que facilita la transferencia de conocimiento. A continuación se presentan algunos de los contenidos que se incluirán en el material propuesto:

- *Autogestión
- *Fundamentos de big data y sistema de almacenamiento de datos-
- *Relacionando los datos
- *Aplicación de modelos estadístico en entorno R para la toma de decisiones

Los recursos didácticos correspondientes al material de apoyo que el capacitador utiliza para facilitar la transmisión de conocimientos y se convierten en apoyo para la capacitación, (diapositivas, imágenes, videos, entre otras) no hacen parte del material de formación aquí descrito.

Alineación de la acción de formación

Alineación
Acción de Formación que dé aplicación a la cuarta revolución industrial (Industrias 4.0, Sistemas de integración, máquinas y sistemas autónomos, internet de las cosas, manufactura aditiva, big data y análisis de grandes datos, computación en la nube, simulación de entornos virtuales, inteligencia artificial (IA), ciberseguridad, realidad aumentada, robótica industrial e ingeniería, economía digital, transformación digital, uso de tecnologías digitales y adopción de TIC)

Justificación de la Alineación

El documento CONPES 3975 POLÍTICA NACIONAL PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL E INTELIGENCIA ARTIFICIAL. Esta acción de formación se encuentra alineada a dicha política pública, ya que las unidades temáticas que se incluyen permiten desarrollar en el trabajador las competencias necesarias para promover en su organización procesos de analítica de datos escalables que le faciliten el acceso, análisis, despliegue y aprendizaje de los grandes datos con los que cuentan. Al respecto la política indica que: "Para profundizar en el significado de la transformación digital es necesario entender la relación que existe entre la digitalización, el uso de las tecnologías digitales y los datos. La digitalización representa la conversión de datos y procesos análogos hacia formatos que pueden ser entendidos y manipulados por máquinas (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico - OCDE, 2019). Por lo tanto, gracias a las tecnologías digitales es posible convertir cada vez más datos y procesos a estos formatos, que también generan nuevos datos que pueden ser manipulados de nuevas formas" La acción de formación se alinea de forma satisfactoria con este postulado.

¿ La AF participará en el Evento presencial de resultados de aplicación de conocimientos del Programa de Formación Continua Especializada 2023 ?

Si

Acción de formación especializada

La acción de formación propuesta es especializada pues es de corta duración, permite la actualización, adquisición y apropiación de conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas 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 elevaran las competencias laborales que los trabajadores del sector requieren para hacer uso de técnicas estadísticas y de programación usando el lenguaje de programación R para recolectar, analizar y desplegar la data de forma que se pueda obtener información valiosa para el conocimiento del negocio de las organizaciones; lo que aumentaran la productividad y competitividad de las cooperativas participantes.

Resultados - Impacto de la formación en el desempeño del trabajador y aplicación de conocimientos en el puesto de trabajo

Una vez ejecutada la acción de formación los beneficiarios generaran los resultados de impacto aquí descritos, 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 y 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.

Dichos resultados, además están alineados con las unidades temáticas, en la medida en que los contenidos abordados en ella permiten alcanzarlos.

A continuación se listan los resultados de impacto:

- R1: Analizar y describir los datos para obtener un resultado final deseado
- R2: Utilizar tecnologías libres como R para diseñar soluciones de analítica de datos.
- R3: Escalar las soluciones de analítica de datos de forma autónoma conforme a las necesidades del negocio.
- R4: Desplegar los datos de forma gráfica según necesidades
- R5: Reflexionar sobre las consecuencias de los actos en el puesto de trabajo.

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

Gracias a que los trabajadores cursan esta acción de formación, se espera que las empresas alcancen resultados de impacto en productividad y competitividad como se indica a continuación:

Resultados de impacto Productividad

- R1: Oportunidad y calidad en la data que se analiza para la toma de decisiones
- R2: Optimización de los recursos invertidos en soluciones para la gestión de la data
- R3: Capacidad de escalar la solución de analítica de datos a necesidad

Resultados de impacto Competitividad

- R1: Mejorar el conocimiento del negocio

- R2:Mejorar la efectividad de las decisiones de negocio
- R3: Identificar nuevas oportunidades de negocio
- R4: Optimizar la rentabilidad de la operación.

Como se puede analizar, los resultados antes descritos están relacionados con la acción de formación propuesta.

Justificación lugar de ejecución

Se justifica dictar acciones de formación en los municipios y departamentos relacionados para esta acción de formación en atención a que las empresas afiliadas a ASCOOP, como Coasmedas, 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.

Lugar de ejecución

Grupo	Número	Departamento	Ciudad	N° Beneficiarios
1	BOGOTÁ	D.C.	BOGOTÁ	19
1	NORTE DE SANTANDER		CÚCUTA	1
2	BOGOTÁ	D.C.	BOGOTÁ	20

Presupuesto de la AF

Rubro	Descripción	Cofinanciación SENA	%	Contrapartida especie	%	Contrapartida dinero	%	Valor total
R01.1.4 Honorarios Capacitador Nacional - Profesional con título de maestría	HONORARIOS DOCENTE NACIONAL MAESTRIA 20 HORAS X DOS GRUPOS=40 HORAS	\$ 11.400.000	% 75,00	\$ 0	% 0,00	\$ 3.800.000	% 25,00	\$ 15.200.000
R06.1.1.2 Alquiler de Salones y/o Equipos - Aulas convencionales hasta 30 beneficiarios	AULAS EN ESPECIE EN COASMEDAS PARA DOS GRUPOS X 20 HORS CADA UNO= 40 HORAS	\$ 0	% 0,00	\$ 3.200.000	% 100,00	\$ 0	% 0,00	\$ 3.200.000
R08.1 Formación Virtual - Curso 20 horas	CURSO VIRTUAL EN PLATAFORMA	\$ 16.743.000	% 88,76	\$ 0	% 0,00	\$ 2.121.000	% 11,24	\$ 18.864.000
R10.3 Garantías	PÓLIZAS DE SEGURO PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	\$ 0	% 0,00	\$ 0	% 0,00	\$ 260.000	% 100,00	\$ 260.000

COSTO TOTAL DE LA AF	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida en Especie	% Especie	Contrapartida en Dinero	% Dinero	COSTO TOTAL AF
	\$ 28.143.000	% 75,00	\$ 3.200.000	% 8,53	\$ 6.181.000	% 16,47	\$ 37.524.000

AF N° 1
ACCIÓN DE FORMACIÓN PERSPECTIVAS E IMPACTO DEL METAVERSO Y SUS APLICACIONES AL SECTOR COOPERATIVO

[Volver al Listado de AF](#)

Necesidad o problema puntual detectado en la empresa/gremio, a la que se puede dar respuesta total o parcial mediante 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 información secundaria, de la situación actual del gremio, y el diagnóstico con herramientas propias; se identificó la siguiente necesidad de formación específica: Valorar adecuadamente los cambios tecnológicos más trascendentes y cómo pueden afectar la forma en que los consumidores, los trabajadores y las empresas cooperativas interactúan.

Análisis causas y efectos de la necesidad de formación detectada

Esta necesidad identificada es originada por estas causas:

1. No se visualizan ni dimensionan adecuadamente los impactos de las nuevas tecnologías en el comportamiento del consumidor
2. No hay espacios para reflexionar sobre la forma como los empleados y la empresa cambian sus interacciones fruto de los cambios tecnológicos.
3. Muchos de los drivers tecnológicos de la transformación digital aun son desconocidos para los empresarios del sector cooperativo.

Esta necesidad genera los siguientes efectos que permanecerán si no se efectúa la acción de formación propuesta:

1. No hay hojas de ruta claramente definidas sobre los siguientes pasos en términos de transformación digital
2. No se evolucionan adecuadamente los productos y servicios.
3. Se pierde participación en el mercado.

Justificación de la necesidad detectada según resultados cuantitativos y cualitativos del diagnóstico realizado y según fuentes internas o externas de información

Esta acción de formación se relaciona con la necesidad de formación en que centra sus temáticas en el metaverso y la tendencia tecnológica de la realidad aumentada que está detrás del mismo. Llevar a cabo esta conferencia permitirá a las cooperativas entender cómo la forma de relacionarse con los clientes e incluso la forma de trabajar de sus empleados van a cambiar en un horizonte de tiempo no muy largo. Por lo tanto a través de la acción de formación se puede dar respuesta parcial a la necesidad identificada.

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 de ahorro y crédito para el que va destinada esta acción de formación.

Dentro de la información cualitativa analizada se encuentra la siguiente:

- Las implicaciones de las tecnologías asociadas al metaverso y la forma cómo afectaran a la industria y su relación con los consumidores es impensable: "En el momento en que dé un paseo de 5 minutos por una calle virtual de la ciudad, sabremos cuál es su preferencia sexual, cuál es su color favorito, con qué marcas se asocia, y esto es sin que usted siquiera diga una palabra, utilizando seguimiento ocular y datos biométricos. Este es uno de los tipos de datos que surgen de las tecnologías inmersivas, que sé que es un concepto aterrador y es algo que deberá regularse. El problema real es que la regulación siempre está 10 años por detrás de la tecnología." (KPMG, El futuro del metaverso y la Realidad Extendida) La misma consultora establece que las empresas deberían imaginar cuál será su propuesta de valor en el metaverso, identificar aliados para el desarrollo de iniciativas y repensar la experiencia del cliente y del empleado en sus relaciones con los mismos.

-Deloitte, explica el rol la realidad extendida, XR, dentro del metaverso y sus implicaciones para el mundo de los negocios: "XR se refiere a la creación de un entorno virtual de interacción hombre-máquina mediante la combinación de lo real y lo virtual a través de una computadora. XR es un término general para VR (realidad virtual), AR (realidad aumentada), MR (realidad mixta) y otras tecnologías. XR creará un mundo donde lo virtual y lo real están completamente entrelazados. Será un mundo completamente centrado en el ser humano, en el que no tendrá que elegir entre el mundo real y el digital, sino que podrá alternar libremente entre lo real y lo virtual. Te permitirá trascender el espacio y convocar objetos y dispositivos a voluntad, y aumentará enormemente tu percepción, memoria y cognición. Revolucionará por completo la forma en que entendemos las interacciones hombre-máquina, logrando interacciones completamente naturales y basadas en escenarios en cualquier momento y en cualquier lugar. (Deloitte, Informe del metaverso: el futuro está aquí, 2022)

Dentro de la información cuantitativa analizada se encuentra la siguiente:

- El metaverso no es una moda de las redes sociales o un avance más que se alcanza notoriamente solamente para perderse en un tiempo. KPMG una de las consultoras más importantes de Estados Unidos, delinea la relevancia de este concepto, y más del de la realidad extendida en la que el mismo opera: "La promesa de la realidad extendida está alimentando las predicciones para una variedad de posibilidades que alguna vez fueron impensables dentro del metaverso que emerge rápidamente. Para 2030, podríamos pasar más tiempo en el metaverso que en el mundo real. Las personas solicitarán empleos, se ganarán la vida, se reunirán con amigos, irán de compras e incluso se casarán utilizando las capacidades virtuales del metaverso. En la próxima década, la educación superior y la capacitación laboral pueden brindarse cada vez más en entornos virtuales en 3D, junto con reuniones en salas de juntas y lugares de trabajo. Las empresas y los gobiernos confiarán en el poder y el alcance del metaverso para compartir información, brindar servicios y colaborar como nunca antes. Para 2030, podemos esperar ver el surgimiento de interfaces cerebro-computadora (BCI) que permitan rastrear, registrar y compartir el pensamiento humano. Estas capacidades XR literalmente pueden permitirnos experimentar momentos y recuerdos de la vida de otra persona. Mientras tanto, los datos sintéticos generados a partir de mundos simulados probablemente guiarán a los robots para resolver problemas y reemplazar a los humanos que realizan trabajos de alto riesgo" (KPMG, El futuro del metaverso y la Realidad Extendida). La realidad extendida es el resultado de tecnologías como La realidad virtual, la realidad aumentada, la inteligencia artificial, el blockchain y las criptomonedas, que juntas redefinirán la forma en que vivimos, trabajamos y socializamos.

- EY valora la dimensión en dinero de la industria en torno al metaverso: "Con un mercado estimado en \$ 800 mil millones en dos años, el metaverso tiene el poder de transformar todas las industrias. Las organizaciones que aborden el potencial de innovación ahora estarán bien posicionadas para aprovechar las oportunidades que desencadenará" y de nuevo, como también lo propone KPMG destaca la importancia de validar las estrategias empresariales en particular aquellas relacionadas con "comportamientos generacionales, los recorridos de los clientes (incluida la orquestación en torno al marketing, las ventas y el servicio), los ecosistemas de empleados y talentos, y experiencias físicas y digitales fluidas" (EY, Metaverse, 2022).

- Las encuestas adelantadas por ASCOOP, y la retroalimentación obtenida en los procesos de formación adelantados en 2022, nos permitieron concluir que, al menos en 15 de nuestras cooperativas asociadas las etapas iniciales de transformación digital ya se han dado pero aun no se ha evolucionado de forma adecuada en las competencias requeridas para gestionar los cambios organizaciones para aprovecharlas y para definir adecuadamente como las nuevas tecnologías pueden afecta la hoja de ruta del negocio.

A medida que se desarrolla esta próxima frontera de la experiencia humana, las empresas deben comenzar a prepararse haciendo las preguntas correctas.

As this next frontier of human experience unfolds, enterprises need to start preparing themselves by asking the right questions.

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 información secundaria, de la situación actual del gremio, y el diagnóstico con herramientas propias; se identificó la siguiente necesidad de formación específica: Valorar adecuadamente los cambios tecnológicos más trascendentes y cómo pueden afectar la forma en que los consumidores, los trabajadores y las empresas cooperativas interactúan.

Objetivo 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: Apropiar las implicaciones para el negocio cooperativo derivadas de implementaciones como el metaverso y tecnologías como la realidad extendida desde el punto de vista de las relaciones con los clientes y con los trabajadores.

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 que los trabajadores del sector requieren para que puedan entender cómo la forma de relacionarse con los clientes e incluso la forma de trabajar de sus empleados van a cambiar en un horizonte de tiempo no muy largo gracias a implementaciones como el metaverso y tecnologías como la realidad extendida y los pasos iniciales que las empresas deben tomar para prepararse para generar ofertas de valor que respondan a dichos avances.

El objetivo de la acción de formación se relaciona de forma directa con la necesidad identificada lo que evidencia que se podrá solucionar parcialmente la necesidad identificada. 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 este objetivo contribuirá a alcanzar el objetivo general formulado para el proyecto.

Evento de formación

Tipo de evento de formación	Conferencia/ ponencia	Modelo de aprendizaje	No Aplica
Modalidad de formación	Presencial asistida por tecnologías-PAT	Tipo de ambiente de aprendizaje	Plataforma o herramienta tecnológica
Número de grupos	2	Número de horas por grupo	2
Número de beneficiarios por grupo	120	Número de días por grupo de la AF	1
Número de beneficiarios de la AF	240	Número total de horas por AF	4

Beneficiarios

Area(s) funcional(es)

Área Funcional

Otra

Dirección

Innovación

Marketing

Otra

Servicio al cliente

Tecnología

Consejos de administ

Nivel(es) ocupacional(es)

Nivel Ocupacional

ALTA DIRECCIÓN

MEDIO

OPERATIVO

otros datos			
Número de trabajadores en condición de discapacidad	0	Número de trabajadores mujeres	100
Número de empresas a beneficiar	20	Número de empresas BIC a beneficiar	0
Número de empresas mipymes	15	Número de trabajadores de empresas mipymes	170
Número de empresas de su cadena productiva	0	Número de trabajadores de empresas de su cadena productiva	0

Justificación empresas mipymes

Muchas de las cooperativas asociadas a ASCOOP que se clasifican como mipyme.

Justificación empresas de la cadena productiva

NA

Enfoque de la Acción de formación

Formación en el trabajo

Sectores y sub-sectores del beneficiario

Sector

Servicios

Subsector

Transversal

Justificación Sector - Subsector

Sector: SERVICIOS

Subsector: TRANSVERSAL

Ascoop se clasifica como del subsector Transversal porque tiene asociadas cooperativas en varios subsectores económicos. Esta acción de formación en particular se suscribe a trabajadores provenientes de cooperativas de multiples sectores tales como aseguramiento, ahorro y crédito, salud, retail y otros quienes encuentran pertinencia entre los temas abordados y las actividades que realizan en sus cooperativas.

Por lo anterior la formación propuesta está relacionada con el sector y subsector del que proceden los beneficiarios.

UNIDADES TEMÁTICAS

AF N°1

ACCIÓN DE FORMACIÓN PERSPECTIVAS E IMPACTO DEL METAVERSO Y SUS APLICACIONES AL SECTOR COOPERATIVO

UNIDAD TEMÁTICA N°1

UNIDAD TEMÁTICA PERSPECTIVAS E IMPACTO DEL METAVERSO Y SUS APLICACIONES AL SECTOR COOPERATIVO

N° total de horas prácticas presenciales	0	N° total de horas teóricas presenciales	0
N° total de horas prácticas virtuales	0	N° total de horas teóricas virtuales	0

N° total de horas prácticas PAT	0	N° total de horas teóricas PAT	2
N° total de horas prácticas híbridas	0	N° total de horas teóricas híbridas	0
N° total de horas de la Unidad Temática		2	

Contenidos de la UT

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 homogéneos y detallados, los cuales están estructurados, y presentados de manera lógica y secuencial como se indica a continuación:

- *El Metaverso una oportunidad importante para influir en la forma en que vivimos, nos conectamos, aprendemos, innovamos y colaboramos
- *Las tecnologías detrás del metaverso, La realidad extendida, La realidad virtual, la realidad aumentada, la inteligencia artificial, el blockchain y las criptomonedas,
- *Algunos de los primeros acercamientos de las compañías colombianas al metaverso y a las nuevas tecnologías de la web 3.0
- *El cambio de paradigma en las relaciones con clientes y colaboradores
- Enriquecer la experiencia del consumidor.
- Aplicaciones en el campo médico
- Lanzar productos virtuales, sólo disponibles en el metaverso.
- Recoger nuevos datos de los usuarios.
- Comercializar productos y servicios físicos y digitales.
- Impulsar los medios de pago y la financiación.
- La experiencia de los colaboradores
- Las operaciones de back office
- *La llegada del Metaverso sin lugar a duda impactará de manera positiva la economía solidaria:
- Retos al e-commerce
- Retos al sector financiero
- Retos al sector salud
- Retos al sector asegurador
- Retos al sector educativo
- *Algunas bases para ajustar la oferta de valor empresarial en el metaverso

Competencias a adquirir

A partir de los contenidos abordados en esta unidad temática se espera alcanzar la siguiente competencia:

- Reflexiona sobre las tecnologías que hacen posible el metaverso para pensar las necesidades de transformación digital en su organización
- Apropia la forma cómo tecnologías como la realidad extendida modificaran la forma de relacionarse con clientes y colaboradores.

Perfil capacitador

Tipo de capacitador	Horas de capacitación
R01.3.1.2 Honorarios Lider - Lider nacional	2

Proveedor de la formación - persona jurídica

Esta acción de formación será adelantada por la persona jurídica que a continuación se describe:

FUNDACIÓN POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA cuyo objeto es la prestación de servicios en todos los campos de acción de la educación, en especial de la educación superior, según lo previsto en el Artículo 7 de la Ley 30 de 1992 y demás disposiciones complementarias y concordantes. Esta es una Institución de Educación Superior con vocación formativa, que trabaja apasionadamente para brindar más y mejores oportunidades de acceso a una formación integral, pertinente y de calidad, que transforma vidas y genera un impacto positivo en la sociedad.

La FUNDACIÓN POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA cumple con todos los requerimientos exigidos por los pliegos y anexos de la convocatoria, en particular:

1. Cuenta con más de 28 años de constitución legal.
2. Cuenta con más de 5 años de experiencia en 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 2023.
3. Cumple con lo establecido en el Artículo 47 del Decreto Ley 2150 de 1995 y/o las normas que les sean aplicables para su funcionamiento en el territorio nacional.

Material de formación

A cada participante se le entrega el material de forma electrónica y es un complemento didáctico necesario para que el estudiante obtenga información adicional, para resolver problemas, para representar conceptos abstractos y densos, razonamiento lógico y argumentación, también permite desarrollar los contenidos de manera lógica y secuencial, con lecturas que apoyan el aprendizaje, talleres y ejercicios prácticos para su aplicación, estimulando el proceso de enseñanza y aprendizaje.

Estos recursos contribuyen al mejoramiento y aplicación del conocimiento permitiendo al participante pueda analizar, como ahora con el metaverso muchas empresas piensan en cuál será el impacto para sincronizarse con estos mundos virtuales y hacerle frente a los retos que traiga. El metaverso le da la posibilidad a las compañías de ser más creativas e innovar para ofrecer a sus audiencias experiencias inmersivas, enriquecedoras y únicas y repensar las relaciones con sus trabajadores.

El material descrito cumple la normatividad vigente en cuanto a propiedad intelectual y lo establecido en la Resolución de Tarifas 2023. El material de formación corresponde a una producción reciente de menos de 2 años.

El material de formación está metodológicamente estructurado y guarda coherencia con la metodología de la formación y las unidades temáticas propuestas de modo que facilita la transferencia de conocimiento. A continuación se presentan algunos de los contenidos que se incluirán en el material propuesto:

- El Metaverso
- Algunos de los primeros acercamientos de las compañías colombianas al metaverso y a las nuevas tecnologías de la web 3.0
- La Llegada del Metaverso a la economía solidaria:
- *Retos al e-commerce
- *Retos al sector financiero
- *Retos al sector salud
- *Retos al sector asegurador
- *Retos al sector educativo

Los recursos didácticos correspondientes al material de apoyo que el capacitador utiliza para facilitar la transmisión de conocimientos y se convierten en apoyo para la capacitación, (diapositivas, imágenes, videos, entre otras) no hacen parte del material de formación aquí descrito.

Alineación de la acción de formación

Alineación
Acción de Formación que dé aplicación a la cuarta revolución industrial (Industrias 4.0, Sistemas de integración, máquinas y sistemas autónomos, internet de las cosas, manufactura aditiva, big data y análisis de grandes datos, computación en la nube, simulación de entornos virtuales, inteligencia artificial (IA), ciberseguridad, realidad aumentada, robótica industrial e ingeniería, economía digital, transformación digital, uso de tecnologías digitales y adopción de TIC)

Justificación de la Alineación

El documento CONPES 3975 POLÍTICA NACIONAL PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL E INTELIGENCIA ARTIFICIAL. Esta acción de formación se encuentra alineada a dicha política pública, ya que las unidades temáticas que se incluyen están centradas en el metaverso, que es una iniciativa derivada de la conjugación de tecnologías de la revolución industrial tales como la realidad virtual, la realidad aumentada, la inteligencia artificial, el blockchain y las criptomonedas. Al respecto la política indica que: "la industria 4.0 hace referencia a un nuevo modelo de organización y de control de la cadena de valor a través de sistemas de fabricación apoyados por tecnología. Es una aproximación basada en la integración de los procesos comerciales y de fabricación, así como de todos los actores de la cadena de valor de una empresa (proveedores y clientes), donde el sistema de ejecución se basa en la aplicación de sistemas ciber físicos y tecnologías como Internet de las cosas, robótica, Big Data y realidad aumentada, para el desarrollo de procesos de fabricación más inteligentes, que incluyen dispositivos, máquinas, módulos de producción y productos que pueden intercambiar información de forma independiente y controlarse entre sí, permitiendo un entorno de fabricación inteligente (Rojko, 2017) (Pereira, 2017)." El Metaverso es sin dudas una aplicación de esa industria 4.0 que fomenta dicha política.

No

Acción de formación especializada

La acción de formación propuesta es especializada pues es de corta duración, permite la actualización, adquisición y apropiación de conocimientos, habilidades, técnicas y prácticas 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 elevaran las competencias laborales que los trabajadores del sector requieren para entender cómo la forma de relacionarse con los clientes e incluso la forma de trabajar de sus empleados van a cambiar en un horizonte de tiempo no muy largo gracias a implementaciones como el metaverso y tecnologías como la realidad extendida y los pasos iniciales que las empresas deben tomar para prepararse para generar ofertas de valor que respondan a dichos avances; lo que sentará las bases para incrementar la la productividad y competitividad de las cooperativas participantes.

Resultados - Impacto de la formación en el desempeño del trabajador y aplicación de conocimientos en el puesto de trabajo

Una vez ejecutada la acción de formación los beneficiarios generaran los resultados de impacto aquí descritos, 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 y estan alineados con el perfil del trabajador en la medida en que deberían ser alcanzados por los mismos una vez adelanten la acción de formación.

Dichos resultados, además están alineados con las unidades temáticas, en la medida en que los contenidos abordados en ella permiten alcanzarlos.

A continuación se listan los resultados de impacto:

- R1: Entender cuáles son las tecnologías que hacen posible el metaverso
- R2: Valorar cuáles son las implicaciones del metaverso en las relaciones con los empleados
- R3: Valorar cuáles son las implicaciones del metaverso en las relaciones con los clientes
- R4: Identificar experiencias de aplicación del metaverso en la industria

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

Gracias a que los trabajadores cursan esta acción de formación, se espera que las empresas alcancen resultados de impacto en productividad y competitividad como se indica a continuación:

Resultados de impacto Productividad

- R1: Se monitorean y analizan las tecnologías de realidad extendida para mejorar los procesos de negocio
- R2: Se priorizan los proyectos de transformación digital para optimizar los recursos invertidos en ellos.

Resultados de impacto Competitividad

- R1: Se identifican las bases para estructurar una hoja de ruta para prepararse para el metaverso.
- R2: Se identifican aspectos clave para evolucionar productos y servicios a la luz de las tecnologías de realidad extendida
- R3: Se identifican nuevas oportunidades de negocio

Como se puede analizar, los resultados antes descritos están relacionados con la acción de formación propuesta.

Justificación lugar de ejecución

Se justifica dictar acciones de formación en los municipios y departamentos relacionados para esta acción de formación en atención a que las cooperativas asociadas a 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.

Lugar de ejecución

Departamento	N° Beneficiarios
BOGOTÁ D.C	150
ANTIOQUIA	60
NORTE DE SANTANDER	30

Presupuesto de la AF

Rubro	Descripción	Cofinanciación SENA	%	Contrapartida especie	%	Contrapartida dinero	%	Valor total
R01.3.1.2 Honorarios Lider - Lider nacional	HONORARIOS LIDER NACIONAL POR EVENTO	\$ 6.862.500	% 77,19	\$ 0	% 0,00	\$ 2.027.500	% 22,81	\$ 8.890.000
R10.3 Garantías	PÓLIZAS DE SEGURO PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	\$ 0	% 0,00	\$ 0	% 0,00	\$ 260.000	% 100,00	\$ 260.000

COSTO TOTAL DE LA AF	Cofinanciación SENA	% Cofinanciación	Contrapartida en Especie	% Especie	Contrapartida en Dinero	% Dinero	COSTO TOTAL AF
	\$ 6.862.500	% 75,00	\$ 0	% 0,00	\$ 2.287.500	% 25,00	\$ 9.150.000