

PROPUESTA DE EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN 2026

Formación y acción en la cultura solidaria

Impulsamos el Desarrollo Cooperativo y Solidario



EL PODER DE MOVER A OTROS

LIDERAZGO Y MANEJO DE GRUPOS

Curso corto

CÓMO LO VAMOS A HACER



Modalidades de estudio

- Aprendizaje experiencial, practica guiada y casos aplicados.
- Masterclass de **3horas -virtuales sincrónicas**
- Frecuencia de clases **2 veces por semana**



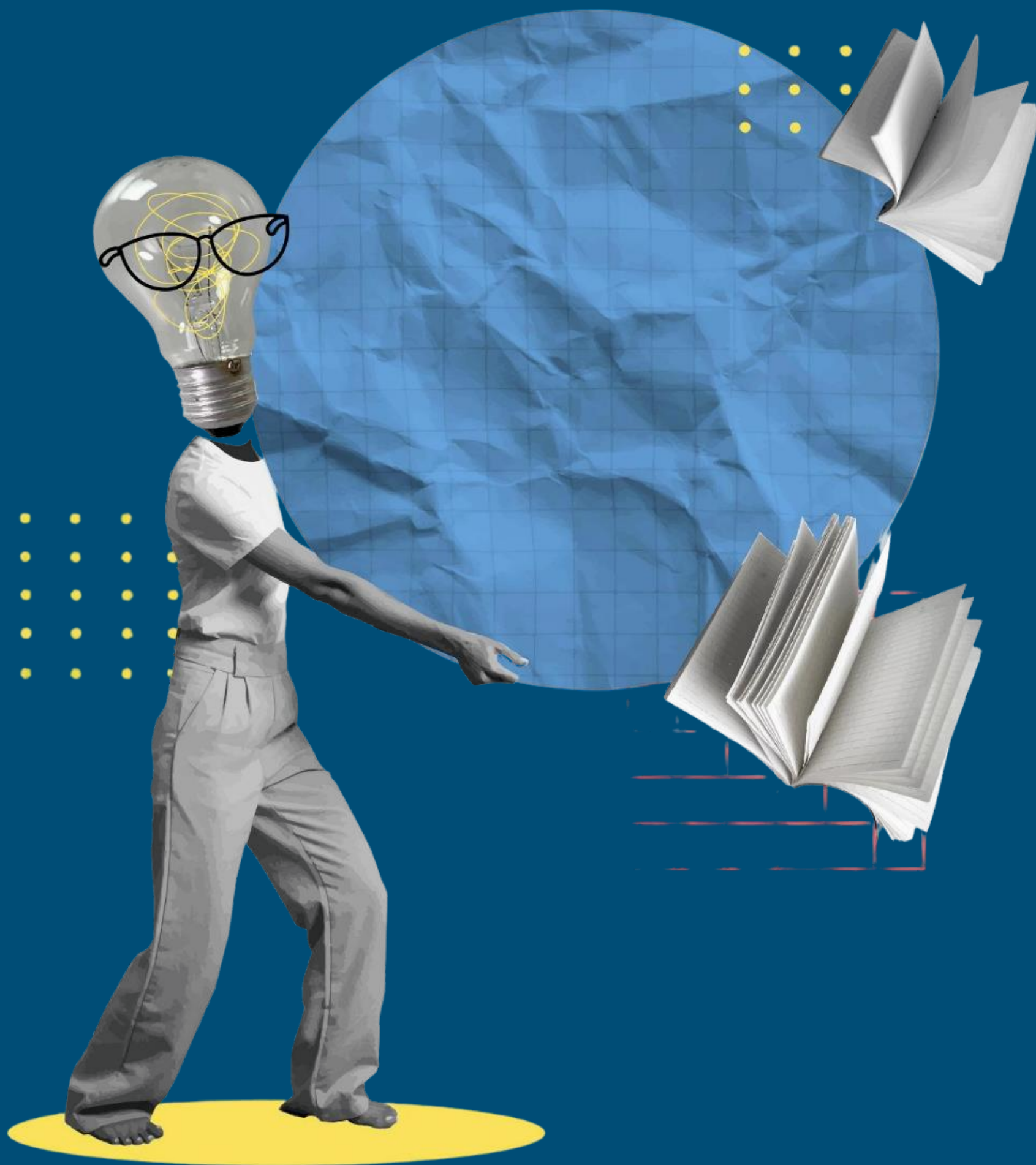
Herramientas de aprendizaje

- Presentacionesdelasclasesen PDF
- Grabaciones de las clases sincrónicas
- Plantillas de herramientas utilizadas
- Listado de lecturas complementarias recomendadas



Estructura delprograma

- **Duración24horas**
- **Criterios de aprobación:**
 - Asistencia: 80%de las clases
 - Entrega de los ejercicios realizados en clase.
- **Certificadode participaciónDigital Bank**



FCCAP

Federación Central de Cooperativas de
Ahorro y Préstamo S.C. de R.L. de C.V.



ASCOOP

Asociación Colombiana
de Cooperativas

PLAN DE FORMACIÓN

CLASE 1 FUNDAMENTOS DEL LIDERAZGO MODERNO

Exploración de los estilos de liderazgo, sus fortalezas, límites y cómo interactúan con la dinámica de los grupos.

Temáticas:

- Evolución del liderazgo: del control a la influencia.
- Diferencias entre jefe, líder, coordinador y facilitador.
- Liderazgo situacional: adaptarse al nivel de madurez del equipo.
- Autoconocimiento como punto de partida.

CLASE 2 COMUNICACIÓN EFECTIVA Y CONVERSACIONES PODEROSAS

Exploración de la comunicación con claridad, gestión de emociones en una conversación y uso de la escucha activa para comprender y guiar al equipo.

Temáticas:

- Comunicación asertiva y escucha activa.
- Feedback como herramienta de desarrollo.
- Conversaciones difíciles: técnicas para afrontarlas.
- Mensajes claros bajo presión.

CLASE 3 DINÁMICAS DE GRUPO Y COMPORTAMIENTO HUMANO

Comprensión del comportamiento de los grupos, por qué algunos fluyen y otros colapsan, y cómo intervenir para fortalecer la cohesión y el foco.

Temáticas:

- Fases de desarrollo de un equipo.
- Roles dentro del grupo.
- Necesidades psicológicas y motivación.
- Señales de disfunciones grupales.

CLASE 4 MOTIVACIÓN Y GESTIÓN DE LA ENERGÍA DEL EQUIPO

Entendimiento del componente emocional del liderazgo: cómo reconocer necesidades humanas, cómo generar seguridad psicológica y cómo activar la energía colectiva.

Temáticas:

- Motivación intrínseca vs extrínseca.
- Claves de la motivación sostenida.
- Creación de ambientes de confianza y seguridad psicológica.
- Técnicas para elevar el compromiso y la participación.

CLASE 5 RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y GESTIÓN DE TENSIONES

Abordaje de métodos de resolución de conflictos., cómo identificarlos a tiempo, intervenir con efectividad y proteger el clima organizacional.

Temáticas:

- Tipos de conflicto: funcionales y disfuncionales
- Estrategias de negociación y mediación.
- Intervención temprana vs intervención tardía.
- Herramientas prácticas para enfrentar tensiones.

CLASE 6 DIRECCIÓN DE REUNIONES Y FACILITACIÓN DE GRUPOS

Exploración de herramientas de facilitación, cómo mantener el foco de los participantes, avanzar hacia acuerdos y evitar reuniones improductivas, tanto para entornos presenciales como virtuales.

Temáticas:

- Cómo planear y conducir reuniones productivas.
- Gestión del tiempo y del foco colectivo.
- Técnicas de facilitación para participación equitativa.
- Dinámicas para grupos remotos.

CLASE 7 LIDERAZGO EN ENTORNOS HÍBRIDOS

Profundización en el liderazgo en entornos virtuales, como mantener la confianza a distancia, usar métricas claras y aprovechar herramientas de comunicación digital para mejorar la coordinación y cohesión.

Temáticas:

- Retos de liderar equipos remotos.
- Cómo generar conexión humana a través de la pantalla.
- Seguimiento, métricas y canales digitales.
- Herramientas tecnológicas de apoyo.

CLASE 8 FINALIZACIÓN

El curso culmina con una simulación donde los participantes aplican lo aprendido en un caso realista y desarrollando un plan de crecimiento para continuar fortaleciendo su liderazgo más allá del curso

Temáticas:

- Simulación práctica de liderazgo (role play).
- Plan personal de desarrollo como líder.
- Evaluación de competencias adquiridas.
- Cierre y aprendizajes claves.

LIDERAZGO Y MANEJO DE GRUPOS



FCCAP
Federación Central de Cooperativas de
Ahorro y Préstamo S.C. de R.L. de C.V.



ASCOOP
Asociación Colombiana
de Cooperativas



Duración formación:
24 horas



Virtual sincrónico – Zoom
Evaluaciones y clases
grabadas - Wisboo



Mínimo 40
participantes

INTELIGENCIA EMOCIONAL

INTELIGENCIA EMOCIONAL

Objetivo del curso: Fortalecer las competencias de inteligencia emocional de los dirigentes cooperativos, de manera que puedan gestionar mejor sus propias emociones y las de sus equipos, impulsando un clima de confianza, corresponsabilidad y resultados sostenibles.

ALCANCE DEL PROGRAMA



40
Participantes

6 Horas de
formación
2 SEMANAS de
duración



OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Reconocer el impacto de sus propias emociones en la toma de decisiones y en el clima de sus equipos.
- Identificar sus principales detonantes emocionales en situaciones de presión, conflicto o cambio.
- Aplicar técnicas sencillas de autogestión emocional en contextos de alta demanda.
- Conducir conversaciones difíciles desde la empatía y la comunicación asertiva, sin perder el foco en los resultados.
- Definir acciones concretas para fortalecer un ambiente de trabajo emocionalmente saludable en sus equipos y en la cooperativa.

METODOLOGÍA

La propuesta combina conceptos breves con experiencias prácticas que conectan directamente con la realidad de los dirigentes cooperativos. Se trabajará con:

- Casos y ejemplos reales del día a día de la dirigencia cooperativa en México (presión por resultados, cambios normativos, demandas de las personas asociadas, gestión de equipos híbridos, etc.).
- Dinámicas participativas en subgrupos para compartir experiencias y construir aprendizajes entre pares.
- Role plays y simulaciones de conversaciones difíciles, con guías claras y espacios de retroalimentación.
- Reflexión guiada para trasladar los aprendizajes a planes de acción concretos en cada equipo.

El énfasis está puesto en que cada participante salga con herramientas aplicables y compromisos claros, más que con teoría extensa.

TEMARIO

Tema: “Yo como líder: inteligencia emocional en primera persona”

- La inteligencia emocional en el liderazgo cooperativo
- Autoconciencia: reconocer lo que me pasa
- Autorregulación: pasar de la reacción a la respuesta
- Aplicación a la realidad del participante

Tema: “Liderar las emociones de otros: conversaciones y clima de equipo”

- De la emoción individual al clima del equipo
- Empatía práctica para dirigentes
- Conversaciones difíciles y comunicación asertiva
- Acciones concretas para fortalecer el clima emocional

INTELIGENCIA EMOCIONAL



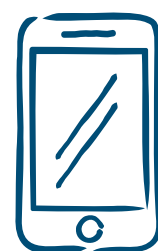
FCCAP
Federación Central de Cooperativas de
Ahorro y Préstamo S.C. de R.L. de C.V.



ASCOOP
Asociación Colombiana
de Cooperativas



Duración formación:
6 horas



Virtual sincrónico – Zoom



Por grupos de
40 participantes



FCCAP

Federación Central de Cooperativas de
Ahorro y Préstamo S.C. de R.L. de C.V.



ASCOOP

Asociación Colombiana
de Cooperativas

METODOLOGÍAS DE INNOVACIÓN

Curso corto

METODOLOGÍAS DE INNOVACIÓN

Objetivo del curso: Fortalecer las capacidades de innovación aplicada en las cooperativas, dotando a los participantes de metodologías, marcos y herramientas prácticas para diseñar, validar e implementar soluciones de alto valor para sus asociados y usuarios.



ALCANCE DEL PROGRAMA

40

Participantes

8 Horas de
formación

1 MES de
duración



PROPUESTA VALOR

- Fortalece capacidades internas para **innovar de forma estructurada** y aplicada.
- Permite transformar **retos reales** en **oportunidades concretas** de impacto.
- Desarrolla **comprensión profunda del usuario** mediante técnicas ágiles.
- Facilita la **generación de soluciones creativas** aprovechando **activos existentes**.
- Reduce riesgos a través de **prototipos y validaciones rápidas** antes de invertir.

CÓMO LO VAMOS A HACER



Modalidades de estudio

- Aprendizaje experiencial, practica guiada y casos aplicados.
- Masterclass de **2horas -virtualesincrónicas**
- Frecuencia de clases **1 vez por semana**



Herramientas de aprendizaje

- Presentacionesdelasclasesen PDF
- Grabaciones de las clases sincrónicas
- Plantillas de herramientas utilizadas
- Listado de lecturas complementarias recomendadas



Estructura delprograma

- **Duración8 horas**
- **Criterios de aprobación:**
 - Asistencia: 80%de las clases
 - Entrega de los ejercicios realizados en clase.
- **Certificadode participaciónDigital Bank**



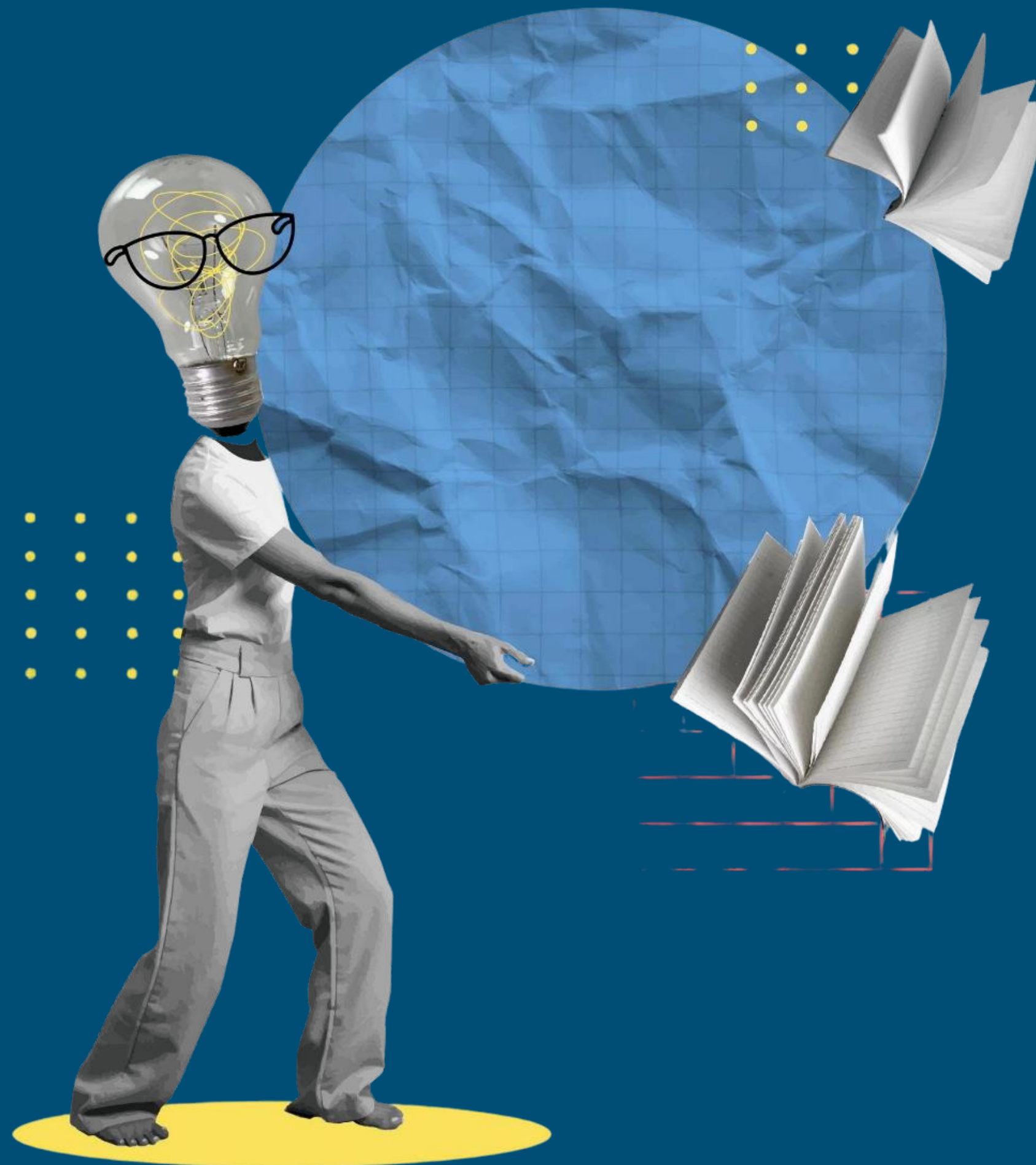
FCCAP

Federación Central de Cooperativas de
Ahorro y Préstamo S.C. de R.L. de C.V.



ASCOOP

Asociación Colombiana
de Cooperativas



PLAN DE FORMACIÓN

CLASE 1 INTRODUCCIÓN A LA INNOVACIÓN Y SUS METODOLOGÍAS

Esta sesión brinda una comprensión clara sobre qué es (y qué no es) la innovación en el contexto cooperativo. Se introducen los principales marcos de innovación (Design Thinking, HCD, Lean Startup, Jobs-To-Be-Done, Espacios Vacíos), destacando cuándo aplicar cada uno y cómo se complementan para resolver problemas reales en las entidades solidarias

Temáticas:

- Conceptos clave: creatividad vs innovación, innovación incremental y radical.
- El rol de la innovación en el sector cooperativo.
- Panorama metodológico Ciclo completo de innovación: descubrir —diseñar —validar —escalar.

CLASE 2 DESCUBRIMIENTO: COMPRENDER AL USUARIO

Se profundiza en las herramientas para identificar necesidades reales de los asociados, usuarios o colaboradores. Se abordan técnicas cualitativas y modelos de análisis que permiten transformar información dispersa en insights accionables.

Temáticas:

- Técnicas de investigación rápida: entrevistas, observación, sondeos ligeros. Jobs-To-Be-Done (JTBD): cómo descubrir “progresos” que busca el usuario.
- Mapeo del viaje del usuario (Customer Journey). Identificación de insights y tensiones críticas.

CLASE 3 IDEACIÓN Y DISEÑO DE SOLUCIONES

Se enseñan técnicas de creatividad estructurada, priorización y maduración de ideas. Se integra la metodología Espacios Vacíos para aprovechar activos existentes de las cooperativas.

Temáticas:

- Técnicas de ideación guiada: Crazy8, Brainwriting, SCAMPER.
- Matrices de priorización: impacto vs esfuerzo, valor vs complejidad.
- Espacios Vacíos: inventario de activos, capacidades y restricciones.
- Prototipado rápido: cómo materializar ideas en baja fidelidad
- Uso de herramienta Loopi como copiloto IA para la experimentación

CLASE 4 VALIDACIÓN Y PLAN DE ATERRIZAJE

Los participantes aprenden a validar soluciones de manera rápida y eficiente con usuarios reales o internos. Se abordan pruebas básicas, medición de impacto y creación de un mini- Business Case.

Temáticas:

- Lean Startup: hipótesis, experimentos y aprendizaje validado.
- Tipos de validaciones: deseabilidad, factibilidad, viabilidad.
- Pruebas rápidas: test de concepto, prototipo navegable, landingpage, encuesta.
- Plan de aterrizaje: costos, métricas, riesgos y próximos pasos.

Laboratorio de experimentación para innovar.

LOOPI: copiloto de innovación con IA

- Diseña y ejecuta experimentos
- Define usuarios y analiza tendencias
- Toma decisiones basadas en datos
- Construye un pipeline de innovación
- Mide y genera reportes Define
- PRD, casos negocio y road maps
- Crea programas de innovación



METODOLOGÍAS DE INNOVACIÓN



FCCAP

Federación Central de Cooperativas de Ahorro y Préstamo S.C. de R.L. de C.V.



ASCOOP

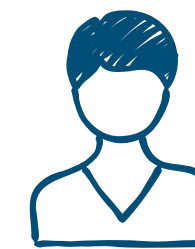
Asociación Colombiana de Cooperativas



Duración formación:
8 horas



Virtual sincrónico – Zoom
Evaluaciones y clases grabadas - Wisboo



Mínimo 40
participantes

ESTRATEGIAS DE RETENCIÓN Y FIDELIZACIÓN DE SOCIOS

ESTRATEGIAS DE RETENCIÓN Y FIDELIZACIÓN DE SOCIOS

Objetivo del curso: Fortalecer las capacidades de los dirigentes cooperativos para diseñar e implementar estrategias efectivas de retención y fidelización de asociados, a partir del análisis de la experiencia actual del asociado, la segmentación de perfiles y la definición de acciones y métricas concretas de seguimiento.



ALCANCE DEL PROGRAMA

40
Participantes

8 Horas de
formación

1 MES de
duración



OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar las principales causas de deserción, desmotivación e inactividad de los asociados en sus cooperativas.
- Diferenciar claramente entre retener y fidelizar asociados, desde la lógica de la propiedad y participación cooperativa.
- Mapear el viaje del asociado (desde el primer contacto hasta la participación activa o salida) e identificar los momentos críticos de pérdida de vínculo.
- Definir segmentos prioritarios de asociados para la retención (nuevos, activos, en riesgo, inactivos, etc.).
- Diseñar paquetes de estrategias de retención específicos para segmentos clave.
- Identificar las condiciones necesarias para pasar de una relación “cliente–servicio” a una relación de asociado protagonista y embajador de la cooperativa.
- Establecer indicadores simples y medibles de retención, participación y fidelización.
- Formular un plan de acción de 90 días para implementar las estrategias definidas en su propia cooperativa.

METODOLOGÍA

La metodología es participativa, práctica y aplicada al contexto real de cada cooperativa, combinando:

- Exposiciones breves para entregar marcos conceptuales claros (retención vs fidelización, viaje del asociado, segmentación, indicadores).
- Trabajo en salas pequeñas (breakout rooms) para análisis de casos, mapeo del viaje del asociado y diseño de estrategias por segmento.
- Uso de herramientas virtuales (chat, encuestas en línea, pizarras colaborativas) para mantener alto nivel de interacción.
- Construcción de plantillas de trabajo (diagnóstico, mapa de viaje, paquete de retención, plan 90 días) que cada cooperativa podrá adaptar e implementar.
- Espacios de intercambio de experiencias entre cooperativas de México, identificando buenas prácticas y aprendizajes.

Todo el enfoque está orientado a que cada participante salga con insumos aplicables de inmediato en su realidad organizacional.

TEMARIO

Tema: Radiografía de la relación actual con los asociados

- Presentación del programa, objetivos y contexto cooperativo mexicano.
- Diferencias entre retención y fidelización en cooperativas (asociado = dueño + usuario).
- Lluvia de ideas y análisis inicial de por qué se van o se “apagan” los asociados.
- Agrupación de causas en categorías:

Tema: El viaje del asociado y los segmentos críticos de retención

- Presentación del “viaje del asociado” (desde el descubrimiento de la cooperativa hasta la permanencia o salida):
- Identificación de momentos de verdad y puntos críticos de fuga.
- Introducción a la segmentación de asociados:
- Primer ejercicio de definición de segmentos prioritarios para la retención.
- Reflexión sobre causas raíz (más allá de “el asociado no entiende”).

Tema: Diseño de estrategias de retención por segmento

- Presentación de un “menú de estrategias de retención” orientadas a:
- Enfoque en acciones
- Diseño de un “paquete de retención” para un segmento prioritario

Tema: De retención a fidelización: indicadores y plan de 90 días

ESTRATEGIAS DE RETENCIÓN Y FIDELIZACIÓN DE SOCIOS



FCCAP
Federación Central de Cooperativas de
Ahorro y Préstamo S.C. de R.L. de C.V.



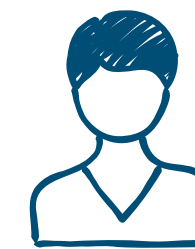
ASCOOP
Asociación Colombiana
de Cooperativas



Duración formación:
8 horas



Virtual sincrónico – Zoom



Por grupos de
40 participantes



FCCAP

Federación Central de Cooperativas de
Ahorro y Préstamo S.C. de R.L. de C.V.



ASCOOP

Asociación Colombiana
de Cooperativas

¿CÓMO VENDER MEJOR LA OFERTA DE VALOR DE LA COOPERATIVA?

¿CÓMO VENDER MEJOR LA OFERTA DE VALOR DE LA COOPERATIVA?



Objetivo del curso: Fortalecer las capacidades de las y los dirigentes cooperativos para comunicar y vender de manera clara, sencilla y efectiva la oferta de valor de su cooperativa, mediante herramientas breves de definición, mensaje y conversación comercial, aplicables en su ejercicio cotidiano de liderazgo.



ALCANCE DEL PROGRAMA

40
Participantes

4 Horas de
formación
1 SEMANA de
duración



OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Definir en forma sintética la oferta de valor de su cooperativa, identificando necesidades que atiende, beneficios que ofrece y principales diferenciales frente a otras alternativas.
- Ajustar el mensaje según el tipo de público (socio actual, potencial socio, empresa o aliado).
- Elaborar un mensaje central y un pitch corto de presentación de la cooperativa.
- Conducir conversaciones básicas con socios y potenciales socios orientadas a escuchar, conectar necesidades con soluciones y proponer un siguiente paso concreto.
- Identificar al menos 3 objeciones frecuentes y construir respuestas simples que refuercen la confianza en la cooperativa.
- Definir un compromiso de acción de corto plazo para mejorar la manera en que se comunica y se vende la oferta de valor.

METODOLOGÍA

La propuesta metodológica se basa en un enfoque:

- Participativo: se combinan exposiciones breves con preguntas orientadoras, intercambio de experiencias y pequeños ejercicios prácticos, promoviendo la reflexión desde la realidad de cada cooperativa.
- Práctico y concreto: cada sesión busca dejar al menos un producto sencillo (frases clave, pitch, lista de objeciones y respuestas, compromisos de acción) que pueda ser utilizado inmediatamente.
- Centrado en la identidad cooperativa: el enfoque en “venta” y “oferta de valor” se trabaja desde los valores y principios cooperativos, procurando coherencia entre el discurso y la práctica de las entidades.

En la modalidad virtual se utilizarán:

- Plataforma de videoconferencia (con posibilidad de trabajo en pequeños grupos si la plataforma lo permite).
- Presentaciones y documentos de trabajo que se puedan compartir en pantalla o enviar a las personas participantes.
- Uso del chat y encuestas breves para favorecer la participación de todas y todos.

TEMARIO

Tema: Clarificar y explicar mejor la oferta de valor de la cooperativa

- Contexto y rol de la oferta de valor
- ¿Qué problema ayudamos a resolver?
- Componentes básicos de la oferta de valor
- Ejercicio: mini “radiografía” de la oferta de valor
- Mensaje central y pitch corto de presentación

Tema: Vender mejor la oferta de valor en las conversaciones cotidianas

- El dirigente como “vendedor natural” de la cooperativa
- Conversaciones comerciales básicas con enfoque cooperativo
- Objeciones frecuentes y respuestas sencillas
- Compromisos de acción de corto plazo
- Cierre con puesta en común de los compromisos.

¿CÓMO VENDER MEJOR LA OFERTA DE VALOR DE LA COOPERATIVA?



Duración formación:
4 horas



Virtual sincrónico – Zoom



Por grupos de
40 participantes



FCCAP

Federación Central de Cooperativas de
Ahorro y Préstamo S.C. de R.L. de C.V.



ASCOOP

Asociación Colombiana
de Cooperativas

EL EFECTO IKEA

DISEÑO DE ESTRATEGIA DIGITAL CON IA GENERATIVA

Curso corto

EL EFECTO IKEA, ESTRATEGIA DIGITAL CON IA GENERATIVA



Este curso es un ejercicio estratégico de construcción de la estrategia digital, soportado en el uso de la inteligencia artificial generativa y la aplicación de la metodología: Efecto IKEA.



ALCANCE DEL PROGRAMA

40

Participantes

24 Horas
de formación

1 MES de
duración



PROPUESTA VALOR

Modelo de formación-acción:

- Diseñe la **estrategia Digital** en 8 clases.
- **Decisiones basadas en análisis profundos:** la IA generativa produce comparativos, escenarios y diagnósticos de Calidad consultiva.
- **Equipo empoderado y alineado:** el equipo entiende qué hacer, cómo hacerlo y con qué herramientas.
- **Gobernanza digital para evitar improvisación:** define roles, responsabilidades, indicadores y prioridades claras.

CÓMO LO VAMOS A HACER



Modalidades de estudio

- Aprendizaje experiencial, practica guiada y casos aplicados.
- Masterclass de **3horas -virtuales sincrónicas**
- Frecuencia de clases **2 veces por semana**



Herramientas de aprendizaje

- Presentacionesdelasclasesen PDF
- Grabaciones de las clases sincrónicas
- Plantillas de herramientas utilizadas
- Listado de lecturas complementarias recomendadas



Estructura delprograma

- **Duración24horas**
- **Criterios de aprobación:**
 - Asistencia: 80%de las clases
 - Entrega de los ejercicios realizados en clase.
- Certificadode participaciónDigital Bank



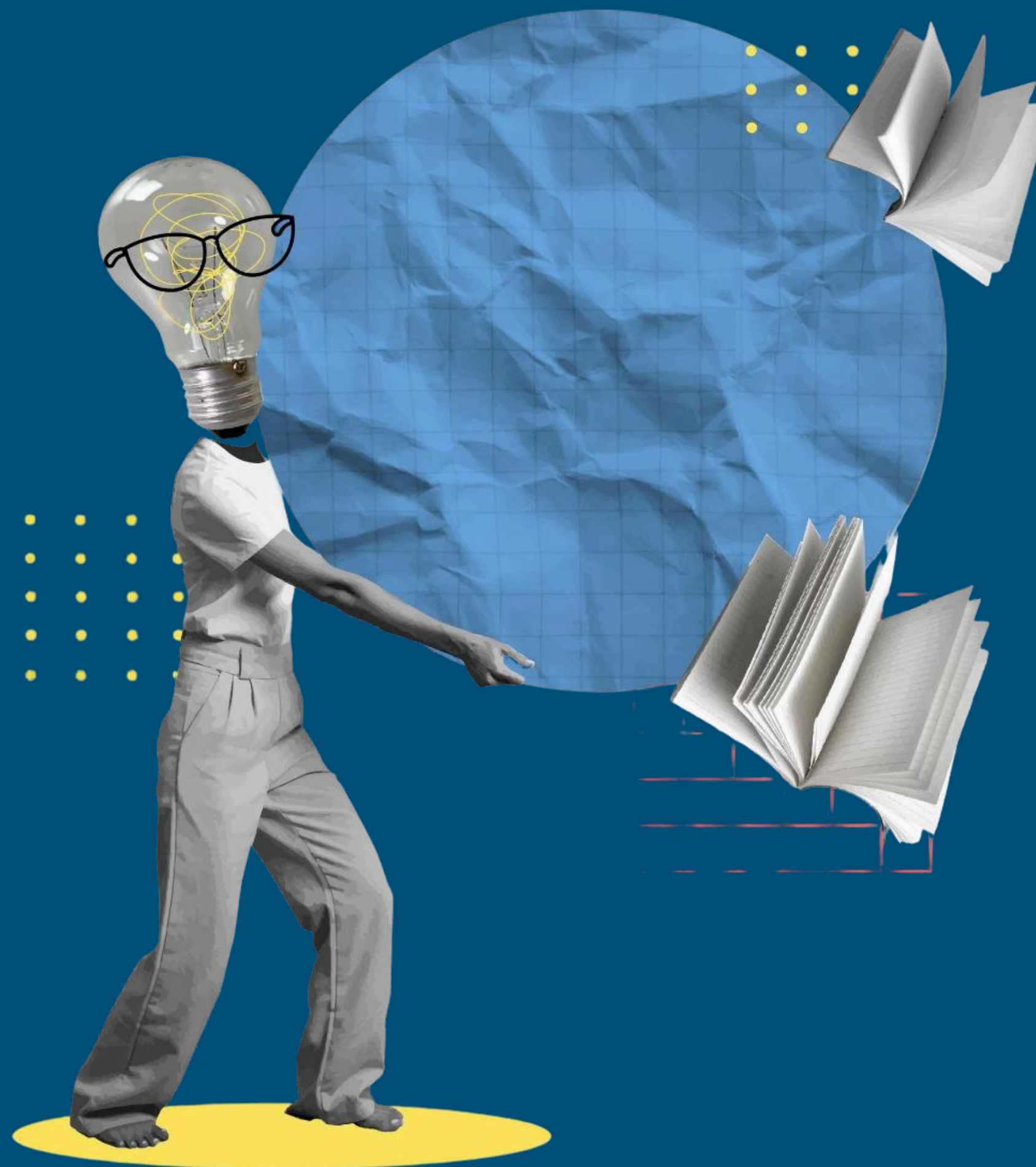
FCCAP

Federación Central de Cooperativas de
Ahorro y Préstamo S.C. de R.L. de C.V.



ASCOOP

Asociación Colombiana
de Cooperativas



PLAN DE FORMACIÓN

CLASE 1 FUNDAMENTOS DE ESTRATEGIA DIGITAL

Introducción a los conceptos y marcos fundamentales para entender qué es realmente una Estrategia Digital y por qué es indispensable para la sostenibilidad futura de la empresa.

Temáticas:

- Definición de estrategia digital (MIT, Harvard, McKinsey). Diferencia entre digitalización, transformación digital y estrategia digital.
- El impacto de fintechs, plataformas y neobancos en el sector cooperativo. Los 4 pilares de una estrategia digital moderna
- Rol del usuario digital y la economía de datos. Riesgos y oportunidades en la era digital.

CLASE 2 EFECTO IKEA: METODOLOGÍA PARA DOMINAR LA IA GENERATIVA

Exploración de la metodología Efecto IKEA, que transforma a los participantes de usuarios pasivos de IA en constructores generativos capaces de diseñar, iterar y producir entregables de alta calidad junto con la IA.

Temáticas:

- Qué es el Efecto IKEA y por qué es la clave para dominar la IA.
- Por qué pedir resultados no funciona: el usuario pasivo.
- Identidad del Arquitecto Generativo.4.
- Los 10 pasos del método IKEA
- Iteración, refinamiento y propiedad cognitiva.
- Roles humano-IA.
- Construcción de plantillas maestras.
- Aplicación del método IKEA al diseño estratégico.

CLASE 3 ANÁLISIS DEL USUARIO DIGITAL Y PROPUESTA DE VALOR

Comprensión Entenderá profundidad al usuario como persona, usuario financiero e integrante de la comunidad., para diseñar propuestas de valor digitales que respondan a sus necesidades

Temáticas:

- Segmentación avanzada del asociado. Creación de arquetipos digitales. Método Jobs To Be Done.
- Journey : afiliación, ahorro, crédito, pagos, bienestar. Detección de fricciones y oportunidades. Diseño de propuesta de valor digital.

CLASE 4 MODELO DE NEGOCIO DIGITAL

Definición del tipo de modelo digital que se adoptará para garantizar sostenibilidad, relevancia y crecimiento en un entorno competitivo.

Temáticas:

- Tipos de modelo digital Evaluación MIT (Supplier / Omnichannel / Modular Producer / Ecosystem Driver).
- Business Model Canvas Digital.
- Identificación de nuevas fuentes de valor

CLASE 5 MODELO OPERATIVO DIGITAL

Construcción del sistema operativo que soportará la estrategia digital. Definición del funcionamiento interno en versión digital: procesos, plataformas, datos y gobierno.

Temáticas:

- Procesos críticos digitalizados: crédito, riesgos, cartera, servicio.
- Diseño de procesos alto nivel.
- Arquitectura tecnológica objetivo.
- Infraestructura de datos: data lake, APIs, integraciones.
- Gobierno digital y roles: Product Owner, Data Owner, IA Osicer.

CLASE 6 CAPACIDADES DIGITALES, TALENTO Y CULTURA

Entendimiento y desarrollo de un sistema de capacidades que permita ejecutar la estrategia digital.

Temáticas:

- Mapa de capacidades digitales.
- Competencias digitales para cada rol.
- Cultura digital y mindset ágil.
- Copilotos IA por rol.
- Gestión del cambio digital.

CLASE 7

PRIORIZACIÓN DEL PORTAFOLIO DIGITAL

Definición de los proyectos digitales de mayor impacto para la organización y selección de iniciativas de alto valor con criterios claros y medibles.

Temáticas:

- Generación de casos de uso.
- Análisis RICE / ICE.
- Modelos de impacto y viabilidad.
- Business case digital ágil.

CLASE 8 ROADMAP DIGITAL, OKRsY SISTEMA DE EVOLUCIÓN.

Establecer una hoja de ruta digital con un plan claro, medible y ejecutable para los próximos 12 mese s.

Temáticas:

- Roadmap Digital. OKRs digitales.
- KPIs clave.
- Sistema de aprendizaje continuo.
- Gobernanza digital para sostenibilidad.

EL EFECTO IKEA, ESTRATEGIA DIGITAL CON IA GENERATIVA



FCCAP

Federación Central de Cooperativas de
Ahorro y Préstamo S.C. de R.L. de C.V.



ASCOOP

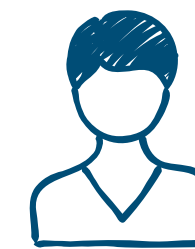
Asociación Colombiana
de Cooperativas



Duración formación:
24 horas



Virtual sincrónico – Zoom
Evaluaciones y clases
grabadas - Wisboo



Mínimo 40
participantes

GRACIAS



FCCAP

Federación Central de Cooperativas de
Ahorro y Préstamo S.C. de R.L. de C.V.



ASCOOP

Asociación Colombiana
de Cooperativas