

PROYECTO DE APOYO A LA CONSOLIDACIÓN DE COOPERATIVAS DE TRABAJO ANUALIDAD 2020-21

Desarrollo y seguimiento

25 de Marzo de 2021 (Sesión 3)

COOPERAMA

Unión de Cooperativas de Trabajo de Madrid



MADRID



Las cooperativas
trabajando juntas bajo
una misma identidad

INDICE

1. PROGRESO DEL PROYECTO
2. PLANIFICACIÓN SESIONES 1º – 2ºT2021
3. SELECCIÓN DE COOPERATIVAS PARTICIPANTES
4. AGENDA DE SESIONES
5. CONTENIDOS SESIONES
6. PRÓXIMAS ACCIONES

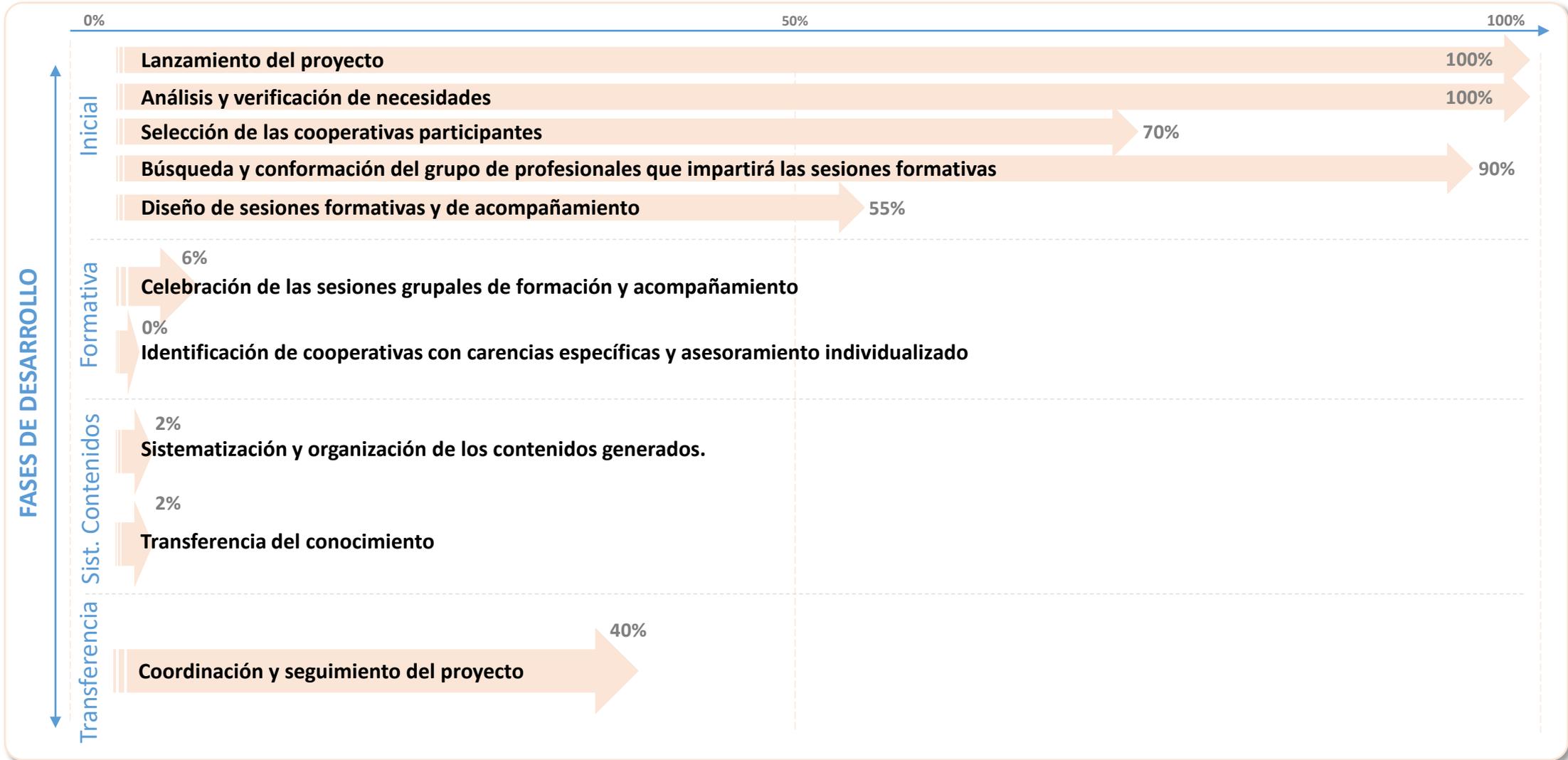


 | MADRID

PROGRESO DEL PROYECTO

Grado de avance del proyecto

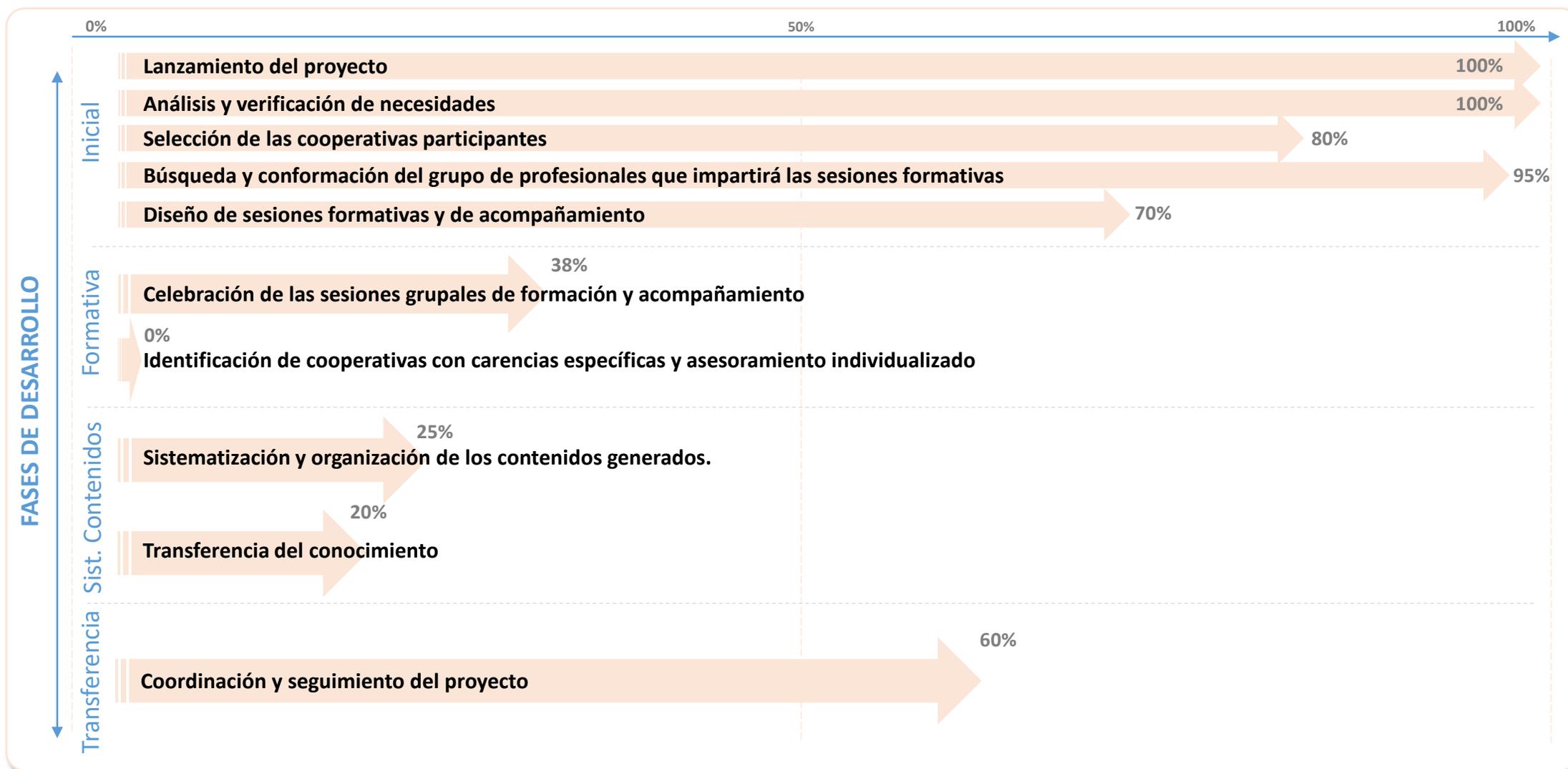
Detalle del grado de avance del proyecto **antes** de la presente sesión:



PROGRESO DEL PROYECTO

Grado de avance del proyecto

Detalle del grado de avance del proyecto en la **actualidad**:



PLANIFICACIÓN SESIONES 1º-2ºT2021

Diseño de las sesiones formativas y de acompañamiento

Del mapa de carencias hemos consensuado un grupo de **materias troncales** que abordamos a través de sesiones:

Materias troncales a abordar.



Desarrollo de
negocio y
comercial

Gestión del
tiempo

Viabilidad
económica de
proyectos

Estrategias
organizativas

Cuidados y
conciliación

Digitalización

Adaptación
planes
económicos

Análisis
estratégico y
comercial

Comunicación y
marketing

Revisión
Modelos de
negocio

Financiación
local, nacional y
europea

PLANIFICACIÓN SESIONES 1º-2ºT2021

Diseño de las sesiones formativas y de acompañamiento

Del mapa de carencias hemos consensuado un grupo de **materias troncales** que abordamos a través de sesiones:

Materias troncales a abordar. Enero – Febrero



PLANIFICACIÓN SESIONES 1º-2ºT2021

Diseño de las sesiones formativas y de acompañamiento

Del mapa de carencias hemos consensuado un grupo de **materias troncales** que abordamos a través de sesiones:

Materias troncales a abordar. Enero – Febrero / Marzo



PLANIFICACIÓN SESIONES 1º-2ºT2021

Diseño de las sesiones formativas y de acompañamiento

Del mapa de carencias hemos consensuado un grupo de **materias troncales** que abordamos a través de sesiones:

Materias troncales a abordar. Enero – Febrero / Marzo / Abril



PLANIFICACIÓN SESIONES 1º-2ºT2021

Diseño de las sesiones formativas y de acompañamiento

Del mapa de carencias hemos consensuado un grupo de **materias troncales** que abordamos a través de sesiones:

Materias troncales a abordar. Enero – Febrero / Marzo / Abril / Mayo



SELECCIÓN DE LAS COOPERATIVAS

Cooperativas participantes

Grupo inicial de cooperativas que están participando en las sesiones formativas:

- 25 cooperativas
- Grupo base pero continúa abierto a nuevas incorporaciones



TÍTERES SOL Y TIERRA
Sector: Teatro de títeres.



AGRESTA
Sector: Consultoría ambiental



IMPLÍCATE
Sector: Agencia de producción audiovisual, comunicación y diseño



BATIŦQ
Sector: Estudio de arquitectura y urbanismo



ENDESYS
Sector: Consultoría informática



GERMINANDO
Sector: Formación y emprendimiento agroecológico



EL GATO SUECO
Sector: Editorial infantil



ACAIS
Sector: Intervención socioeducativa y participación comunitaria



IDEALOGA
Sector: Psicología para personas, empresas y administraciones



TRANSITANDO
Sector: Investigación en sostenibilidad urbana y territorial



OTRO TIEMPO
Sector: Género, intervención y economía social



ALTEKIO
Sector: Transformación ecosocial y facilitación



ANDAIRA
Sector: Investigación sociológica



3SOCIAL
Sector: Facilitación y mediación



ELEVENTH FLOOR
Sector: Producción audiovisual y diseño



REDES
Sector: Intervención social



ABIERTO HASTA EL AMANECER
Sector: Formación, género, infancia y nuevas tecnologías



EL CURRO DT
Sector cultural y teatro



TOSANDE
Sector: Cuidados, atención a mayores



FAMILIAS
Sector: Consultoría social especializada en diversidad



ALTRAPO LAB
Sector: Reciclaje textil y sensibilización



SOLENCOOP
Sector: Energía



FREEPRESS
Sector: Comunicación y Diseño



SIGNAR
Sector: Comunicación en lenguaje de signos



DOCUMFY
Sector: Producción y comunicación

AGENDA DE SESIONES

Celebración de las sesiones grupales de formación

Detalle de la agenda programada para el mes de **abril**:

Abril

13.04.21

Sesión 18

Artefactos contra la Reunionalgia, el cronófago que parasita a las cooperativas

Ponente: Lorenzo Casellas

14.04.21

Sesión 19

Todo lo que necesitas saber para implantar una estrategia de Email Marketing exitosa.

Ponente: Ana Fernández de Casadevante

15.04.21

Sesión 20

Cómo utilizar el vídeo en tu estrategia de marketing digital

Ponente: Ana Fernández de Casadevante

Pendiente de fijar fecha

Sesión 21

¿Cómo comunicar y hacer marketing para un público no vinculado a la ES?

Ponente: Miquel Ángel Muñoz y Mónica Chemlal

Pendiente de fijar fecha

Sesión 22

Análisis y estudio plan real de comunicación bajo crisis. Conclusiones y recomendaciones.

Ponente: Miquel Ángel Muñoz y Mónica Chemlal

Pendiente de fijar fecha

Sesión 23

Internacionalización de Cooperativas. Una revisión ante el escenario COVID19

Ponente: Enrique Schonberg Swart

Pendiente de fijar fecha

Sesión 24

¿Sabes interpretar las CCAA de tu organización? Te explicamos

Ponente: Carmen López

Pendiente de fijar fecha

Sesión 25

Programas europeos próximo periodo de financiación 2021 – 2027. Oportunidades y retos

Ponente: Ana Isabel Rodríguez

CONTENIDOS SESIONES

Sesión 7

Título de la sesión: <i>Modelos de Negocio Innovadores</i>	Proyecto de apoyo a la consolidación de cooperativas. CONCOOP3.0	Fecha: 9/02/2021 Hora: 13h – 14:30 Duración Máx.: 1h. 30 min.
		Ponente Jaime Fernández Truchado
Objetivos de la sesión	Contenidos teóricos	Actividades prácticas
<ul style="list-style-type: none"> • Conocer los principales pasos y herramientas para diseñar proyectos, líneas de negocios e iniciativas viables según el Triple Balance. • Integrar la metodología Lean de validación de prototipados que incluyan a la clientela en su diseño. 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis del problema-solución de nuestra hipótesis con el enfoque puesto desde el Triple Balance (impacto social, ambiental y económico) a través de diferentes herramientas: CANVAS, ecoCANVAS, Árbol Estratégico, IKIGAI. • Identificar la demanda potencial concreta, a través de la segmentación de clientela, para introducirla en todas las fases del diseño del producto Mínimo Viable. Herramientas: Client Journey Map, Empathy Map • Diseño de la propuesta de valor adaptado a cada segmento de clientela potencial con el enfoque del Triple Balance • Posicionamiento de precios o Pricing: claves para iniciar el estudio de mercado... • Llevar a cabo el Prototipado y el testeo del Producto Mínimo Viable. • Claves para que mi proyecto o área de negocio sea verdaderamente innovador: futuro + abundancia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se irán compartiendo la secuencia de pasos y las herramientas a utilizar para el diseño de proyectos y áreas de negocio viables e innovadores. • Se fomentará la participación a través de las preguntas compartibles de las personas participantes. • Se generarán interacciones y aprendizajes compartibles por pares en formato peer2peer

Metodología		
Recursos didácticos	Métodos didácticos	Materias vinculadas a la sesión
<ul style="list-style-type: none"> • Lienzos CANVAS, ecoCANVAS, IKIGAI, árbol estratégico, Mapa de Empatía, Journey Map, propuesta valor 	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición y muestra de las herramientas • Puesta en común • Compartir peer2peer 	<ul style="list-style-type: none"> • Triple Balance • Metodología Lean de prototipado • Innovación

CONTENIDOS SESIONES

Sesión 8

<p>Título de la sesión: MARKETING EN TIEMPOS CONVULSOS <i>PRIMERA PARTE</i></p>	<p>Proyecto de apoyo a la consolidación de cooperativas. CONCOOP3.0</p>	<p>Fecha: 10/02/2021 Hora: 13h – 14:30 Duración Máx.: 1h. 30 min.</p>
<p>Objetivos de la sesión</p>		<p>Contenidos teóricos</p>
<ul style="list-style-type: none"> Ofrecer una perspectiva de contexto y particular-empresarial para reenfocar la función de marketing ante una situación de crisis. ¿Qué aspectos tener en cuenta? ¿Cómo afrontamos la inseguridad y miedo derivado de la crisis? ¿Qué cambios serán de tipo estructural y/o disruptivos? ¿Cómo nos adaptamos y reaccionamos? <p><u>En las dos sesiones abordaremos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> La revisión y reenfoque de nuestra estrategia de marketing ante una situación de crisis. Tendremos en cuenta la aproximación al cliente/consumidor, el efecto de la crisis en sus decisiones y comportamientos de compra y cómo adaptar nuestra estrategia de marca y ventas. 	<p><u>BLOQUE 1: ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN Y CONTEXTO</u></p> <p>A1. LA GESTIÓN CON LOS CLIENTES. ¿QUÉ NECESITAN Y QUÉ DEBO DARLES? Incrementar la cercanía en tiempos de aislamiento social</p> <ul style="list-style-type: none"> Conectar para demostrar fortaleza, asociación y disponibilidad Incrementar la velocidad de respuesta La propuesta de valor al servicio de la reducción del miedo y la inseguridad <p>A2. EL CONSUMIDOR FINAL: ATENCIÓN A LAS TENDENCIAS Y DECISIONES DE COMPRA. ¿CÓMO NOS ADAPTAMOS?</p> <ul style="list-style-type: none"> Comportamiento esperable del consumidor ante una crisis Digitalización acelerada. Especial COVID 19 Calidad y eficacia El valor de lo local Conocimiento de producto/servicio y valores <p><u>BLOQUE 2: ESTRATEGIAS DE CRISIS</u></p> <p>B1. EN COMUNICACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> Programa de comunicación durante la crisis Ajustar el presupuesto, virtualizar las acciones de comunicación Más visibles y dinámicas que nunca. 	<p>Se pedirá a los participantes que aporten ejemplos propios de cada una de las situaciones relatadas o, al menos, que ejemplifiquen con una experiencia real vivida en el entorno de su cooperativa los contenidos de la sesión.</p>
<p style="text-align: center;">Metodología</p>		
<p>A través de un método didáctico expositivo la sesión expondrá aquellos aspectos fundamentales a tener en cuenta para reformular el plan de marketing en tiempos de crisis y, en particular, derivados de un shock externo como es la pandemia Covid 19. Se usarán ejemplos reales, en lo posible, de empresas cooperativas con las que las asistentes puedan identificarse. Se recogerán también nuevos ejemplos y aprendizajes fruto del diálogo con las participantes.</p>		
<p>Recursos didácticos</p> <ul style="list-style-type: none"> Medios visuales: imágenes y gráficos metodológicos. Se aportará webgrafía de interés para las personas participantes. 	<p>Métodos didácticos</p> <ul style="list-style-type: none"> Expositivo e interrogativo 	<p>Materias vinculadas a la sesión</p> <ul style="list-style-type: none"> Análisis y planificación estratégica, organización interna, propuesta de valor, producto, ventas y comunicación.

CONTENIDOS SESIONES

Sesión 9

<p>Título de la sesión: MARKETING EN TIEMPOS CONVULSOS SEGUNDA PARTE</p>	<p>Proyecto de apoyo a la consolidación de cooperativas. CONCOOP3.0</p>		<p>Fecha: 11/02/2021 Hora: 13h – 14:30 Duración Máx.: 1h. 30 min.</p>
			<p>Ponente Mònica Chemlal / Miquel Àngel Muñoz</p>
<p>Objetivos de la sesión</p>	<p>Contenidos teóricos</p>		<p>Actividades prácticas</p>
<p><u>Ofrecer una perspectiva de contexto y particular-empresarial para reenfocar la función de marketing ante una situación de crisis. ¿Qué aspectos tener en cuenta? ¿Cómo afrontamos la inseguridad y miedo derivado de la crisis? ¿Qué cambios serán de tipo estructural y/o disruptivos? ¿Cómo nos adaptamos y reaccionamos?</u> <u>En las dos sesiones abordaremos:</u> La revisión y reenfoque de nuestra estrategia de marketing ante una situación de crisis. Tendremos en cuenta la aproximación al cliente/consumidor, el efecto de la crisis en sus decisiones y comportamientos de compra y cómo adaptar nuestra estrategia de marca y ventas.</p>	<p>B2. ESTRATEGIA DE VENTAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Finanzas de guerra. Defensa del margen. • Estrategias de precios: calma, serenidad y visión a medio plazo. • Ajustarse sí, pero no morir en el intento. • Foco en el corto plazo. • Responsabilidad real y no oportunista. <p>B3. ESTRATEGIA DE MARCA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Defiende y áncdate en tu misión • Construir una marca sólida, visión de largo plazo (visión) • Responsabilidad: no seas oportunista con la situación • Transparencia: construcción de la confianza <p>B4. APLICAR LA DIGITALIZACIÓN EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO Y COMERCIO ELECTRÓNICO. ESPECIAL COVID 19.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si tienes alguna estrategia en marcha y diseñada, pon el foco en el corto plazo • Si no lo tienes, ¿A qué esperas? Foco en el medio plazo 		<p>Se pedirá a los participantes que aporten ejemplos propios de cada una de las situaciones relatadas o, al menos, que ejemplifiquen con una experiencia real vivida en el entorno de su cooperativa los contenidos de la sesión.</p>
<p>Metodología</p>			
<p>A través de un método didáctico expositivo la sesión expondrá aquellos aspectos fundamentales a tener en cuenta para reformular el plan de marketing en tiempos de crisis y, en particular, derivados de un shock externo como es la pandemia Covid 19. Se usarán ejemplos reales, en lo posible, de empresas cooperativas con las que las asistentes puedan identificarse. Se recogerán también nuevos ejemplos y aprendizajes fruto del diálogo con las participantes.</p>			
<p>Recursos didácticos</p>	<p>Métodos didácticos</p>	<p>Materias vinculadas a la sesión</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Medios visuales: imágenes y gráficos metodológicos. Se aportará webgrafía de interés para las personas participantes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Expositivo e interrogativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis y planificación estratégica, organización interna, propuesta de valor, producto, ventas y comunicación. 	

CONTENIDOS SESIONES

Sesión 10

<p>Título de la sesión: <i>Estrategias de marketing digital para atraer y vender. Curso práctico.</i></p>	<p>Proyecto de apoyo a la consolidación de cooperativas. CONCOOP3.0</p>	<p>Fecha: 16/2/21 Hora: 13h – 14:30 Duración Máx.: 1h. 30 min.</p>
<p>Objetivos de la sesión</p>		<p>Ponente Ana Fdez. de Casadevante</p>
<p>Objetivos de la sesión</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer cuáles son las mejores estrategias de marketing digital para atraer a usuarios y vender tus productos y servicios. • Conocer cómo y por qué utilizarlas en las cooperativas 	<p>Contenidos teóricos</p> <ul style="list-style-type: none"> • El boom del marketing digital. Qué es el marketing digital, para qué sirve y los beneficios que aporta su utilización. • El embudo de ventas • El cliente y su proceso de compra • Estrategias de marketing digital para atraer usuarios. <ul style="list-style-type: none"> ○ La página web. ○ El marketing de contenidos. ○ El marketing en redes sociales (Social Media) ○ El SEO ○ La publicidad en internet ○ El Email Marketing ○ El Vídeo marketing • Kit de herramientas recomendado 	<p>Actividades prácticas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se pedirá a los asistentes que envíen dudas y consultas relacionadas con el tema a tratar, para comentarlas y dar respuesta durante la sesión. • También, durante la sesión se harán ejercicios prácticos relacionados con sus propias cooperativas.

Metodología		
Se utilizará un método basado en la explicación de conceptos teórica con la presentación y la realización de pequeños ejercicios prácticos en tiempo real.		
Recursos didácticos	Métodos didácticos	Materias vinculadas a la sesión
<ul style="list-style-type: none"> • Presentación • Ejemplos 	<ul style="list-style-type: none"> • Expositivo e interrogativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing en general y estrategia comercial. • Marketing Digital

CONTENIDOS SESIONES

Sesión 11

<p>Título de la sesión: <i>Economía Circular: claves y oportunidades de mercado</i></p>	<p>Proyecto de apoyo a la consolidación de cooperativas. CONCOOP3.0</p>	<p>Fecha: 17/02/2021 Hora: 13h – 14:30 Duración Máx.: 1h. 30 min.</p>
<p>Objetivos de la sesión</p>		<p>Ponente Jaime Fernández Truchado</p>
<p>Objetivos de la sesión</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer las principales claves de la Economía Circular, así como sus herramientas aplicables a entidades y proyectos • Analizar la posibilidad de integrar la lógica de la circularidad en mi entidad y en mis proyectos. • Conocer las actuales posibilidades de financiación para proyectos de economía circular. 	<p>Contenidos teóricos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bases de la economía circular • Herramientas de la Economía circular: ecoetiquetados, sistemas de calidad, análisis del ciclo de vida, estrategia ReSOLVE, EcoCanvas • Oportunidades de mercado para proyectos de Economía Circular: fondos de reconstrucción europeos, Agenda 2030, MITECO, inversión de impacto. • Estrategias para circularizar proyectos e iniciativas 	<p>Actividades prácticas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se irán compartiendo la secuencia de pasos y las herramientas a utilizar para el diseño de proyectos y áreas de negocio basadas en economía circular. • Se fomentará la participación a través de las preguntas compartibles de las personas participantes. • Se podrán generar interacciones y aprendizajes compartibles por pares en formato peer2peer

Metodología		
Recursos didácticos	Métodos didácticos	Materias vinculadas a la sesión
<ul style="list-style-type: none"> • Pptx, plantilla ACV, páginas web, EcoCanvas 	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición y muestra de las herramientas • Puesta en común • Compartires peer2peer 	<ul style="list-style-type: none"> • Triple Balance • Metodología Lean de prototipado • Innovación

CONTENIDOS SESIONES

Sesión 12

<p>Título de la sesión: Estrategias para la digitalización de entornos laborales.</p>	<p>Proyecto de apoyo a la consolidación de cooperativas. CONCOOP3.0</p>	<p>Fecha: 18/2/21 Hora: 13h – 14:30 Duración Máx.: 1h. 30 min.</p>
<p>Objetivos de la sesión</p>		<p>Contenidos teóricos</p>
<ul style="list-style-type: none"> Comprender de manera amplia el papel de lo digital, más allá de la tecnología, en el diseño de los nuevos entornos laborales. Ayudar a las cooperativas madrileñas a comprender la digitalización de su entorno laboral de una manera integral. Dar a conocer las claves necesarias para afrontar el cambio en el trabajo y en las formas de operar dentro de la empresa, más líquidas y a la vez más conectadas. Y todo ello considerando el papel decisivo de las personas en las estrategias de transformación. 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Qué es la digitalización? Contexto del entorno laboral digital. Estrategia de digitalización en las organizaciones. La digitalización dentro de los equipos. Herramientas y capacidades del usuario. Gestión del cambio en la transformación digital. 	<p>Actividades prácticas</p> <ul style="list-style-type: none"> No se contemplan en esta sesión. Las cooperativas podrán comentar y/o aportar su experiencia en este caso

Metodología		
Charla pedagógica interactiva. Con preguntas para reflexionar sobre temas expuestos al tiempo que se descubren las nuevas estrategias de digitalización.		
Recursos didácticos	Métodos didácticos	Materias vinculadas a la sesión
<ul style="list-style-type: none"> Presentación visual de diapositivas vía Zoom. Ejemplos. 	<ul style="list-style-type: none"> Charla abierta y preguntas. Rondas de participación. 	<ul style="list-style-type: none"> Innovación social organizativa, propósito de empresa Autonomía de equipos, Transparencia y participación. Nuevos tipos de "liderazgo" y procesos de codecisión

CONTENIDOS SESIONES

Sesión 13

<p>Título de la sesión: <i>Eficiencia, inversión y cuidados. Una relación analizada con la película "Las razones de mis amigos".</i></p>	<p>Proyecto de apoyo a la consolidación de cooperativas. CONCOOP3.0</p>		<p>Fecha: 9 de marzo 2021 Hora: 12:30h – 14:30 Duración Máx.: 2h.</p>
<p>Objetivos de la sesión</p>	<p>Contenidos teóricos</p>	<p>Ponente José M^a Menéndez</p> <p>Actividades prácticas</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Importancia de la eficiencia para mejorar las condiciones laborales y la sostenibilidad • Aprovechar la crisis para fortalecer las entidades mediante eficiencia y la inversión • Prevenir y reducir el impacto de los cambios en las personas 	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de mejora de eficiencia para mejorar las condiciones laborales y para afrontar mejor las crisis <ol style="list-style-type: none"> 1. Acciones posibles para mejorar la eficiencia: ingresos, gastos, dedicación • Necesidad de Invertir para afrontar los cambios. <ol style="list-style-type: none"> 2. Opciones de financiación, criterios de decisión. • Impacto de los cambios en las personas. <ol style="list-style-type: none"> 1. Reorganización y reconversión profesional para adaptarse a la nueva demanda 2. Cooperativa como espacio para compartir trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> • Se pedirá a los participantes que aporten ejemplos propios de cómo están mejorando su eficiencia, en qué están invirtiendo para superar la crisis y qué dificultades encuentran. • También se compartirá el impacto en las personas, socias y trabajadoras y las medidas de cuidado aplicadas. 	
<p>Metodología</p>			
<p>A través de un método didáctico expositivo la sesión se basará en utilizar breves escenas de la película para expresar mejor los contenidos teóricos. Se usarán ejemplos reales, en lo posible, de empresas pequeñas de nuestro entorno. Al final, se añadirán nuevos aprendizajes que estén ayudando a las cooperativas en su manejo de la crisis.</p>			
<p>Recursos didácticos</p>	<p>Métodos didácticos</p>	<p>Materias vinculadas a la sesión</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Extractos de la película "Las razones de mis amigos" • Imágenes con resumen de contenidos 	<ul style="list-style-type: none"> • Expositivo e interrogativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Asesoramiento financiero-económico • Gestión del tiempo Estrategias organizativas para afrontar el futuro. • Implantación de áreas de cuidados 	

CONTENIDOS SESIONES

Sesión 14

<p>Título de la sesión: Conciliación y cuidados en tiempos de pandemia</p>	<p>Proyecto de apoyo a la consolidación de cooperativas. CONCOOP3.0</p>	<p>Fecha: 10.03.2021 Hora: 13h – 14:30 Duración Máx.: 1h. 30 min.</p>
<p>Objetivos de la sesión</p>		<p>Contenidos teóricos</p>
<ul style="list-style-type: none"> Entenderán algunos conceptos básicos de la teoría de los cuidados que plantea la economía feminista. Conocerán el Timón de la sostenibilidad que gobierna Germinando. Intercambiarán herramientas/protocolos que ayuden a cuidarnos mejor como empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> Economía feminista. Sistema sexo/genero. Diamante de los cuidados. Conciliación/corresponsabilidad. Resiliencia y claves. 	<ul style="list-style-type: none"> Cocina de aprovechamiento. Hacer parejas en salas y en 20 min contar y compartir: <ul style="list-style-type: none"> ✓ ¿con qué ingredientes partías en tu empresa? ✓ ¿llegaste a cocinar en tiempos de pandemia? ✓ ¿Qué rescats y puedes meter en un nuevo guiso? Puesta en común 20 min.

Metodología		
Será una sesión dinámica y práctica donde se expondrá algunos conceptos teóricos desde la experiencia y la intención de compartir. El hilo conductor será mejorar juntas.		
Recursos didácticos	Métodos didácticos	Materias vinculadas a la sesión
<ul style="list-style-type: none"> Imagen gráfica del Timón de la Sostenibilidad de Germinando 	<ul style="list-style-type: none"> Exposición de ideas de forma fresca sin PPT Compartir en parejas y poner en común 	<ul style="list-style-type: none"> Economía feminista Teoría de los cuidados Emprendimiento colectivo

CONTENIDOS SESIONES

Sesión 15

<p>Título de la sesión: <i>Conflict Management en cooperativas</i></p>	<p>Proyecto de apoyo a la consolidación de cooperativas. CONCOOP3.0</p>	<p>Fecha: 18.03.2021 Hora: 13h – 14:30 Duración Máx.: 1h. 30 min.</p>
<p>Objetivos de la sesión</p>	<p>Contenidos teóricos</p>	<p>Ponente Jorge Miralles Andress</p> <p>Actividades prácticas</p>
<ul style="list-style-type: none"> Situaciones concretas acerca de cómo manejar conflictos. Gestionar eficientemente las emociones en situaciones de conflicto. Descubrir herramientas que permitan atender el conflicto interno y externo a nosotros. 	<p>Las empresas deben ser entornos basados en el trabajo coordinado. La coordinación de equipos y departamentos puede crear sinergias positivas, pero pueden aparecer conflictos entre grupos y personas. Es por ello que para cualquier organización es crucial desarrollar competencias de gestión de conflictos. Aunque cada organización es única y cuenta con su propio clima laboral, hay unas pautas básicas de la gestión de conflictos que deben ser tenidas en cuenta siempre.</p> <p>En este workshop veremos ideas clave que pueden ayudar a gestionar conflictos en la cooperativa, y algunos consejos sobre cómo aplicarlos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Estudiar las características y factores determinantes del conflicto en los equipos de trabajo, y sus consecuencias. Analizar las fuentes de conflicto. COVID-19 Identificar los estilos propios de afrontamiento de conflicto. Analizar mecanismos de observación, escucha, actuación y resultados. 6 pasos que nos ayudarán a una resolución positiva de los conflictos 	<ul style="list-style-type: none"> Se abordarán casos reales de conflicto.

2Metodología		
Se aplicará una metodología <i>“learning by doing”</i>		
Recursos didácticos	Métodos didácticos	Materias vinculadas a la sesión
<ul style="list-style-type: none"> Presentación on line. 	<ul style="list-style-type: none"> Fomentar el aprendizaje activo, potenciando la relación colaborativa entre los asistentes logrando un clima adecuado en la sesión. 	<ul style="list-style-type: none"> Gestión de conflictos. Mediación.

CONTENIDOS SESIONES

Sesión 16

<p>Título de la sesión: GESTIÓN DE PROYECTOS EN TIEMPOS DE CONFINAMIENTO</p>	<p>Proyecto de apoyo a la consolidación de cooperativas. CONCOOP3.0</p>	<p>Fecha: 25/03/2021 Hora: 13h – 14:30 Duración Máx.: 1h. 30 min.</p>
		<p>Ponente Javier Jiménez Segura</p>
<p>Objetivos de la sesión</p>	<p>Contenidos teóricos</p>	<p>Actividades prácticas</p>
<ul style="list-style-type: none"> Mostrar la importancia de la metodología de gestión de proyectos en el ámbito de la gestión del negocio como forma de adecuar recursos, tiempos y rentabilidad económica. Dar a conocer el proceso de diseño y gestión de proyectos. Mostrar herramientas para el diseño y la gestión y su uso. Destacar la importancia de la evaluación como herramienta de mejora. Destacar la importancia de la difusión del proyecto realizado como estrategia de márketing. Destacar las principales funciones y competencias personales para la gestión de proyectos y su importancia en el proceso. 	<ul style="list-style-type: none"> Nociones sobre la Gestión del Ciclo del Proyecto y el Ciclo Deming. Cómo nace un proyecto. Elaboración del proyecto. Cómo se implementan y gestionan los proyectos. Cómo se evalúa un proyecto: funciones, momentos, tipos, niveles, indicadores y técnicas. La retroalimentación. Las relaciones entre los implicados: dirección, responsabilidad, cooperación y comunicación. La visibilidad del proyecto: estrategias de difusión, transferencia y benchmarking. 	<ul style="list-style-type: none"> Se explica el Ciclo del proyecto y el Ciclo Deming Se despliega el método con ejemplos: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Herramientas para diseño de proyectos ✓ Herramientas de gestión de tareas y económico-financiera ✓ Herramientas para la evaluación Papeles y competencias para la gestión. Pequeño debate sobre márketing y escalabilidad y aplicación del método en tiempos de COVID

Metodología		
<p>Partiendo de la exposición de conceptos, se atienden las dudas y comentarios para asegurar que queden claros. Se trata de alinear los contenidos del taller con la realidad de las personas participantes, solicitando aporte de situaciones y problemas propios. Se trabajan de forma práctica las herramientas, solicitando participación y resolviendo dudas. Se contrastan las funciones y competencias con la realidad de las personas participantes. Se genera un pequeño debate que facilite la participación, el aterrizaje y la integración de contenidos.</p>		
Recursos didácticos	Métodos didácticos	Materias vinculadas a la sesión
<ul style="list-style-type: none"> Videoconferencia con comunicación en doble sentido Chat para realizar aportaciones por escrito Presentación PowerPoint Mapas conceptuales e infografías CANVAS adaptado a proyectos Herramientas de diseño, gestión y evaluación Parrilla de competencias Debate participativo 	<ul style="list-style-type: none"> Exposición de conceptos Integración de conceptos a través de planteamiento de dudas y preguntas Vinculación de contenidos con realidad de las personas participantes Despliegue del método Desarrollo práctico del método Integración del método a través de la participación en el desarrollo Integración de contenidos a través de un debate semidirigido. 	<ul style="list-style-type: none"> Gestión de actividades y proyectos Planificación y Evaluación Gestión económica Gestión de personas Márketing

CONTENIDOS SESIONES

Sesión 17

<p>Título de la sesión: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA ÉPOCA DE RESTRICCIONES COVID</p>	<p>Proyecto de apoyo a la consolidación de cooperativas. CONCOOP3.0</p>	<p>Fecha: 30/03/2021 Hora: 13h – 14:30 Duración Máx.: 1h. 30 min.</p>
		<p>Ponente Javier Jiménez Segura</p>
<p>Objetivos de la sesión</p>	<p>Contenidos teóricos</p>	<p>Actividades prácticas</p>
<ul style="list-style-type: none"> Mostrar la importancia de la metodología de Planificación Estratégica en el ámbito de la gestión del negocio como forma de alinear misión, competencia y mercado. Dar a conocer el método de Planificación Estratégica. Mostrar herramientas para la implementación de la Planificación Estratégica y su uso. Destacar las principales funciones y competencias personales para la implementación de planes estratégicos. 	<ul style="list-style-type: none"> Qué es la Planificación Estratégica y para qué sirve. Algunos conceptos de Planificación y Gestión por procesos. ¿Cómo se diseña un plan estratégico?: Etapas de la Planificación Estratégica. La situación de partida: la Misión (Propósito) y la Visión. Análisis Interno de la Organización y Análisis Externo del Entorno. Objetivos Estratégicos, Estrategias y Líneas de Actuación. Implementación y Ejecución del Plan Estratégico. Evaluación del Plan. El equipo humano: dirección y liderazgo, participación, cooperación y comunicación. El impacto de la planificación estratégica en la organización. 	<p>Se explican los conceptos de planificación estratégica y gestión por procesos.</p> <p>Se explica el proceso de planificación estratégica:</p> <p>Se trabajan con ejemplos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Papeles y competencias para el diseño y gestión de Planes Estratégicos. ✓ Herramienta para diseño de Planes Estratégicos. ✓ Herramientas para la implementación y ejecución del Plan Estratégico. ✓ Herramientas para la evaluación. <p>Pequeño debate sobre la importancia de la planificación estratégica en la organización en tiempos de COVID.</p>

Metodología
<p>Partiendo de la exposición de conceptos, se atienden las dudas y comentarios para asegurar que queden claros.</p> <p>Se trata de alinear los contenidos del taller con la realidad del mercado y las organizaciones, solicitando aporte de situaciones y problemas reales.</p> <p>Se contrastan las funciones y competencias con la realidad de las personas participantes</p> <p>Se trabajan de forma práctica las herramientas, solicitando participación y resolviendo dudas</p> <p>Se genera un pequeño debate que facilite la participación, el aterrizaje y la Integración de contenidos</p>

Recursos didácticos	Métodos didácticos	Materias vinculadas a la sesión
<ul style="list-style-type: none"> Videoconferencia con comunicación en doble sentido Chat para realizar aportaciones por escrito Presentación PowerPoint Mapas conceptuales e infografías Parrilla de competencias Herramientas de diseño, ejecución y evaluación Mapa de procesos y Cuadro de Mando Debate participativo 	<ul style="list-style-type: none"> Exposición de conceptos Integración de conceptos a través de planteamiento de dudas y preguntas Vinculación de contenidos con realidad de las organizaciones Despliegue del método Desarrollo práctico del método Integración del método a través de la participación en el desarrollo Integración de contenidos a través de un debate semidirigido. 	<ul style="list-style-type: none"> Gestión de actividades y proyectos Planificación y Evaluación Gestión económica Gestión de personas Márquetin

PRÓXIMOS ACCIONES

Actividades a desarrollar

 **Difundir la programación** de sesiones previstas en Abril

PRÓXIMOS ACCIONES

Actividades a desarrollar

- ➔ **Difundir la programación** de sesiones previstas en Abril
- ➔ Terminar de cerrar las fechas de las sesiones **previstas para el bimestre Abril - Mayo**

PRÓXIMOS ACCIONES

Actividades a desarrollar

- ➔ **Difundir la programación** de sesiones previstas en Abril
- ➔ Terminar de cerrar las fechas de las sesiones **previstas para el bimestre Abril - Mayo**
- ➔ Completar la **red de personas expertas** reclutando con perfiles que complementen las competencias de nuestra red

PRÓXIMOS ACCIONES

Actividades a desarrollar

- ➔ **Difundir la programación** de sesiones previstas en Abril
- ➔ Terminar de cerrar las fechas de las sesiones **previstas para el bimestre Abril - Mayo**
- ➔ Completar la **red de personas expertas** reclutando con perfiles que complementen las competencias de nuestra red
- ➔ Durante el mes de abril queremos sondear qué cooperativas entrarán en la segunda parte del proyecto basado en el **asesoramiento personalizado** a partir de la bolsa de horas disponible.



Las cooperativas
trabajando juntas bajo
una misma identidad

COOPERAMA

Unión de Cooperativas de Trabajo de Madrid



MADRID

www.cooperama.coop

secretaria.technica@cooperama.coop

C/Virgen de los Peligros, 3; Planta 4;

28013 Madrid

914 469 750 / 699 710 215