



**Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible**

**Colsubsidio 2023**

Mario Andrés Berrío Cifuentes

Magda Carolina Cuéllar Cartagena

Universidad EAN

Facultad de Administración, Finanzas y Ciencias Económicas

Maestría en Mercadeo Digital y Maestría en Innovación

Bogotá, Colombia

29/11/2023



**Dinamizando la Comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible  
Colsubsidio 2023**

**Mario Andrés Berrío Cifuentes**

**Magda Carolina Cuéllar Cartagena**

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

**Magíster en Mercadeo Digital**

**Magíster en Innovación**

Director:

Edwin Augusto Lozada Franco

Modalidad:

**Consultoría Profesional**

Universidad EAN

Facultad de Administración, Finanzas y Ciencias Económicas

Maestría en Mercadeo Digital y Maestría en Innovación

Bogotá, Colombia

29/11/2023

**Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

**Colsubsidio 2023**

Nota de aceptación:

---

---

---

---

---

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del director del trabajo de grado

Bogotá, 29/11/2023

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

Dedicado con amor y honor a Dios y a mi familia, en ofrenda por su amor incondicional, por su apoyo y paciencia constante. Sin ustedes, este logro no sería posible, los amo.

Magda

A mi Alma Mater, otrora Escuela de Administración de Negocios EAN, en donde sembré mis sueños y aprendí los fundamentos de la Administración, luego nombrada Universidad EAN, en la que siguió siendo mi hogar durante mis estudios como especialista en Mercadeo y en Servicios. Y ahora como maestrando en donde sigo enriqueciéndome de esta institución que me ha formado íntegramente y ha sido mi guía en este gran camino de aprendizaje y crecimiento.

Gracias.

Mario.

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

**Colsubsidio 2023**

### **Agradecimientos**

Siempre los agradecimientos quedan cortos para las personas que hacen este logro posible; hoy quiero agradecer a Dios por guiar mi camino y abrir grandes puertas de conocimiento y experiencia a través de la academia, a mi hija Gaby y mi esposo Néstor por su apoyo incondicional y por donarnos parte de su tiempo para poder dedicarlo a esta maestría, ¡Este logro es también de ustedes!, sin duda alguna a nuestro director Edwin Augusto Lozada, por su influencia, guía y apoyo.

Con amor y gratitud, Magda

A mis padres, su apoyo incondicional ha sido el motor que impulsó mis logros académicos desde siempre, su aliento y respaldo han sido fundamentales para el cumplimiento de mis objetivos. A mi esposa Yudy, quien ha sido la piedra angular en cada paso de este camino. En este trabajo, su guía y apoyo incondicional fueron determinantes para lograr los mejores resultados. A mi familia que siempre está ahí. A los profesores de la Universidad EAN, agradezco sinceramente su valioso aporte a mi formación. Y a nuestro director Edwin Lozada, su dirección fue clave para reorientarnos y lograr alcanzar esta meta. Con su apoyo incondicional, cada uno de ustedes ha sido pieza fundamental en este andar.

Con inmensa gratitud, Mario.

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

#### **Resumen**

La Caja Colombiana de Subsidio familiar Colsubsidio ha creado la comunidad X-posible, con el fin de proveer a empresas, emprendedores y empleados un esquema de conocimiento, experiencia y aprendizaje que permita a estos fortalecer y utilizar herramientas en sostenibilidad e innovación; como parte de X-posible se encuentra la Comunidad de Aprendizaje y Conocimiento en Innovación, enfocada en el desarrollo de webinars para la transferencia de conocimientos y aprendizaje creada en el año 2018 y que para el segundo semestre de 2022, momento en el que inicia esta consultoría, se encontraban vinculados a través de un grupo de WhatsApp denominado Xposible Colsubsidio – Innovación, 386 participantes en la comunidad.

Durante la pandemia en el año 2020 la comunidad llegó a tener 1.000 participantes conectados en sus webinars, tras el regreso a la normalidad en año 2021 se evidenció una reducción en la participación del 80% con un promedio de 200 personas conectadas en los webinars antes mencionados, por cuanto se plantea como reto contar con una consultoría que permita analizar, replantear y garantizar un incremento en el nivel de participación de asistentes a los eventos a través del crecimiento de su comunidad.

En el presente documento, se propone generar un proceso de diagnóstico y formulación de plan de Mejoramiento a la Comunidad de Aprendizaje y Conocimiento en Innovación, a través de tres (3) fases así: Fase 1 – Entendimiento, exploración y planificación, Fase 2 - Concertación y Fase 3 – Relacionamiento, con ellas se logra entender los procesos de planificación, participación y generación de estrategias para garantizar el crecimiento, además de dar un mayor dinamismo y posicionamiento a la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación, generando un plan de mejoramiento bajo la metodología Objectives and Key Results – OKR, para alinear al equipo y facilitar los objetivos mediante indicadores de cumplimiento.

Palabras clave: Innovación, Webinar, Comunidad, Aprendizaje, Experiencia y Conocimiento.

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

#### **Abstract**

Caja Colombiana de Subsidio Familiar Colsubsidio has created the X-possible community, in order to provide companies, entrepreneurs and employees with a knowledge, experience and learning scheme that allows them to strengthen and use tools in sustainability and innovation; As part of consulting, were linked through a WhatsApp group called Xpossible Colsubsidio – Innovation, 386 participants in the community.

During the pandemic in 2020, the community had 1,000 participants connected to its webinars. After the return to normality in 2021, there was a reduction in participation of 80% with an average of 200 people connected to the aforementioned webinars, since the challenge is to have a consultancy that allows you to analyze, rethink and guarantee an increase in the level of participation of event attendees through the growth of your community.

In this document, it is proposed to generate a process of diagnosis and formulation of an Improvement Plan for the Community of Learning and Knowledge in Innovation, through three (3) phases as follows: Phase 1 – Understanding, exploration and planning, Phase 2 - Concertation and Phase 3 – Relationship, with them it is possible to understand the processes of planning, participation and generation of strategies to guarantee growth, in addition to giving greater dynamism and positioning to the community of learning and knowledge in innovation, generating an improvement plan under the Objectives and Key Results – OKR methodology, to align the team and facilitate objectives through compliance indicators.

Keywords: Innovation, Webinar, Community, Learning, Experience and Knowledge.

**CONTENIDO**

1.	Introducción .....	14
2.	Objetivos.....	18
2.1.	Objetivo general .....	18
2.2.	Objetivos específicos .....	18
3.	Justificación .....	19
4.	Marco Institucional.....	22
4.1.	Estructura organizacional .....	22
4.2.	Reseña histórica .....	24
4.3.	Productos o servicios que ofrece.....	25
5.	MARCO CONTEXTUAL .....	27
5.1.	Posición en el mercado .....	27
5.2.	Sector económico.....	28
5.3.	Sector Social .....	28
5.4.	Aprendizaje continuo e innovación Xposible.....	29
5.5.	Entorno digital .....	32
6.	Marco conceptual .....	34
6.1.	Gestión de la innovación .....	35
6.1.1	Innovación en el aprendizaje virtual .....	36
6.2.	Educación virtual.....	37
6.2.1	Carácter multimedia y telepresencia .....	41
6.2.2	Aprendizaje virtual efectivo y Gamificación .....	44
6.3.	Aprendizaje colaborativo .....	44
6.4.	Mercadeo Digital para el fortalecimiento de comunidades.....	46

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

6.4.1 Comunidad de aprendizaje .....	46
6.4.2 Mercadeo Digital .....	47
6.4.2.1 Social media y TICs .....	47
6.4.2.2 Email marketing .....	48
6.4.2.3 SEO .....	49
7. Diseño Metodológico de la Consultoría .....	51
7.1 Tipo de investigación .....	51
7.2 Análisis externo e interno .....	51
7.3 Población, muestra y ficha técnica .....	57
7.3.1 Población .....	57
7.3.2 Muestra No probabilística por conveniencia .....	58
7.3.3 Ficha técnica .....	58
7.3.3.1 Instrumento cuantitativo 1 .....	58
7.3.3.2 Instrumento cuantitativo 2 .....	59
7.3.3.3 Instrumento cualitativo .....	60
7.4 Identificación de variables .....	61
7.5 Instrumentos de medición .....	62
7.6 Validación del instrumento .....	63
8. ANÁLISIS DE RESULTADOS .....	64
8.1 Análisis Instrumento Cuantitativo I. ....	64
8.2 Análisis Instrumento Cuantitativo II. ....	74
8.3 Análisis Instrumento Cualitativo, entrevista a profundidad .....	82
8.4 Conclusión del diagnóstico .....	84
8.5 Brechas a cerrar .....	86

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

9.	PROPUESTA DE LA CONSULTORÍA.....	88
9.1	Propuesta Social Media .....	88
	Resultado clave 1: Crear 2 redes sociales propias o potenciar los canales existentes. (Innovación Xposible) .....	89
	Resultado clave 2: Incremento en un 30% de Seguidores .....	89
	<b>Estrategia Social Media</b> .....	89
	<b>Tácticas:</b> .....	90
9.2	Propuesta contenido de atracción .....	92
	Resultado clave 1: Generar contenido de atracción y fidelización periódica a través de 1 publicación diaria .....	92
	<b>Estrategia de contenidos</b> .....	93
	<b>Tácticas</b> .....	93
9.3	Propuesta posicionamiento .....	94
	Resultado clave 1: posicionar la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible de forma orgánica en Google entre los 10 primeros resultados de búsqueda .....	94
	<b>Estrategia SEO</b> .....	95
	<b>Tácticas</b> .....	95
	<b>Estrategia Posicionamiento de Xposible By Colsubsidio</b> .....	96
	<b>Tácticas</b> .....	96
9.4	Propuesta de crecimiento.....	97
	Resultado clave 1: mejorar la efectividad en la convocatoria para lograr una asistencia del 65% de los inscritos. ....	97
	<b>Estrategia Email Marketing</b> .....	97
	<b>Tácticas</b> .....	97

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

Resultado Clave 2: Incrementar la base de datos en un 100% para convocatorias ...	98
<b>Estrategia Co branding</b> .....	98
<b>Tácticas</b> .....	98
9.5 Propuesta interna y complementaria .....	100
Resultado clave 1: Incrementar en 5 los aliados internos para fortalecer la comunidad .....	100
<b>Estrategia interna</b> .....	101
<b>Tácticas</b> .....	101
Resultado Clave 2: Crear 2 productos complementarios.....	102
<b>Estrategia complementaria</b> .....	102
<b>Tácticas</b> .....	102
9.6 Propuesta de la ruta.....	105
9.6.1 Indicadores de Control y Seguimiento.....	105
9.6.2 Cronograma para el Año 2024 .....	108
9.6.3 Presupuesto.....	108
10. conclusiones y recomendaciones .....	111
11. Referencias .....	116
ANEXOS .....	124
ANEXO 1 : Instrumento Cuantitativo 1- Encuesta .....	124
ANEXO 2. Instrumento cuantitativo 2. Encuesta dirigida a asistentes de webinars en la comunidad .....	124
ANEXO 3. Entrevista comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible.....	125

**LISTA DE ILUSTRACIONES**

Ilustración 1 Estructura organizacional .....	23
Ilustración 2. Portafolio de servicios Colsubsidio .....	26
Ilustración 3. Ranking de Cajas de compensación según el número de afiliados .....	27
Ilustración 4. Número de seguidores en redes sociales .....	33
Ilustración 5. Videollamada del Picturephone .....	39
Ilustración 6. Gráfica de resultado Matriz EFI .....	54
Ilustración 7. Gráfica de resultados Matriz EFE .....	55
Ilustración 8. Pregunta 1, instrumento 1 .....	65
Ilustración 9. Pregunta 2, instrumento 1 .....	66
Ilustración 10. Pregunta 3, instrumento 1 .....	67
Ilustración 11. Pregunta 4, instrumento 1 .....	68
Ilustración 12. Pregunta 5, instrumento 1 .....	69
Ilustración 13. Pregunta 6, instrumento 1 .....	71
Ilustración 14. Pregunta 7, instrumento 1 .....	72
Ilustración 15. Pregunta 1, instrumento 2 .....	75
Ilustración 16. Pregunta 2, instrumento 2 .....	76
Ilustración 17. Pregunta 3, instrumento 2 .....	77
Ilustración 18. Pregunta 4, instrumento 2 .....	78
Ilustración 19. Pregunta 5, instrumento 2 .....	79
Ilustración 20. Pregunta 6, instrumento 2 .....	80
Ilustración 21. Pregunta 7, instrumento 2 .....	81
Ilustración 22 OKR Propuesta Social Media .....	88
Ilustración 23 OKR propuesta contenido de atracción .....	92
Ilustración 24 OKR propuesta posicionamiento .....	94
Ilustración 25. OKR propuesta de crecimiento.....	97
Ilustración 26. Universidades aliadas con programas en Innovación .....	99
Ilustración 27. OKR Propuesta interna y complementaria.....	100
Ilustración 28 Escalera de valor.....	103
Ilustración 29. Propuesta de la ruta .....	110

**LISTA DE TABLAS**

Tabla 2. Matriz F.O.D.A.....	52
Tabla 3 Matriz EFI .....	53
Tabla 4. Matriz EFE.....	55
Tabla 5. Matriz estratégica cruzada FO-FA-DO-DA.....	56
Tabla 6. Ficha técnica instrumento Cuantitativo 1 .....	59
Tabla 7. Ficha técnica Instrumento Cuantitativo 2 .....	60
Tabla 8. Ficha técnica Instrumento Cualitativo .....	61

## **1. INTRODUCCIÓN**

La Caja Colombiana de Subsidio Familiar Colsubsidio, es una institución con un firme compromiso hacia el bienestar y el desarrollo de sus beneficiarios, se enfrenta a un desafío significativo en su programa Xposible. Este programa, que ha emergido como un referente en la promoción de prácticas empresariales sostenibles y el fomento de la innovación, busca fortalecer su comunidad de conocimiento.

Este trabajo tiene como finalidad principal realizar una labor de consultoría a una problemática planteada por la Caja Colombiana de Subsidio Familiar Colsubsidio, entendiendo la labor de consultoría como “cualquier forma de proporcionar ayuda sobre el contenido, proceso o estructura de una tarea o de un conjunto de tareas, en que el consultor no es efectivamente responsable de la ejecución de la tarea misma, sino que ayuda a los que lo son” (Kubr, 1996).

El enfoque del trabajo de grado de consultoría se encuentra en el programa Xposible de Colsubsidio que nace reconociendo las buenas prácticas de sostenibilidad de las empresas que hacen las cosas bien y aportan al desarrollo del país (Xposible, s.f.) y hoy promete convertirse en referente de la construcción conjunta entre los empresarios. La gestión del conocimiento y el aprendizaje continuo son elementos clave en el desarrollo de organizaciones exitosas en el entorno empresarial actual, en este contexto, las cajas de compensación familiar juegan un papel fundamental al brindar programas y servicios que promueven el bienestar y el crecimiento de sus beneficiarios.

En lo que respecta al planteamiento del problema para el caso de estudio, Colsubsidio busca incrementar el número de participantes en la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible y personas conectadas simultáneamente en sus webinars, con un producto de calidad y focalizado en temas de innovación, así como lograr ser reconocidos por su difusión de conocimiento y cultura de innovación en las organizaciones. Para comprender el término en referencia webinar resulta de la combinación de dos términos: Web y Seminar (Serenio, 2010). En español: webinario, este término se usa para nombrar los sistemas de

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

webconferencia para la realización de eventos on-line, generalmente de carácter formativo, dirigidos a una comunidad, grupo de interés o personas interesadas, en ocasiones pagos o de forma gratuita, generalmente las organizaciones los emplean para captar estudiantes o fidelizar a sus públicos. (Sánchez M., 2020).

#### **Antecedentes**

Esta iniciativa de compartir conocimiento de expertos mediante Webinars (Xposible, s.f.), inició antes de la pandemia reuniendo virtualmente un promedio de 350 personas en cada uno de los eventos; con la pandemia se logró incrementar el número de participantes activos a 600 personas por evento y hoy en día con el retorno a la presencialidad de las empresas, el número de participantes está entre los 150 a 200 asistentes (Colsubsidio, 2022).

Bajo este escenario existen varios desafíos a los que se debe enfrentar Colsubsidio para incrementar el número de participantes por webinar, ya que debe lograr una participación activa de las empresas, expertos y personas interesadas y por lo tanto debe dar a conocer su programa a grandes audiencias. Otro reto importante se da en el entorno competitivo ya que hoy en día la oferta de conocimiento a nivel virtual es muy amplia, lo que hace que sea difícil para Colsubsidio destacarse.

#### **Descripción del problema**

Por lo anterior se hace necesario realizar la consultoría identificando estrategias innovadoras y efectivas de promoción y diferenciación para destacar el programa de Xposible Colsubsidio en medio de la competencia, así mismo plantear estrategias de difusión efectivas para llegar a la audiencia objetivo, que incluye identificar los canales de comunicación adecuados y desarrollar contenidos atractivos y relevantes para el público objetivo, verificando la pertinencia de los temarios, los horarios de cada webinar, validando si se encuentran enfocados en la naturaleza de la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible.

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

De esta manera dinamizar el programa a través del intercambio de conocimiento, aprendizaje y experiencia, llevando a la comunidad a un proceso de fortalecimiento y relacionamiento, logrando la participación activa de más personas y organizaciones, la conexión con expertos y pares que les permitan consolidar o expandir sus modelos de negocio, que las compañías puedan encontrarse; compartir experiencias, herramientas, saberes y necesidades; pero, sobre todo, hacer negocios. Todo esto permitirá hacer cada vez más grande a la comunidad de aprendizaje y conocimiento Xposible.

Se plantearán posibles alternativas de solución, proponiendo ajustar el programa de forma dinámica, permitiendo no solo la gestión del conocimiento para los beneficiarios, sino todo un proceso de acompañamiento y fortalecimiento empresarial que permita a su vez el relacionamiento con las demás compañías participantes (EAN, s.f.).

El enfoque de la consultoría se basa en la implementación de acciones estratégicas que promuevan la conexión y difusión de conocimiento en la comunidad empresarial, utilizando herramientas tecnológicas y metodologías innovadoras. El resultado esperado es un programa dinámico y actualizado que no solo genere impacto en la comunidad de beneficiarios de Colsubsidio, sino que también fortalezca la imagen de la organización como líder en la promoción de conocimiento y cultura de innovación en el ámbito empresarial.

Para cumplir con los aspectos técnicos, metodológicos y conceptuales el presente trabajo se estructura en base a un diagnóstico de la situación actual, presenta información y resultados obtenidos, se plantean objetivos generales y específicos, justificación y marco de consultoría conceptual y contextual, seguido de la propuesta de ajustes al programa de Colsubsidio bajo un diseño metodológico que será la base para el diagnóstico del programa, respaldada por un análisis detallado de las acciones a implementar y los beneficios esperados, todo soportado con las respectivas fuentes bibliográficas, listas de ilustraciones, tablas y anexos. Se espera que los resultados y recomendaciones de esta consultoría contribuyan a potenciar el papel de Colsubsidio como promotor de la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible en el entorno empresarial, generando un impacto positivo en los beneficiarios y en la región en general.

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

#### **Pregunta reto**

Esta consultoría dará respuesta a la pregunta ¿Cuáles son las estrategias necesarias para incrementar el número de participantes en la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible de Colsubsidio?

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1. Objetivo general**

Diseñar una ruta que permita Incrementar la cantidad de participantes en la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible, promoviendo el intercambio de conocimiento, aprendizaje y experiencia.

### **2.2. Objetivos específicos**

- Analizar la estructura y planeación de Colsubsidio X-posible y su comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación.
- Proponer estrategias de transformación para la comunidad mediante acciones dinámicas que permitan lograr en la comunidad un mayor número de participantes en los eventos planteados.
- Diseñar una ruta de fortalecimiento enfocado en la gestión de mercadeo digital e innovación que motive a los asistentes de los webinars a participar permanentemente y a generar interacciones y conexiones con la comunidad en aspectos de innovación.

### **3. JUSTIFICACIÓN**

De acuerdo con información suministrada por el área de innovación, la iniciativa de compartir conocimiento a través de webinars inició antes de la pandemia reuniendo virtualmente un promedio de 350 personas en cada uno de los eventos; con la pandemia se logró incrementar el número de participantes activos a 1.000 personas por evento y en la actualidad con el retorno a la presencialidad de las empresas, el número de participantes para 2021 había disminuido a 200 asistentes aproximados por evento (Colsubsidio, 2022), para el año 2022 este número incrementó a un promedio de 247 participantes por cada webinar. (Colsubsidio) Este escenario plantea el reto objeto de estudio para el desarrollo de este trabajo.

La consultoría propuesta para incrementar la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación Xposible es relevante y útil en términos del sector, mercado y competencia ya que se evidencia una acelerada evolución y transformación digital, donde la actualización constante del conocimiento y la innovación son factores clave para el éxito de las organizaciones, a la par de una creciente demanda de programas y servicios que promuevan el desarrollo y aprendizaje continuo para un entorno laboral, el mercado laboral requiere personal capacitado, organizaciones actualizadas y capacitadas para enfrentar los retos de un mundo empresarial en constante evolución (Kirillova, 2021), en este sentido esta consultoría brindará a Colsubsidio herramientas para responder a esta demanda y fortalecer su comunidad por medio de la promoción de conocimiento y cultura de innovación, generando un impacto positivo en su reputación e imagen.

Se espera un impacto empresarial en la implementación de acciones estratégicas para incrementar la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible con efectos positivos en la productividad y competitividad de las empresas beneficiarias. Al fortalecer el relacionamiento entre las compañías participantes incluyendo la Universidad EAN, se generará un ambiente propicio para la colaboración, la generación de ideas innovadoras y la creación de oportunidades de negocio, lo cual contribuirá al desarrollo empresarial y a la generación de empleo en la región.

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

A nivel social esta consultoría busca beneficiar a la comunidad de innovación en general, ya que promueve el acceso al conocimiento actualizado y brinda herramientas para el fortalecimiento personal y empresarial, promueve la cultura innovadora en las empresas y mejora la competitividad generando un impacto positivo a nivel social y económico.

Esta consultoría es viable operacionalmente en el marco del convenio interinstitucional entre la Universidad EAN (Consultor) y la Caja Colombiana de Subsidio Familiar Colsubsidio (cliente) para el estudio de un reto empresarial, que para este caso será objeto de estudio la formulación de acciones y estrategias que permitan a la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible incrementar su audiencia en personas conectadas simultáneamente a los eventos programados.

Para esta consultoría Colsubsidio asignó recursos humanos conformados por el líder de la estrategia de innovación junto con su equipo de trabajo quienes brindaron información, retroalimentaron y apoyaron la investigación en todas sus fases, no hubo asignación de recursos financieros para la realización de la consultoría ni para la implementación de la posible solución.

De esta manera se plantea desde una visión académica una propuesta innovadora que dé solución al reto planteado por Colsubsidio para incrementar su comunidad en número de participantes y personas conectadas en sus webinars.

Para una aplicación práctica de este trabajo se tomará como base solo la operación del área de la Comunidad de Aprendizaje y Conocimiento en innovación de Xposible la cual se encuentra bajo la dirección de la sección Planeación e Innovación de Colsubsidio, (ver Ilustración 1). Es importante resaltar que el alcance de este trabajo no ofrece una solución general para los diversos servicios que proporciona la caja de compensación. En cambio, se concentra exclusivamente en la mejora y optimización de la estrategia de la Comunidad de Aprendizaje y Conocimiento en innovación de Xposible.

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

Esta decisión estratégica ha sido tomada con el propósito de asegurar la viabilidad y efectividad del proyecto. Se realizarán diferentes muestras estadísticas y análisis específicos centrados en el área de la Comunidad de Aprendizaje y Conocimiento en innovación de Xposible, proporcionando resultados más precisos y relevantes para los objetivos establecidos.

Cabe destacar que esta consultoría opera de manera independiente de otras unidades de negocio de Colsubsidio. Su enfoque especializado permite una atención detallada y adaptada a las necesidades particulares de la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación, sin abordar de manera integral los demás servicios de Colsubsidio. El plazo máximo estimado para completar todas las fases de esta consultoría se ha establecido en 12 meses, desde el diagnóstico hasta la presentación de resultados y recomendaciones, garantizando así un análisis exhaustivo y una propuesta de solución específica para esta área determinada.

Este proceso de consultoría es viable ya que tendrá un corte de investigación aplicada, con una fuente de datos mixta, bajo un muestreo no probabilístico por conveniencia que recopilará datos de Stakeholders, participantes actuales y potenciales de la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible, siendo esta una técnica eficaz y confiable para la recolección de información y posterior análisis de los resultados obtenidos.

Visto esto se justifica la consultoría propuesta para incrementar la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible ya que es relevante y útil en todos los criterios descritos anteriormente, recomendando al final del ejercicio estrategias efectivas e innovadoras de promoción y difusión para llegar a la audiencia objetivo sugiriendo a su vez canales de comunicación adecuados para el mercado meta.

## 4. MARCO INSTITUCIONAL

Colsubsidio es una corporación de derecho privado sin ánimo de lucro, que pertenece al Sistema del Subsidio Familiar y al Sistema de Protección y Seguridad Social colombiano. (Colsubsidio, Colsubsidio.com, s.f.).

En cumplimiento a su misión de generar oportunidades para el cierre de brechas sociales contempla los programas que desarrolla a través de las unidades: Afiliaciones y Subsidios, Educación, Cultura y Productividad, Recreación, Turismo, Vivienda y Subsidio de Vivienda, Crédito Social, Alimentos y Bebidas, Salud, Supermercados y Droguerías.

Colsubsidio se financia con los recursos provenientes de los aportes empresariales, la venta de servicios sociales y de la suscripción de convenios y contratos con empresas públicas y privadas, nacionales o internacionales, que confían en la organización la ejecución de sus programas de responsabilidad social o de desarrollo social de entes territoriales. (Colsubsidio, Infome de gestión, 2021).

**Misión:** Generar oportunidades para el cierre de brechas sociales

**Visión:** Ser la empresa social de los colombianos.

**Valores:** Integridad, Excelencia, Pasión por servir, Compromiso Social

(Colsubsidio, Colsubsidio.com, s.f.).

### 4.1. Estructura organizacional

La estructura administrativa, que responde a la estrategia corporativa y competitiva, está conformada por la Asamblea General de Afiliados, el Consejo Directivo, la Dirección Administrativa, las Subdirecciones, la Auditoría Interna, Planeación, la Oficina Jurídica y

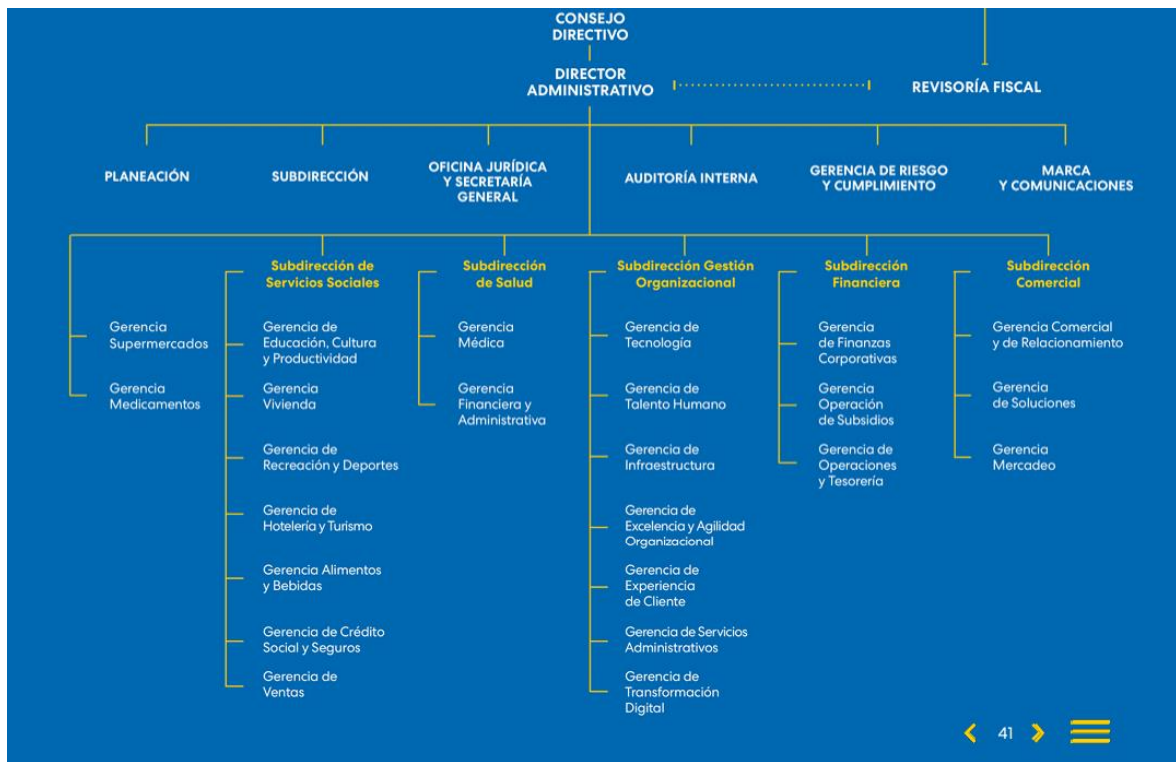
# Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

## Colsubsidio 2023

Secretaría General, las Gerencias, los Departamentos y las demás áreas que dependen de estas instancias.

Colsubsidio comprometido con la gestión transparente, responsable e íntegra, garantiza que las decisiones y actuaciones de la Corporación estén fundamentadas en los valores organizacionales. Por esta razón continuó fortaleciendo su gestión ética y transparente, respaldada en un buen gobierno. (Colsubsidio, Informe de gestión, 2021).

Ilustración 1 Estructura organizacional



Nota. Imagen tomada de <https://www.colsubsidio.com/nosotros/perfil/reportes-de-gestion> (Colsubsidio, Informe de gestión, 2022).

## **4.2. Reseña histórica**

De acuerdo con lo expuesto en el libro Políticas públicas, valor público y gobernanza colaborativa El caso de la Caja Colombiana de Subsidio Familiar Colsubsidio (Sanabria Pulido & Guzmán Botero, 2021). encontramos en su historia que:

A través de una iniciativa filantrópica del sector privado y en cumplimiento del Decreto 118 de 1957, que establece que “Antes del primero de octubre del presente año, los patronos obligados procederán a constituir Cajas de compensación familiar, o a afiliarse a las ya existentes.”, la (ANDI). Asociación Nacional de Industriales convocó a sus afiliados en Bogotá el 18 de septiembre de 1957 para conformar Colsubsidio, una corporación sin ánimo de lucro que se encargaría de recaudar los aportes de los patronos y los distribuiría a manera de subsidios en dinero a los trabajadores con personas a cargo, con el objetivo de aliviar las obligaciones económicas de sostener una familia.

Desde entonces, Colsubsidio ha ido creciendo, conformando una amplia oferta de servicios sociales basados en los principios de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, con el fin de dignificar la vida de las personas, promover el progreso social y el respeto a los derechos económicos, sociales y culturales. Esta oferta de servicios incluye entre otras, mercadeo social, educación, salud, cultura, turismo, vivienda, recreación y deportes, así como crédito y seguros.

En el año de 1963 se inauguró el primer supermercado y droguería subsidiados para ofrecer alimentos y medicamentos a precios asequibles. En el año de 1965 se inauguró el Instituto Colsubsidio de Educación Femenina, que se convirtió en un modelo educativo reconocido con varios colegios propios y distintos programas de capacitación para adultos. En el área de salud, se crearon consultorios médicos infantiles que con el paso de los años se han convertido en clínicas y centros médicos integrales que prestan atención a toda la familia. Además, Colsubsidio reserva un porcentaje de sus aportes empresariales al financiamiento del

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

Régimen Subsidiado en Salud, como parte de sus deberes como Caja de Compensación Familiar.

Colsubsidio también ha desarrollado programas de cultura, turismo, vivienda, recreación y deportes, crédito y seguros, con el objetivo de ofrecer una diversa gama de servicios que beneficien a los trabajadores afiliados y sus familias. Por ejemplo, se crearon museos, pinacotecas, teatros, bibliotecas, hoteles y parques acuáticos, y se iniciaron proyectos de vivienda y recreación urbana. Todo esto ha sido posible gracias a la focalización de recursos y a la obligación de aportar al financiamiento de políticas públicas sociales por parte de las cajas de compensación como Colsubsidio. (Sanabria Pulido & Guzmán Botero, 2021).<sup>4</sup>

#### **4.3. Productos o servicios que ofrece**

Colsubsidio cuenta con un portafolio de servicios que cubre las necesidades fundamentales del ser humano a lo largo de su ciclo de vida con programas dirigidos a:

Brindar la mejor salud posible con estrategias de prevención, mitigación y superación de los riesgos que afectan el entorno vital de los trabajadores y sus familias a través de servicios como Clínicas, IPS, farmacias etc. Acceder a formación a lo largo del ciclo vital, para el desarrollo de sus potencialidades con sus colegios y centros de formación, lograr movilidad social y contar con las competencias necesarias para insertarse en el mercado laboral. Garantizar entornos vitales a través de proyectos de vivienda integrales, estableciendo como eje central al ser humano en toda su complejidad.

Facilitar el ejercicio efectivo de los derechos culturales y la promoción de la recreación como parte del uso adecuado, creativo y productivo del tiempo libre, desde la perspectiva del descanso, disfrute y goce de la vida con el fin de contribuir a fortalecer y afianzar las relaciones y vínculos familiares y sociales con sus centros recreativos y vacacionales y permitir el acceso a recursos financieros para satisfacer necesidades fundamentales y crear una cultura de pago de las obligaciones crediticias a través de sus diferentes líneas de crédito.

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

Garantizar el suministro de bienes y alimentos básicos necesarios para una buena salud física y mental, así como medicamentos seguros para la prevención, mitigación y superación de Enfermedades con una amplia red de supermercados. (Colsubsidio, 2021).

**Ilustración 2. Portafolio de servicios Colsubsidio**



Nota. Imagen tomada de Informe de gestión y sostenibilidad 2021 (Colsubsidio, 2021).

## 5. MARCO CONTEXTUAL

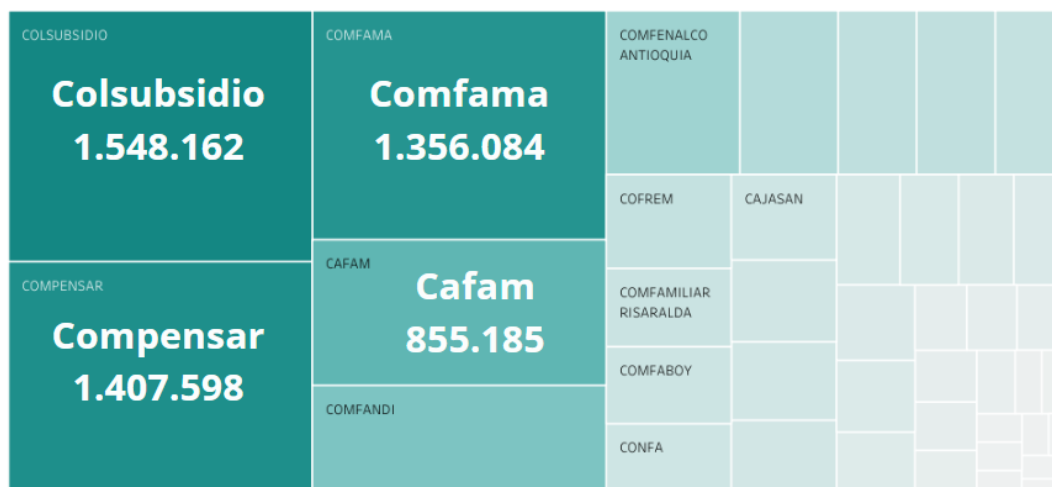
Para el marco contextual de esta investigación se considera a la Caja Colombiana de Subsidio Familiar Colsubsidio como el principal contexto ya que es la entidad para la cual se llevará a cabo esta consultoría por lo anterior se suministran los siguientes datos:

### 5.1. Posición en el mercado

Según el Boletín Estadístico del Sistema de Subsidio Familiar periodo Abril-junio 2022 emitido por la Superintendencia del Subsidio Familiar, Colsubsidio lidera con 1.480.162 afiliados, seguida por Compensar con 1.407.598 afiliados y Comfama (Antioquia) con 1.356.084 afiliados (Superintendencia del Subsidio Familiar, 2022).

Ilustración 3. Ranking de Cajas de compensación según el número de afiliados

#### Afiliados por caja de compensación familiar



Nota. Fuente elaboración propia basada en Boletín Estadístico del sistema de subsidio familiar (Superintendencia del Subsidio Familiar, 2022)

## **5.2. Sector económico**

Las cajas de compensación son entidades que operan en el sector económico de servicios, son una parte muy importante del sistema de seguridad social, y bienestar social del país. Estas organizaciones brindan subsidios y servicios sociales a los trabajadores y sus familias en áreas como salud, educación, vivienda, recreación, entre otros. Por lo tanto, su actividad principal se encuentra en el sector de servicios.

Como se menciona en la sección anterior Colsubsidio viene ocupando los primeros puestos tanto en ingresos como en número de afiliados, producto de su trabajo continuo por diversificar los servicios a su comunidad, ampliando su cobertura geográfica a 19 departamentos del país, 66 municipios de Cundinamarca y cuenta con 332 puntos de prestación de servicios en Bogotá. (Colsubsidio, Informe de gestión y sostenibilidad Colsubsidio 2022).

Con base en el informe de gestión y sostenibilidad Colsubsidio 2022, Colsubsidio se ubicó como la segunda Caja de Compensación a nivel nacional en cuanto a ingresos, con un total de \$ 1.536.533.000 en aportes lo que significó un crecimiento del 18% frente al año 2021. (Colsubsidio, Informe de gestión y sostenibilidad Colsubsidio 2022).

## **5.3. Sector Social**

En el contexto social de Colombia, el papel desempeñado por las cajas de compensación es de gran importancia. Colsubsidio es una organización de naturaleza privada cuya responsabilidad principal es administrar el subsidio familiar, una prestación social. Dentro de este cometido, Colsubsidio se dedica a generar oportunidades que reduzcan las disparidades sociales. Según Luis Carlos Arango Vélez, director general de Colsubsidio “Colombia necesita más que nunca la presencia de estas instituciones para contribuir al cierre de las brechas sociales en áreas como vivienda, educación, recreación y acceso al crédito,

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

incluso para aquellos individuos que no se encuentran formalmente dentro del sistema financiero. Por tanto, nuestras acciones justifican plenamente nuestra existencia.” (LA REPUBLICA, 2022).

Con el fin de lograr el cierre de las brechas sociales, Colsubsidio en 2022 otorgó 8.616.896 cuotas monetarias equivalentes a \$ 361.997.000, asignaron 25.258 subsidios de vivienda equivalente a \$659.636.000 en subsidios educativos otorgó 293.527 bonos y 81 paquetes escolares por valor de \$19.084.000 en bonos lonchera un total de 1.482.856 bonos por valor de \$ 23.725.000 y un total de \$ 650.000.000 en auxilios de protección familiar por fallecimiento de trabajadores afiliados. (Colsubsidio, Informe de gestión y sostenibilidad Colsubsidio 2022).

#### **5.4. Aprendizaje continuo e innovación Xposible**

Lograr la igualdad de oportunidades en educación es “una de las más importantes condiciones para superar la injusticia social y reducir las desigualdades sociales en cualquier país [...] y es también una condición para fortalecer el crecimiento económico”, (UNESCO, 2010, pág. 24).

La educación continua para adultos es esencial para garantizar que aquellos que ya están empleados y sus empleadores estén preparados para enfrentar los desafíos de la cuarta revolución industrial. Proporcionar oportunidades de aprendizaje flexible y ayudar a los empleados a adquirir nuevas habilidades son estrategias fundamentales para abordar problemas como el desempleo, la falta de acceso equitativo a recursos y la inactividad laboral. Un entorno de aprendizaje dinámico tiene el potencial de ofrecer a los trabajadores profesiones gratificantes y contribuir a la cohesión social, según se destaca en el tercer informe mundial sobre educación y aprendizaje de adultos de la UNESCO. (<https://intelligence.weforum.org/>, 2023).

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

Colsubsidio es consciente de la trascendencia y compromiso que tiene con la prestación de servicios sociales para una transformación positiva de las condiciones de vida de los colombianos, enmarcados en este, se enfoca en un modelo de innovación fundamentado en cinco pilares: diversidad de equipos, estudio e investigación permanente, destinar esfuerzos y recursos a procesos innovadores, fortalecer esquemas de comunicación y reconocimiento a quienes lo hacen posible, aprender de la experiencia. (Colsubsidio, 2021).

Como parte del compromiso con la sostenibilidad, en 2018 Colsubsidio creó el programa Xposible, brindando herramientas y beneficios para impactar desde la sostenibilidad. El programa empezó como una plataforma centrada en el reconocimiento de buenas prácticas en sostenibilidad para las compañías, es hoy una red que promete convertirse en un referente de la construcción conjunta de país entre los empresarios. En esta se reconocen las mejores prácticas, programas e iniciativas a través de un premio que se entrega cada año a doce compañías que resaltan por su compromiso con la sostenibilidad desde diferentes aristas con proyectos que impactan positivamente a la población.

La unidad estratégica de Colsubsidio para la cual está dirigida esta consultoría es la Oficina de Planeación en donde se aseguran los procesos de planeación estratégica, control de gestión de la organización y desarrollo de nuevos negocios con el fin de contribuir a la competitividad organizacional y al logro de los resultados de la compañía. (Funciones principales áreas, s.f.). dentro de esta unidad estratégica se encuentra el área de innovación la cual está liderando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible.

Xposible genera y transmite contenidos de valor, en línea con las mejores prácticas y tendencias en sostenibilidad, innovación, productividad y talento humano (Xposible, 2020). comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible se reúne virtualmente todos los jueves de 8:00AM a 9:00 AM presentando conferencistas que hablan de tendencias, metodologías y casos de éxito. Esta iniciativa de compartir conocimiento de expertos mediante Webinars inicio antes de la pandemia reuniendo virtualmente hasta 600 participantes por evento, cifra que ha disminuido con el regreso a la normalidad postpandemia. (Colsubsidio, 2022).

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

Durante el año 2022, Colsubsidio invirtió \$ 310.268.000 en actividades de ciencia, tecnología e innovación, un 28% más que en el año 2021. Las actividades de mayor relevancia fueron la academia de innovación en donde capacitaron 57 trabajadores de distintas áreas de la organización en metodología Challenge based learning, desarrollaron 60 talleres de insights para la innovación y metodología LEGO SERIOUS PLAY en donde formaron más de 400 trabajadores, la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible realizó 46 webinars sobre metodologías tendencias y casos de éxito en gestión empresarial e innovación en los que participaron 11.396 personas y en cuanto a innovación abierta en alianza con instituciones educativas se crearon propuestas para enfrentar diferentes retos corporativos. (Colsubsidio, 2022).

En consonancia con el informe de la UNESCO, dentro del contexto de innovación que representa el programa Xposible de Colsubsidio, es crucial reconocer la importancia del aprendizaje continuo y la actualización de habilidades en un entorno en constante evolución. A medida que la cuarta revolución industrial impulsa cambios significativos en el mercado laboral, Xposible se posiciona como una iniciativa pionera que busca cerrar las brechas existentes y promover el desarrollo personal y profesional de sus beneficiarios.

Xposible desde el contexto innovador, reconoce que la formación para adultos desempeña un papel fundamental en el empoderamiento de los trabajadores y en la capacidad de adaptación a los desafíos emergentes. En este sentido, el programa proporciona oportunidades de aprendizaje flexible y fomenta la adquisición de nuevas habilidades, brindando a los participantes las herramientas necesarias para enfrentar los cambios tecnológicos y socioeconómicos que impactan en sus trayectorias profesionales.

Colsubsidio reconoce que un entorno de formación dinámico tiene el potencial de ofrecer una experiencia enriquecedora para los trabajadores, permitiéndoles no solo adquirir habilidades relevantes, sino también fomentando la cohesión social y la colaboración entre los participantes. En este sentido, el programa se esfuerza por brindar una plataforma que fomente el intercambio de conocimientos y experiencias, impulsando la creación de redes y conexiones significativas entre los beneficiarios.

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

Como parte de su innovación, Xposible se enfrenta al desafío de asegurar que los participantes tengan acceso equitativo a recursos y oportunidades de formación. Esto implica desarrollar mecanismos que motiven el compromiso individual con el aprendizaje activo y que proporcionen opciones de capacitación a corto y largo plazo, adaptadas a las necesidades cambiantes del mercado laboral.

#### **5.5. Entorno digital**

En el documento “Transformación digital de los negocios de network marketing, multinivel y ventas directas. El impacto de nuevas herramientas y plataformas digitales” (Álvarez, 2018), indica que la digitalización está transformando los negocios de network marketing, negocios multinivel y ventas directas, mediante la incorporación de nuevas herramientas y plataformas digitales. En 2017, internet alcanzó a llegar a 3,773 billones de personas, es decir, el 50% de la población mundial tuvo acceso a la red, adicionalmente 2,789 billones de personas tienen perfiles en redes sociales, lo que representa el 73% de quienes cuentan con conexión. Estos datos tienen un impacto significativo en el comportamiento de los consumidores, así como en las relaciones entre las empresas y entre empleadores y empleados, ya que cada vez más dependen de las innovaciones tecnológicas. (Álvarez, 2018)

El contexto digital en Colombia es crucial debido a la creciente importancia de tecnologías digitales en la educación y formación continua. A medida que avanza la era de la transformación digital, se ha vuelto fundamental para las organizaciones adaptarse a las nuevas tendencias tecnológicas y aprovechar las oportunidades que brinda el entorno digital.

El acceso a internet y la disponibilidad de dispositivos electrónicos han ampliado las posibilidades de aprendizaje en línea. Los participantes pueden acceder a cursos, materiales educativos y recursos digitales desde cualquier lugar y en cualquier momento, lo que les brinda flexibilidad y comodidad en su proceso de formación, de acuerdo con (Branch, 2022). En Colombia, la población total está conformada por 51,39 millones de personas, de las cuales el

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

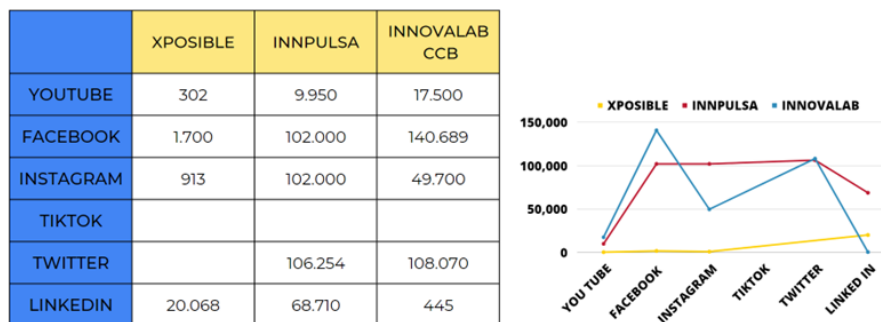
82% está residenciada en zonas urbanizadas, en el país, hay 65.75 millones de teléfonos conectados. Si lo comparamos con la población, esto quiere decir que cada colombiano posee, en promedio, 1.2 celulares. (Branch, 2022)

Por otro lado, el número de usuarios conectados a internet es de 35.50 millones, es decir, el 69.1% de la población total tiene acceso a este servicio. (Branch, 2022)

En cuanto al uso de las redes sociales, Colombia tiene 45.80 millones de usuarios activos, lo cual representa el 81% de la población. (Branch, 2022)

Es fundamental tener una comprensión clara de la posición en el mercado que ocupa la comunidad X-Posible, especialmente en relación con el desarrollo de webinars. A continuación, se proporciona información relevante sobre el número de seguidores de Xposable, Impulsa e Innovalab, referentes destacados para esta investigación. Estos indicadores no solo reflejan la magnitud de la audiencia alcanzada por estas comunidades, sino también su impacto y reconocimiento en el ámbito de la innovación y el aprendizaje. Analizar la base de seguidores de estas entidades proporciona una perspectiva valiosa sobre su influencia y alcance en el mercado, lo cual es esencial para evaluar la posición relativa de la comunidad X-Posible y trazar estrategias efectivas en la búsqueda de un crecimiento continuo y una mayor participación en el mercado

**Ilustración 4. Número de seguidores en redes sociales**



Fuente elaboración propia tomado de redes sociales de Xposable, Innpulsa e Innovalab CCB octubre de 2022.

## **6. MARCO CONCEPTUAL**

En el marco de este proyecto de investigación, se abordarán aspectos fundamentales relacionados con la gestión de la innovación y el mercadeo digital, que en conjunto mostrarán una visión integral y fundamental del tema. Se explorarán conceptos clave en cuatro perspectivas esenciales: la innovación y su gestión, modelos y enfoques destacados, así como el concepto de educación virtual y las tecnologías de información y comunicación (TICS), incluyendo el diseño efectivo de webinars. Además, se examinarán enfoques relacionados con el aprendizaje colaborativo y se completarán teorías para promover comunidades de conocimiento integrando elementos de mercadeo digital.

Inicialmente se abordará el concepto de innovación, su gestión, modelos destacados y enfoques aplicados, la gestión de la innovación se vislumbra como un componente vital en las comunidades de aprendizaje y conocimiento, así como la innovación abierta, basada en la colaboración con actores externos, será un aspecto esencial a considerar.

Seguido a esto se estudiará la transformación tecnológica que ha propiciado una evolución en la forma de enseñar y aprender, donde las herramientas digitales y el uso de videoconferencias han ganado protagonismo en la educación virtual. En este contexto, la gamificación se erige como una estrategia efectiva para optimizar el aprendizaje en línea. Además, se destacará la importancia de fomentar comunidades de conocimiento y aprendizaje, respaldadas por el mercadeo digital, que permiten una interacción efectiva y personalizada con los usuarios. El resultado de este análisis y exploración de conceptos sentará las bases para ofrecer recomendaciones sólidas que enriquezcan la comunidad de conocimiento e innovación de Xposible Colsubsidio.

## 6.1. Gestión de la innovación

La gestión de la innovación es un factor trascendental en las comunidades de aprendizaje y conocimiento, en esta se desarrollan metodologías para fortalecer las capacidades, tales como Italent Virtual 2.0, la cual busca que los líderes y equipos de trabajo, puedan identificar, formular y gestionar problemas de alto impacto con soluciones innovadoras, desarrollando talleres virtuales participativos, co-creativos y de colaboración<sup>1</sup> a través de 6 etapas, dentro de la que se encuentra el aprendizaje síncrono, realizado mediante Webinars los cuales se llevan a cabo con expertos en diversos rubros, mentores, startups graduadas de programas anteriores, entre otros. (Mitma, 2022).

Basados en la teoría de innovación abierta planteada por Henry Chesbrough en su libro "Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology" (2003). afirma que "las empresas necesitan mirar más allá de sus pareceres para prosperar" (Mullard, 2013). este propone la colaboración con actores externos para fomentar la generación de ideas y la difusión del conocimiento.

En Colombia, la Universidad Industrial de Santander y en España la Universidad de Salamanca, trabajaron en la publicación de LIVINGLABS, un modelo de innovación abierta, a partir del concepto de extitución<sup>2</sup>.

*"...La innovación abierta pretende distanciarse de este modelo, recurriendo a nuevos espacios de innovación y aprendizaje como los laboratorios vivos, los fabrication laboratories (FabLabs), los espacios de co-working, los makerspaces y los hackerspaces (Bilandzic, Foth, & Hearn, 2019; Capdevila, 2019). Como una alternativa a la innovación cerrada, dichos espacios buscan trasladar los procesos de generación de*

---

<sup>1</sup> Italent Virtual 2.0 es una metodología desarrollada por la Incubadora de negocios 1551 de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos en Perú y plantea a los participantes el reto de generar innovaciones disruptivas que den solución a alguna de las problemáticas propias de un determinado sector empresarial

<sup>2</sup> Extitución: noción, procedente de la filosofía de la ciencia, para describir la forma como determinadas organizaciones establecen sus relaciones con los "actores externos" a los que pretenden articular a los procesos de I+D.

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

*conocimiento extramuros (Chesbrough, 2003), transformando su contexto en un “ambiente de innovación” (Huizingh, 2011), y creando “ecosistemas educativos emergentes” (Masseck, 2017).” (Aceros, 2022).*

La teoría de innovación abierta propuesta por Chesbrough va en línea con el desarrollo de esta propuesta, ya que promueve la colaboración y la apertura hacia el exterior como una estrategia efectiva para generar y capturar valor a partir del conocimiento externo, este modelo es útil tanto desde el flujo de entrada de conocimiento en donde se adquieren ideas y tecnologías, a través de diferentes fuentes y promueve la colaboración con redes de innovación, comunidades de conocimiento, universidades, proveedores, clientes o competidores y a su vez desde el flujo de salida de conocimiento implementa la difusión de ideas y conocimientos internos hacia el exterior a través de licencias, publicaciones científicas y colaboraciones con otras empresas y entes externos. (Chesbrough, 2003).

#### 6.1.1 Innovación en el aprendizaje virtual

Sin duda alguna la tecnología y necesidades de la audiencia han evolucionado las formas de compartir y adquirir conocimiento, según Krajcik (Blumenfeld, 2006) la transformación en la educación representa un reto y motivación para la obtención de resultados, en donde los procesos de enseñanza propendan por la atención de los estudiantes y/o asistentes, haciendo uso de nuevas tecnologías que impulsan la innovación en los métodos de transferencia de conocimiento, los webinars son una de ellas, no se puede ignorar el uso de servicios en la nube como un fenómeno del entorno educativo de alta tecnología (Afanasyev, 2020), a continuación, los principales aspectos y necesidades:

Interactividad: En los webinars no se habla solo de presentaciones unidireccionales, el uso de herramientas TIC hace circular la información en red (Mercado Borja, 2018),

permitiendo, por ejemplo, a los participantes hacer preguntas en tiempo real, participar en encuestas y discusiones, e incluso colaborar en proyectos durante la transmisión.

**Sistemas tecnológicos:** son herramientas de innovación interrelacionas técnica y económicamente, con incidencia en el sector productivo, generando la transformación de un proceso, producto o servicio (ABC de la innovación)

**Aprendizaje Organizacional:** basado en la cultura de innovación, como elemento principal para el proceso de aprendizaje, en donde la incorporación del conocimiento y la transformación de la información facilitan el desarrollo organizacional, para el desempeño efectivo de las actividades. (AENOR, 2011)

**OKR:** Según el Manual OKR (Martín, Manual de OKR, 2020), se define como una metodología de planificación cuyo propósito es establecer objetivos de manera abierta y colaborativa, el cual puede ser utilizado por todo tipo de organizaciones, equipos y personas; específicamente en escenarios de aprendizaje comunitario Coursera, líder en la educación superior online, hace uso de los OKR como parte de los valores y misión de la empresa, elevando sus objetivos de equipo a un rango de objetivos estratégicos (Doerr, 2019)

## **6.2. Educación virtual**

Hoy en día, gracias a la aceleración en el uso de herramientas digitales y/o virtuales, donde la innovación tecnológica propicia nuevas formas de concebir el aprendizaje y la gestión del conocimiento (Hernandez, 2021), se visualizan cambios progresivos en la forma de enseñanza, la cual se puede dar de forma tradicional, o dinámica, e incluso bajo modalidades híbridas, permitiendo a los usuarios tener en cualquier momento y lugar el acceso a la información. Es por ello, que el aprendizaje se torna de carácter autónomo con un constante incremento en el uso de recursos web, redes sociales, ambientes virtuales y generación de comunidades en internet.

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

Para comprender más sobre esto, debemos partir de las teorías de aprendizaje y conocimiento, desde el alcance de esta consultoría se resaltan:

Según Mayer Grützner (Grützner, 2019), se define el aprendizaje como “... *Una adquisición intencional, casual, individual o colectiva de conocimientos y habilidades mentales, corporales y sociales. Se trata de un proceso y de un cambio relativamente estable del comportamiento, pensamiento y sentimiento, como una percepción del entorno o toma de conciencia del propio comportamiento*”.

A nivel organizacional el conocimiento es concebido como la “*utilización inteligente de información por personas para un propósito... es preservado por las organizaciones, para lograr y mantener la ventaja competitiva y sustentable en un entorno dinámico*” (Rondón, 2021).

Con las tendencias, se han modificado los esquemas de aprendizaje, ya que las tecnologías de la información y comunicación TIC, producen entornos disponibles 24/7 con ambientes virtuales, conectados y disponibles para el acceso, así como la capacidad de almacenamiento de información en grandes cantidades y el proceso de formación colaborativa, llevando a su vez redes de aprendizaje (learning Networks), en las cuales se comparte información y colaboración dinamizando el conocimiento.

Ahora bien, las personas que forman parte de las comunidades buscan desde la práctica que se originen la creatividad y la innovación, surgiendo el aprendizaje, teniendo en cuenta que se aprende haciendo. Se puede centrar en un área temática, algún proceso que busque corregir un problema dentro de una institución o desarrollar ideas novedosas. La piedra angular debe enfocarse en que exista un conocimiento compartido a través de encuentros, conferencias, jornadas de investigación, seminarios especializados, diplomados, foros, talleres, conversatorios, entre otras. En otras palabras, los participantes colaboran y aprenden unos de otros, personalmente o de forma virtual “. (Rondón, 2021).

El uso de videoconferencias, definidas como una forma de comunicación simultánea bidireccional de video y audio, que consiste en reunir grupos de personas ubicadas en lugares separados entre sí y que también pueden ofrecer opciones para compartir gráficos e información desde un ordenador, no es un descubrimiento del internet ni de las redes sociales.

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

En 1964 se realizó la primera videollamada comercial en una feria mundial en New York, abriendo camino a la evolución de la forma de comunicarnos, dando paso en la década de los 90 a la video conferencia basada en IP, la cual se podía realizar desde un computador personal. (Nacion, 2014).

**Ilustración 5. Videollamada del Picturephone**



*Nota. Imagen tomada de: <https://www.lanacion.com.ar/1683863-la-videollamada-comercial-cumple-50-anos> (Nacion, 2014).*

Seguido a esto aparecen los primeros softwares que luego de varios desarrollos se transformarían en aplicaciones online previo a la llegada de redes sociales tales como Skype o Messenger.

Estos avances tecnológicos han sido muy útiles para el campo educativo ya que evoluciona de lo presencial a lo híbrido y finalmente da espacio a la formación virtual.

Como parte de la realización humana, la búsqueda de un aprendizaje autónomo, la libertad de pensamiento y la autorrealización, la búsqueda de conocimiento propicia un escenario que incluye el uso de tecnologías de información y comunicación a través de instrumentos y estrategias diversas de formación. La combinación de diferentes modelos pedagógicos conlleva a una formación híbrida en donde la autonomía, los conocimientos

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

previos y las experiencias tecno-pedagógicas emergen en la regulación del aprendizaje virtual (Jaime Andres Torres Ortiz, 2017).

Las investigaciones que relatan el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) enseñan acciones y métodos pedagógicos que combinan modelos y experiencias educativos con el uso de las TIC. Al realizar esta combinación se obtiene eficacia y eficiencia educativa, logrando aprendizaje e innovación en los procesos de enseñanza. En estas investigaciones, los docentes implementan el uso de las TIC integrando la educación a distancia y virtual a sus prácticas de enseñanza. (Silvio, 2009).

De acuerdo con las referencias citadas y la evolución que presenta hoy en día el internet y los desarrollos tecnológicos permiten generar procesos de enseñanza-aprendizaje online.

El uso de la videoconferencia en la enseñanza no es una innovación reciente, desde hace más de dos décadas ya hacían parte de las herramientas de universidades y otras instituciones educativas ofrecían a sus docentes como apoyo a la enseñanza virtual (Infante, 2010).

El crecimiento y evolución de las tecnologías, videostreaming, sistemas de videoconferencia con dispositivos móviles, etc. las hacen más poderosas que nunca, llevándonos a una era de aprendizaje coordinado online, con estas herramientas, fáciles de manejar y accesibles a través de computadores, celulares, iPad, iPhone, Tablets y otros dispositivos, se transforman hoy en experiencias de móvil learning ubicuo, permitiendo adquirir conocimientos a través de la tecnología en cualquier momento, desde cualquier lugar, en tiempo real (Sánchez M. , 2020).

Algunas ventajas de las videoconferencias según Infante (Infante, 2010), en el área de educación son:

- Permite a profesores interconectar grupos para la formación de estudiantes conjuntamente y poder ofrecer una visión más amplia de sus conocimientos.
- Ahorro de tiempo y costos de movilizar un experto al no tener que pagar viáticos.

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

- Enriquecimiento cultural al interconectar estudiantes de distintos lugares, conociendo diferentes sistemas de aprendizaje.
- Los centros educativos pueden compartir materiales, experiencias, cursos y demás información entre ellos.
- Permite a los alumnos participar “virtualmente” en eventos importantes que se lleven a cabo en otros lugares.
- Posibilidad de que la sesión sea grabada, permitiendo ser reproducida posteriormente.
- El coste de la videoconferencia es casi nulo ya que la conexión se realiza mediante direcciones IP.

En el artículo Webconferencia en educación (Sánchez M. , 2020), destaca los potenciales de las webconferencias desde diferentes puntos de vista.

#### **6.2.1 Carácter multimedia y telepresencia**

El e-learning, acerca a las personas aun estando lejos, ofreciendo experiencias cercanas y humanizando la formación online, también permite invitar expertos sin límites de distancia y a su vez evita suplantaciones de identidad para el caso de exposiciones o pruebas.

Naturaleza colaborativa e interactiva Permite la interacción de los participantes durante la reunión por cámara, voz y chat, también de acuerdo con la herramienta utilizada los asistentes podrán compartir documentos y editar en tiempo real, el ponente puede ser retroalimentado y este podrá ajustar su contenido de acuerdo con el interés del público.

Autenticación de asistentes y control de acceso. Permiten configurar forma de ingreso de los asistentes, a través de una URL o restringir según la herramienta con usuario y clave de acceso, también es posible que el organizador otorgue el ingreso a la sala o limitar las sesiones a un horario determinado.

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

Opciones de moderación. Configuraciones para el uso de cámara y micrófono, se puede dar permiso de usar o desactivar, también se puede subir el rol a los participantes para que estos actúen como administradores, configuración de ruido, chat privado entre otras de acuerdo con la herramienta.

Contenidos audiovisuales. A partir de una conferencia web se pueden generar contenidos educativos grabando las sesiones para poder visualizar después.

Las herramientas tecnológicas como se menciona inicialmente han permitido mantener el vínculo entre las organizaciones y sus colaboradores, la academia y su comunidad estudiantil, así como el entorno empresarial, entre otros. Fue con la llegada de la pandemia del COVID-19, en donde el uso de estas herramientas tecnológicas requirió de inmediatez y procesos de aprendizajes rápidos.

Las intenciones de uso y creación de las herramientas TICs terminan cumpliendo con objetivos transversales y generales, conllevando a repensar las actividades, alejándolas de lo impersonal y acercándolas a cada usuario. De acuerdo con el contexto y entorno, los usuarios hacen uso del internet fijo y/o inalámbrico, Pc con webcam, Smartphone o Tablet con el fin de comunicarse por medio de correo electrónico, aplicaciones de mensajería instantánea WhatsApp y redes sociales – profesionales como Facebook, Instagram, TikTok y LinkedIn, para compartir materiales con acceso a Drive, para difundir y retransmitir conocimiento a través de Google Meet, Zoom, Teams, YouTube. Los podcasts marcan una gran tendencia a su vez, se utilizan para comunicar y dinamizar actividades en las comunidades. (Sánchez J. H., 2021).

También podemos usar estas herramientas de webconferencia y streaming, como puente perfecto para crear comunidades de aprendizaje e innovar respecto a una temática a través videoconferencias conocidas como webinars.

El término webinar, acuñado por Eric R. Kolb en 1998, resulta de la combinación de otros dos términos, web y seminar, (Serenó, 2010). En español: webinario, este término se usa para nombrar los sistemas de webconferencia para la realización de eventos on-line, generalmente de carácter formativo, dirigidos a una comunidad, grupo de interés o personas

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

interesadas, en ocasiones pagos o de forma gratuita, generalmente las organizaciones los emplean para captar estudiantes o fidelizar a sus públicos. (Sánchez M. , 2020).

De forma más precisa (McCarthy, Saxby, Thomas, & Weertz, 2012), señalan que el webinar es una definición usada para describir un seminario realizado a través de la web. Webinars son conferencias, en las que los participantes interactúan remotamente a través de un computador o dispositivo. Los webinars tradicionales son unidireccionales en donde solo expone el conferencista., pero los participantes pueden interactuar mediante el uso de chat de texto, los sondeos y encuestas, así como sesiones de preguntas y respuestas. Los webinars pueden ser grabados digitalmente para su reproducción futura facilitando de esta manera la oportunidad de llegar a una audiencia más grande.

Por su parte, Young (2009), sugiere ocho principios para el diseño de un webinar así:

- “1. Establecer objetivos de aprendizaje interactivos.*
- 2. Dividir el contenido de aprendizaje en tres áreas: materiales expositivos que se pueden leer, conocimiento de un experto al que se le puede preguntar, compartir conocimiento y experiencias entre participantes.*
- 3. Utilizar métodos de aprendizaje tanto síncronos como asíncronos.*
- 4. La importancia del trabajo previo.*
- 5. Desarrollar actividades individuales, de pequeño grupo y gran grupo.*
- 6. Asumir un rol de facilitador/moderador, más que de conferenciante.*
- 7. Adecuar la experiencia interactiva al tamaño del grupo.*
- 8. Seleccionar la tecnología adecuada para facilitar la participación e interacción social.”*

Surgen así mismo las asociaciones de Networking, como modelo de redes de desarrollo en la gestión de las empresas, en donde el aprendizaje y la innovación se da entre las mismas y se mejoran las relaciones interpersonales a partir de las experiencias grupales vividas. (Flores, 2019).

### **6.2.2 Aprendizaje virtual efectivo y Gamificación**

Las tecnologías han producido una gran transformación en la forma de aprender y estudiar, aunque hemos visto como hoy existen diferentes formas de llegar al conocimiento, la amplia oferta de escenarios virtuales brindan diferentes oportunidades y nuevas posibilidades, sin embargo, muchos de esos espacios virtuales carecen de la intervención humana, casi siempre con una retroalimentación automática, genérica y fría, todos estos factores relacionados con la deserción y del bajo rendimiento académico en el ámbito virtual (Estrada, 2014), es aquí donde juega un papel importante el concepto de gamificación, que viene de la palabra game y tiene que ver con la aplicación de conceptos lúdicos que encontramos habitualmente en los videojuegos (Cortizo, 2011), esta propicia espacios emotivos para el aprendizaje, incrementa la concentración y además se pueden orientar estrategias hacia las mecánicas de un juego como incentivos, competencias, concursos, puntos, recompensas, o niveles. (Moll, 2014), esta como una alternativa de aplicación a un contexto de capacitación on-line.

### **6.3. Aprendizaje colaborativo**

Cada individuo se encuentra en constante búsqueda (al interior y en el ambiente) de herramientas que le permitan optimizar su desempeño en la organización, y esta a su vez con la experiencia, desarrolla acciones para apropiarse del mejoramiento del desempeño, motivando desde la gerencia y administración las capacidades de aprendizaje, con la transformación tecnológica la cultura de aprendizaje y conocimiento permanece activa. Del aprendizaje organizacional, éste se puede definir como el mejoramiento que los conocimientos adquiridos, creados o transferidos, generan en el día a día de la organización, es decir, el aprendizaje se logra cuando la adquisición, creación o transferencia de conocimientos logran robustecer o cambiar las rutinas en pro de la mejora continua de su rendimiento.

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

Esta definición de aprendizaje involucra tanto el cambio en el estado del conocimiento, las acciones que llevan al cambio, los resultados asociados y el contexto social en el que se alcanza el aprendizaje (Rodríguez, 2020).

Las redes de aprendizaje estimulan la construcción del conocimiento, la investigación y el intercambio de experiencias y desarrollo de proyectos colaborativos, creación de grupos de trabajo y comunidades sobre temas diversos con intereses similares por parte de sus participantes, quienes desarrollan conexiones y son los actores principales de la red.

Las comunidades de conocimiento y aprendizaje en el sector empresarial son una tendencia que toma fuerza cada día, la información se convierte en conocimiento al adherirle competencias, experiencias y valores, propiciando espacios de aprendizaje no formales para intercambiar y transferir el conocimiento entre pares de las organizaciones o con roles y/o funciones similares.

Justamente la revista Cubana de Educación Superior (Noa Silverio & Maciá Gravier, 2020), hacen referencia a un modelo conocido como WisCom, que determina las fases para la construcción de comunidades de aprendizaje:

- “1. Exploración-investigación: se organiza en torno a un reto: caso de estudio, problemas o un hecho. Durante la exploración inicial los participantes exteriorizan esquemas de significados y comienzan a generar las primeras ideas para acometer o abordar el reto y consultan los recursos importantes, incluidas investigaciones externas y la habilidad de aprender de expertos y de mentores.
2. Reflexión y reorganización: los participantes se involucran en una reflexión autocrítica de los procesos y una reorganización estructural que permite la internalización del proceso de aprendizaje.
3. Negociación y preservación: los miembros de la comunidad exponen los resultados

de la tarea emprendida...” (Noa Silverio & Maciá Gravier, 2020).

Una comunidad de aprendizaje y conocimiento destaca la importancia del diálogo, la colaboración y la construcción social del conocimiento. Se exploran diferentes enfoques de trabajo en equipo, aprendizaje basado en problemas y co-creación, que pueden promover la participación activa y el compromiso de la comunidad de conocimiento en los webinars.

## **6.4. Mercadeo Digital para el fortalecimiento de comunidades**

### **6.4.1 Comunidad de aprendizaje**

Una comunidad de aprendizaje sólida promueve la interacción y las relaciones basadas en el respeto mutuo y la confianza, esta comunidad crea una estructura social en donde se pueden compartir ideas y recursos que dan muestra de las actividades que respaldan a la comunidad, generan identidad y fomentan el sentido de pertenencia (Linda C Li, 2009).

Wenger en su libro “Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity” explora cómo las comunidades pueden promover el aprendizaje, el significado y la identidad de sus miembros. Wenger parte de la premisa de que el aprendizaje es un proceso social y situado, que ocurre en el contexto de la participación constante en comunidades de práctica. Las comunidades de práctica son grupos de personas que comparten un interés o una pasión por un tema o una práctica en particular, y que interactúan de manera regular para aprender, compartir conocimientos y resolver problemas relacionados con ese tema o práctica, sostiene además que la participación en una comunidad de práctica no solo implica la adquisición de conocimientos y habilidades técnicas, sino también la construcción de significado y la formación de identidad a través de la participación en prácticas sociales compartidas.

Promover e incrementar una comunidad de conocimiento sugiere una serie de prácticas como: Fomentar la participación activa donde los miembros se involucren, participen y contribuyan en las discusiones de la comunidad, cultivar confianza para compartir abiertamente

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

el conocimiento y generar espacios de co-construcción, valorar la diversidad ya que esto enriquece la comunidad, promueve la innovación y el aprendizaje a través del intercambio de ideas y la confrontación de diferentes puntos de vista. (Wenger, 2001).

#### **6.4.2 Mercadeo Digital**

El mercadeo digital se refiere a las estrategias y técnicas de mercadeo que utilizan dispositivos electrónicos, como computadoras, teléfonos inteligentes, tabletas y consolas de juegos, entre otros, para establecer conexiones e interactuar con las partes interesadas. Además, abarca los conceptos y herramientas de mercadeo que se aprovechan de otros tipos de canales y tecnologías, como sitios web, correo electrónico, aplicaciones móviles y redes sociales. (MARÍN, 2015).

Este requiere identificar y comprender a la audiencia objetivo de la comunidad de conocimiento, conocer el punto de vista del consumidor, analizar el uso y hábitos de medios digitales y redes sociales y mediante la segmentación demográfica, psicográfica y conductual, crear perfiles detallados de los usuarios para adaptar las estrategias de mercadeo digital y ofrecerles contenido relevante y personalizado con el fin de crear la estrategia de medios digitales y sociales apropiada. (MARÍN, 2015).

El uso de una estrategia digital permite transformar los datos en inteligencia de mercado, tanto de los clientes como de la competencia, y es claro que la información es necesaria para competir en el mercado (Ideas y proyectos de consultoría, 2012). (Universidad EAN, 2016).

##### **6.4.2.1 Social media y TICs**

En el libro Social media, herramientas y estrategias digitales, una red social es una estructura social, integrada por personas, organizaciones que generan varias relaciones a raíz

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

de sus intereses en común, el término de redes sociales no es un concepto nuevo que nació con el internet, las redes sociales han existido toda la vida y se refieren a cualquier grupo de amigos, compañeros de oficina, aficionados a algún deporte, todo grupo de personas conectadas para un fin. “En su definición más clásica, el término “red social” hace referencia a las relaciones que se crean entre personas, organizaciones o empresas”. Es así como una red social en internet conformada por personas es alojada en una plataforma digital la cuál facilitará la interacción, intercambio de información y participación, “acercándonos a nuestra forma natural de actuar como seres humanos”. (Dotras, 2018).

De esta manera definimos Social media, conocido también como medios sociales, al conjunto de plataformas en línea, aplicaciones y herramientas que promueven la comunicación, interacción, colaboración y compartición de contenidos entre usuarios. Estos medios sociales engloban una variedad de sitios web de redes sociales, como Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, LinkedIn y YouTube, junto con blogs, foros, aplicaciones de mensajería instantánea, marcadores sociales y espacios en línea dedicados a recomendaciones sociales, entre otros.

Las redes sociales en la web se refieren a grupos de individuos que se conectan y congregan mediante plataformas de social media para mantener conversaciones, compartir intereses en común, intercambiar contenido y establecer relaciones dentro de comunidades.

En cambio, las comunidades virtuales se centran en un tema de interés compartido por sus participantes. Por lo tanto, podemos describir una comunidad virtual como un conjunto de individuos que comparten un objetivo común y se conectan con el propósito de alcanzarlo.

#### **6.4.2.2 Email marketing**

Según (Maram, 2021) El correo electrónico continúa siendo la única manera de establecer una conexión instantánea con una base de usuarios almacenada... Además, posee una de las tasas más efectivas en términos de dirigir tráfico y lograr conversiones hacia un sitio web, solo superada por las búsquedas y los anuncios en Google.

En este contexto, que una marca, sin importar su tamaño, desarrolle un boletín informativo con el cual pueda mantener contacto regular con su audiencia, ya sea de forma semanal o quincenal, representa una de las estrategias más eficaces para seguir fortaleciendo su presencia en la mente de los consumidores y continuar transmitiendo su mensaje. El email marketing, también conocido como marketing por correo electrónico, es una estrategia de marketing digital que implica el uso del correo electrónico para enviar mensajes promocionales, informativos o comerciales a una lista de destinatarios específica. Esta técnica se utiliza para establecer y mantener la comunicación con clientes actuales y potenciales, así como para promover productos, servicios, eventos o contenido relevante.

#### **6.4.2.3 SEO**

El SEO, que proviene de las siglas en inglés Search Engine Optimization, es la práctica de optimizar motores de búsqueda en la web. Esta actividad implica la implementación de una serie de estrategias con el objetivo principal de aumentar la visibilidad y el tráfico en línea de sitios web, blogs, canales de YouTube, entre otros. En esencia, el SEO busca lograr que el contenido sea más relevante y atraiga un mayor número de visitantes. Dondequiera que exista un motor de búsqueda que organice resultados de fuentes externas, se encuentra presente el SEO. (Hernández Dauder, 2020)

Para optimizar el SEO, es esencial seguir una serie de pasos clave. En primer lugar, se debe llevar a cabo una investigación exhaustiva de palabras clave relacionadas con los temas de interés de la comunidad. Esto se puede realizar utilizando herramientas de investigación de palabras clave como Google Keyword Planner, SEMrush o Ahrefs. Estas herramientas ayudarán a identificar términos con alto volumen de búsqueda que son relevantes para el contenido. Una vez identificadas las palabras clave, es fundamental llevar a cabo una optimización on-page adecuada. Esto implica ajustar títulos, encabezados, URL y el contenido en sí para que estén alineados con las palabras clave seleccionadas. La optimización on-page

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

permite a los motores de búsqueda comprender mejor el contenido de cada página. (Coppola, 2022)

Además, se debe priorizar la creación de contenido de alta calidad que responda a las preguntas y necesidades de la comunidad. Esto incluye recursos informativos, tutoriales y guías educativas. Para fortalecer la autoridad de la plataforma, es esencial implementar una estrategia de link building que busque obtener enlaces de retroceso de calidad de sitios web relevantes y autoritarios. También se debe prestar atención a la optimización de imágenes y multimedia, así como a la experiencia del usuario, garantizando una navegación intuitiva y una carga rápida de páginas. (Clarke, 2022)

## **7. DISEÑO METODOLÓGICO DE LA CONSULTORÍA**

### **7.1 Tipo de investigación**

La presente consultoría tiene un propósito de investigación de tipo aplicada al reto propuesto por la caja colombiana de subsidio familiar Colsubsidio, tendrá un grado de profundidad exploratorio entendiendo que la información existente es limitada y sin estudios preliminares.

El diseño metodológico planteado para esta consultoría contempla una fuente de datos de tipo mixto ya que en concordancia con el libro Metodología de Investigación de Hernández Sampieri, este método agregará valor al estudio considerando los enfoques cualitativo y cuantitativo, obteniendo mayores variedades de perspectivas y produciendo datos más “ricos” de los múltiples hallazgos, logrando así una combinación de números y lenguaje (Sampieri, 2014).

### **7.2 Análisis externo e interno**

Con el fin de identificar las estrategias adecuadas para resolver la pregunta reto de esta consultoría, se realiza un análisis de factores externos e internos de la comunidad, haciendo uso de matrices FODA (Huerta, 2020), EFI, EFE y con ello la generación de una matriz de estrategias priorizadas, así mismo se aplicaron los instrumentos de medición aplicados mediante muestreo no probabilístico por conveniencia.

# Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

## Colsubsidio 2023

Tabla 1. Matriz F.O.D.A

INTERNAS	D	Debilidades	F	Fortalezas
	1	Baja participación en los webinars	1	Respaldo Caja de Compensación Colsubsidio Líder del mercado
	2	Falta de sinergia de la estrategia con las demás áreas.	2	Brinda una oferta de valor a las empresas afiliadas y no afiliadas para fortalecer conocimientos de sus trabajadores
	3	Horarios dificultan la participación de más asistentes	3	Informe de estadísticas de asistencia y participación
	4	Poco dinamismo para la interacción con los asistentes y fidelización en su participación	4	Speaker reconocidos y de interés.
	5	Repositorio, organización y compilación de la información generada en el proceso	5	Disponibilidad de inversión para el desarrollo y operación de la comunidad
	6	Canales de comunicación propios de la comunidad	6	Cobertura de participación abierta - Responsabilidad social empresarial
EXTERNAS	A	Amenazas	O	Oportunidades
	1	Tiempo - El regreso a la presencialidad, disminuye la disponibilidad de las personas para conectarse en vivo	1	Extensión en tiempos de aprendizajes - visualización de webinars que quedan grabados
	2	Vulnerabilidad a problemas técnicos - conectividad	2	Transformación digital del entorno. Crear experiencias de eventos virtuales más envolventes, íntimos y atractivos
	3	Escasa socialización y relacionamiento entre los miembros de la comunidad	3	A partir del COVID - 19 se produce una aceleración en el uso de herramientas tecnológicas con inmediatez y procesos de aprendizajes rápidos.
	4	Sufrir amenazas e incidentes de ciberseguridad	4	Medio para difundir conocimiento y experiencia
	5	Establecer normativa que regule el esquema de desarrollo y la monetización de los webinars y la monetización de los mismos, generando reducción en la participación de los asistentes.	5	Los webinar permiten promover y posicionar la marca y comunidad
	6	Saturación del mercado de los webinars	6	Disminución en brechas de cobertura, escalabilidad a cientos de miles de personas.

Fuente: Elaboración Propia. Adaptado de David, H (2020) - David, F. (2017)

Se observa en la matriz, que la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible cuenta con el respaldo de la Caja Colombiana de Subsidio Familiar Colsubsidio, los invitados Speakers de cada webinar son líderes expertos en innovación, sostenibilidad y

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

transformación digital del país y del mundo (Colsubsidio, s.f.), el esquema utilizado para la difusión permite el acceso sin límite a los interesados que quieran participar, e incluso a quienes no pueden asistir en vivo pueden optar por la visualización del evento grabado, el generar espacios de conocimiento mediante herramientas tecnológicas promueve el posicionamiento de la marca (Linkedin, s.f.) y se anticipó al COVID –19 en el uso de mecanismos virtuales para transferencia de conocimiento;

En cuanto a sus debilidades y amenazas, se concluye que el horario y retorno a la presencialidad en 2022, disminuyó considerablemente la asistencia en vivo de los participantes (Colsubsidio, 2022), el formato de desarrollo no permite una interacción dinámica entre los participantes y el Speaker, no hay sinergia con las otras dependencias de Colsubsidio incluso del área de X-Posible para crear estrategias conjuntas, el mercado de los webinars se considera saturado (El Espectador, 2020) y susceptible a incidentes de ciberseguridad. (Periódico Mediterráneo, 2022).

**Tabla 2 Matriz EFI**

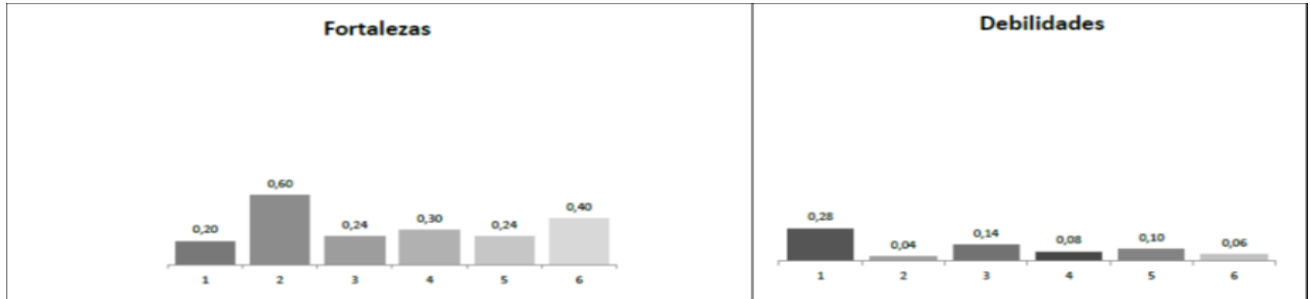
Matriz Evaluación Factores Internos (EFI)				
Fortalezas			Evaluación	
	Factores	% ponderación	Evaluación 1/4	Valor
1	Respaldo Caja de Compensación	5,00%	● 4,0	0,20
2	Brinda una oferta de valor para todos	15,00%	● 4,0	0,60
3	Informe de estadísticas	8,00%	● 3,0	0,24
4	Speaker reconocidos	10,00%	● 3,0	0,30
5	Disponibilidad de inversión	8,00%	● 3,0	0,24
6	Cobertura de participación abierta	10,00%	● 4,0	0,40
Debilidades			Evaluación	
	Factores	% ponderación	Evaluación 1/4	Valor
1	Baja participación en los webinars	14,00%	● 2,0	0,28
2	Falta de sinergia de la estrategia con las demás áreas.	4,00%	● 1,0	0,04
3	Horarios dificultan la participación de más asistentes	7,00%	● 2,0	0,14
4	Poco dinamismo para la interacción con los asistentes y fidelización en su participación	8,00%	● 1,0	0,08
5	Repositorio, organización y compilación de la información generada en el proceso	5,00%	● 2,0	0,10
6	Canales de comunicación propios de la comunidad	6,00%	● 1,0	0,06
Total		100,00%		2,68

Fuente: Elaboración Propia. Adaptado de David, F. (2013)

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

Colsubsidio 2023

Ilustración 6. Gráfica de resultado Matriz EFI



Fuente: Elaboración propia

La matriz EFI nos permite extraer la importancia en la oferta de webinars de manera abierta para todos y sin límites de coberturas geográficas, son dos de las principales fortalezas internas a destacar en las cuales la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible debe seguir trabajando.

Por otro lado, en cuanto a debilidades, la que mayor se destaca es la baja participación de asistentes (producto de la reactivación y retorno a la presencialidad post COVID-19) (aprendizaje, 2022), por lo que se convierte en una oportunidad de mejora, proponiendo alternativas estratégicas de difusión y análisis de visualización sobre las grabaciones.

En conclusión, la matriz EFI muestra un resultado de 2,68 lo cual indica se encuentra en una buena posición con acciones de mejora y fortalecimiento de aquellos aspectos que lo hacen diferenciador.

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

Tabla 3. Matriz EFE

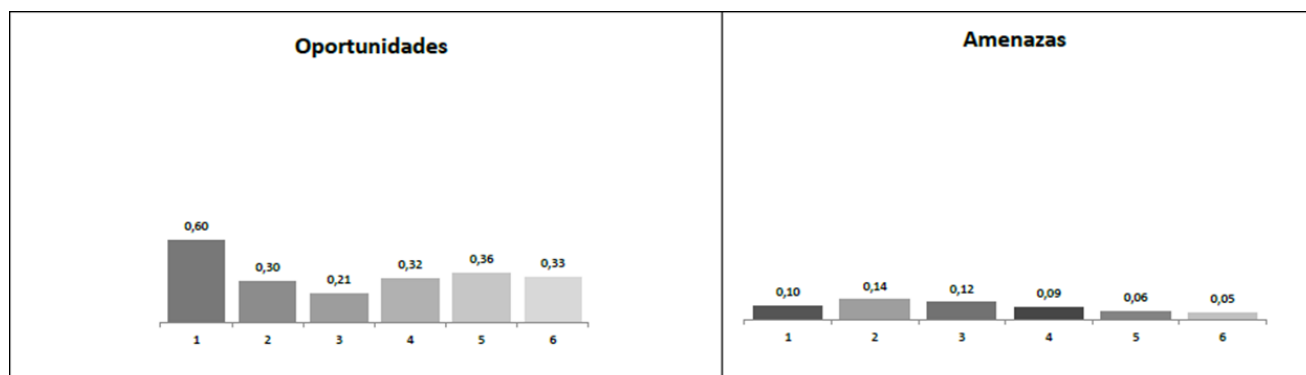
Matriz Evaluación Factores Externos (EFE)				
Oportunidades			Evaluación	
Factores	% ponderación	Evaluación 1/4	Valor	
1 Extensión en tiempos de aprendizajes visualización eventos grabados	15,00%	4,0	0,60	
2 Transformación digital del entorno	10,00%	3,0	0,30	
3 Aceleración en el uso de herramientas tecnológicas con inmediatez y procesos de aprendizajes rápidos.	7,00%	3,0	0,21	
4 Medio para difundir conocimiento y experiencia	8,00%	4,0	0,32	
5 Permiten promover y posicionar la marca y comunidad	9,00%	4,0	0,36	
6 Disminución en brechas de cobertura, escalabilidad a cientos de miles de personas.	11,00%	3,0	0,33	
Total			100,00%	2,68

Amenazas			Evaluación	
Factores	% ponderación	Evaluación 1/4	Valor	
1 Tiempo indisponibilidad de las personas para conectarse en vivo	10,00%	1,0	0,10	
2 Vulnerabilidad a problemas técnicos - conectividad	7,00%	2,0	0,14	
3 Escasa socialización y relacionamiento entre los miembros de la comunidad	6,00%	2,0	0,12	
4 Sufrir amenazas e incidentes de ciberseguridad	9,00%	1,0	0,09	
5 Regulación que monetizace los webinars y reduzca la participación de los asistentes.	3,00%	2,0	0,06	
6 Saturación del mercado de los webinars	5,00%	1,0	0,05	
Total			100,00%	2,68

Fuente: Elaboración Propia. Adaptado de David, F. (2013)

Ilustración 7. Gráfica de resultados Matriz EFE



Fuente: Elaboración propia

De la matriz EFE se evidencian como principales oportunidades el poder transmitir los webinar fuera de los tiempos en vivo de cada evento, es decir de manera asincrónica, mediante el repositorio de grabaciones a través de YouTube (Colsubsidio, Xposible, s.f.), así como la promoción, posicionamiento de la marca y de la comunidad (Linkedin, s.f.).

# Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

## Colsubsidio 2023

El factor de amenaza más relevante a trabajar corresponde a la vulnerabilidad en la conectividad y aspectos técnicos a considerar para garantizar efectividad en las transmisiones en vivo, así mismo se debe considerar generar un proceso dinámico de relacionamiento con los participantes.

La matriz EFE muestra un resultado compilado de 2,68 perteneciendo el 2,12 a oportunidades lo cual establece que el ambiente externo es favorable para la comunidad.

**Tabla 4. Matriz estratégica cruzada FO-FA-DO-DA**

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<p><b>Matriz estrategias FODA</b> Comunidad de conocimiento y aprendizaje Xposible</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Respaldo Caja de Compensación Colsubsidio Líder del mercado</li> <li>2 Brinda una oferta de valor a las empresas afiliadas y no afiliadas para fortalecer conocimientos de sus trabajadores</li> <li>3 Informe de estadísticas de asistencia y participación</li> <li>4 Speaker reconocidos y de interés.</li> <li>5 Disponibilidad de inversión para el desarrollo y operación de la comunidad</li> <li>6 Cobertura de participación abierta - Responsabilidad social empresarial</li> </ol>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>Estrategias FO</b>	<b>Estrategias DO</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Extensión en tiempos de aprendizajes - visualización de webinars que quedan grabados</li> <li>2 Transformación digital del entorno. Crear experiencias de eventos virtuales más envolventes, íntimos y atractivos</li> <li>3 Apartir del COVID - 19 se produce una aceleración en el uso de herramientas tecnológicas con inmediatez y procesos de aprendizajes rápidos,</li> <li>4 Medio para difundir conocimiento y experiencia</li> <li>5 Los webinar permiten promover y posicionar la marca y comunidad</li> <li>6 Disminución en brechas de cobertura, escalabilidad a cientos de miles de personas.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 A través del posicionamiento y marca de Colsubsidio, fortalecer la comunidad de aprendizaje y conocimiento con las tendencias de formación del mercado. (F1, F2, O5)</li> <li>2 Plan de divulgación de las sesiones planificadas para la gestión del conocimiento y aprendizaje a través de los diferentes medios tecnológicos y de comunicación disponibles y al alcance de los asistentes. (F5, O2)</li> <li>3 Proponer sesiones de coworking y/o ruedas de negocio que permitan el fortalecimiento y trabajo colaborativo con los participantes de la comunidad. (F1, F6, O4, O5, O6)</li> <li>4 Disponibilidad de acceso a las sesiones, mediante las plataformas tecnológicas (F6, F5, O1, O2)</li> <li>5 Ampliar la divulgación de las invitaciones a otros canales disponibles de la caja de compensación como pantallas de información en puntos de atención en diferentes servicios de la caja. (O4, F2, F5)</li> <li>6 Actualización continua con las tendencias y necesidades del mercado para la planificación de los temarios a ofertar en la comunidad. (O5, F4, F5)</li> </ol>	<p>Fortalecer la gestión interna en el desarrollo de los procesos.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Al ser este un producto de la Caja de Compensación Familiar Colsubsidio, existe la oportunidad de posicionar y liderar como un producto de la Caja y no como un producto independiente, empoderando e involucrando así otras áreas afines. (D2, O4, O5)</li> <li>2 Redefinir los horarios, herramientas y métodos de desarrollo interactivo de las sesiones. (D3, D4, D5, O1, O2, O4)</li> <li>3 Segmentación del nicho de mercado con las tendencias y temáticas a desarrollar. (D4, D6, O6)</li> </ol> <p>Los Webinar no tienen barreras y aquí existe una gran oportunidad con la red de cajas aliadas a nivel nacional quienes pueden replicar la invitación a sus afiliados y empresas maximizando el beneficio y a su vez los asistentes. (D5, D4, O6, O2)</p>
<b>AMENAZAS</b>	<b>Estrategias FA</b>	<b>Estrategias DA</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Tiempo - El regreso a la presencialidad, disminuye la disponibilidad de las personas para conectarse en vivo</li> <li>2 Vulnerabilidad a problemas técnicos - conectividad</li> <li>3 Escasa socialización y relacionamiento entre los miembros de la comunidad</li> <li>4 Sufrir amenazas e incidentes de ciberseguridad</li> <li>5 Establecer normativa que regule el esquema de desarrollo y la monetización de los webinars, generando reducción en la participación de los asistentes.</li> <li>6 Saturación del mercado de los webinars</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Desarrollar una investigación del mercado cuantitativa (encuestas) con el fin de replantear los horarios establecidos, así mismo con la dinámica de operación de las empresas. (A1, A3, F1, F2)</li> <li>2 Entendiendo los webinars como una oferta de valor gratuita, se pueden generar compromisos de asistencia en horas laborales e inclusión de los temarios dentro de sus planes de formación. (A1, A3, F1, F3, F5)</li> <li>3 Una buena segmentación de la base de datos, intereses, oficio, sexo, ocupación, permitirá atraer personas realmente interesadas en el contenido. (A3, A6, F6, F3, F2)</li> <li>4 Generar campañas de divulgación con las sesiones a desarrollar enmarcadas en la promoción de los siguientes webinars y un resumen de los expertos a participar. (A3, A4, F2, F4)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 Comunicación dirigida y especializada, no invasiva, que atraiga a más participantes y motive su participación continua. (A3, D4, D6)</li> <li>2 Generar horarios diferentes, fuera de la jornada laboral que permitan incrementar la asistencia los webinars. (A1, D3, D1)</li> <li>3 Segmentar el target para que las comunicaciones lleguen al público objetivo y no se conviertan en spam. (D4, D6, A6, A3)</li> </ol>

Nota: Elaboración propia, Adaptado de David, F. (2017)

Las estrategias formuladas en la tabla 5 proponen un borrador de hoja de ruta en la cual los líderes de la comunidad pueden tomar decisiones priorizadas para su implementación y monitoreo, basadas en un análisis pormenorizado de la situación considerando tanto los factores internos (fortalezas y debilidades) como los factores externos que le afectan (oportunidades y amenazas) (Sánchez Huerta, 2020).

### **7.3 Población, muestra y ficha técnica**

#### **7.3.1 Población**

La población estudiada para esta consultoría son las personas y organizaciones que actualmente están involucrados o tienen un potencial de estar involucrados con la comunidad de aprendizaje y conocimiento e innovación de Xposible, de esta manera se determina la población así:

Participantes actuales: miembros activos de la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible que han participado o participan activamente de los webinars, personas que han asistido a actividades realizadas por Xposible o usuarios registrados en la plataforma, es decir personas que conocen y han interactuado con la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible, la cual para la fecha de estudio tiene un número de 386 personas.

Colaboradores de Colsubsidio – Área de Innovación - Xposible: Colaboradores de Colsubsidio que gestionan la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible involucrando al líder del área y el equipo de profesionales que la conforma, aportando información interna y demás aspectos relacionados con la planeación, visión, estrategias de la comunidad, así como aspectos relacionados con su estructura organizacional y financiera.

La aplicación del estudio a esta población suministrará información importante de sus opiniones, necesidades y expectativas que serán fundamentales para el desarrollo de estrategias efectivas. La combinación de datos cuantitativos y cualitativos de estas fuentes proporcionará una imagen completa de la situación y las oportunidades para la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible.

### **7.3.2 Muestra No probabilística por conveniencia**

La selección de la muestra se determina de forma no probabilística por conveniencia ya que al tratarse de una consultoría aplicada a la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible se busca obtener información de personas que estén directamente relacionadas con la comunidad o que en el futuro pueden pertenecer a ella por su interés en la oferta del programa es crucial recopilar información de aquellos que están directamente involucrados y que podrían contribuir al objetivo. Este tipo de muestreo también se puede llamar dirigido ya que “el subgrupo de la población en la que la elección de los documentos no depende de una probabilidad, si no de las características de la investigación”. (Sampieri, 2014).

Este muestreo no probabilístico permite la selección específica de participantes que están dispuestos a aportar información, facilitando el proceso de recolección de datos relevantes con las personas directamente involucradas o interesadas en la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible.

### **7.3.3 Ficha técnica**


#### **7.3.3.1 Instrumento cuantitativo 1**

Encuesta realizada a 86 participantes de la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible conectados simultáneamente en un webinar, buscando obtener información respecto a sus preferencias en cuanto a contenidos, temáticas, horarios. Dicho instrumento fue aplicado durante el desarrollo del webinar en un espacio de 10 minutos. (VER ANEXO 1).

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

Tabla 5. Ficha técnica instrumento Cuantitativo 1

	FICHA TÉCNICA	
	INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA	
	8 OCTUBRE 2022	
<b>Autores</b>	Magda Carolina Cuellar, Mario Andrés Berrío	
<b>Objetivo de la investigación</b>	Diseñar una ruta que permita Incrementar la cantidad de participantes en la comunidad de conocimiento y aprendizaje en innovación, con un enfoque dinámico, permitiendo el intercambio de conocimiento, aprendizaje y experiencia.	
<b>Diseño según su propósito</b>	Aplicada	
<b>Diseño según su profundidad</b>	Exploratoria	
<b>Diseño según su fuente de datos</b>	Cuantitativa	
<b>Población</b>	Participantes actuales y potenciales de la comunidad de conocimiento e innovación de Xposible de Colsubsidio.	
<b>Muestra</b>	No probabilístico por conveniencia	
<b>tamaño de la muestra</b>	86 personas	
<b>Variables medidas</b>	Efectividad de las estrategias de promoción. Contenido y temáticas Horario de preferencia Número de participantes	

Fuente: Elaboración propia

Ver detalle en anexo 1

#### 7.3.3.2 Instrumento cuantitativo 2

Encuesta realizada a 43 participantes de la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible conectados simultáneamente en un webinar, buscando obtener información respecto a la efectividad de las estrategias de promoción, convocatoria, referidos, preferencias en cuanto a contenidos, temáticas y horarios. También se indagó sobre intereses en herramientas y metodologías por los que los participantes podrían interesarse y algunas oportunidades de mejora propuestas por ellos. Dicho instrumento fue aplicado durante el desarrollo del webinar en un espacio de 10 minutos. (VER ANEXO 2).

Tabla 6. Ficha técnica Instrumento Cuantitativo 2

		
	INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA	
	27 OCTUBRE 2022	
<b>Autores</b>	Magda Carolina Cuellar, Mario Andrés Berrío	
<b>Objetivo de la investigación</b>	Diseñar una ruta que permita Incrementar la cantidad de participantes en la comunidad de conocimiento y aprendizaje en innovación, con un enfoque dinámico, permitiendo el intercambio de conocimiento, aprendizaje y experiencia.	
<b>Diseño según su propósito</b>	Aplicada	
<b>Diseño según su profundidad</b>	Exploratoria	
<b>Diseño según su fuente de datos</b>	Cuantitativa	
<b>Población</b>	Participantes actuales y potenciales de la comunidad de conocimiento e innovación de Xposible de Colsubsidio.	
<b>Muestra</b>	No probabilístico por conveniencia	
<b>tamaño de la muestra</b>	43 personas	
<b>Variables medidas</b>	Efectividad de las estrategias de promoción. Contenido y temáticas Oportunidades de mejora Interes en otras herramientas y metodologías	


Fuente: Elaboración propia

Ver detalle en Anexo 2

### 7.3.3.3 Instrumento cualitativo

Entrevista a profundidad realizada a 3 líderes del área de innovación de Colsubsidio pertenecientes al programa Comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible, la cual se realizó de forma virtual, en donde se suministraron cifras de número de participantes, desafíos de la comunidad, dinámica, intereses del proyecto y en general el contexto del programa. (VER ANEXO 3).

Tabla 7. Ficha técnica Instrumento Cualitativo

	
	<b>FICHA TÉCNICA</b> INVESTIGACIÓN CUALITATIVA 25 AGOSTO 2022
<b>Autores</b>	Magda Carolina Cuellar, Mario Andrés Berrío
<b>Objetivo de la investigación</b>	Diseñar una ruta que permita Incrementar la cantidad de participantes en la comunidad de conocimiento y aprendizaje en innovación, con un enfoque dinámico, permitiendo el intercambio de conocimiento, aprendizaje y experiencia.
<b>Diseño según su propósito</b>	Aplicada
<b>Diseño según su profundidad</b>	Exploratoria
<b>Diseño según su fuente de datos</b>	Cualitativa
<b>Técnica empleada</b>	Entrevista a profundidad virtual
<b>Población</b>	Líderes de la comunidad de aprendizaje y conocimiento, director del área y dos profesionales del equipo
<b>Muestra</b>	No probabilístico por conveniencia
<b>tamaño de la muestra</b>	3 personas
<b>Variables medidas</b>	Efectividad de las estrategias de promoción. Contenido y temáticas Horario de preferencia Número de participantes

Fuente: Elaboración propia

Ver detalle en anexo 3.

#### 7.4 Identificación de variables

Las variables consideradas para esta investigación están relacionadas con el objetivo de la consultoría para incrementar la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposable.

Efectividad de las estrategias de promoción: Determinar qué estrategias de promoción (por ejemplo, redes sociales, correo electrónico, publicidad en línea) han sido más efectivas para atraer a los participantes actuales y establecer oportunidades para futuras implementaciones.

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

Contenido y temáticas: Analizar qué temas o áreas de innovación son más atractivos para la comunidad y qué tipo de contenido se prefiere.

Horario de preferencia: Determinar los horarios y días de la semana en los que los participantes prefieren asistir a los eventos.

Número de miembros actuales: Esta variable proporcionará información real de la comunidad inscrita y activa.

Oportunidades de mejora: buscando recopilar información sobre sugerencias y recomendaciones de los participantes para mejorar o cambiar aspectos relacionados con la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible.

Interés en otros formatos y metodologías: buscamos comprender si los participantes están interesados en encontrar formatos o metodologías distintas para diversificar de contenidos y recursos.

### **7.5 Instrumentos de medición**

Como instrumentos de medición para el estudio se realizaron una entrevista a profundidad dirigida a los líderes del área y dos encuestas dirigidas a los miembros y participantes de los eventos de la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible.

#### **Entrevista a profundidad**

Esta entrevista fue dirigida a los líderes de la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible, conformada por el director del área de dicha comunidad, junto con las dos profesionales que trabajan como apoyo en el equipo. Con el desarrollo de la entrevista se abordan aspectos relacionados con la planeación, visión y estrategias de la comunidad, así como aspectos relacionados con su estructura organizacional y financiera.

## **Encuestas**

Se aplican dos (2) instrumentos tipo encuesta dirigidos a miembros de la comunidad asistentes a los eventos y webinars, para poder analizar sus intereses comprender las necesidades, preferencias y comportamientos de la comunidad, así como los factores que influyen en la participación activa de la comunidad y nos lleven a desarrollar estrategias específicas que incrementen la cantidad de participantes de la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible

### **7.6 Validación del instrumento**

La validación de los instrumentos aplicados en esta consultoría se llevó a cabo en colaboración con el equipo experto de Colsubsidio: el líder de estrategia de innovación y su equipo de profesionales que conforman el área de innovación de la Caja Colombiana de subsidio Familiar Colsubsidio lo que añade un nivel significativo de confiabilidad y validez a los datos recopilados. La participación del equipo de Colsubsidio en la validación se basó en su profundo conocimiento y comprensión de la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible, así como en su experiencia en la realización de webinars y programas de formación.

Esta colaboración permitió asegurar que las preguntas utilizadas fueran pertinentes, adecuadas y alineadas con los objetivos específicos de la consultoría. Además, el proceso de validación ayudó a identificar posibles sesgos y a garantizar que el cuestionario reflejara de manera precisa las percepciones y necesidades de los participantes. En resumen, la validación conjunta con el equipo de Colsubsidio fortaleció la calidad y la aplicabilidad de los instrumentos, lo que aporta solidez a la investigación y sus resultados.

## 8. ANÁLISIS DE RESULTADOS

El diagnóstico de la problemática se llevó a cabo siguiendo una metodología integral. En primer lugar, se realizó una revisión exhaustiva de la literatura académica y técnica relacionada con el tema de la comunidad de conocimiento e innovación en entornos digitales, así como del contexto específico de Xposible Colsubsidio. Esta revisión bibliográfica proporcionó una base sólida para comprender los conceptos clave y las mejores prácticas en el ámbito. Luego, se diseñaron y aplicaron instrumentos cuantitativos y cualitativos para recopilar datos de los participantes y stakeholders relevantes. Estos instrumentos incluyeron encuestas, entrevistas y análisis documental.

En este capítulo, se presenta el análisis de los resultados obtenidos a través de la aplicación de los instrumentos cualitativos y cuantitativos en el marco de esta investigación. Los datos recopilados aportan una visión integral y detallada de la problemática planteada por la Caja Colombiana de Subsidio Familiar Colsubsidio, así como de las percepciones y opiniones de los participantes y actores involucrados en la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible. Este análisis permitirá identificar patrones, tendencias y hallazgos significativos que serán fundamentales para abordar la pregunta problema y desarrollar recomendaciones sólidas y efectivas para la mejora de la comunidad y el logro de los objetivos planteados.

### 8.1 Análisis Instrumento Cuantitativo I.

Encuesta realizada por la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible de Colsubsidio a 86 personas de su base de datos.

¿Cuál es el motivo por el cual no has podido asistir a nuestros eventos?

- **Horario (72%):** La razón principal que impide la asistencia parece ser la coincidencia de los eventos de la comunidad con horarios de reuniones o de trabajo. Esto sugiere que la comunidad puede estar formada en su gran mayoría

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

por profesionales ocupados que tienen compromisos previos durante los horarios de los eventos. Es importante considerar la posibilidad de ajustar los horarios de los mismos con el fin de poder ampliar la comunidad logrando llegar a un público con agendas ocupadas.

- **Temática (7%):** Un pequeño porcentaje menciona que los temas no han sido de su interés. Esto podría sugerir que la elección de temas para los eventos debe ser más acertada y considerar las preferencias de la comunidad. Realizar encuestas adicionales para comprender mejor las áreas de interés podría ser beneficioso.
- **Preferencia por la Visualización Diferida (5%):** Algunos participantes prefieren ver los webinars en diferido en lugar de en tiempo real. Esto podría deberse a la conveniencia de poder acceder al contenido en su propio horario. Puede considerarse ofrecer acceso grabado a los eventos después de que hayan tenido lugar.

Ya en menor medida los miembros de la comunidad refieren aspectos adicionales como día no adecuado, difícil conexión, problemas con el envío de invitación, etc.

Ilustración 8. Pregunta 1, instrumento 1

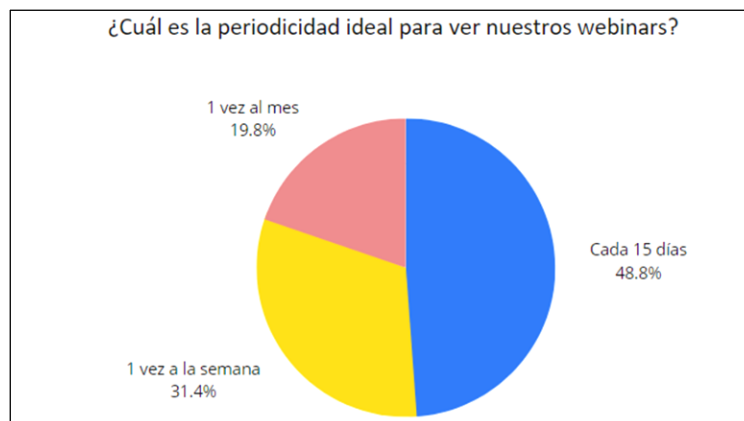


Fuente: Elaboración propia, Torta de participación encuesta cuantitativa 1 aplicada a miembros de la comunidad

¿Cuál es la periodicidad ideal para ver nuestros webinars?

- **Frecuencia Quincenal (49%):** La mayoría de los encuestados (casi la mitad) prefiere una frecuencia quincenal para los webinars. Esto sugiere que una gran parte de la comunidad está interesada en eventos regulares, pero no necesariamente a una frecuencia semanal. Esta opción permite una distribución más espaciada de los eventos, lo que podría ser más conveniente para aquellos con agendas ocupadas.
- **Frecuencia Semanal (31%):** Un porcentaje significativo de encuestados prefiere webinars semanales. Esto indica que hay un segmento de la comunidad que está interesado en eventos más frecuentes y está dispuesto a invertir tiempo semanalmente en participar en ellos.
- **Frecuencia Mensual (20%):** Un número considerable de participantes prefiere una frecuencia mensual para los webinars. Esto sugiere que algunos miembros de la comunidad prefieren eventos menos frecuentes, pero más sustanciales o que requieren una inversión de tiempo menor.

Ilustración 9. Pregunta 2, instrumento 1



Fuente: Elaboración propia, Torta de participación encuesta cuantitativa 1 aplicada a miembros de la comunidad.

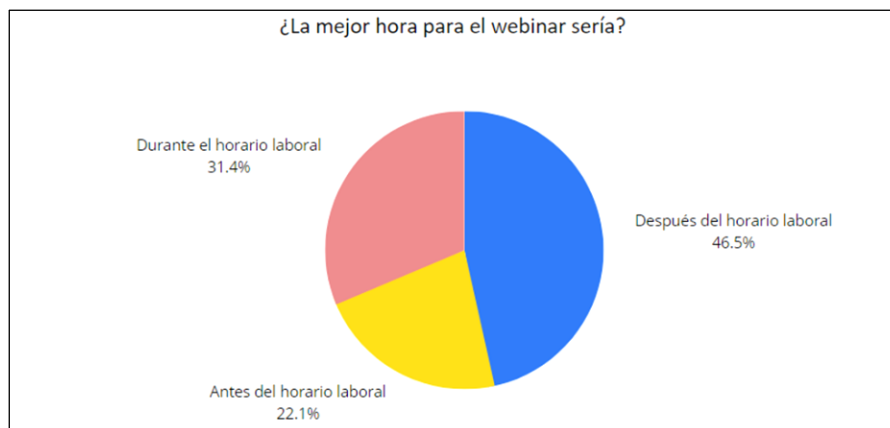
## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

¿La mejor hora para el webinar sería?

- **Después del Horario Laboral:** La mayoría de los encuestados, un 47%, prefiere que los webinars se realicen después del horario laboral. Esto sugiere que la comunidad prefiere participar en estas actividades de aprendizaje en su tiempo libre, posiblemente cuando estén disponibles para concentrarse en el contenido.
- **Durante el Horario Laboral:** Un 31% de los encuestados indicó que durante el horario laboral sería una hora adecuada para los webinars. Esto podría deberse a la posibilidad de que algunos miembros tengan horarios de trabajo flexibles o la disponibilidad de participar en estas actividades como parte de su desarrollo profesional.
- **Antes del Horario Laboral:** Un 22% de los encuestados prefieren participar en este tipo de eventos antes del horario laboral, al realizarse de manera virtual es posible que se conecten en el trayecto de camino al trabajo o mientras se preparan para el mismo.

Ilustración 10. Pregunta 3, instrumento 1



Fuente: Elaboración propia, Torta de participación encuesta cuantitativa 1 aplicada a miembros de la comunidad.

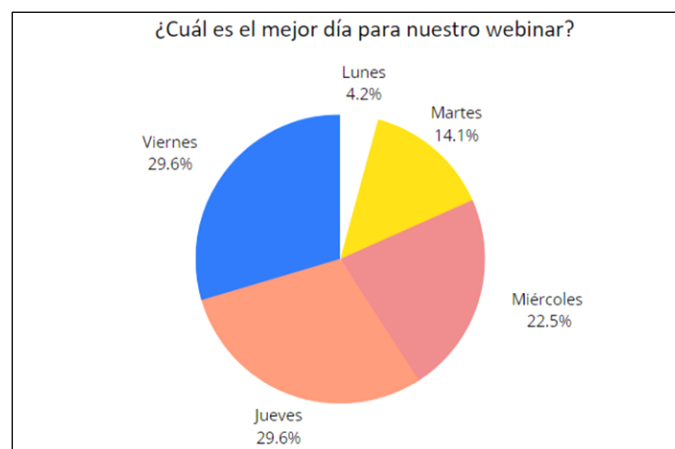
## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

¿Cuál es el mejor día para nuestro webinar?

- **Distribución Equitativa:** Los resultados muestran una distribución relativamente equitativa de preferencias en cuanto a los días de la semana para los webinars. Ningún día se destaca como la opción abrumadora, lo que indica que hay flexibilidad en cuanto a la elección del día.
- **Jueves y viernes:** Estos son los días más populares, cada uno con un 29% de preferencia. Esto sugiere que la mayor parte de la comunidad prefiere tener webinars hacia el final de la semana, posiblemente para complementar su semana de trabajo con aprendizaje adicional.
- **Martes y miércoles:** Estos días también tienen una aceptación considerable, con un 14% y un 22% respectivamente. Esto indica que un número considerable de miembros de la comunidad están dispuestos a participar en seminarios web a mitad de semana.
- **Lunes:** Este día tiene la menor preferencia con solo el 4% de los encuestados. Esto podría deberse a que los lunes suelen ser días ocupados de regreso al trabajo y la gente puede estar menos dispuesta a comprometer su tiempo en esa jornada.

Ilustración 11. Pregunta 4, instrumento 1



Fuente: Elaboración propia, Torta de participación encuesta cuantitativa 1 aplicada a miembros de la comunidad.

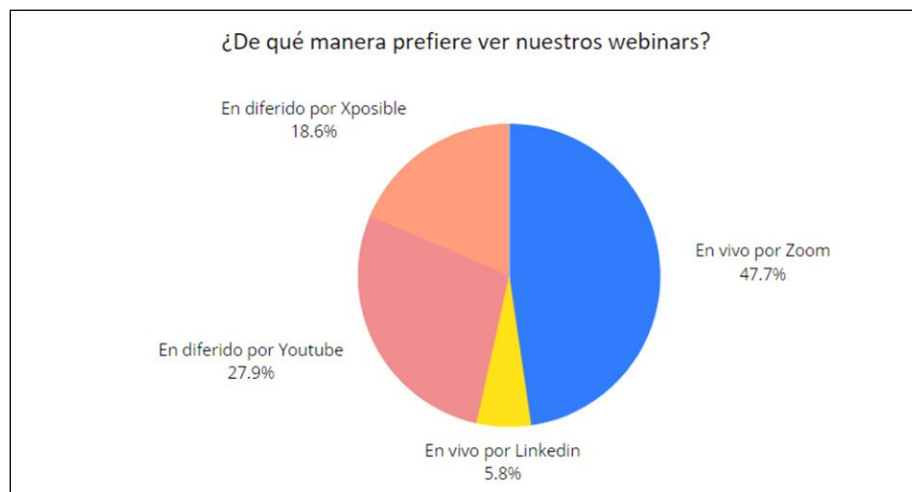
## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

¿De qué manera prefiere ver nuestros webinars?

- **En Vivo (Zoom):** La mayoría de los encuestados, el 48%, prefiere ver los webinars en vivo a través de la plataforma Zoom. Esto indica que una parte significativa de la comunidad valora la participación en tiempo real, la interacción con los presentadores y la capacidad de hacer preguntas durante las sesiones en vivo.
- **En Diferido (YouTube y XPosible.com):** Casi el 50% de los encuestados prefiere ver los webinars en diferido. El 28% opta por YouTube, mientras que el 19% prefiere XPosible.com. Esto sugiere que una parte importante de la comunidad tiene horarios ocupados u otras restricciones de tiempo que les impiden asistir a las transmisiones en vivo, pero aun así desean acceder al contenido en otro momento.

Ilustración 12. Pregunta 5, instrumento 1



Fuente: Elaboración propia, Torta de participación encuesta cuantitativa 1 aplicada a miembros de la comunidad.

¿Qué sugerencias nos harías para mejorar nuestra comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible?

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

- **Temática (35%):** La sugerencia más común de los encuestados es diversificar las temáticas de los webinars. Esto indica un interés en una variedad más amplia de contenidos para satisfacer las necesidades e intereses diversos de la comunidad. Es importante considerar la relevancia y el equilibrio en la elección de temas.
- **Cambio de Horario (15%):** Un número significativo de participantes reitera la necesidad de cambiar el horario con el fin de no tener que perderse ningún evento
- **Felicitaciones (14%):** Un porcentaje notable de encuestados elogia y felicita a la comunidad por su trabajo. Esto es un indicativo de satisfacción con el trabajo realizado.
- **Difusión (11%):** Algunos encuestados sugieren mejorar la difusión de los eventos. Esto puede incluir estrategias de marketing más efectivas, promoción en diferentes plataformas y más canales de información.
- **Presencialidad (8%):** Un porcentaje de encuestados sugiere la posibilidad de realizar eventos presenciales.
- **Mayor Interactividad (6%):** Un segmento propone hacer que los webinars sean más dinámicos y didácticos interactuando con los miembros de la comunidad.
- **Explorar Nuevos Canales y Formatos (5% y 3%):** Algunos sugieren explorar nuevos canales para la transmisión de contenidos, como redes sociales específicas o plataformas distintas, así como la posibilidad de cargar los eventos para verlos en diferido.
- **Acompañamiento Técnico al Ingresar y Programación Oportuna (2% y 2%):** Un pequeño grupo de encuestados sugiere tener un acompañamiento debido a algunos inconvenientes técnicos al ingresar a la plataforma, así como el envío de manera oportuna de la información del siguiente evento.

Ilustración 13. Pregunta 6, instrumento 1

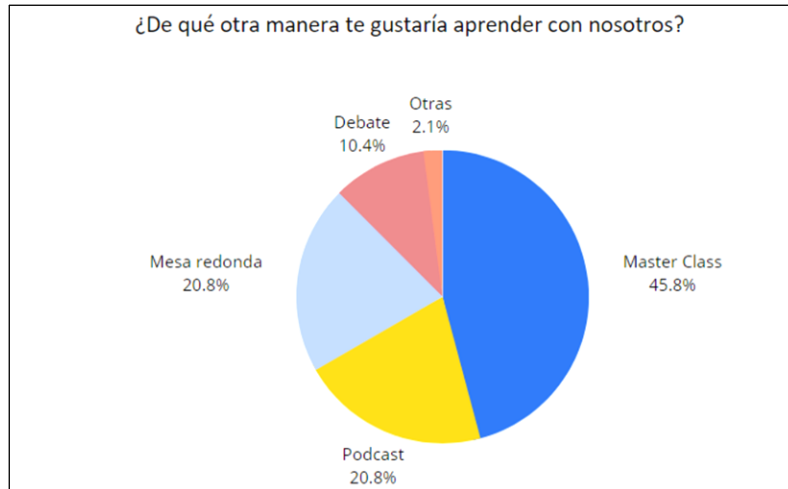


Fuente: Elaboración propia, Torta de participación encuesta cuantitativa 1 aplicada a miembros de la comunidad.

¿De qué otra manera te gustaría aprender con nosotros?

- **Master Class (46%):** La opción más popular entre los encuestados es la "Master Class". Esto indica un fuerte interés en recibir formación a través de clases magistrales impartidas por expertos, que es como se lleva a cabo en este momento.
- **Podcast y Mesa Redonda (21% cada uno):** Las opciones de Podcast y mesa redonda suman entre las dos más del 40% lo que sugiere que son alternativas válidas a tener en cuenta en caso de abordar otra estrategia de comunicación.
- **Debate (10%):** Alrededor del 10% de los encuestados expresan interés por el debate como otra forma de recibir conocimientos por parte de la comunidad.

Ilustración 14. Pregunta 7, instrumento 1



Fuente: Elaboración propia, Torta de participación encuesta cuantitativa 1 aplicada a miembros de la comunidad.

En general, estos resultados sugieren que mejorar la flexibilidad de los eventos, tanto en términos de horarios como de acceso diferido, y garantizar una comunicación efectiva son áreas clave para aumentar la participación en los eventos de la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible.

En cuanto a la periodicidad de los webinars los resultados de la encuesta indican que, no hay una preferencia unánime, no obstante, la opción elegida por casi la mitad de los encuestados indica que cada quince (15) días es el tiempo ideal, estrategia que posiblemente también conlleve a aumentar la participación en los eventos.

Además, la flexibilidad en la programación de eventos podría ser clave para atraer y retener a una audiencia diversa y asegurarse de que los webinars sigan siendo atractivos para todos los miembros de la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible.

Un punto clave a tener en cuenta es que la gran mayoría, el 69% de los encuestados indican que la mejor hora para el webinar es fuera del horario laboral, después del horario laboral 47% y antes del horario laboral 22%, lo que nos sugiere la necesidad de replantear el horario con la finalidad de lograr el objetivo propuesto, también se puede sugerir la posibilidad de realizar una alianza entre Colsubsidio y los empleadores de los miembros de la comunidad,

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

verificando si es posible certificar la asistencia a dichos eventos a cambio de disponer de una hora para la asistencia.

Por otra parte, los encuestados indican que en la misma proporción los días jueves y viernes son la opción más viable para participar en los eventos de la comunidad, en este momento los eventos se desarrollan los días jueves, se puede plantear la posibilidad de realizar una prueba los días viernes, con el fin de llegar a esas personas que sugieren replantear el día del evento y hacer una evaluación medible del mejor día para realizar los eventos.

En materia de preferencias al momento de ver los eventos, el 54% prefieren hacerlo en vivo, 48% por Zoom y 6% por LinkedIn, mientras un gran porcentaje el 47% prefiere verlo en diferido 28% por YouTube y 19% por Xposible.com. Es viable sugerir que la elevada preferencia con ver el evento en diferido se deba a la imposibilidad de hacerlo en vivo por lo revisado anteriormente de horarios y fechas de los eventos.

Las sugerencias de los encuestados generan un gran abanico de posibilidades a tener en cuenta, con mayor porcentaje 35% está la temática a tratar en los eventos, en ese sentido es viable hacer evaluaciones de los eventos para definir los aspectos positivos y negativos como punto de referencia para los próximos eventos, así mismo la realización de encuestas con el fin de consultar que temas consideran los asistentes a los eventos pueden ser de importancia para tratar en el futuro, con un 15% de los encuestados se encuentra como segunda sugerencia realizada por los encuestados el cambio de horario, este es un importante dato a tener en cuenta ya que hay cuatro (4) preguntas específicas que hablan de horarios, fechas o problemas para asistir a los eventos, no obstante, el 5% de los encuestados recalca que es importante realizar el estudio de viabilidad de cambio de horario. Los medios de difusión de los eventos con el 11% también sugieren revisar posibilidades distintas de comunicación con los miembros y futuros miembros de la comunidad. Un 8% de los encuestados sugieren la realización de eventos presenciales, Colsubsidio cuenta con toda la infraestructura necesaria para realizar este tipo de eventos y estos permitirían a los miembros de la comunidad generar networking y un relacionamiento directo con posibles clientes, lo que sin duda se convertiría en una ventaja competitiva. Dentro de las sugerencias de los encuestados está con un 6% la

posibilidad de realizar los eventos de una manera más interactiva, que los asistentes tengan la posibilidad de comunicarse e interactuar con los líderes de la comunidad y con los diferentes expositores.

Finalmente, al indagar a los encuestados acerca de otra manera en la que le gustaría aprender con la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible, casi la mitad de los mismos un 46% indicó que a través de una Master Class, es decir no realizaría cambios a como se lleva a cabo hoy en día, así mismo con un 21% cada una se encuentran la Mesa Redonda, que sugiere la posibilidad de interacción y el Podcast como contenido pregrabado para una posterior escucha.

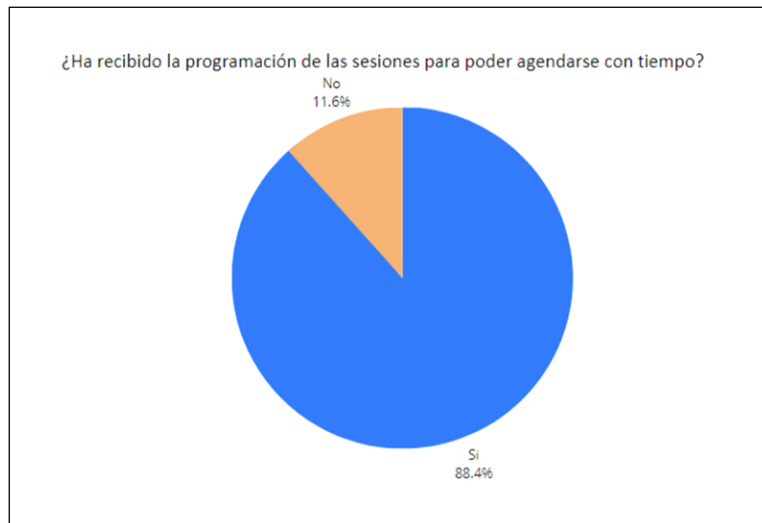
## **8.2 Análisis Instrumento Cuantitativo II.**

Encuesta realizada por el equipo consultor a 43 asistentes a uno de los webinar de la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible.

¿Ha recibido la programación de las sesiones para poder agendarse con tiempo?

- **Sí (88%):** La gran mayoría de los encuestados afirma haber recibido la programación de las sesiones con suficiente antelación. Esto es una señal positiva, ya que indica que la comunidad está cumpliendo con su compromiso de proporcionar información oportuna sobre las sesiones planificadas. Un alto porcentaje de satisfacción en este aspecto puede contribuir a una mayor participación y compromiso de los miembros.
- **No (12%):** Aunque es un porcentaje relativamente pequeño, el 12% de los encuestados reporta que no ha recibido la programación con suficiente antelación. Esto sugiere que existe margen para mejorar la comunicación y la difusión de la programación de las sesiones para garantizar que todos los miembros tengan la oportunidad de agendarse con anticipación.

Ilustración 15. Pregunta 1, instrumento 2

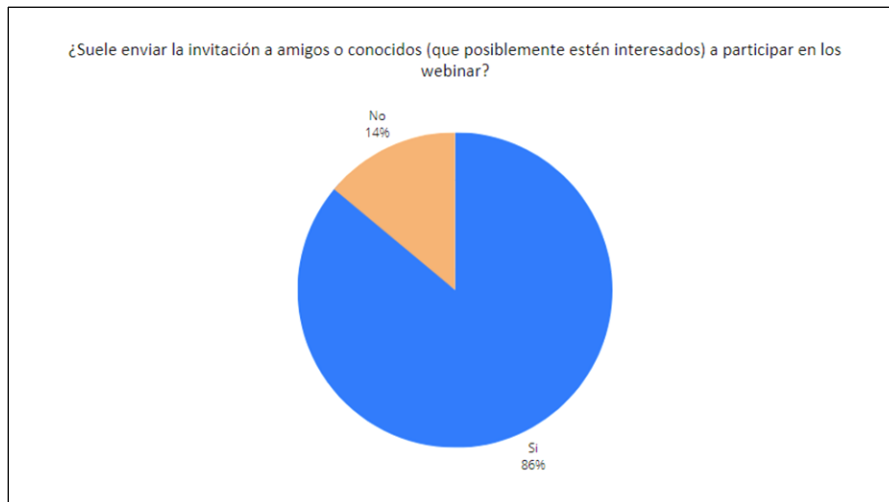


Fuente: Elaboración propia, Torta de participación encuesta cuantitativa 2 aplicada a miembros de la comunidad.

¿Suele enviar la invitación a amigos o conocidos (que posiblemente estén interesados) a participar en los webinar?

- **Sí (86%):** La gran mayoría de los encuestados informa que suele enviar invitaciones a amigos o conocidos que podrían estar interesados en participar en los webinars. Este alto porcentaje refleja un nivel significativo de participación activa y compromiso con la comunidad. Los miembros que recomiendan las sesiones a otros pueden contribuir al crecimiento de la comunidad y atraer nuevos participantes interesados en los temas tratados.
- **No (14%):** Aunque es una proporción relativamente pequeña, el 14% de los encuestados declara que no suele enviar invitaciones a otras personas. Esto puede deberse a diversas razones, como la falta de contactos interesados o simplemente una preferencia por no compartir la información. Es importante respetar la decisión de estos miembros y, al mismo tiempo, fomentar un ambiente donde se sientan cómodos compartiendo las invitaciones si así lo desean.

Ilustración 16. Pregunta 2, instrumento 2



Fuente: Elaboración propia, Torta de participación encuesta cuantitativa 2 aplicada a miembros de la comunidad.

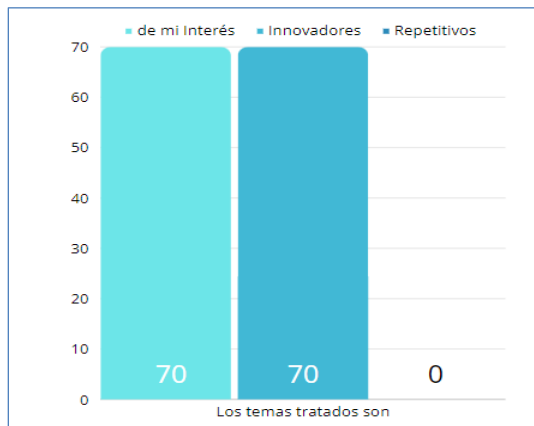
Los temas tratados son (pregunta de selección múltiple):

- **De interés por mi perfil (70%):** Un alto porcentaje de los encuestados, el 70%, considera que los temas tratados en los webinars son de su interés. Esto es un indicativo positivo de que la comunidad está ofreciendo contenido relevante y atractivo para la mayoría de sus miembros. El interés en los temas es fundamental para mantener la participación activa y el compromiso de la audiencia.
- **Innovadores (70%):** El mismo porcentaje, un 70%, de los encuestados percibe que los temas son innovadores. Esto sugiere que la comunidad está presentando contenido actual y novedoso, lo que es esencial para atraer y retener a los miembros.
- **Repetitivos o Nada Interesantes (0%):** Ninguno de los encuestados indicó que los temas eran repetitivos o nada interesantes, indicador para resaltar ya que no se reciben críticas negativas hacia las temáticas tratadas, por el contrario, se

### Colsubsidio 2023

destaca este como uno de los principales aspectos que deben continuar fortaleciendo.

Ilustración 17. Pregunta 3, instrumento 2



Fuente: Elaboración propia, gráfico de barras de participación encuesta cuantitativa 2 aplicada a miembros de la comunidad.

¿Cómo le gustaría interactuar durante la charla?

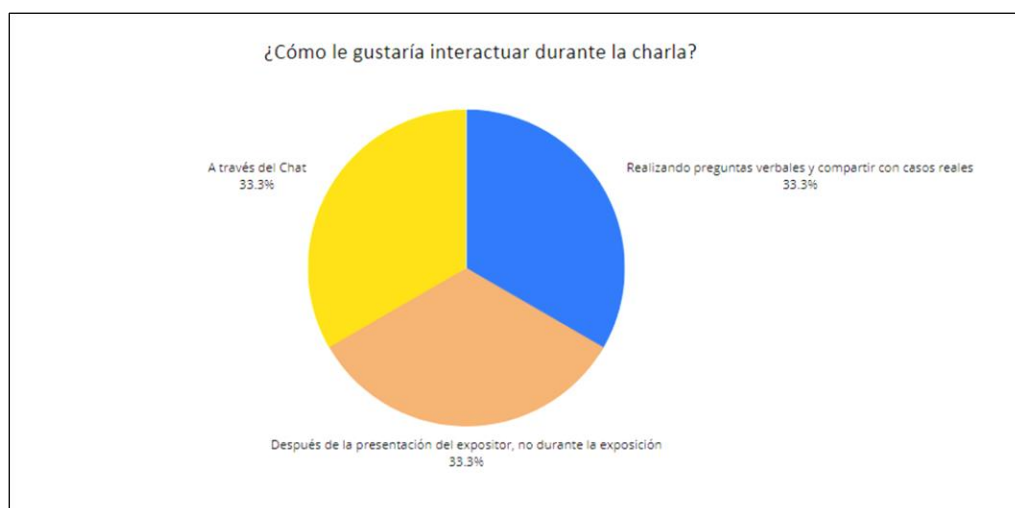
- **Realizando preguntas verbales y compartir con casos reales (33%):** Un tercio de los encuestados prefiere una interacción directa durante la charla, lo que indica un fuerte deseo de participar activamente. Quieren la oportunidad de hacer preguntas en voz alta y compartir sus propias experiencias relacionadas con el tema. Esto fomentaría un ambiente de aprendizaje colaborativo y enriquecería la discusión.
- **Después de la presentación del expositor, no durante la exposición (33%):** Otro tercio de los encuestados prefiere la interacción después de que el expositor haya concluido su presentación. Esto sugiere que valoran un período específico de preguntas y respuestas al final de la charla. Esto puede permitir que el expositor se concentre en su presentación antes de abrir la sesión para preguntas y comentarios.

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

- **A través del Chat (33%):** Un tercio de los encuestados opta por la interacción a través del chat. Esto puede ser beneficioso para enviar preguntas por escrito o comentarios en tiempo real durante la presentación. La opción del chat puede ser especialmente útil para aquellos que pueden sentirse más cómodos expresándose por escrito.

Ilustración 18. Pregunta 4, instrumento 2



Fuente: Elaboración propia, Torta de participación encuesta cuantitativa 2 aplicada a miembros de la comunidad.

¿Qué alternativas de mejora o cambio podría proponer para la comunidad?

- **Diferentes temáticas (35%):** La mayoría de los encuestados expresan un interés en la diversificación de las temáticas abordadas en los webinars. Esto sugiere que están buscando una gama más amplia de contenidos que se adapten a una variedad de intereses y necesidades. La comunidad podría considerar ampliar su oferta de temas o incluir series temáticas para atender a esta demanda diversa.
- **Diferentes horarios (30%):** Casi un tercio de los encuestados indica que les gustaría ver una mayor flexibilidad en cuanto a los horarios de los webinars. Esto podría incluir la programación de eventos en diferentes momentos del día o en

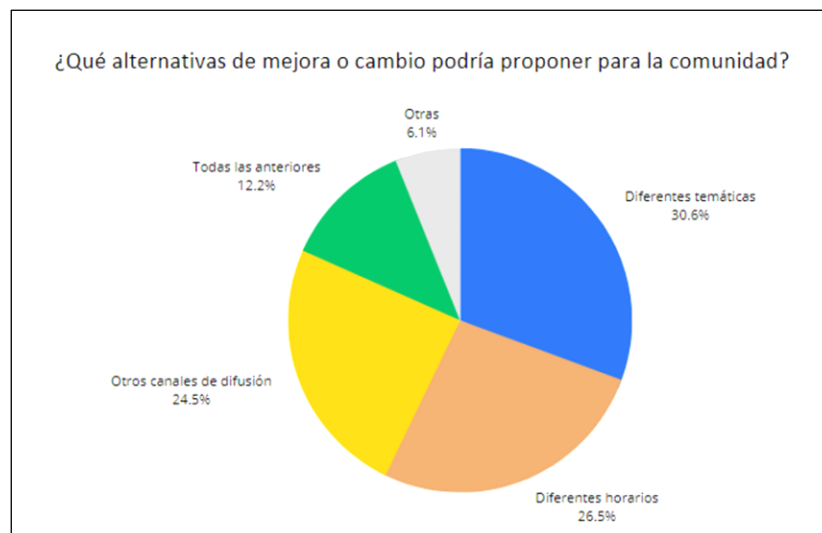
## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

días de la semana alternos para acomodar a personas con diferentes horarios laborales y ubicaciones geográficas.

- **Otros canales de difusión (28%):** Un porcentaje significativo de los participantes está interesado en explorar otros canales de difusión además de los ya utilizados. Esto podría implicar la promoción de eventos a través de redes sociales, aplicaciones de mensajería u otros medios en línea para llegar a un público más amplio.

Ilustración 19. Pregunta 5, instrumento 2



Fuente: Elaboración propia, Torta de participación encuesta cuantitativa 2 aplicada a miembros de la comunidad.

¿Le interesaría encontrar en la plataforma otras herramientas y metodologías diferentes al webinar?

- **Si (84%):** El hecho de que el 84% de los encuestados esté interesado en encontrar en la plataforma otras herramientas y metodologías diferentes al webinar sugiere un deseo claro de enriquecer la experiencia de aprendizaje. Los usuarios están abiertos a explorar una gama más amplia de recursos educativos y diversificar los recursos y actividades disponibles en la plataforma. Esto podría

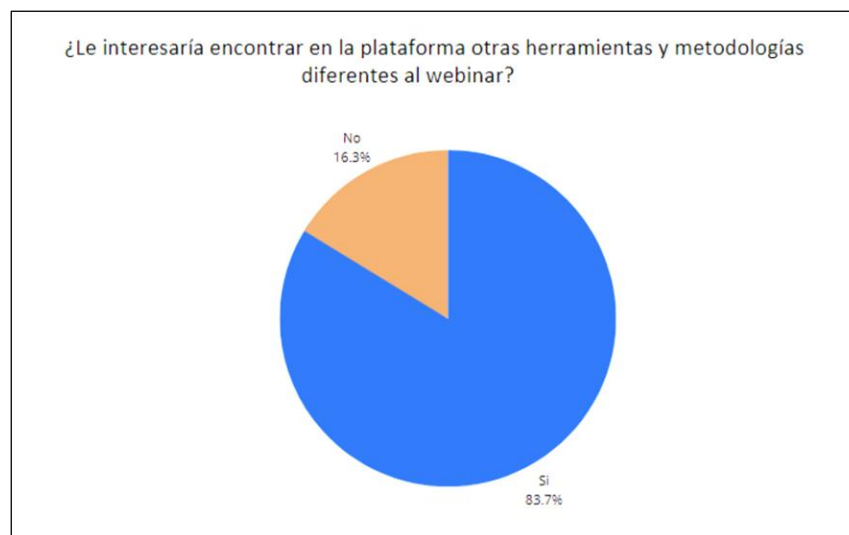
## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

incluir la incorporación de cursos en línea, materiales descargables, foros de discusión, sesiones interactivas en vivo, entre otros.

- **No (16%):** Este porcentaje sugiere que los participantes están conformes con la metodología utilizada por los líderes de la comunidad para llevar a cabo las sesiones.

Ilustración 20. Pregunta 6, instrumento 2



Fuente: Elaboración propia, Torta de participación encuesta cuantitativa 2 aplicada a miembros de la comunidad.

¿Usted se conecta al webinar por? (Pregunta de selección múltiple)

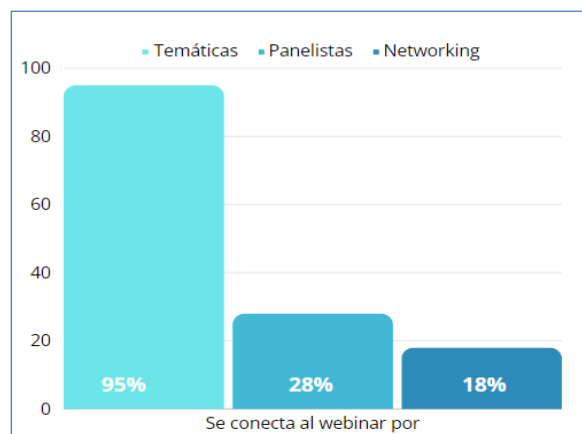
- **Enfoque en la temática:** El 95% de los encuestados indica que se conecta a los webinars principalmente debido a la temática. Esto resalta la importancia de ofrecer contenido relevante y de interés para la audiencia. La selección de temas debe ser un aspecto fundamental en la planificación de futuros webinars. Lo anterior subraya la necesidad de mantener un enfoque constante en la calidad y pertinencia del contenido ofrecido en los webinars. Mantener a los participantes comprometidos y satisfechos depende en gran medida de la elección inteligente de temas y presentadores.

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

- **Interés en los panelistas invitados:** Aunque no es la razón principal, el 28% de los encuestados menciona que se conecta a los webinars debido a la presencia de panelistas invitados. Esto sugiere que la reputación y la experiencia de los oradores pueden influir en la participación de la audiencia. La elección de oradores debe ser estratégica para atraer a la comunidad.
- **Valor del networking:** El 18% de los encuestados señala que se conecta a los webinars para aprovechar oportunidades de networking. Esto indica que la comunidad valora las interacciones con otros participantes. Los líderes de la comunidad pueden considerar incorporar sesiones específicas de networking en los eventos.

Ilustración 21. Pregunta 7, instrumento 2



Fuente: Elaboración propia, Gráfico de barras de participación encuesta cuantitativa 2 aplicada a miembros de la comunidad.

En resumen, la gran mayoría de los encuestados ha recibido la programación de las sesiones con suficiente antelación, lo que es un aspecto positivo. Sin embargo, es importante prestar atención a la minoría que aún no ha recibido esta información y tomar medidas para mejorar la comunicación y la difusión de la programación en el futuro, lo cual puede contribuir a una experiencia más satisfactoria para todos los miembros de la comunidad. Así mismo, la mayoría de los encuestados están dispuestos a compartir invitaciones a amigos o conocidos, lo que puede ser un indicio de su satisfacción con la comunidad y su deseo de contribuir a su

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

crecimiento. Esto también puede ser una estrategia efectiva para aumentar la participación y el alcance de la comunidad.

Dado que las preferencias en cuanto a la variedad de métodos de interacción durante las charlas están divididas, se puede plantear la inclusión de sesiones de preguntas y respuestas, segmentos interactivos y monitoreo activo del chat para brindar una experiencia enriquecedora para todos los participantes.

También con el fin de hacer crecer la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible, es importante considerar la diversificación de temáticas, la flexibilidad en los horarios de los eventos y la exploración de nuevos canales de difusión. Estas mejoras pueden ayudar a atraer a una audiencia más amplia y satisfacer las necesidades cambiantes de los participantes.

Estos resultados también sugieren que la promoción de webinars debería centrarse en destacar la temática y los panelistas invitados. Comunicar de manera efectiva cómo el webinar abordará temas de interés y quiénes serán los expertos pueden aumentar la asistencia.

### **8.3 Análisis Instrumento Cualitativo, entrevista a profundidad.**

Esta entrevista fue dirigida a los líderes de la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible.

Dentro de los principales hallazgos de esta entrevista se pueden destacar, la historia de los Webinars en Xposible durante los últimos cuatro años. Inicialmente, tenían alrededor de 350 asistentes por sesión, pero durante la pandemia, lograron alcanzar más de 600 asistentes. Sin embargo, al volver a la normalidad, la asistencia se redujo a aproximadamente 150-200 personas por sesión.

La organización originalmente dirigía los webinars solo a Colsubsidio, pero se dieron cuenta de que muchas personas de otras empresas también se unían a través de recomendaciones. La mayoría de los participantes son de diferentes organizaciones y muestran

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

interés en temas de innovación. Esto llevó a ampliar el público objetivo para que cualquiera pueda acceder la comunidad.

La comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible organiza charlas gratuitas en las que convoca a expertos en temas empresariales relevantes. Estos expertos proponen temas de discusión, y las sesiones se llevan a cabo semanalmente los jueves de 8 a 9 de la mañana. La información se difunde a través de correos electrónicos, mensajes de WhatsApp y redes sociales. Para aumentar la asistencia, la organización ha realizado cambios en su estrategia de comunicación. Han acortado los textos en sus correos electrónicos, se han centrado en compartir información de valor y han utilizado WhatsApp como un canal efectivo de difusión, ya que han detectado que hay personas que no abren sus correos electrónicos. También han probado con Instagram, aunque aún tienen pocos inscritos a través de esa plataforma.

El principal reto que enfrentan es aumentar la asistencia a los webinars. La meta es llegar a tener 1,000 personas conectadas simultáneamente en las sesiones. Esto implica una estrategia de aumentar el número de inscritos y convertirlos en asistentes activos. Los últimos dos webinars han mostrado un aumento en la asistencia, con alrededor de 230-250 personas conectadas. Además, se menciona que la estrategia de cambio en la comunicación ha funcionado bien en las últimas semanas.

Inicialmente transmitían por Teams, pero cambiaron a Zoom debido a las preferencias de la audiencia. También transmiten por YouTube, aunque el número de espectadores es menor.

Los temas de mayor interés para su público incluyen metodologías, casos de éxito y tendencias relacionadas con la innovación y la productividad. Además, han notado que los temas relacionados con sostenibilidad y modelos de negocio también generan interés.

Han recibido comentarios de que la mayoría prefiere webinars quincenales en lugar de semanales, y planean realizar una encuesta adicional para profundizar en esta preferencia. La mayoría de la audiencia prefiere webinars después del horario laboral. Actualmente Los webinars generalmente tienen una duración de una hora, comenzando a las 8 de la mañana y terminando a las 9 en punto.

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

La comunidad actualmente se enfoca en eventos digitales, pero no tienen limitaciones para explorar un enfoque híbrido o presencial en el futuro.

Actualmente, los webinars se ofrecen de manera gratuita y no tienen un enfoque transaccional o económico, aunque a veces las empresas encuentran oportunidades de colaboración a raíz de los eventos.

Colsubsidio está enfocado en aumentar la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible. Han utilizado webinars como una estrategia, pero también han contratado speakers y están explorando otras formas de llegar a la audiencia.

Les resulta complicado tener toda la información de un webinar un mes antes, lo que dificulta la planificación de estrategias de publicidad y promoción en redes sociales.

No desean continuar con audiencias de 150 personas, ya que la gestión de webinars implica un esfuerzo significativo y quieren aumentar el alcance de su comunidad. Están dispuestos a adaptarse y cambiar su estrategia si encuentran una forma más efectiva de llegar a la audiencia y lograr sus objetivos.

### **8.4 Conclusión del diagnóstico**

El análisis de los resultados obtenidos a través de los instrumentos cuantitativos y cualitativos proporciona una visión integral de la problemática y las oportunidades que enfrenta la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible Colsubsidio. Estos resultados arrojan luz sobre las percepciones y necesidades de los participantes, así como los desafíos y áreas de mejora identificados en la comunidad.

En primer lugar, se destaca que la revisión de la literatura y el análisis de datos han confirmado la relevancia de la comunidad en el entorno digital y su potencial para impulsar la innovación y el aprendizaje en organizaciones.

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

Uno de los hallazgos clave es la importancia de la flexibilidad en la programación de eventos. Si bien la mayoría de los encuestados prefiere webinars quincenales, existe una diversidad de opiniones en cuanto a la frecuencia ideal. Por lo tanto, se sugiere ajustar la programación. Además, se observa que la gran mayoría de los participantes prefiere los webinars fuera del horario laboral, lo que plantea la necesidad de modificar el horario de los eventos o buscar alianzas con empleadores para permitir la asistencia de los miembros.

En cuanto a la difusión de los eventos, se destaca la importancia de utilizar múltiples canales de comunicación, como correos electrónicos, mensajes de WhatsApp y redes sociales. La estrategia de comunicación debe centrarse en compartir información de valor y ser efectiva para llegar a aquellos miembros que no abren sus correos electrónicos. Además, se menciona que la difusión a través de Instagram y YouTube también puede ser explorada para atraer a nuevos miembros y permitir así la difusión de cada webinar de forma asincrónica.

Los temas de interés identificados por la comunidad se relacionan con metodologías, casos de éxito, tendencias en innovación, sostenibilidad y modelos de negocio. Estos temas deben seguir siendo el foco de atención en la selección de contenidos para mantener el interés de la audiencia.

En cuanto a la interacción durante los webinars, la preferencia de los participantes es realizar preguntas verbales, intervenir en el chat y compartir casos reales. Esto sugiere la importancia de fomentar la participación activa de la audiencia durante las sesiones.

Las recomendaciones y sugerencias de los encuestados proporcionan una guía valiosa para proponer mejoras en la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible. Diversificar las temáticas de los webinars, cambiar el horario de los eventos, mejorar la difusión, explorar una experiencia phygital complementando las experiencias físicas con las digitales, y viceversa aumentando así la interactividad, son algunas de las áreas de enfoque sugeridas. Además, la opción de master class es la más popular entre los encuestados como una forma de aprendizaje, pero también se muestran interesados en podcast y mesa redonda como alternativas.

### **8.5 Brechas a cerrar**

El diagnóstico realizado ha permitido identificar las brechas y áreas de mejora clave en la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposable. Estas brechas incluyen la programación de eventos, la frecuencia de los webinars, la comunicación y difusión, la diversificación de temáticas, la interactividad y evolución de la experiencia a una phygital. Estas brechas servirán como base para la propuesta de recomendaciones y estrategias que busquen fortalecer la comunidad, aumentar la participación y alcanzar los objetivos planteados.

Basándonos en los resultados del análisis de los instrumentos cuantitativos y cualitativos presentados en el informe, las principales brechas identificadas en la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposable que necesitan ser abordadas incluyen:

- La asistencia a los webinars ha disminuido a niveles inferiores a los deseados. Esto sugiere que existe una brecha en la capacidad de atraer y retener a la audiencia.
- Existe una falta de consenso sobre la frecuencia ideal de los webinars. Algunos prefieren quincenal, mientras que otros semanal o mensual. Lo que demuestra una necesidad de ajustar la programación para satisfacer las preferencias de la mayoría. Adicionalmente la mayoría de los encuestados prefiere webinars fuera del horario laboral. Esta brecha entre las preferencias de horario y el horario actual de los eventos requiere atención para garantizar una mayor participación
- Aunque se han realizado mejoras en la estrategia de comunicación, aún hay oportunidad para mejorar la difusión de los eventos. La brecha radica en llegar efectivamente a todos los miembros, incluyendo aquellos que no abren sus correos electrónicos, ya que es el canal más común de difusión para la comunidad, es necesaria una interacción bidireccional que fomente la participación activa y la retroalimentación de los miembros utilizando otros canales de preferencia de los miembros de la comunidad.
- Aunque los encuestados expresan interés en la interacción durante los webinars, actualmente la interacción es limitada. Existe una brecha en la participación de la audiencia que podría abordarse para enriquecer la experiencia.

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

- Explorar Nuevas Plataformas: A pesar de la preferencia por Zoom, también se identifica una brecha en la utilización de otras plataformas. Explorar y diversificar las plataformas de transmisión podría aumentar la visibilidad y la asistencia.
- Aunque la mayoría considera que los temas son de interés e innovadores, es importante seguir brindando contenido de alto valor para mantener el interés de la audiencia y evitar que los temas se vuelvan repetitivos o poco interesantes, también es importante considerar otros canales para entregar dicho contenido ya que el único canal está dado en los webinars.
- Existe una brecha entre la asistencia actual y el objetivo de alcanzar a incrementar su comunidad para lograr una participación mayor de personas conectadas simultáneamente en las sesiones de webinars. Cerrar esta brecha requerirá estrategias efectivas para aumentar el número de inscritos y convertirlos en asistentes activos.
- La dificultad para obtener toda la información de un webinar con un mes de antelación plantea una brecha en la planificación de estrategias de publicidad y promoción en redes sociales. Una mejor planificación podría aumentar la asistencia.
- La sugerencia de realizar eventos presenciales plantea una brecha en la oferta actual de la comunidad. La posibilidad de eventos presenciales podría atraer a miembros que valoran el networking, el contacto directo y eleven la experiencia y posicionamiento de la comunidad de aprendizaje y conocimiento.

Todas estas brechas pueden ser consideradas como áreas de mejora clave que necesitan ser abordadas para fortalecer la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible y lograr sus objetivos de crecimiento, participación y generación de valor para sus miembros.

## 9. PROPUESTA DE LA CONSULTORÍA

En la búsqueda de alcanzar nuestro objetivo principal, que es diseñar una ruta que permita incrementar la cantidad de participantes en la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible, promoviendo el intercambio de conocimiento, aprendizaje y experiencia, hemos desarrollado una propuesta sólida y efectiva basada en la metodología OKR (Objetivos y Resultados Clave). Esta metodología brinda la estructura necesaria para enfocar los objetivos y definir resultados clave específicos que nos ayudarán a lograrlos. De esta manera, detallaremos las estrategias y tácticas que implementaremos para alcanzar estos resultados clave.

Objetivo Principal: diseñar una ruta que permita Incrementar la cantidad de participantes en la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible, promoviendo el intercambio de conocimiento, aprendizaje y experiencia.

### 9.1 Propuesta Social Media

Ilustración 22 OKR Propuesta Social Media



## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

Fuente: Elaboración propia, basado en Manual OKR (Martín, Manual de OKR, 2020)

#### **Resultado clave 1: Crear 2 redes sociales propias o potenciar los canales existentes. (Innovación Xposible)**

Dado que la comunidad de aprendizaje y conocimiento Xposible no cuenta actualmente con presencia en redes sociales, se propone la creación de 2 redes sociales. Estas redes proporcionarán un espacio virtual para interactuar con la comunidad, promocionar eventos y compartir contenido valioso relacionado con la innovación. Por otra parte, teniendo en cuenta que Xposible ya cuenta con redes sociales consolidadas, se propone articular acciones que permitan que bajo la sombrilla de Xposible se genere contenido de la comunidad.

**Resultado clave 2: Incremento en un 30% de Seguidores:** Una vez establecidas las redes sociales, el siguiente paso es aumentar el alcance. Se busca incrementar a un 30% el número de seguidores en un período de tiempo determinado. Esto permitirá llegar a un público más amplio y diverso, aumentando así el impacto de las iniciativas.

#### **Estrategia Social Media**

La estrategia social media desempeñará un papel fundamental en el crecimiento de la comunidad. A través de un enfoque sólido en las redes sociales, esta estrategia maximizará la visibilidad de la comunidad, buscando atraer a nuevos seguidores interesados en temas de innovación y fomentando una comunidad activa y comprometida.

De acuerdo con los estudios realizados se recomienda gestionar perfiles en las plataformas de redes sociales más adecuadas para el público objetivo tales como WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter y/o LinkedIn, s (Ultimo, 2022) su implementación requiere de asignación de recursos humanos y, por lo tanto, se sugiere iniciar gradualmente, en función de la ubicación principal de la audiencia. Cada plataforma debe abordarse de manera estratégica y adaptarse para maximizar su efectividad.

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

La creación de perfiles de redes sociales cohesivos y atractivos es esencial para transmitir la identidad de marca y atraer a seguidores. Esto implicará la definición de una narrativa de marca inspiradora y la creación de elementos visuales distintivos que ayudarán a destacar en un entorno saturado de contenido.

Fomentar activamente la participación de la comunidad tanto existente como potencial en redes sociales. Esto incluirá invitaciones regulares para unirse a redes a través de los canales de comunicación actuales. Adicionalmente se debe invitar a los seguidores a participar en conversaciones, debates y encuestas relacionadas con temas de interés de la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible.

La estrategia de social media desempeñará un papel crucial en la consecución de los objetivos ya que está enfocada en fortalecer el reconocimiento de la comunidad, aprovechando el poder de las plataformas de redes sociales para crear un sentido de pertenencia entre los miembros de Xposible. La premisa fundamental es que toda comunidad anhela pertenecer y sentirse valorada. (Wenger, 2001) A través de una presencia activa y estratégica en las redes sociales, Xposible se esforzará por satisfacer esta necesidad humana básica y, al hacerlo, impulsar el crecimiento de la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible. Para ello, se implementarán las siguientes tácticas:

#### **Tácticas:**

- **Campaña Social Ads:** Lanzar campañas publicitarias en las redes sociales seleccionadas para aumentar la visibilidad del programa. Por medio de estrategias de segmentación adecuadas se llegará a audiencias específicas interesadas en innovación y aprendizaje. Esto ayudará a aumentar el conocimiento de la comunidad y atraer a nuevos miembros.
- **Creación de Concursos:** Organizar concursos atractivos en las redes sociales para atraer nuevos seguidores y promover la interacción de la comunidad. Se plantea otorgar premios y reconocimientos que incentiven la participación de usuarios actuales y potenciales.

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

- **Píldoras Informativas:** Publicar píldoras informativas diseñadas para captar la atención de los miembros y posibles miembros. Estas publicaciones deben ser breves, impactantes y proporcionar información relevante y valiosa sobre innovación y aprendizaje que cautive nuevos miembros y retenga los actuales.
- **Influencers Embajadores:** Identificar y colaborar con personas influyentes que compartan los valores y objetivos del programa Xposible. Los influencers pueden ayudar a llegar a audiencias más amplias y autenticar la marca al respaldarla. Su participación en los eventos y promociones aumentará la visibilidad y credibilidad. Su participación ayudará a autenticar la comunidad, promover la pertenencia y a llegar a audiencias más amplias.

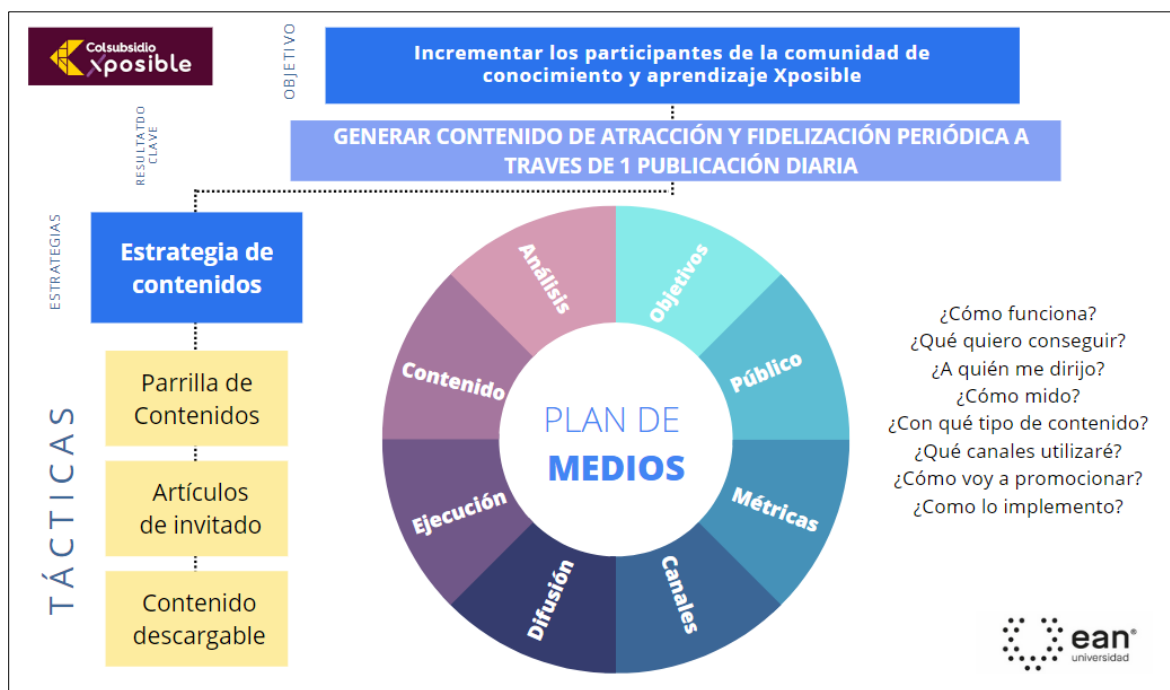
La implementación de la estrategia de Social Media propuesta tiene el potencial de abordar varias de las brechas críticas identificadas en la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible. En primer lugar, al enfocarse en la mejora de la difusión de eventos y contenido relevante, esta estrategia en especial cierra la brecha de comunicación y difusión, permitiendo llegar de manera efectiva a todos los miembros, incluyendo aquellos que no utilizan el correo electrónico como canal principal de comunicación. Además, al fomentar la interacción activa a través de concursos, píldoras informativas y la identificación de embajadores de influencia, la estrategia busca cerrar la brecha de participación y enriquecer la experiencia de los webinars.

La diversificación de plataformas de transmisión, aunque manteniendo Zoom como la principal, aborda la brecha de explorar nuevas plataformas para aumentar la visibilidad y asistencia. Finalmente, al centrarse en proporcionar contenido de alto valor y mantener el interés de la audiencia, se contribuye a cerrar la brecha relacionada con la necesidad de contenido innovador. Estas acciones estratégicas son esenciales para avanzar hacia el objetivo de incrementar la comunidad y lograr una mayor participación de personas conectadas simultáneamente en las sesiones de webinars, cerrando así la brecha existente en la asistencia

a los webinars. La implementación efectiva de estas tácticas abordará estas brechas de manera integral y consolidará la comunidad de manera exitosa.

## 9.2 Propuesta contenido de atracción

Ilustración 23 OKR propuesta contenido de atracción



Fuente elaboración propia, basado en Manual OKR (Martín, Manual de OKR, 2020)

### Resultado clave 1: Generar contenido de atracción y fidelización periódica a través de 1 publicación diaria

Para alcanzar el objetivo de generar contenido de atracción y fidelización periódica, se propone una estrategia de contenidos cuidadosamente elaborada y un plan de medios efectivo que garantice la entrega constante de valor a la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposable. El éxito de cualquier comunidad de aprendizaje y conocimiento, como

la que aspira a ser esta comunidad, depende en gran medida de la calidad y la regularidad del contenido que ofrece. (Berger, 2014).

#### **Estrategia de contenidos**

La estrategia de contenidos y el plan de medios son fundamentales para incrementar la comunidad, se debe realizar un análisis exhaustivo de la audiencia y los objetivos, la elección adecuada de canales de comunicación, la creación de contenido relevante, la promoción efectiva, la segmentación de la audiencia, el seguimiento constante de métricas clave, una ejecución consistente y la adaptación continua en función de los resultados. Al mantener una estrategia de contenidos sólida y una difusión bien planificada, la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible puede generar un flujo regular de contenido atractivo y de alta calidad que no solo atraiga a la comunidad deseada, sino que también la retenga, promoviendo un sentido de pertenencia y aprendizaje constante.

#### **Tácticas**

- Establecimiento de una parrilla de contenidos diversificada y atractiva: Una de las tácticas fundamentales en donde se aborden distintos temas relevantes para la comunidad. Esto implica planificar y programar publicaciones regulares que incluyan artículos, videos, infografías, webinars temáticos y otros formatos de contenido. La diversificación de los temas y formatos garantiza que se cubran las necesidades informativas y de aprendizaje de la audiencia, manteniendo su interés a lo largo del tiempo.
- Generación de artículos de invitados a los webinars: en la colaboración con expertos y líderes en áreas relacionadas con la innovación y la comunidad de conocimiento. Se buscarán contribuciones en forma de artículos escritos por invitados especiales que aporten sus perspectivas y conocimientos enriquecedores. Estos artículos no solo proporcionarán contenido valioso, sino que también pueden usarse como parte de la expectativa e invitación a los eventos de la comunidad, potenciando la asistencia a los webinars o bonus de participación como incentivo a la comunidad activa en las actividades.

- Creación de contenido descargable de interés: Para atraer a un público más amplio y facilitar el acceso al conocimiento, se propone desarrollar contenido descargable de alto valor. Esto puede incluir libros electrónicos, informes, guías prácticas y otros recursos que sean relevantes para la audiencia de Xposable. Estos contenidos descargables no solo servirán como activos valiosos para los miembros, sino que también se utilizarán como herramientas de generación de leads, permitiendo captar nuevos miembros interesados en el programa.

### 9.3 Propuesta posicionamiento

Ilustración 24 OKR propuesta posicionamiento



Fuente: Elaboración propia, basado en Manual OKR (Martín, Manual de OKR, 2020)

**Resultado clave 1: posicionar la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposable de forma orgánica en Google entre los 10 primeros resultados de búsqueda**

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

#### **Estrategia SEO**

La estrategia SEO consiste en aumentar la visibilidad de la comunidad en línea, en motores de búsqueda, posicionar la marca como un referente en innovación y atraer un tráfico de calidad a su comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible. Esta estrategia va más allá al centrarse en atraer visitas de calidad, involucra captar leads valiosos mediante formularios de registro y descargas de contenido exclusivo, convertir estos leads en miembros activos de la comunidad y, finalmente, fidelizar a esta comunidad brindando una experiencia excepcional, oportunidades de participación, interacciones significativas y programas de recompensas, garantizando un crecimiento sostenible y el compromiso a largo plazo de la audiencia en la comunidad.

#### **Tácticas**

- **Estudio de Palabras Clave (Keyword Research):** El primer paso es realizar un estudio exhaustivo de palabras clave relacionadas con la innovación, el aprendizaje y la comunidad de aprendizaje y conocimiento. Esto implica identificar términos de búsqueda relevantes para el público objetivo de Xposible. Utilizando herramientas de investigación de palabras clave, se determinarán las palabras y frases que tienen un alto volumen de búsqueda y una competencia manejable. Esto permitirá orientar el contenido y las estrategias de SEO de manera efectiva.
- **Optimización de Artículos Guest Post:** Para aumentar la visibilidad en línea y mejorar la autoridad de la comunidad, se propone enfocarse en la creación y optimización de artículos de invitados (guest posts) en sitios web y blogs relacionados con la innovación y el aprendizaje. Estos artículos contendrán enlaces estratégicos y contenido de calidad que atraerá a los motores de búsqueda y a la audiencia interesada. La optimización incluirá la incorporación de palabras clave relevantes y la mejora de la estructura de los contenidos para una mejor indexación por parte de los motores de búsqueda.
- **Creación de Landing Page (Página de Aterrizaje):** Se propone desarrollar una página de aterrizaje (landing page) dedicada a promocionar y posicionar a la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible como líder en innovación y aprendizaje. Esta página se optimizará cuidadosamente para incluir las palabras clave

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

identificadas en la primera táctica y proporcionar información valiosa sobre el programa. La página se diseñará para captar la atención de los visitantes y convertirlos en miembros potenciales de la comunidad.

#### **Estrategia Posicionamiento de Xposible By Colsubsidio**

Evolucionar de "Colsubsidio Xposible" a "Xposible by Colsubsidio" representa una iniciativa clave para fortalecer la estrategia de posicionamiento de la marca. Al darle mayor prominencia a la denominación "Xposible by Colsubsidio", se busca resaltar la asociación directa con Colsubsidio, aprovechando la última reputación y reconocimiento que esta posee en el ámbito empresarial y comunitario. Esta evolución no solo consolida la identidad de Xposible como una entidad respaldada por Colsubsidio, sino que también refuerza la marca, generando confianza y credibilidad entre los participantes y miembros potenciales. Esta táctica estratégica no solo se trata de un cambio nominal, sino de una poderosa herramienta para proyectar una imagen unificada y fortalecer la percepción positiva de la comunidad Xposible dentro del contexto de la red de Colsubsidio.

#### **Tácticas**

Campaña de Comunicación Interna y Externa: Desarrollar una campaña de comunicación interna dirigida a los colaboradores y miembros de la comunidad para explicar y destacar la evolución de la marca.

Implementar una campaña externa a través de diversos canales, como redes sociales, correos electrónicos y otros medios, comunicando la asociación más estrecha con Colsubsidio.

## 9.4 Propuesta de crecimiento

Ilustración 25. OKR propuesta de crecimiento



Fuente: Elaboración propia, basado en Manual OKR (Martín, Manual de OKR, 2020)

**Resultado clave 1: mejorar la efectividad en la convocatoria para lograr una asistencia del 65% de los inscritos.**

### Estrategia Email Marketing

El objetivo de esta estrategia es optimizar el proceso de convocatoria para los webinars y eventos de Xposible, con el fin de aumentar la asistencia y el compromiso de la audiencia.

Para lograrlo, se implementarán varias tácticas clave:

#### Tácticas

- Segmentación por sector económico, perfil de afiliado y tipo de empresa: La segmentación precisa de la base de datos de contactos de los afiliados de Colsubsidio y de la comunidad Xposible en función de factores clave como el sector económico, el perfil de afiliado y el tipo de empresa se revela como un pilar fundamental en la estrategia de email marketing. Esta estrategia implica un análisis detallado de la

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

audiencia, lo que permitirá adaptar los mensajes y contenidos de manera específica para cada segmento. Por ejemplo, se pueden diseñar correos electrónicos con enfoque en los intereses particulares de cada sector o grupo de afiliados, resaltando cómo la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible puede abordar sus desafíos y oportunidades específicas. Además, se considerará el tipo de empresa o entidad a la que pertenecen los afiliados, lo que permitirá personalizar aún más las comunicaciones y ofrecer contenido especialmente relevante.

- **Ampliación de bases de datos:** Se debe buscar expandir la base de datos de contactos, identificando nuevas fuentes y oportunidades para captar leads interesados en la temática de innovación. Se plantea captar datos no solo de afiliados sino también de usuarios de Colsubsidio al momento de tomar un servicio. Garantizando así un flujo constante de posibles asistentes a los webinars.
- **Envío Newsletter Call to Action:** Se propone implementar una estrategia de envío de newsletters que incluyan llamados a la acción (CTA) claros y persuasivos. Estos CTA animarán a los suscriptores a registrarse en los próximos webinars, asegurando una comunicación efectiva y directa, así mismo generar video cápsulas informativas de no más de 30 segundos EVERGREEN que de manera concreta logren captar la atención de los posibles participantes.

### **Resultado Clave 2: Incrementar la base de datos en un 100% para convocatorias**

#### **Estrategia Co branding**

Esta estrategia se enfoca en establecer alianzas estratégicas y colaboraciones con diferentes entidades aliadas a Colsubsidio para ampliar la base de datos y mejorar la convocatoria a los eventos de la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible.

#### **Tácticas**

- **Red de cajas de compensación aliadas:** Se plantea fortalecer el programa de Cajas aliadas en donde Colsubsidio se asocie con cajas de compensación que tengan

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

intereses comunes en el ámbito de la innovación y el aprendizaje. Estas alianzas permitirán el acceso a una base de datos más amplia y específica a nivel nacional.

- Universidades aliadas con programas de innovación: Colaborar con universidades que ofrezcan programas de mercadeo e innovación será una estrategia clave para atraer a estudiantes y profesionales interesados en aprender y participar en la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible, actualmente Colsubsidio tiene convenio con las siguientes Universidades:

**Ilustración 26. Universidades aliadas con programas en Innovación**

OFERTA EDUCATIVA	UNIVERSIDAD
MAESTRIA LIDERAZGO TRANSFORMACION DIGITAL	CESA
MERKETING NEGOCIOS DIGITALES	U ROSARIO
EMPREDIMIENTO	U ROSARIO
ESP. MARKETING DIGITAL	U ROSARIO
ESP. GERENCIA DE PROYECTOS DE SERVICIOS TIC	U ROSARIO
MAESTRIA BUSINESS ANALYTICS	U ROSARIO
ESP. INTELIGENCIA DE MERCADOS	GRAN COLOMBIA
MAESTRIA INNOVACION	AREA ANDINA
MAESTRIA INNOVACION	EAN
MAESTRIA DESARROLLO SOSTENIBLE	UNAD

Fuente: Elaboración propia, investigación programas de innovación y marketing en universidades con convenio con Colsubsidio.

- Stakeholders y aliados: Identificar stakeholders relevantes en la industria de la innovación y se buscar establecer alianzas estratégicas con ellos. Estos aliados pueden incluir organizaciones gubernamentales y otras entidades con intereses similares,

empresas afiliadas y no afiliadas las cuales pueden ser abordadas por medio del equipo comercial o de relacionamiento de Colsubsidio.

### 9.5 Propuesta interna y complementaria

Ilustración 27. OKR Propuesta interna y complementaria



Fuente: Elaboración propia, basado en Manual OKR (Martín, Manual de OKR, 2020)

#### Resultado clave 1: Incrementar en 5 los aliados internos para fortalecer la comunidad

Este resultado clave integrará otras áreas de la Caja Colombiana de Subsidio Familiar Colsubsidio en donde bajo un entorno de colaboración se otorguen beneficios adicionales y programas de recompensas, incentivando así la participación de los miembros. Esta colaboración generará un efecto positivo tanto para La comunidad como para Colsubsidio, creando un entorno de crecimiento corporativo.

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

#### **Estrategia interna**

La propuesta se centra en el fortalecimiento de la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible desde una perspectiva interna, implementando estrategias que crean un ambiente colaborativo, participativo y enriquecedor al interior de Colsubsidio, para los miembros de la comunidad, lo que a su vez contribuirá a la retención de miembros y al crecimiento sostenible de Xposible.

#### **Tácticas**

- Marketing de incentivos, referidos o permanencia: involucrar a otros departamentos internos de Colsubsidio a participar y aportar a la comunidad desde su unidad estratégica con incentivos o beneficios corporativos que motiven a los miembros de la comunidad a referir a nuevos participantes, o a mantenerse activos en la comunidad durante un período prolongado. Esto promoverá la retención de miembros y el crecimiento orgánico beneficiando así a toda la organización Colsubsidio en términos de participación, retención y aprovechamiento de los servicios ofrecidos.
- Marketing de Eventos: Para fortalecer la promoción de la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible, se propone utilizar los canales de difusión internos en áreas estratégicas de la organización, como recreación, salud, mercadeo, teatros, colegios, centros vacacionales, hoteles, clínicas, y empresas afiliadas entre otros. A través de una colaboración interna, se llevarán a cabo iniciativas conjuntas para promover activamente la comunidad entre los empleados afiliados y usuarios de Colsubsidio.
- Replanteamiento de frecuencias y horarios: Según (Ultimo, 2022) el comportamiento específico de la audiencia debe determinar el mejor momento para realizar un webinar, por lo que es importante llevar a cabo retrospectivas y mediciones frecuentes de los resultados, por esta razón y de acuerdo con el diagnóstico se recomienda ajustar las frecuencias y horarios de los eventos y webinars a horarios fuera de la jornada laboral según las preferencias de la mayoría de los miembros, en cuanto a los días se sugiere mantener la dinámica en los jueves ya que la comunidad manifiesta su preferencia en este día, estos ajustes garantizarán mayor participación de manera más conveniente

**Resultado Clave 2: Crear 2 productos complementarios**

El objetivo principal de esta propuesta es crear al menos 2 productos o servicios que enriquezcan la experiencia de los miembros de la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible. Estos productos pueden incluir recursos educativos, herramientas de trabajo, eventos especiales o cualquier otro elemento que se considere valioso y relevante para la comunidad. La idea es que estos productos complementen y fortalezcan la propuesta actual.

**Estrategia complementaria**

Con el objeto de brindar una visión distinta, pensar fuera de la caja (Bathla, 2019), proponemos esta estrategia complementaria que se centra en el desarrollo de productos adicionales que amplíen la propuesta de valor de la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible y aporten beneficios tangibles a sus miembros. Esta estrategia va más allá de los webinars y eventos actuales y busca diversificar las opciones de aprendizaje e interacción donde la comunidad puede beneficiarse en otras instancias.

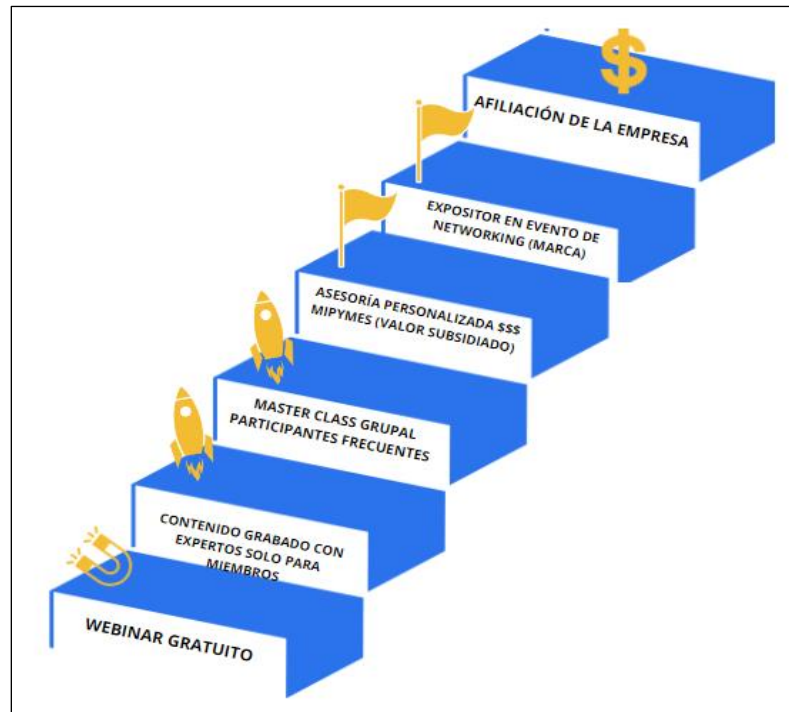
**Tácticas**

- Escalera de Valor: este planteamiento está orientado a empresas no afiliadas, busca que la Comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible ofrezca una variedad de experiencias y beneficios, desde un acceso gratuito a los webinars hasta opciones más exclusivas y personalizadas. Comienza con webinars de acceso gratuito para atraer a una audiencia amplia, seguido de la disponibilidad de contenido grabado con expertos exclusivamente para miembros, fomentando así la participación frecuente. La Master Class grupal brinda una experiencia más profunda para aquellos participantes comprometidos, mientras que la asesoría personalizada está disponible para las MIPYMES a un valor subsidiado, promoviendo la inclusión y el apoyo a este segmento empresarial. La participación activa en los eventos de networking y la exposición de marca como expositor enriquecen la visibilidad de las empresas, y en la cúspide de la escalera, la opción de afiliación de la empresa a Colsubsidio representa el aporte de esta área a la razón de ser de Colsubsidio.

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

Colsubsidio 2023

Ilustración 28 Escalera de valor



Fuente: Elaboración propia basado en la estrategia de la Escalera de Valor de Russell Brunson.

- Reconocimiento, testimonio y Certificación: Para fortalecer el sentido de pertenencia y participación activa en la comunidad, se propone una estrategia de reconocimiento que incluya la obtención de testimonios y certificaciones que destaquen logros y experiencias en la comunidad, Además, se puede otorgar certificados de participación en eventos y programas, lo que agregará un componente de reconocimiento formal. Estas acciones no solo motivarán a la participación, sino que también reforzarán el vínculo de los miembros con Xposible y su compromiso con la innovación y el aprendizaje continuo.
- Otras formas de aprender (Híbrido): Se propone incorporar modalidades de aprendizaje adicionales, como:
  - La creación de podcasts temáticos que servirán como complemento a los Webinars

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

- Webinars Interactivos que incluyan encuestas en tiempo real, preguntas y respuestas en vivo, y discusiones en grupo. Permiten una mayor participación y compromiso de los miembros.
- Establecer foros donde los miembros pueden discutir temas relacionados con la innovación y compartir sus experiencias y conocimientos. Esto promoverá la interacción continua entre los miembros.
- Sesiones de Mentoring o Asesoría en Línea en donde se puedan Conectar a miembros experimentados con aquellos que deseen aprender más. Esto puede realizarse a través de sesiones de videoconferencia individuales o en grupos pequeños.
- Ofrecer cursos cortos en línea relacionados con la innovación y la gestión del conocimiento. Los miembros pueden inscribirse y completar estos cursos a su propio ritmo.
- Contenido Interactivo: Crear contenido interactivo como infografías, cuestionarios y juegos relacionados con temas de innovación para aumentar la participación y el aprendizaje práctico.
- Eventos Presenciales e Híbridos: Organizar eventos que combinen la participación en persona y en línea, lo que permite a los usuarios phygital elegir su forma de asistir.
- Grupos de Trabajo Virtuales: Establecer grupos de trabajo en línea donde los miembros colaboren en proyectos relacionados con la innovación, fomentando la aplicación práctica del conocimiento.
- Networking estratégico: En busca de enriquecer la experiencia de los miembros de la comunidad, planteamos esta táctica de Networking estratégico. Esta tiene como objetivo principal facilitar y promover la interacción entre los miembros, brindándoles oportunidades valiosas para establecer conexiones profesionales y personales en un entorno propicio para el aprendizaje e intercambio de conocimientos. A través de eventos, foros de discusión y grupos de interés especializados, los miembros pueden conectarse con colegas que comparten sus intereses y desafíos, lo que les permite ampliar sus redes de contactos y acceder a nuevas oportunidades de colaboración y crecimiento

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

- Temática aterrizada al contexto colombiano La táctica implica adaptar el contenido y la temática de los webinars y eventos de Xposible para que estén estrechamente alineados con los desafíos y oportunidades específicos de Colombia y su contexto regional. Este enfoque permitirá que la comunidad se sienta más identificada y comprometida, ya que abordará temas de mayor relevancia local. Al personalizar el contenido de acuerdo con las necesidades y realidades colombianas, se fortalecerá el vínculo entre Xposible y su audiencia, lo que contribuirá a un mayor interés y participación por parte de la comunidad.

#### **9.6 Propuesta de la ruta**

A continuación, se presenta una visión general de las estrategias clave que se han propuesto para fortalecer la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible para el año 2024. Estas estrategias se han diseñado con el objetivo de mejorar la efectividad en la convocatoria, incrementar la base de datos de miembros y aliados, así como fortalecer la comunidad interna y crear productos complementarios que enriquezcan la experiencia de los participantes y que finalmente contribuyan al objetivo general de esta consultoría.

##### **9.6.1 Indicadores de Control y Seguimiento**

Para asegurar la efectividad y el progreso de estas estrategias, se han establecido indicadores de control y seguimiento específicos. Estos indicadores proporcionarán una medición cuantitativa del impacto de las estrategias en el crecimiento y la participación de la comunidad. Los indicadores propuestos se centrarán en aspectos como la adquisición de nuevos miembros, interacción, tasa de conversión de leads y participación de alianzas y eventos en el incremento de la comunidad.

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

#### Indicador de Crecimiento de la comunidad:

Este indicador de crecimiento es fundamental para medir el impacto y la eficacia de la consultoría, especialmente cuando se busca aumentar en número la comunidad, así como su participación en la misma. Este proporciona una medida tangible del impacto de las estrategias implementadas

$$\frac{\# \text{ de miembros Final} - \# \text{ de miembros inicial}}{\# \text{ de miembros inicial}} \times 100$$

#### Indicador de retención

Indicador de Retención en Participantes de Webinars: Frecuencia de Asistencia: Este indicador mide la capacidad de retención de la comunidad, centrándose en la audiencia de los webinars y su frecuencia de asistencia. La retención es esencial para evaluar la efectividad de las estrategias de compromiso y la calidad del contenido ofrecido, es importante que se tome registro de asistencia en cada evento para poder tener una medición acertada.

$$\frac{\# \text{ participantes frecuentes}}{\# \text{ Total de participantes}} \times 100$$

#### Indicador de Control y Seguimiento para la Estrategia Social Media

Aumento en el número de Seguidores en Redes Sociales: Este indicador medirá el éxito en la expansión de la comunidad en línea durante un periodo de tiempo. Un valor positivo indicará un aumento en el número de seguidores, lo que significa un crecimiento en la visibilidad y el alcance de la comunidad en las redes sociales.

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

$$\frac{\# \text{ de seguidores final} - \# \text{ seguidores inicial}}{\# \text{ de seguidores inicial}} \times 100$$

#### **Indicador de Control y Seguimiento para la Estrategia de Contenido de Atracción:**

Índice de Interacción de la Comunidad: Este indicador evaluará el nivel de interacción y participación de la comunidad en las publicaciones de las redes sociales de Xposible. Un índice alto indicará una comunidad activa y comprometida que interactúa regularmente con el contenido. Esto sugerirá que la estrategia de contenido de atracción ha tenido éxito en involucrar a los miembros y fomentar la participación activa en las redes sociales.

$$\frac{\# \text{ Total de Comentarios} + \# \text{ Total de Compartidos}}{\# \text{ Total de Publicaciones en Redes Sociales}} \times 100$$

#### **Indicador de Control y Seguimiento para la Estrategia SEO:**

Tasa de Conversión de Leads a Miembros: Este indicador evaluará la efectividad de la estrategia SEO en la generación de leads de calidad y su conversión en miembros activos de la comunidad. Cuanto mayor sea la tasa de conversión, mejor será el rendimiento de la estrategia en la retención de nuevos miembros y su compromiso con la comunidad.

$$\frac{\text{Número de Leads Convertidos en Miembros}}{\# \text{ Total de Leads Generados}} \times 100$$

#### **Indicador de Control y Seguimiento para la Estrategia Co branding :**

Participación de alianzas en el total de nuevos miembros: Este indicador evaluará el éxito de la estrategia de Co branding en la expansión de la base de datos de contactos de Xposible a través de alianzas estratégicas. Un incremento positivo en este indicador indicará que las alianzas están contribuyendo efectivamente a la ampliación de la base de datos.

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

$$\frac{\# \text{ de Nuevos miembros Adquiridos a través de Alianzas}}{\text{Total miembros comunidad}} \times 100$$

#### Indicador de Control y Seguimiento para la Estrategia Complementaria:

Crecimiento de la comunidad a través de eventos complementarios: Se debe llevar un registro del número de nuevos contactos que se adquieran a través de los eventos complementarios. Calcular la diferencia entre el número de nuevos contactos y la cantidad de contactos que ya estaban en la base de datos antes de la implementación de un nuevo evento. Este indicador evaluará el éxito de la estrategia de eventos complementarios en la expansión de la base de datos de contactos de la Comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible a través de la generación de espacios complementarios de aprendizaje.

$$\frac{\# \text{ de Nuevos miembros Adquiridos en eventos complementarios}}{\text{Total miembros comunidad}} \times 100$$

#### 9.6.2 Cronograma para el Año 2024

La implementación de estas estrategias se llevará a cabo a lo largo del año 2024. Cada estrategia se dividirá en tácticas específicas que se llevarán a cabo en momentos estratégicos. Se programarán evaluaciones periódicas para medir el progreso y realizar ajustes según sea necesario.

#### 9.6.3 Presupuesto

Es importante destacar que el presupuesto asignado para estas estrategias se ha planteado de manera austera, teniendo en cuenta los recursos propios que Colsubsidio puede proporcionar para este ejercicio académico. Se ha priorizado la asignación de

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

recursos de manera eficiente y se buscará maximizar el impacto de cada inversión realizada. El presupuesto se utilizará para cubrir costos relacionados con la ejecución de las estrategias, como campañas publicitarias, desarrollo de contenido entre otros.

La siguiente tabla profundizará en cada una de las estrategias propuestas, detallando las tácticas específicas, los indicadores de control, los presupuestos asignados y las fechas clave de desarrollo. Estas estrategias se han diseñado con el propósito de fortalecer la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible, promoviendo el crecimiento, la retención y la participación de sus miembros.

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

**Ilustración 29. Propuesta de la ruta**

Estrategias	Indicador	Presupuesto	Acciones	Ene	Feb	Marz	Abr	May	Jun	Jul	Agos	Sept	Oct	Nov	Dic	
1. Estrategia Social Media (Crear redes sociales propias o potenciar existentes)	<b>Aumento en el # de Seguidores en Redes Sociales</b>  $\frac{\# \text{ de seguidores final} - \# \text{ seguidores inicial}}{\# \text{ de seguidores inicial}} \times 100$	\$ 12.000.000	Campaña social ads													
		\$ 2.000.000	Diseño y ejecución de concursos atractivos para la comunidad, Premios y reconocimientos para incentivar la participación.													
		Recurso interno	Creación y Publicación de Píldoras Informativas													
		\$ 4.000.000	Colaboración con influencers y embajadores													
2. Estrategia de contenidos	<b>Índice de Interacción de la Comunidad</b> $\frac{\# \text{ Total de Comentarios} + \# \text{ Total de Compartidos}}{\# \text{ Total de Publicaciones en Redes Sociales}}$	Recurso interno	Parrilla de contenidos													
		Recurso interno	Artículos de invitados													
		Recurso interno	Contenido descargable													
3. Estrategia de posicionamiento (SEO)	<b>Tasa de Conversión de Leads a Miembros</b> $\frac{\text{Número de Leads Convertidos en Miembros}}{\# \text{ Total de Leads Generados}}$	Recurso interno	Estudio de Keywords													
		Recurso interno	Optimización artículos Guest Post													
		\$ 2.000.000	Creación Landing Page													
4. Estrategia de crecimiento	<b>Participación de alianzas en el total de nuevos miembros</b> $\frac{\# \text{ de Nuevos miembros Adquiridos a través de Alianzas}}{\text{Total miembros comunidad}}$	Recurso Interno	Email marketing													
		Recurso Interno	Co-branding													
5. Estrategia interna y complementaria	<b>Crecimiento de la comunidad a través de eventos complementarios</b> $\frac{\# \text{ de Nuevos miembros Adquiridos en eventos complementarios}}{\text{Total miembros comunidad}}$	Recurso Interno	Marketing de eventos													
		Recurso Interno	Otras formas de aprender													
		Recurso Interno	Networking estratégico													

Fuente: Elaboración propia. Cronograma, indicadores y presupuesto de la ruta propuesta.

## **10.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **Conclusiones:**

En el transcurso de esta consultoría, se ha llevado a cabo un exhaustivo análisis a la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible, con el propósito de incrementar la participación y fomentar el intercambio de conocimiento, aprendizaje y experiencia. A partir de la investigación y las estrategias propuestas, se desprenden las siguientes conclusiones generales, que se alinean con los objetivos planteados:

- La primera conclusión se centra en la importancia de llevar a cabo una evaluación continua de la estructura y planeación de Colsubsidio X-posible y su comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible. Esto no solo es relevante para identificar brechas y áreas de mejora, como se ha discutido a lo largo de esta consultoría, sino también para mantener la comunidad en sintonía con las cambiantes necesidades de los miembros y las tendencias en el campo de la innovación.
- La disminución en la asistencia a los webinars, se traduce en una reducción de la comunidad activa, es una conclusión crucial que revela un desafío significativo para Colsubsidio X-posible. Esta tendencia sugiere una brecha en la capacidad de atraer y retener a la audiencia, lo que a su vez tiene un impacto directo en los objetivos de la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible. La brecha identificada destaca la necesidad de adaptar la estructura y la planificación de los eventos para alinearse con las preferencias de la audiencia. Esto implica no solo considerar la frecuencia de los webinars, como se mencionó previamente, sino también explorar nuevos formatos, duraciones y horarios que se ajusten mejor a las agendas y preferencias de los miembros.

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

- Existe una falta de consenso sobre la frecuencia ideal de los webinars y los horarios de los eventos, lo que demuestra la necesidad de adaptar la programación para satisfacer las preferencias de la mayoría. Además, se ha identificado una oportunidad para mejorar la difusión de los eventos y llegar efectivamente a todos los miembros, lo que requiere una interacción bidireccional para fomentar la participación activa. Esta conclusión respalda la importancia de implementar estrategias dinámicas y flexibles que permitan una mayor participación y compromiso de la comunidad. Las acciones propuestas no deben ser estáticas, sino que deben adaptarse a las circunstancias cambiantes y a las preferencias de la comunidad. La flexibilidad y la capacidad de ajustar las estrategias según la retroalimentación y los resultados son fundamentales para lograr un mayor número de participantes en los eventos planteados.
- En el análisis de esta consultoría se destaca la importancia de enfocarse en la gestión de mercadeo digital e innovación como parte integral de la ruta de fortalecimiento, estas dos áreas son cruciales para motivar a los asistentes de los webinars a participar de manera continua y para fomentar interacciones y conexiones en la comunidad en aspectos de innovación. La implementación efectiva de estrategias de mercadeo digital y la adopción de enfoques innovadores en la comunidad pueden generar un mayor impacto. Esta ruta deberá enfocarse en ofrecer contenido relevante y valioso, así como en brindar oportunidades para la colaboración y el aprendizaje. Actualmente la comunidad no cuenta con canales de social media fortalecidos que refuercen la propuesta de valor a la comunidad. Se ha identificado la necesidad de diversificar las plataformas de transmisión y explorar nuevas opciones. También es crucial continuar brindando contenido de alto valor y considerar otros canales para la entrega de dicho contenido.

### **Recomendaciones**

Basadas en los resultados y conclusiones de esta consultoría, se proponen las siguientes recomendaciones destinadas a mejorar la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible.

- Se recomienda ajustar la programación de eventos de la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible para alinearse con las preferencias de la audiencia. Esto implica considerar la frecuencia de los webinars y explorar nuevos formatos y horarios que se adapten mejor a las agendas de los participantes. Además, se sugiere realizar webinars fuera del horario laboral para garantizar una mayor participación, de lo contrario realizar alianzas con empleadores con el fin de incluir estos espacios dentro de los programas de capacitación y formación de cada empresa para así no tener problema con los horarios de los trabajadores.
- Se recomienda implementar estrategias que fomenten la interacción y la participación durante los webinars. Esto incluye la incorporación de sesiones de preguntas y respuestas en tiempo real, foros de discusión y encuestas interactivas y espacios para el networking virtual.
- Implementar estrategias de comunicación digital que lleguen efectivamente a todos los miembros de la comunidad, utilizando canales alternativos como redes sociales, mensajería instantánea y aplicaciones móviles.
- Se recomienda realizar una planificación anticipada, para proporcionar toda la información relevante de los eventos y webinars con al menos un mes de antelación con el fin de permitir una generación de estrategias de publicidad y promoción más efectiva en redes sociales y lograr que los miembros de la comunidad también organicen sus agendas.

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

- **Eventos Presenciales Opcionales:** Explorar la posibilidad de ofrecer eventos presenciales para aquellos miembros que valoran el networking y el contacto directo y lograr evolucionar a una experiencia hibrida y/o phygital.
- **Revisión de Contenido y Temáticas:** Evaluar y diversificar continuamente el contenido de los webinars para mantener el interés de la audiencia y evitar la repetición de temas. Realizar encuestas o sondeos de interés para identificar las preferencias de los miembros, con el fin de atraer nuevos miembros y mantener los actuales.
- **Explorar Nuevas Plataformas:** Diversificar las plataformas de transmisión, además de Zoom, para aumentar la visibilidad y la asistencia. Evaluar opciones que brinden una experiencia más enriquecedora.
- **Estrategias de Inscripción y Retención:** Desarrollar estrategias efectivas para aumentar el número de inscritos y convertirlos en asistentes activos. Esto podría incluir programas de fidelización y recompensas.
- **Se recomienda ampliar el proceso de benchmarking con Ted Talks y también explorando comunidades similares que puedan ofrecer perspectivas valiosas para fortalecer la estrategia de la comunidad.** Instituciones como Innpulsa, Cámara de Comercio, ANDI y otras empresas o entidades afines pueden proporcionar insights significativos sobre prácticas exitosas, enfoques innovadores y estrategias efectivas para el crecimiento de comunidades de aprendizaje y conocimiento en innovación. Este análisis comparativo permitirá identificar las mejores prácticas del sector, adaptarlas a las características específicas de la comunidad, y aprovechar eficazmente las lecciones aprendidas de otros referentes en el ámbito de la innovación y el desarrollo empresarial.

En general, estas recomendaciones se alinean con los objetivos específicos planteados al inicio de la consultoría y tienen como objetivo mejorar la participación, la interacción y la experiencia de la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible.

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

Además, abren espacios para futuras investigaciones y mejoras continuas en la comunidad, promoviendo un ambiente de aprendizaje dinámico y colaborativo.

## 11. REFERENCIAS

- Aceros, J. C.-G.-P. (5 de Agosto de 2022). Livinglabs como modelos de innovación abierta. Análisis a partir del concepto de extitución. *Pedagogía Social. Livinglabs como modelos de innovación abierta. Análisis a partir del concepto de extitución. Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*,41, 161-177. DOI: 10.7179/PSRI\_2022.41.11.
- AENOR. (2011). *Gestión de la I+D+i*. España: AENOR.
- Afanasyev, V. V. (2020). Capabilities of Cloud Services and Webinars Effectiveness of Teaching Humanities Students. *Utopía y Praxis Latinoamericana*. En V. V. Afanasyev, *Capabilities of Cloud Services and Webinars Effectiveness of Teaching Humanities Students. Utopía y Praxis Latinoamericana* (págs. 135-146).
- Álvarez, S. C.-E.-J.-D. (2018). Transformación digital de los negocios de network marketing, multinivel y ventas directas. El impacto de nuevas herramientas y plataformas digitales. *The Anáhuac Journal: Business and Economics, Vol. 18, núm. 2,*.
- Asocajas. (1 de 12 de 2022). *Asocajas*. Obtenido de Estadísticas: <https://www.asocajas.org.co/portafolio-gremial/estadistica/>
- Bathla, S. (2019). *Think Out of The Box*. Estados Unidos: Independently Published.
- Berger, J. (2014). *Contagious: How to Build Word of Mouth in the Digital Age*. New York: Simon & Schuster.
- Blumenfeld, J. S. (2006). *The Cambridge Handbook of the Learning Sciences*. New York: Cambridge England.
- Branch. (21 de 06 de 2022). <https://branch.com.co/>. Obtenido de <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2021-2022/>
- Chesbrough, H. (2003). *Open Innovation: Researching a new Paradigm*. Usa: Oxford.

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

Clarke, A. (2022). *SEO 2023: Learn search engine optimization with smart internet marketing strategies*. Independently published . doi:979-8365386143

Colsubsidio. (2016). *Memorias de impacto social*. Bogotá.

Colsubsidio. (2019). *Informe de gestión y sostenibilidad*. Bogotá.

Colsubsidio. (2021). *Informe de gestión*. Obtenido de Colsubsidio.com:  
<https://www.colsubsidio.com/nosotros/perfil/reportes-de-gestion>

Colsubsidio. (2021). *Informe de gestión y sostenibilidad*. Bogotá.

Colsubsidio. (2022). *Informe de gestión y sostenibilidad Colsubsidio 2022*. Bogotá. Obtenido de  
<https://www.colsubsidio.com/hubfs/documentos/colsubsidio/informe-gestion-y-sostenibilidad-colsubsidio-2022.pdf>

Colsubsidio. (8 de 2022). *Retos de Innovación Abierta Universidades Semestre 2022-2*. Bogotá, D.C., Colombia.

Colsubsidio. (s.f.). *Colsubsidio.com*. Obtenido de Perfil organizacional:  
<https://www.colsubsidio.com/nosotros/perfil>

Colsubsidio. (s.f.). *www.colsubsidio.com*. Obtenido de <https://www.colsubsidio.com/>

Coppola, M. (05 de septiembre de 2022). *Hubspot.com*. Obtenido de Guía completa de SEO para 2023: <https://blog.hubspot.es/marketing/guia-completa-seo>

Cortizo, J. C. (Julio de 2011). *Gamificación y docencia: lo que la universidad tiene que aprender de los videojuegos*.

Doerr, J. (2019). *Mide lo que importa: cómo Google, Bono y la Fundación Gates cambian el mundo con OKR*. Measure What Matters. National Geographic Books.

Dotras, A. (2018). *Social media: herramientas y estrategias empresariales*. Ediciones de la U. Obtenido de <https://www-ebooks7-24-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/?il=8001>

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

EAN. (s.f.). *universidadean.edu.co/que-es-ean-consultoria*. Obtenido de <https://universidadean.edu.co>

Estrada, R. (2014). Una revisión sistemática de la literatura,. *Revista científica electrónica de Educación y Comunicación en la Sociedad del Conocimiento Etic@net*,. Obtenido de <http://eticanet.org/revista/index.php/eticanet/article/view/45/39>

Flores, C. Q. (27 de Mayo de 2019). Una Mirada a los aprendizajes de las nuevas asociaciones de networking empresarial: El caso de BNI Chile. *Una Mirada a los aprendizajes de las nuevas asociaciones de networking empresarial: El caso de BNI Chile*. Chile.

*Funciones principales áreas*. (s.f.). Obtenido de Organigrama colsubsidio: <https://www.colsubsidio.com/hubfs/documentos/colsubsidio/organigrama-colsubsidio.pdf>

Grützner, G. J. (enero de 2019). La Gestión De Conocimiento Y El Aprendizaje Organizacional En Una Empresa Pequeña E Internacional De Colombia: Caso De Estudio En El Sector Educativo. Bogotá.

Hernández Dauder, M. Á. (2020). *Marketing Digital. Mobile Marketing, SEO y Analítica Web. Edición 2020*. (Anaya Multimedia, Ed.) Madrid: Larousse - . Obtenido de <https://elibro-net.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/e>

Hernandez, Y. L. (2021). El aprendizaje y las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones. *Revista Cubana Educación Médica Superior*, 18.

<https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2021-2022>. (21 de Junio de 2022). Obtenido de <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-colombia-en-el-2021-2022>: <https://branch.com.co/>

<https://intelligence.weforum.org/>. (2023). *WORLD ECONOMIC FORUM*. Obtenido de <https://intelligence.weforum.org/topics/a1Gb0000000LPfEAO/key-issues/a1Gb0000001hNYKEA2>

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

- Infante, A. (2010). "Sistemas de videoconferencia como método educativo". . "Sistemas de videoconferencia como método educativo". . <http://hdl.handle.net/123456789/1869>).
- Infante, A. (2010 de 2010). "Sistemas de videoconferencia como método educativo". "Sistemas de videoconferencia como método educativo". <http://hdl.handle.net/123456789/1869>.
- Jaime Andres Torres Ortiz, U. P. (2017). FORMACION PEDAGÓGICA HIBRIDA EN DOCENTES LICENCIADOS A TRAVÉS DE LA EDUCACION A DISTANCIA Y VIRTUAL . FORMACION PEDAGÓGICA HIBRIDA EN DOCENTES LICENCIADOS A TRAVÉS DE LA EDUCACION A DISTANCIA Y VIRTUAL . Revista de Pedagogía, Vol. 38, N° 103, 2017, pp. 275-292.
- Kirillova, I. K. (2021). Sistemas electrónicos modernos en la organización de webinars. *Revista Eduweb*,, 39-48. doi:DOI: <https://doi.org/10.46502/issn.1856-7576/2021.15.01.4>
- Kubr, M. (1996). *La consultoria de empresas: guía para la profesión*. Ginebra. doi:/Guía/, /Servicios consultivos en materia de gestión/, /Consultor de empresas/. 12.04.1
- LA REPUBLICA. (13 de 12 de 2022). Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/en-colsubsidio-cerraremos-este-2022-con-mas-de-1-billon-entregados-en-subsidios-3507178#:~:text=Las%20cajas%20de%20compensaci%C3%B3n%20cuentan,los%20trabajadores%20y%20sus%20familias>
- LA REPUBLICA. (6 de 03 de 2023). <https://www.larepublica.co/>. Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/colsubsidio-y-compensar-lideran-el-mercado-de-las-cajas-de-compensacion-en-el-pais-3560581#:~:text=Colsubsidio%20lidera%20el%20mercado%2C%20con,y%20Comfenalco%20Antioquia%2C%20con%20452.798>
- lanota.com. (31 de 07 de 2022). *lanota.com*. Obtenido de Colombia, Ranking 2021 cajas de compensación familiar de Colombia: <https://www.lanota.com/index.php/CONFIDENCIAS/ranking-2021-cajas-de-compensacion-familiar-de-colombia.html>

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

- Linda C Li, J. M. (2009). Evolution of Wenger's concept of community of practice. *Implementation Science*. Obtenido de <https://web-p-ebSCOhost-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=6&sid=d57d9c7b-2799-42b6-aa83-d271200b121c%40redis>
- Maram, L. (20 de 07 de 2021). *Luis Maram*. Obtenido de Estrategia de comunicación digital: 7 pasos para construirla: <https://web-s-ebSCOhost-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=2ffe339f-2f5f-47fd-bff9-eee3df75f01c%40redis>
- MARÍN, I. G. (ENERO-MARZO de 2015). La era del mercadeo digital. *DEBATES IESA*, XX(1), 48.
- Martín, S. C. (2020). *Manual de OKR*. Madrid, España: Singular People S.L.
- Martín, S. C. (2020). *Manual de OKR*. Madrid, España: Singular People S.L.
- McCarthy, S., Saxby, L., Thomas, M., & Weertz, S. (2012). Connecting through Webinars: A CRLA Handbook for the Use of Webinars in Professional Development. College Reading and Learning Association Professional Development. *Connecting through Webinars: A CRLA Handbook for the Use of Webinars in Professional Development*. College Reading and Learning Association Professional Development.
- Mercado Borja, W. E. (octubre de 2018). Análisis y evaluación de procesos de interactividad en entornos virtuales de aprendizaje. . Argentina, Cordoba.
- Mitma, J. L. (23 de marzo de 2022). La metodología ITalent virtual 2.0 en la generación de innovaciones disruptivas. *La metodología ITalent virtual 2.0 en la generación de innovaciones disruptivas*. Lima.
- Moll, S. (05 de 06 de 2014). *Gamificación: 7 claves para entender qué es y cómo funciona*. Obtenido de Gamificación: 7 claves para entender qué es y cómo funciona: <https://justificaturespuesta.com/gamificacion-7-claves-para-entender-que-es-y-como-funciona/>

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

- Mullard, A. (Mayo de 2013). Henry Chesbrough. *Nature Reviews Drug Discovery.*, 12, 338-339.  
doi:10.1038/nrd4008
- Nacion, L. (2014). La videollamada comercial cumple 50 años. *La videollamada comercial cumple 50 años*. La Nacion, <https://www.lanacion.com.ar/1683863-la-videollamada-comercial-cumple-50-anos>.
- Noa Silverio, L., & Maciá Gravier, M. (2020). Comunidades de aprendizaje para contribuir a la superación de los. *Revista Cubana de Educación Superior*, 10-11.
- Republica, L. (Noviembre de 2019). *www.larepublica.co*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/colsubsidio-y-compensar-tienen-27-de-afiliados-al-sistema-de-cajas-de-compensacion>
- Rodríguez, D. R. (2020). Modelo de aprendizaje organizacional: integración de las perspectivas de investigación. *Modelo de aprendizaje organizacional: integración de las perspectivas de investigación*. REVISTA LASALLISTA DE INVESTIGACIÓN–Vol. 17 No 1.
- Rondón, E. A. (Julio de 2021). Entorno web para la gestión del conocimiento que fortalezca la calidad educativa. *Revista de Investigación N° 105 Vol. 45*, 232. Obtenido de orcid.org: <https://orcid.org/0000-0003-3297-1859>
- Rondón, E. A. (2021). Entorno web para la gestión del conocimiento que fortalezca la calidad educativa. *Revista de Investigación N° 105 Vol. 45*, 236-237.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación* (6 ed.). Mexico D.F: Mc Graw Hill.  
doi:ISBN: 978-1-4562-2396-0
- Sanabria Pulido, P., & Guzmán Botero, A. (2021). Políticas públicas, valor público y gobernanza colaborativa El caso de la Caja Colombiana de Subsidio Familiar Colsubsidio. En P. S. Botero. Bogotá: Uniandes.
- Sánchez, J. H. (Julio de 2021). Herramientas digitales: nuevos espacios en tiempo de pandemia. *Herramientas digitales: nuevos espacios en tiempo de pandemia*, 33-47.

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

- Sánchez, M. (2020). Webconferencia en educación: potencial, posibles usos, herramientas y organización de actividades. Guías prácticas. *Webconferencia en educación: potencial, posibles usos, herramientas y organización de actividades. Guías prácticas.*  
www.cibermarikiya.com | @cibermarikiya.
- Sánchez, M. (2020). Webconferencia en educación: potencial, posibles usos, herramientas y organización de actividades. Guías prácticas. *Webconferencia en educación: potencial, posibles usos, herramientas y organización de actividades. Guías prácticas.*  
www.cibermarikiya.com | @cibermarikiya.
- Sánchez, M. (2020). Webconferencia en educación: potencial, posibles usos, herramientas y organización de actividades. Guías prácticas. *Webconferencia en educación: potencial, posibles usos, herramientas y organización de actividades. Guías prácticas.*  
www.cibermarikiya.com | @cibermarikiya.
- SENA Antioquia centro de comercio. (2016). *ABC de la innovación.* Antioquia: Jhon Fredy Escobar Soto.
- Sereno, E. (2010). Webinars, la formación del futuro. Recuperado a partir de [http://www.aprendemas.com/Reportajes/Html/R1758\\_F31032010\\_1.html](http://www.aprendemas.com/Reportajes/Html/R1758_F31032010_1.html) , . *Webinars, la formación del futuro. Recuperado a partir de*  
[http://www.aprendemas.com/Reportajes/Html/R1758\\_F31032010\\_1.html](http://www.aprendemas.com/Reportajes/Html/R1758_F31032010_1.html) , .  
[https://es.slideshare.net/cext/webinar-4445420?from\\_action=save](https://es.slideshare.net/cext/webinar-4445420?from_action=save).
- Silvio, J. (. (2009). Tendencias de la investigación sobre educación virtual y a distancia. Revista Iberoamericana de Investigación en Educación Superior: Avances del Primer Encuentro Internacional Sobre Educación . *Tendencias de la investigación sobre educación virtual y a distancia.* . Revista Iberoamericana de Investigación en Educación Superior: Avances del Primer Encuentro Internacional Sobre Educación .
- Sinisterra, A. O.-B.-C.-R. (24 de Julio de 2019). Ruta de aprendizaje de gestión del conocimiento en fundaciones empresariales. *Económicas CUC*, 40(2), 70-86. DOI:  
<http://dx.doi.org/10.17981/econcuc.40.2.2019.05>. *Ruta de aprendizaje de gestión del*

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

*conocimiento en fundaciones empresariales. Económicas CUC, 40(2), 70-86. DOI: <http://dx.doi.org/10.17981/econcuc.40.2.2019.05>. Colombia: Económicas CUC, vol. 40 no. 2, pp. 70-86.*

Ultimo, C. (11 de 04 de 2022). *Webex*. Obtenido de Webinars en 2022: lo que debe saber: <https://blog.webex.com/es/administracion-de-eventos/webinars-en-2022-lo-que-debe-saber/#tendencias%20de%20los%20webinars>

UNESCO. (2010). *Informe mundial sobre el aprendizaje y la educación de adultos*. Hamburgo, Alemania: Global Report.

Universidad EAN. (2016). Estrategias de marketing digital. (D. A. Yejas, Ed.) *Revista EAN*, 59-72. Obtenido de <https://web-s-ebsohost.com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=11&sid=98b7297d-81aa-40ff-93c3-84278fd5c251%40redis>

Wenger, E. (2001). *Comunidades de Práctica: Aprendizaje, Significado e Identidad (Cognición y Desarrollo Humano)*. Paidós.

Xposible. (2020). *Empresas con conciencia*. Bogotá, D.C., Colombia.

Xposible. (s.f.). *www.xposible.com*. Obtenido de <https://www.xposible.com/>

*Xposible.com*. (s.f.). Obtenido de La sostenibilidad es el futuro de las empresas del país: <https://xposible.com/quienes-somos>

Young, J. (2009). Designing Interactive Webinars. *Designing Interactive Webinars*. Designing Interactive Webinars. Recuperado a partir de <http://www.facilitate.com/support/facilitatortoolkit/docs/DesigningInteractiveWebinars.pdf>.

**ANEXOS**

**ANEXO 1 : Instrumento Cuantitativo 1- Encuesta**

¿Cuál es el motivo por el cual no has podido asistir a nuestros eventos?

Si respondiste "Otra" en la pregunta 1 explícanos la respuesta

¿Cuál es la periodicidad ideal para ver nuestros webinars?

¿La mejor hora para el webinar sería?

¿Cuál es el mejor día para nuestro webinar?

¿De qué manera prefiere ver nuestros webinars?

¿Qué sugerencias nos harías para mejorar nuestra comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible?

¿De qué otra manera te gustaría aprender con nosotros?

Si tu respuesta fue "otras" cuéntanos ¿qué otra oportunidad de aprendizaje te gustaría explorar?

**ANEXO 2. Instrumento cuantitativo 2. Encuesta dirigida a asistentes de webinars en la comunidad**

1. *¿Ha recibido la programación de las sesiones para poder agendarse con tiempo?*

Si / No.

2. *¿Suele enviar la invitación a amigos o conocidos (que posiblemente estén interesados) a participar en nuestros webinar?*

Si / No.

3. *Los temas tratados son:*

## Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible

### Colsubsidio 2023

De interés por mi perfil.

Innovadores.

Repetitivos.

Nada Interesantes.

4. *¿Cómo le gustaría interactuar durante la charla?*

5. *¿Qué alternativas de mejora o cambio podría proponer para nuestra comunidad?*

Diferentes temáticas.

Diferentes horarios.

Otros canales de difusión.

Todas las anteriores.

6. *¿Le interesaría encontrar en la plataforma otras herramientas y metodologías diferentes al webinar?*

Si / No.

7. *Usted se conecta al webinar por:*

Tema ofrecido.

Panelista invitado.

Quiero hacer networking.

## **ANEXO 3. Entrevista comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible**

### **Preguntas dirigidas a Nicole / Laura, equipo operativo**

1. *¿Cómo se gestiona la comunicación masiva?*

## **Dinamizando la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de X-posible**

### **Colsubsidio 2023**

2. Con el fin de garantizar mayor cobertura y permanencia de los asistentes se hace necesario generar una planificación de las sesiones ¿Cómo se lleva a cabo esa planeación el día de hoy?

3. ¿Qué aspectos intervienen y son claves para la selección de las temáticas y los speaker? ¿existe alguna metodología? ¿tienen metas o indicadores? ¿qué creen que los hace diferentes y porqué consideran que un webinar de la comunidad de aprendizaje es mejor que los demás?

#### **Preguntas dirigidas al líder del área**

1. ¿Cómo es la estructura de costos de la comunidad de aprendizaje y conocimiento en innovación de Xposible? En el entendido que dependen de los ingresos de la Caja de Compensación para el funcionamiento y ¿cuál consideran el beneficio para Colsubsidio con esta estrategia?

2. ¿Han dimensionado ampliar la comunidad con las otras cajas de compensación como un esquema de alianza? ejemplo bajo el escenario de cajas sin fronteras y en este sentido ¿creen ustedes que las demás Cajas de Compensación son su competencia? O ¿cuál sería su competencia?

3. ¿Se ha contemplado dentro del modelo de los webinars, el incluir certificados a los asistentes que completen un ciclo de asistencia? Con el fin de motivar a los asistentes a participar a más charlas.

4. ¿Está dentro de la estructura de investigación, desarrollar una segmentación clara de los asistentes a los webinars a los cuales Colsubsidio está interesado en impactar?, con el fin de establecer una estrategia de marketing enfocada y efectiva.

5. ¿Qué estrategias de Branding Digital se han implementado, para establecer y unificar la imagen de X-Posible y Colsubsidio en las plataformas virtuales?

#### **Preguntas dirigidas para el área de Planeación.**

1. ¿Hacia dónde quiere dirigir los esfuerzos de esta construcción de la comunidad? ¿Tiene alguna meta en tiempo, alcance?

2. ¿Como articular esta iniciativa de construcción de comunidad con las demás áreas de Colsubsidio o incluso, con otras compañías líderes en Innovación?