

Upro



Buenas prácticas

en la ejecución del

Programa de Formación en Competencias Digitales

19 de diciembre del 2025



BUENAS PRÁCTICAS

El **viernes 19 de diciembre** se celebró una reunión online a la que fueron convocadas las Entidades Adherida al PFCD con el fin de trasladar ejemplos que supongan **buenas prácticas** y que estén funcionando de manera **satisfactoria para la captación, movilización y retención de profesionales** interesados en el Programa de Formación de Competencias Digitales.

Participaron representantes de diferentes entidades adheridas cuyas aportaciones detalladas se incluyen a continuación. No obstante, en términos generales caben destacar las siguientes acciones en la fase de ejecución del PFCD:

- Para **captar el interés** de **nuevos profesionales**:

- Acciones de **comunicación directa**
- **Segmentar colectivos** para lanzar mensaje adecuado
- **Newsletter** profesional
- **Adaptación** de diseños al perfil del colectivo
- Organización de eventos
- Ofrecer **incentivos**
- Certificado – acreditaciones de formación continua
- Mensajes con gancho (ej: “cesta de navidad”)
- Informar sobre el programa en medios propios (ej: revista)

- Para **movilizar** a los **profesionales inscritos**:

- **Relación directa y personalizada** entre Colegio Profesional y profesional inscrito.
- **Segmentar** para lanzar **mensaje adecuado** y un mejor acompañamiento.
- **Cuestionario** para programación de las **sesiones presenciales** (tener en cuenta las “preferencias” del inscrito).

- Apoyo desde el Consejo General en la generación de una **comunidad de colegios profesionales** para **mejor coordinación de acciones** que estimulen a los profesionales:

- **Compensación** en base a las acciones implementadas por los colegios profesionales (métricas diseñadas)
- Designar a **coordinador** por Colegio profesional
- Generar grupo de **WhatsApp** con dinamizadores
- Video “informativo” sobre operativa SUG
- **Banners en las webs** de colegios territoriales
- **Coordinación para programar** las sesiones presenciales

EXPOSICIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS POR ENTIDAD ADHERIDA

1.- Instituto de actuarios

- **Certificación** IAE *Certified Data Science Actuary*. Se otorgará a todos los colegiados que finalicen la formación (**marca registrada**). Implica el reconocimiento directo de 3 años de formación continuada a los acreditados (2025, 2026 y 2027).
- **Pop up** en la web del Instituto (www.actuarios.org) que salta cada vez que se entra en la web, con enlace directo a upro.es
- **Mailing directo** a los colegiados
- **Publicidad** en medios del sector
- Elaboración de “preguntas y respuestas”
- Contenido en **la revista de la profesión**. Actuarios
- Difusión en eventos y campaña **de LinkedIn**

2.- Consejo General de Colegios de Farmacéuticos

- **Web específica del programa**
- **Banners**
- Grupo de **WhatsApp** con los **dinamizadores**
- Difusión del programa en canales propios. Importante la **Newsletter**
- **Marketing directo digital** (enviando mensajes directos a farmacéuticos perfil de Instagram)
- **Influencers** de Farmacia
- Comunicaciones más directas sobre el número de inscritos (¡6000 farmacéuticos ya se han inscrito!)
- **Acreditación sanitaria**

3.- Consejo General de la Abogacía Española

- **Newsletter** específica (83.000 seguidores)
- Publicación de **entrevistas a coordinadores**
- Comunicaciones semanales
- Monográfico en la **revista de la profesión**. Abogacía
- Lanzamiento de **incentivos**
- Formación para **“Abogado digital”**
- Conversación muy **segmentada** con los de inscritos que no avanzan (se están priorizando)
- Organización de **eventos y encuentros** con colegiados

4.- Consejo COLEF

- **Compensación económica** a los colegios según lo que implementan de acuerdo con un **sistema de métricas** (publicaciones en redes sociales, banners, número de notas de prensa en combinación con la fecha de publicación) .
- **Videos profesionales** (reels) del bloque de formación específico.
- **Dinamizadores**. Acciones directas con el alumnado (correo electrónico, llamada telefónica)
- **Impulso de cuestionario** acerca de “preferencias” para que se sientan partícipes sobre cuándo y cómo van a hacer las sesiones presenciales
- **Acciones directas**
- Relación institucional con Universidad

5.- Consejo Superior de Colegios de Ingenieros de Minas

- Apartado **específico en la web del Consejo**, con detalle del programa focalizado a los profesionales
- Cuestionario con **diez preguntas** en el que tenían información del programa
- Trabajo estrecho con los colegios profesionales **nombrando a un coordinador por cada colegio profesional**.
- Contacto **personalizado y directo** con el colegiado inscrito en la plataforma.
- De cara a los **webinars**, estar pendientes de **prestar soporte** a los docentes para que puedan focalizarse en la docencia.

6.- Consejo General de Colegios de Trabajo Social

- **Adaptación de la imagen y diseño** al colectivo profesional
- Reuniones estrechas con los **colegios profesionales** para implicarles y explicarles las **pautas** para elaborar los banners
- Durante los **eventos** se ha aprovechado para **visibilizar el programa de competencias digitales**
- Generación de **listas de distribución internas**
- **Seguimiento y trato personalizado** con los alumnos que se inscriben

7.- Colegio Oficial de Ing. Tec. de Telecomunicación

- Envío de un correo electrónico aprovechando el momento y captando atención: **“Este año la cesta de Navidad viene cargada”**

8.- Consejo General de Colegios de Terapia Ocupacional

- Comunicación y **atención personalizada** de los alumnos
- Personal del **colegio profesional** como **alumno ficticio** para conocer el funcionamiento de la plataforma y ofrecer ayuda personalizada
- Generación de **grupos de WhatsApp** para dinamización
- **Acreditación de la formación** sanitaria

9.- Organización Médica Colegial

- **Revisión de la web** de los colegios profesionales. Inclusión del PFCD en las mismas.
- Video informativo para acompañar a los **colegios profesionales** para conocer **como funciona el SUG** (video breve, didáctico y personalizado)

Captación y Dinamización

SÍNTESIS de acciones recogida por la UTE

Buenas prácticas

Las experiencias compartidas por los Consejos confirman que el contacto directo, el seguimiento activo y los incentivos institucionales son las palancas más efectivas.

LA COMBINACIÓN GANADORA ES: Contacto directo Colegio-Colegiado (captación, dinamización y administrativos para soporte) + Coordinador por Colegio + Seguimiento diario basado en datos (Colegio/Consejo/UTE/UP) + Incentivos claros + Presencia online de calidad

PALANCAS MÁS EFECTIVAS

Contacto directo Colegio ↔ Colegiado (principal factor de éxito)

- Emails y llamadas 1:1 desde los Colegios
- Genera confianza, acelera la activación y reduce dudas

Figura clave: Coordinador por Colegio

- Cada Colegio con responsable único del Programa
- Trabajo mano a mano con Consejo / OT / UTE
- Caso de éxito claro: Minas (100% captación en 1 mes)

Mensajes con "gancho" institucional

- Email del Consejo con incentivo claro (ej. "cesta de Navidad")
- → Se acuerda crear plantilla base reutilizable para todos los Consejos (UTE)

Seguimiento intensivo y personalizado

- Segmentación de comunicaciones:
 - No inscritos
 - Inscritos sin DR
 - Inscritos sin actividad
- Insistencia y continuidad = activación

DINAMIZACIÓN OPERATIVA

Personal del Colegio como "alumnos ficticios"

- Administrativas inscritas para conocer la plataforma
- Capacidad real de resolver dudas

Equipos de dinamización

- Llamadas + correos de apoyo a alumnos
- Recomendación Minas:
 - Dinamizador en webinars (gestión chat, soporte al formador)

Grupos de WhatsApp

- Coordinación rápida
- Resolución de dudas

CANALES Y FORMATOS QUE FUNCIONA

Web y contenidos propios

- Presencia destacada en web colegial
- Página específica del Programa
- Vídeos del propio Consejo con tips prácticos

Redes Sociales

- RRSS de Consejos y Colegios (foco en LinkedIn, Reels propios ej. CGAE y COLEF)
- Acciones presenciales amplificadas en RRSS

Influencers sectoriales

- Uso claro para impacto rápido
- Farmacéuticos (casos ya activados)

Newsletter

- Alta conversión
- Periodicidad quincenal

Revistas colegiales

- Impacto institucional alto
- Abogacía: número monográfico CGAE (12 enero)

INCENTIVOS Y RECONOCIMIENTO

Incentivos profesionales

- Abogacía: herramientas IA, servicios gratuitos

Certificaciones / acreditaciones

- Sanitarios y COLEF (en trámite)

Incrementan finalización, no solo inscripción

