

5.a. Se diseñan, gestionan y mejoran los procesos y los proyectos conforme a la estrategia establecida

La gestión de los procesos hace parte del Sistema de Gestión Integral de Fundación Coomeva. Su propósito es operar la Estrategia en función de requisitos, necesidades y expectativas de los diferentes grupos de interés.

Coomeva cuenta con una metodología sistémica, coherente con la Estrategia, para el diseño, gestión, medida y mejora. Esta metodología se enmarca en el ciclo PHVA -Planear, Hacer, Verificar y Actuar-, de tal forma que el mejoramiento continuo es una constante en la gestión de los procesos.



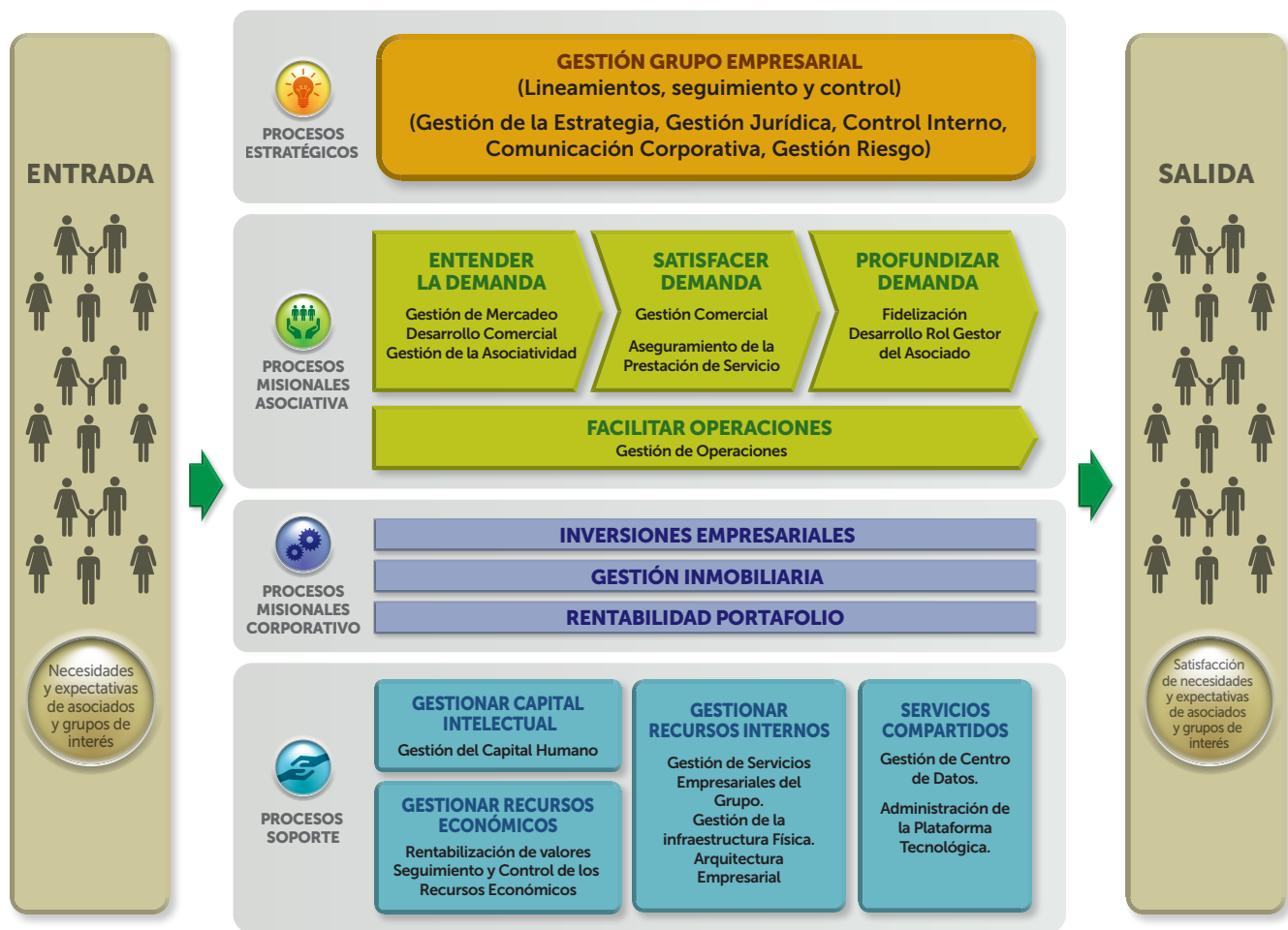
Gráfica Nro. 42 - Despliegue de la Estrategia - Gestión de Procesos



Gráfica Nro. 43 - Metodología de procesos.

Fundación Coomeva tiene implementado el Sistema de Gestión de Calidad, actualmente certificado bajo la Norma ISO 9001:2015.

En la siguiente Gráfica se describe el mapa de procesos de Coomeva y sus empresas, integradas en el servicio. La Fundación Coomeva se encuentra en los procesos Misionales.



Gráfica Nro. 44 - Mapa de procesos Coomeva y empresas integradas en el servicio.

Partiendo del Mapa de Procesos anterior, se describe a continuación la articulación de procesos que conforman el Modelo de Operación de Fundación Coomeva.



Gráfica Nro. 45 - Mapa de Procesos Fundación Coomeva

Avanzando en la estrategia de digitalización documental, se cuenta con el software de Gestión Documental Daruma, donde se encuentran los documentos que apoyan la operación de los procesos y que permiten evidenciar si estos se ejecutan de acuerdo con lo planificado. A través de procedimientos establecidos se definen, revisan, documentan y comunican los procesos y se forma a los colaboradores en su aplicación. Además con un flujo de documentación digital establecido para los diferentes productos/servicios a través de la herramienta Xtremo Digital.

El proceso comercial se ha reforzado con herramientas tecnológicas de georeferenciación, gestión de agendas-citas y diligenciamiento de formatos de manera digital a

través de la herramienta de Go do Works. Adicionalmente se cuenta con la herramienta de Adobe Sign para la generación de contratos y firmas digitales.

El seguimiento y la medición de los procesos se realizan en los respectivos comités de Gestión, apoyándose en tableros de control y en otros casos en el portal de indicadores BI, donde se revisan los resultados de los procesos, de los cuales se desprenden acciones orientadas a cerrar las brechas que pueden afectar el normal desempeño de los procesos y sirven de referencia para generar proyectos de innovación y mejora. Los procesos son medidos mediante los siguientes indicadores resultados:

INDICADOR	
FOMENTO	Formación empresarial (asociados)
	Formación empresarial (asistentes no asociados)
	Empresas creadas
	Empresas fortalecidas
	Empleos directos generados
	Ingresos por Fomento
	Índice de Satisfacción - Sueco
	Modelos de negocio acompañados
INTEGRAL	Nro. de microcréditos colocados provenientes del área de Fomento
	Tasa de uso
MICROCRÉDITO	Empresas apoyadas con microcrédito
	Monto de créditos desembolsados (MM)
	Índice de cartera vencida > 30 días
	Ingresos por microcrédito (MM)
	Índice de Satisfacción - Microcrédito
ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO	Gasto provisión individual mes (MM)
	Margen de contribución mes
	Gastos (MM)
	Costos (MM)
	Excedentes (MM)

Tabla Nro. 12 - Indicadores de gestión.

Para los servicios prestados por empresas del Grupo Coomeva, se realizan acuerdos de niveles de servicio en los cuales se detallan las condiciones para la prestación de los mismos, las responsabilidades de cada una de las partes y las condiciones de entrega.

Las actividades de seguimiento y monitoreo desarrolladas dentro de la gestión de procesos proporcionan una base marco de datos e información, la cual permite generar conocimiento y aprendizajes para la mejora de los procesos, enfocados en incrementar los estándares hacia una excelencia en la operación, y proporcionan de igual forma elementos de entrada para impulsar la creatividad, la innovación, la mejora, y el desarrollo de proyectos.

Existen los siguientes mecanismos para la identificación de oportunidades de mejora que pueden contribuir al desarrollo y mejoramiento:

- Auditorías internas y externas de calidad.
- Auditorías de control interno.
- Programas corporativos orientados a fortalecer la cultura del mejoramiento.
- Plan Estratégico Corporativo.
- Auditorías Modelo de Servicio Coomeva.
- Identificación de oportunidades de mejora en el desempeño de los procesos.
- Comités corporativos, nacionales y regionales de Fundación.
- Comités de riesgos.
- Encuestas de satisfacción.
- Atentos Coomeva.
- Evaluaciones de desempeño.

Fundación Coomeva, opera bajo el modelo de innovación descrito en el capítulo 1.

5. b. Se diseñan y desarrollan productos y servicios basados en las necesidades y expectativas de los clientes

El ciclo de diseño del producto es un proceso que se define en alineación con la planeación estratégica y la segmentación del mercado, incluyendo el conocimiento del asociado y el modelo de servicio.

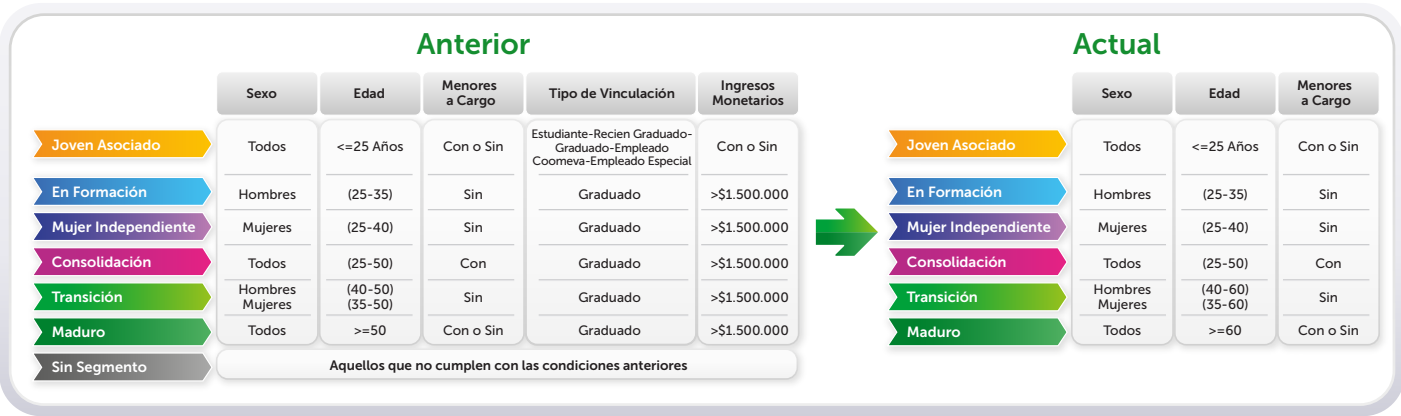
ELEMENTOS DE ENTRADA	PLANIFICACIÓN	DISEÑO	REVISIÓN	VERIFICACIÓN	VALIDACIÓN
Estudios de mercado y planes de mercadeo. Lineamientos Dirigencia, Junta Directa o Gerencia.	Plan de trabajo de producto.	Modelo de operación del producto, bajo estructura de producto FUN-FT-222 Ficha técnica del producto.	Garantizar que los productos cumplan con las características y variables requeridas.	El cumplimiento del producto frente a los elementos de entrada.	Realización de piloto por evento. Identificación de oportunidades de mejora.
		DOCUMENTACIÓN SOPORTE DEL PRODUCTO	SEGUIMIENTO DE LA PLANIFICACIÓN		Especificación definitiva.

Tabla Nro. 13 - Modelo de diseño y desarrollo de productos y servicios.

Para el rediseño y mejora de los productos y servicios se aplican los elementos de entrada del diseño inicial, con base en las tendencias del mercado y la evolución de los productos y servicios.

En Coomeva se han definido seis grandes segmentos para los cuales se tienen en cuenta las características

de la etapa de vida, rasgos de personalidad, grupos e intereses y la percepción de Coomeva, para direccionarles la oferta más apropiada y atractiva. La segmentación parte de un estudio antropológico que se actualiza de manera frecuente y que brinda como resultado actual 6 segmentos determinados por 3 criterios.



Gráfica Nro. 46 - Evolución segmentación Coomeva.

En la Fundación Coomeva la oferta para los asociados (emprendedores y empresarios) y para los micro segmentos por atender, se estructura con base en esta segmentación corporativa y se tienen en cuenta además las características y necesidades de las fases del Modelo de Desarrollo Empresarial con el que opera la Fundación.

Microsegmento	Característica general
Empresarios, potenciales o con intención	Asociados jóvenes o maduros con ocupación laboral o pensionados. Con espíritu emprendedor, que aún no han creado su empresa.
Empresarios nuevos	Asociados hasta 54 años, profesionales, recién egresados y en formación especializada, buscan independencia, construir futuro y estabilidad económica o cuentan con una empresa con menos de 24 meses de constitución.
Empresarios en consolidación o en expansión	Asociados hasta 55-64 años, independientes, emprendedores o empresarios. Principalmente de profesionales como: Economía, Administración, Educación; y con formación especializada, dueños de empresa o socios.

Tabla Nro. 14 - Microsegmentación Fundación Coomeva.

Con el fin de determinar las necesidades y expectativas de los asociados, se realizan estudios focalizados y ejercicios de referenciación en conjunto con las áreas de Mercadeo y de Investigación Corporativa. Esto permite a la organización contar con una tendencia de las exigencias del mercado, para el desarrollo de una oferta a la vanguardia y más asertiva para los asociados. Las herramientas que se emplean son:

- **Encuesta de satisfacción KAPE**, que mide anualmente la satisfacción de los asociados a Coomeva con los diferentes productos/servicios brindados,
- **Encuesta de Experiencia de Clientes**, que busca conocer la percepción de los asociados y clientes de Fundación Coomeva frente al servicio.
- **Reuniones interdisciplinarias** en las que se incluyen algunos proveedores para hacerlos partícipes del diseño o rediseño de productos y servicios, orientados a las necesidades del cliente.
- **Atentos Coomeva**, que es un sistema de interacción entre el asociado cliente y la Cooperativa y sus unidades de servicio o empresas.
- **Oportunidades de mejora** registradas en Daruma o planteadas en los comités de gestión y elevadas a los líderes de procesos, las cuales se revisan y gestionan.
- **Visitas de campo** a las oficinas, donde se escuchan las ideas u oportunidades de mejora evidenciadas por los colaboradores en el día a día.
- **Voz del Asociado**, que es una encuesta que mide la satisfacción del asociado con el servicio brindado por los asesores integrales.

Así mismo, la Fundación cuenta con diferentes estudios, entre ellos:

- **Estudio de Sostenibilidad Empresarial:** Permite conocer el grado de sostenibilidad de las empresas que la entidad ha acompañado en su creación y en su fortalecimiento.
- **Estudios de marca:** Estudio que permite medir el grado de posicionamiento de la marca Coomeva y sus empresas.
- **Estudio monitoreo de marca:** Permite realizar el monitoreo de la salud de marca.
- **Estudios de mercado:** Informes que mediante metodologías de benchmark, investigación cualitativa y grupos focales permiten conocer las necesidades y percepciones de los clientes potenciales y reales.

Al recoger la valoración de los aspectos internos y externos de la organización y las expectativas y necesidades de

cada una de las partes interesadas, Fundación Coomeva identifica brechas, plantea planes de acción y define su portafolio de servicios que se describe a continuación:

ACOMPAÑAMIENTO EMPRESARIAL

Fundación Coomeva tiene estructurados programas de acompañamiento y de formación empresarial para sus asociados, con base en las diferentes fases del emprendimiento y del fortalecimiento empresarial.

CONSULTORÍA EMPRESARIAL

Servicio diseñado a la medida de las necesidades de asociados, con el fin de identificar las áreas de intervención por fortalecer y generar crecimiento empresarial. El servicio se brinda mediante consultores expertos, con asesorías personalizadas y apropiadas para cada etapa de la empresa o de emprendimiento.

FINANCIACIÓN EMPRESARIAL

Programa de microcrédito que apoya en forma integral desde el nacimiento, desarrollo y existencia de los negocios, incluyendo el acompañamiento que les facilite desarrollar una cultura financiera y empresarial.

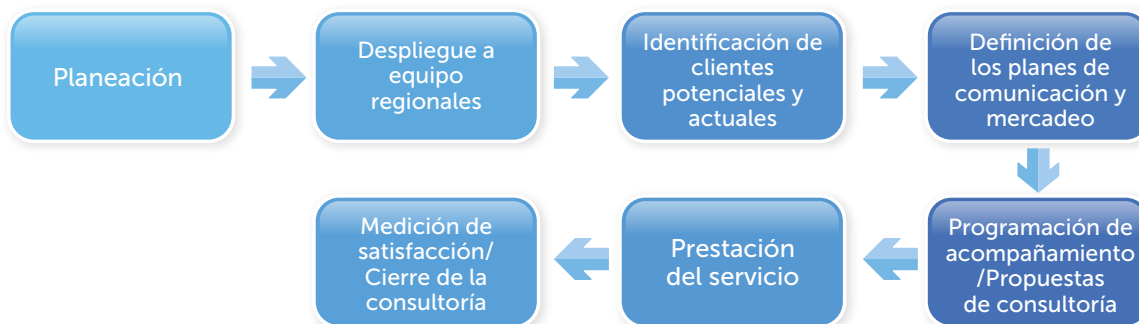
El diseño de los productos y servicios de la Fundación Coomeva se desarrolla con base en los lineamientos y hacen parte de las iniciativas que apuntan a los objetivos plasmados dentro del Plan Estratégico, y teniendo en cuenta además el proceso corporativo de Diseño de Soluciones.

5.c. Se producen, suministran y mantienen productos y servicios

El portafolio de servicios de la Fundación Coomeva se estructura en Acompañamiento Empresarial, Consultoría Especializada y Financiación. En torno a éste, la prestación del servicio puede tomar dos caminos diferenciados para las dos líneas de negocio:

- **Microcrédito:** La prestación del servicio se basa en la aprobación y desembolso del crédito y su seguimiento.
- **Fomento Empresarial:** La prestación del servicio está centrada en el diseño y ejecución de procesos de acompañamiento y consultoría empresarial.

PROCESO ACOMPAÑAMIENTO Y CONSULTORÍA



Gráfica Nro. 47 - Proceso de acompañamiento y consultoría.

El proceso de acompañamiento empresarial se basa en la oferta de procesos de formación empresarial presencial y virtual, a nivel grupal o individual y con alcance nacional, los cuales no tienen costo para los asociados. Este proceso inicia con la planeación de las metas de gestión basada en los indicadores definidos y que se presentaran en el capítulo de resultados:

- Formación empresarial (asociados)
- Empresas creadas
- Empresas fortalecidas
- Empleos directos generados
- Índice de Satisfacción - Sueco
- Modelos de negocio acompañados
- Nro. de microcréditos colocados provenientes del área de Fomento

Las metas se despliegan a las regionales, incluyendo los lineamientos de los programas nacionales, que se deben desarrollar con una frecuencia establecida. A partir de aquí se identifican los clientes en los que se enfocará la convocatoria y gestión para acceder a los servicios, se establecen las estrategias de comunicación interna y externa y el uso de los diferentes medios de comunicación.

Como resultado se tiene una programación anual por

cada Regional, así como la guía de la prestación del servicio.

La finalización del servicio se plantea con una encuesta de satisfacción para todos los eventos, lo que permite medir constantemente las percepciones de los asociados y hacer un seguimiento mensual.

El proceso de consultoría se basa en la atención especializada e individual para los asociados empresarios o emprendedores, con un costo por la prestación de este servicio. Este subproceso tiene relacionados indicadores de gestión que se presentan en el capítulo de resultados:

- Empresas creadas
- Empresas fortalecidas
- Empleos directos generados
- Ingresos por Fomento
- Índice de Satisfacción

Este proceso maneja, igualmente, una planeación alineada con la Estrategia, que se despliega a nivel regional. Los asesores de consultoría son responsables de realizar la gestión comercial de identificación de clientes, visitas comerciales y presentación de propuestas. El seguimiento de esta gestión se realiza mensualmente con los indicadores establecidos.

PROCESO FINANCIACIÓN



Gráfica Nro. 48 - Proceso de financiación microcrédito.

El proceso contempla la generación de las metas, el despliegue y la prestación del servicio, a partir de la información que se brinda al prospecto, pasando por el análisis, el desembolso del crédito y administración hasta

su recuperación. A todo lo largo del proceso de crédito se desarrolla una serie de actividades de seguimiento y control para asegurar la venta y entrega del producto. Los indicadores se presentan en el capítulo de resultados:

- Empresas apoyadas con microcrédito
- Monto de créditos desembolsados (MM)
- Índice de cartera vencida > 30 días
- Ingresos por microcrédito (MM)
- Índice de Satisfacción - Microcrédito

En relación con el producto, se han creado dos líneas de crédito, una para emprendimiento y otra para

fortalecimiento, dado que, en cualquier etapa, cuando la empresa se crea o está creada, requiere apoyo financiero.

El proceso de prestación de los servicios de Fundación Coomeva se lleva a cabo con el equipo regional, teniendo en cuenta:

Modelo de Distribución	Productos y Servicios
• Red física de oficinas • Analistas regionales y asesores de consultoría • Corresponsales bancarios a través de alianzas con Bancoomeva y Banco de Occidente.	• Crédito microempresarial para emprendimiento (incluye microfranquicias) • Crédito microempresarial para fortalecimiento (capital de trabajo - activos fijos, incluye Mipyme Verde) • Crédito rotativo para capital de trabajo • Descuento de facturas • Acompañamiento empresarial (virtual-presencial) • Consultoría especializada

Tabla Nro. 15 - Modelo de distribución y productos y servicios.

Cuando el cliente es contactado por la fuerza comercial, se desarrollan las siguientes actividades de promoción:

Estrategia	Gestión	Seguimiento	Herramientas
• Información directa en oficinas. • Base de datos asociados. • Referidos de Bancoomeva. • Referidos de la fuerza comercial de Coomeva. • Referidos por actividades del área de Fomento. • Salidas comerciales en frío. • Publicación en la Revista y Boletín Coomeva. • Publicidad directa cliente a cliente. • Campañas a través del Call Center.	• El analista o asesor contacta al cliente y se establece la visita. • En la visita el analista obtiene información del cliente y sobre su negocio (actividad, antigüedad, proyectos, entre otros aspectos) e identifica necesidades del cliente. • Presenta el portafolio de la Fundación y sus beneficios, enfocando la atención en la identificación de necesidades. • Cierre de la venta bien sea para crédito, consultoría o asesoría en temas de emprendimiento.	• A las objeciones. • Clientes pendiente de contacto. • Envío o profundización de la información de acuerdo con la solicitud del cliente. • Generación de nuevos prospectos (mantenimiento del inventario o pipeline). • Seguimiento a la gestión de la prospección semanalmente por parte del Jefe Regional.	• Go Do Works • Canal virtual (en proceso)

Tabla Nro. 16 - Actividades de promoción.

Para garantizar el seguimiento a la fuerza comercial se cuenta con la herramienta de Go Do Works, que permite medir la productividad, realizar los planes de acción y mejorar el proceso de prospección de los clientes.

La atención posventa se define como el espacio de contacto con los clientes atendidos para continuar el proceso de acompañamiento, ofrecer nuevos servicios y conocer nuevas necesidades. En este proceso se aplican estrategias como grupos focales, visitas empresariales, networking y atención directa por el equipo regional.

Fundación Coomeva, a través de su equipo regional, realiza encuestas a los asociados participantes de cada uno de los programas de Fomento o de Microcrédito, con el fin de validar su nivel de satisfacción con los mismos. Estos resultados se validan entre cada uno de los equipos en las reuniones de seguimiento del Comité Primario. Así mismo, durante el proceso de validación de los productos ejecutados se obtiene realimentación por parte de los asociados, lo que permite implementar acciones oportunas frente a los mismos.

5.d Se mejora la promoción y comercialización de los productos y servicios

El proceso comercial de Fundación Coomeva se basa en la especialización del equipo en las dos áreas claves -microcrédito y fomento empresarial-. El modelo comercial inicia con la planeación desde la Gerencia y las jefaturas nacionales con respecto a los indicadores y las estrategias para su cumplimiento.

Para lograr un conocimiento de las necesidades específicas de los asociados y clientes, la Fundación Coomeva dispone de las herramientas de diagnóstico empresarial y prediagnóstico de microcrédito, las cuales se aplican directamente con los clientes potenciales y se emplean para validar y alinear las expectativas con los servicios que se ofrecen.

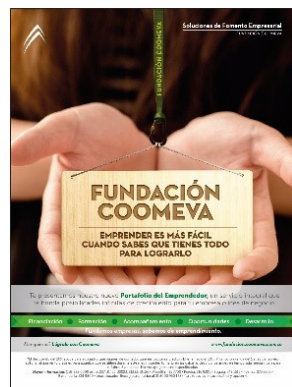
Para responder a las necesidades y expectativas de los asociados en general, la Fundación Coomeva dispone de los siguientes canales:

- **Canal oficinas:** A nivel nacional, la Fundación Coomeva cuenta con seis sedes principales de administración y atención, con presencia en 12 zonas de Coomeva Cooperativa. También brinda atención a través de los asesores integrales en las 84 oficinas de Coomeva a nivel nacional.
- **Canal telefónico:** La Fundación Coomeva se encuentra integrada a nivel nacional en el servicio del Centro de Atención Telefónica de Coomeva.
- **Canal virtual:** Sitio Web: Actualmente la Fundación Coomeva cuenta con un canal web para comunicar toda la oferta de servicios, ingresando a: www.fundacioncoomeva.com.co. E-mail: Los asociados

también se pueden comunicar a través del correo electrónico fundacion@coomeva.com.co para solicitar más información o presentar inquietudes.

Formularios virtuales: A través del sitio web los asociados pueden ingresar directamente a solicitar inscripción a los eventos de formación empresarial o contacto para asesoría de microcréditos o consultorías.

Con el fin de alinear estas acciones y estrategias, conservando los lineamientos de la Cooperativa, la Fundación Coomeva ha venido adaptado su imagen corporativa a través de los años.



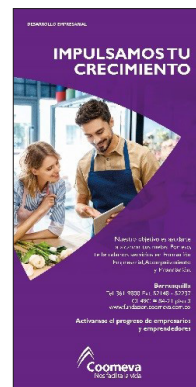
2015 - 2016



2017



2018



2019

Conforme a los resultados arrojados tanto en el estudio KAPE como en aquellos realizados desde la organización, se profundizan las variables con las tendencias y necesidades de los segmentos objetivos desde el Grupo Corporativo, y se realiza el planteamiento de las estrategias comerciales para la Fundación.

Por otra parte, existen los siguientes canales de comunicación para la promoción de la oferta y de los logros de Fundación Coomeva; la selección de los mismos depende del tipo de producto, tipo de audiencia, ubicación geográfica y presupuesto disponible para este fin:

- Publicación en boletín y página web de la Fundación Coomeva.
- Envío e-mailing.
- Publicación en boletín virtual para asociados.
- Publicación en boletín virtual para colaboradores.
- Redes sociales del Grupo Coomeva.
- Artículo en Revista Coomeva.
- Pauta en redes sociales.
- Telemercadeo.
- Outcalling.
- Envío SMS (una y doble vía).
- Material POP.

Algunos de los indicadores que se tienen en cuenta para el seguimiento de los productos o servicios que se ofrecen en cada una de las campañas se establecen con base en la revisión de las estadísticas de cada uno de

los canales utilizados. Como ejemplo para validación de la efectividad de los mismos y para futura toma de decisiones se tiene en cuenta la encuesta KAPE, que arroja los siguientes resultados:

Medios por los que actualmente se enteran	Total (promedio entre todos los servicios)	Educación y Fomento
Revista Coomeva	30%	33%
E-mail	27%	28%
Boletín de eventos, promociones y beneficios	14%	14%
Oficinas Coomeva - asesores	5%	4%
Mensajes de texto	4%	4%
Llamada telefónica	3%	3%
Otro medio	2%	2%
Ningún medio	15%	12%

Medios por los que les gustaría enterarse	Total (promedio entre todos los servicios)	Educación y Fomento
E-mail	43%	42%
Revista Coomeva	26%	25%
Mensajes de texto	11%	10%
Boletín de eventos, promociones y beneficios	11%	11%
Llamada telefónica	4%	3%
Oficinas Coomeva - asesores	3%	2%
Otro medio	2%	2%
Ningún medio	4%	4%

Tabla Nro. 17 - Informe de Servicios - Satisfacción asociados KAPE.

Además de la fuerza comercial propia de la Fundación Coomeva, Coomeva cuenta con ejecutivos comerciales que tienen contacto directo y permanente con los asociados a la Cooperativa, y quienes a su vez promueven y evalúan la oferta de la Fundación Coomeva.

Con el fin de robustecer la oferta traducida en beneficios para los asociados y apuntando al incremento del uso de los productos, la Fundación Coomeva ha fortalecido su área de alianzas y proyectos.

5.e Se gestionan y mejoran las relaciones con los clientes

Como se mencionó en la sección 5.a., el ejercicio de segmentación de clientes permite a la Fundación Coomeva definir los lineamientos estratégicos para la atención de los diferentes grupos objetivo, de acuerdo con sus características. De esta manera se gestiona la planeación de los eventos y el portafolio disponible que apuntará a resolver las necesidades específicas.

Como resultado de esto se dispone de:

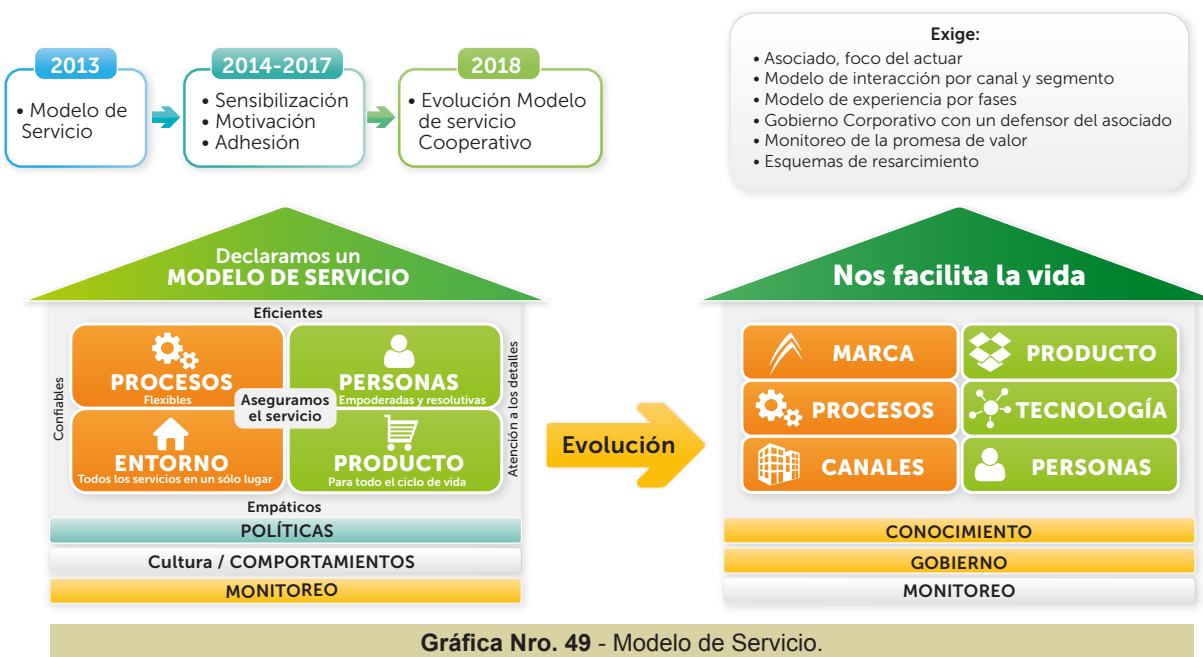
- Calendario de eventos a nivel nacional.

- Campañas de colocación enfocadas a los segmentos establecidos.

Como resultado, dentro de la oferta para este año se cuenta con:

- 15 programas de acompañamiento presenciales.
- Formación permanente modalidad presencial y virtual.
- Comunidad virtual Red Coomeva.
- Beneficios a través de las alianzas.
- Segundo Foro de Emprendimiento, Innovación y Liderazgo.
- Consultoría especializada.
- Financiación empresarial.

Coomeva ha estructurado un modelo de servicio que aplica para todas las empresas del Grupo Empresarial Cooperativo, basado en el análisis de las necesidades y oportunidades de mejora del entorno, procesos, personas, productos, mecanismos de medición y acompañamiento, como también en las diferentes etapas de venta (preventa, venta y posventa). El objetivo de la implementación de este modelo es atraer, vincular, fidelizar y retener a los asociados, con base en un esquema de relacionamiento claro. Cada componente del Modelo de Servicio tiene un área responsable de diseñar políticas, acciones e indicadores y garantizar su cumplimiento.



También existen canales disponibles para la realimentación por parte de los asociados hacia la Fundación, tales como:

- Atentos: Herramienta digital y física de comunicación con los asociados (Ver Glosario).
- Buzones físicos.
- Cliente oculto.
- Índice de Satisfacción.
- Evaluación Back.
- Oportunidad en las respuestas.

La pertinencia y calidad de los servicios prestados por la Fundación Coomeva de cara al asociado (eventos/ consultoría y microcrédito) se miden a través de encuestas de satisfacción. Estos resultados se convierten en indicadores de gestión del Área de Servicio y se monitorean de manera mensual.

Adicionalmente, para complementar esta medición cada año se realiza el Informe de Sostenibilidad Empresarial que permite a Fundación Coomeva revisar las experiencias y percepciones de los clientes sobre

los servicios prestados, además de brindar información sobre sus expectativas.

A partir de estas mediciones, desde Fundación Coomeva se han implementado mejoras e innovaciones en procesos con el fin de facilitar el acceso a los servicios y la comunicación del asociado; entre estas se destacan:

- Direccionamiento explícito a través del canal telefónico.
- Red Coomeva, como canal de interacción directo con los asociados.
- Formularios web de inscripción focalizados a cada servicio prestado, a través de los cuales el asociado puede solicitar atención permanentemente.
- Plataforma de formación virtual como herramienta de formación que llega a los asociados sin importar su ubicación geográfica.
- Asesoría presencial integral en zonas distintas a las principales.
- Implementación de herramientas de digitalización de documentos contractuales que facilitan el proceso en tiempo y recursos físicos para los asociados.

Igualmente, para mantener el acercamiento con los asociados, desde la Gerencia y las jefaturas nacionales desde 2017 se vienen implementando espacios para escuchar a los empresarios, mediante grupos focales en cada región, en los cuales se identifican sus necesidades.

Como resultado de estos procesos se han fortalecido y diseñado nuevos productos enfocados a satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, como por ejemplo:

- Fortalecimiento de networking a nivel nacional
- Hora del empresario/emprendedor virtual
- Acceso al portal Coomeva Compra Cooperativo.

Con respecto a la Dirigencia cooperativa, la Fundación Coomeva mantiene un contacto permanente con distintos actores a través de:

- Comité de Desarrollo Empresarial: Espacio en el que confluyen los representantes de los asociados en las zonas, con el fin de hacer seguimiento a la gestión y comunicar las experiencias, percepciones y expectativas
- Junta Directiva: Ente de dirección y control de Fundación, en el que se debaten y aprueban los planes y estrategias.
- Fondo Mutual: Ente de control de la administración de los recursos empleados para accionar todas las estrategias de Fundación Coomeva.

La relación con los proveedores y aliados se gestiona siguiendo los lineamientos de contratación y compras del Grupo Coomeva, lo que asegura un proceso transparente de relacionamiento.