

La Cooperativa Riachón Ltda, orientada al servicio, a fortalecer sus redes sociales
y a construir comunidad

Ensayo

Realizado por:

Maria Alejandra Marulanda Arango

Tutor:

Víctor Hugo López Yara

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades - ECSAH

Programa de Comunicación Social

Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación

CEAD Medellín, marzo de 2021

Tabla de contenido

Resumen.....	3
Palabras clave.....	3
La Cooperativa Riachón Ltda, orientada al servicio, a fortalecer sus redes sociales y a construir comunidad	4
Conclusiones... ..	13
Referencias... ..	14

Resumen

La Cooperativa Riachón Ltda, es una empresa Cooperativa de ahorro y crédito, sólida y transparente, que contribuye al bienestar, desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida de sus asociados, su grupo familiar y comunidad en general, a través de los servicios y beneficios que brinda en las localidades donde hace presencia. Por consiguiente, se realizó un trabajo investigativo dentro de la organización durante varios meses, con el propósito de enumerar cada una de sus fortalezas y debilidades en el campo de red social y comunicación, teniendo en cuenta el objetivo de la misión, la vision y los principios de la OSP; así mismo, mancomunadamente se construyeron unas estrategias encaminadas en fortalecer la comunicación democrática y participativa, donde se buscará que la entidad a través de esas relaciones, brinde mayores beneficios a las comunidades y sea un actor fundamental en la reconstrucción del tejido social. Cabe resaltar que, esas propuestas están relacionadas con la innovación tecnológica, la interacción con las comunidades y alianzas con otras OSP.

Palabras claves: Red social, construcción de comunidad, comunicación, asociados, democracia, beneficios, responsabilidad, canales, toma de decisiones, comunicación participativa.

La Cooperativa Riachón Ltda, orientada al servicio, a fortalecer sus redes sociales y a construir comunidad

En el presente documento se expondrá un ensayo crítico, que dejará en evidencia el proceso investigativo realizado durante varios meses en la Cooperativa Riachón Ltda. con el objetivo de identificar las prácticas sociales de la OSP, el estado de las redes sociales, los canales comunicativos que utiliza la entidad para lograr sus propósitos internos y externos, y el trabajo mancomunado que debe realizar para aportar un grano de arena a la reconstrucción del tejido social. Cabe resaltar que, dicho ensayo está enmarcado en la evaluación final del Diplomado en Construcción de Redes Sociales de Comunicación, como opción de grado de los estudiantes de Comunicación Social de la UNAD.

La naturaleza de Coopriachón Ltda, empresa de un grupo de personas asociadas, con necesidades comunes, que están dispuestas a satisfacerlas con acciones concertadas, en un ámbito de ayuda mutua y de funcionamiento democrático; durante su vida empresarial se ha distinguido por ofrecer servicios para el beneficio de sus miembros, usuarios y asociados, y no por la búsqueda de beneficios para sí misma. En consecuencia, a esta organización se le puede otorgar perfectamente el concepto de red social, el cual (Yorio, 2007) lo define como: “Grupo de personas, miembros de una familia, vecinos, amigos y otras personas, capaces de aportar una ayuda y un apoyo tan reales como duraderos a un individuo o a una familia...” (p.27).

En la actualidad, el modelo Cooperativo ayuda a resolver infinidad de crisis sociales, dado que la Solidaridad como valor fundamental dentro de las organizaciones sin ánimo de lucro, coadyuva a que los principios y su razón social radique en la ayuda mutua, el bien común y la equidad social; además, este nuevo esquema Cooperativo ha forjado una tarea fundamental y es la de “Transformar comunidades”.

Desafortunadamente, parte de la sociedad actual, ha roto el sistema Cooperativo, y es gracias a temas netamente políticos, culturales, religiosos, sociales, económicos, entre otros; situación que ha conducido a que se pierda en gran medida las relaciones de red y que se desaprovechen oportunidades que inducen a la reconstrucción del tejido social.

En este orden de ideas, está en las manos del cooperativismo forjar un nuevo sistema social, donde prime la labor colectiva con el propósito de buscar el bienestar comunitario. Por ello, Coopriachon con su agencia principal en el Municipio de Amalfi, territorio donde nació, crece y sigue fortaleciéndose todos los días; con servicios extendidos en los Municipios de Anorí, Medellín, Guadalupe, y dos extensiones de caja, una en el municipio de Angostura y otra en Campamento; allí desarrolla todas sus actividades comerciales y solidarias, con el objetivo de mostrar su imagen y aumentar su presencia en la sociedad antioqueña, buscando el bienestar de sus asociados, empleados y sus familias.

La labor de Gestión Humana de la Cooperativa Riachón Ltda; está encaminada a conducir al personal a trabajar de una manera armónica y colectivamente, logrando con ello el alcance de diversas metas y objetivos que se verán reflejados en una oportuna y eficaz respuesta a las comunidades. Una de las principales labores de dicha gestión del talento humano, es capacitar a empleados, directivos, asociados y comunidad en general; caminando en la búsqueda de algunas bases necesarias para analizar situaciones complejas y hallar posibles soluciones a ellas, y lograr una interconexión acorde a las exigencias actuales de los nuevos modelos Cooperativos. Ahora bien, la Cooperativa Riachón Ltda. a través de la prestación de sus servicios de ahorro y crédito, genera una cantidad de excedentes los cuales son invertidos en las localidades donde la entidad hace presencia, con el propósito de dar cumplimiento a su misión “Contribuir al bienestar, desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida de sus asociados, su grupo familiar y comunidad en general”. Así mismo, atiende los intereses de la comunidad, y para ello concreta la realización

de planes, programas y proyectos de interés comunitario, como resultado de esfuerzos con otras organizaciones sociales, de carácter privado y público, previa identificación de los propósitos u objetivos comunes y de los términos de responsabilidad de cada una de las partes involucradas.

No obstante, de acuerdo a Gutiérrez (1999) “...hace falta realizar un nuevo mapa social o socio-grama, que permita detectar pronto dos o tres «conjuntos de acción» principales, que articulan niveles de poder, ideológicos y de confianzas, en frente de otros...” (p.133).

En síntesis, el fortalecimiento de COOPRIACHÓN, como organización cooperativa, debe promover una estrecha relación entre el mejoramiento continuo institucional y las diferentes organizaciones de la comunidad, todo esto como insumo para el desarrollo local de Amalfi y cada uno de los municipios donde se tiene agencias. Cabe resaltar que, los planes, proyectos y acciones son herramientas que, construidas colectivamente, posibilitan el alcance de los objetivos estratégicos que la comunidad cooperativa tiene definidos, partiendo de la identificación y el análisis de las necesidades y del contexto en el que se desenvuelve la organización, ya que permiten un direccionamiento acertado para Coopriachón Ltda. Por ello, señala Garrido (citado en Gutiérrez, 1999) que “El principio de análisis no son los individuos ni los grupos, sino las relaciones y las redes de relaciones, los grupos surgen de las redes de relaciones y están cruzados por la pertenencia de sus miembros a distintas redes” (p.135).

Hay que tener en cuenta que, existen metas y estrategias de mejoramiento que dependen directamente de la gestión interna, como también hay otras en donde es necesaria la articulación del Plan de desarrollo local, de tal forma que la cooperativa dé respuesta a las necesidades de la comunidad.

Finalmente, es necesaria la unión de esfuerzos entre las organizaciones privadas y públicas, la comunidad y los asociados de Coopriachón, con el objeto de lograr una interacción eficaz que permita la estructuración e implementación de acciones que conduzcan al desarrollo

local, que, en definitiva, tiene como propósito central el bienestar humano.

Por otro lado, Coopriachón es una OSP que durante sus 55 años de servicio, ha buscado la construcción de comunidades, y esto lo ha visionado y aplicado a través de proyectos formativos, educativos, productivos, deportivos, culturales; entre otros. Lo mencionado anteriormente, ha permitido que esta organización esté muy bien posicionada en la región, y, lógicamente, las relaciones humanas y los canales comunicativos han sido un eje fundamental para el éxito actual de la entidad.

La OSP cuenta con diversos canales y procesos comunicativos a nivel interno y externo para poder lograr su propósito misional, pero hay que reconocer que existen muchas falencias que obstruyen el fortalecimiento de las redes sociales, pues la comunicación en todas las direcciones tiene un papel imprescindible en el proceso de toma de decisiones, porque la información se convierte en acción y resultado. Adicionalmente, se debe hacer hincapié en que la innovación de las tecnologías de la información y el fortalecimiento del talento humano, son ejes fundamentales y determinantes en la planificación estratégica de una organización, ya que ambas deben trabajar de la mano para brindar servicios y beneficios de calidad a sus públicos objetivos, teniendo en cuenta que tendrán las herramientas y conocimientos necesarios para la interacción con las comunidades, y así conocer de cerca cada una de las necesidades y oportunidades de mejora.

Por consiguiente, la Cooperativa Riachón Ltda., en sus 55 años de existencia no ha contado con un Plan de Comunicaciones, y esa es una de sus debilidades más notoria, la cual no le ha permitido llegar a todos sus públicos de interés (internos y externos), para desarrollar una comunicación eficaz y eficiente para las diferentes actividades, lo que puede llevar a problemas de planeación y organización interna, que se verán reflejados en una mala atención o desinformación de los asociados para acceder a los diferentes servicios y beneficios que les presta la entidad. Así pues, con respecto al pensamiento de Beltrán (1979):

...comunicarse se refiere a un proceso bilateral que tiene elementos tanto emocionales como cognoscitivos y que ocurre tanto en forma verbal así como no verbal. Informar, por otra parte, se refiere a un proceso unilateral de comunicación verbal predominante dirigido hacia el conocimiento. (p.8).

Al hablar de la comunicación interna en Coopriachón, se evidencia que solo en algunas ocasiones se tiene en cuenta la opinión de empleados, y esto puede afectar de forma negativa la toma de decisiones, dado que es el personal el que está de frente al asociado u usuario, y, en definitiva, son ellos quienes conocen de fondo los deseos y necesidades de estos. Por otro lado, en cuanto a la comunicación externa, la entidad utiliza varios canales para poder llegar con información, entre ellos están las líneas de atención donde se brindan los servicios a los usuarios sin necesidad de que estén presentes en alguna de las agencias de Coopriachón; así mismo la entidad cuenta con un portal Web www.coopriachon.com.co donde se encuentra todo el brochure, diferentes servicios online como actualización de datos, simuladores de ahorro y crédito, publicaciones y registro fotográfico.

De igual manera, se utiliza el boletín institucional “El Cooperador”, periódico informativo que se distribuye gratuitamente a todos los asociados y comunidad en general con el fin de mantenerlos informados con los eventos, productos, servicios y beneficios; adicionalmente, se utiliza la radio con el programa “Mundo Cooperativo”, emitido cada 8 días en cada una de las agencias donde se tiene el campo de acción, también con spot publicitarios y notas de televisión, emitidas en el noticiero institucional, magazine y diferentes horarios de la parrilla de programación del canal local. Sin embargo, se ha evidenciado en los últimos años, que parte de la base social desconoce cuál es la misión de la entidad, qué beneficios brinda y cuáles son sus objetivos organizacionales, dado que falta alimentar e innovar mucho más estos canales

comunicativos y hacerlos más interactivos, como también hay un déficit de cercanía de los miembros de la organización con las comunidades. Teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente, es importante reconocer que según (Villalobos, 2012):

...no quedan dudas de que las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) se transforman y consiguen impactar cada vez con más fuerza al conjunto de la sociedad. Somos arte y parte del proceso comunicacional como lectores, usuarios, televidentes, blogueros, receptores, tuiteros o audiencia. (p.8)

Del mismo modo, de acuerdo a Rincón (2010) es necesario tener en cuenta una serie de factores que han sido denominados o clasificados, bajo la categoría de tipos de medio ambiente "...comprender bien qué objetivos tiene un sistema de información y cómo debe funcionar, hay que entender también dos conceptos relativos al contexto, o medio ambiente, en el que se inserta una empresa", Rincón define estas clases de "medio ambiente" como un "... conjunto de factores que le afectan, donde existen amenazas que pueden perjudicar o destruir una empresa, y oportunidades que pueden incrementar las cualidades de la misma" (párr. 36). A continuación se transcribe la definición específica de cada una de las categorías "medioambientales" enunciadas por Rincón (2010):

- El medio ambiente interno o aquellos factores, como el personal, la estructura, sus políticas y recompensas, que ejercen influencia en la manera de realizar el trabajo y de conseguir los objetivos.
- El medio ambiente externo, más complejo en tanto que conforma factores ajenos al dominio interno de los gestores, y por tanto requiere una vigilancia permanente. A su vez, este medio ambiente externo tiene una doble estructura.
- Medio ambiente externo remoto, como el clima político, la situación económica, las

tendencias sociales, o las innovaciones tecnológicas.

- Medio ambiente externo inmediato, formado por clientes, proveedores, distribuidores, competidores, financiadores y reguladores. (hipertext.net)

Es por ello, que en COOPRIACHÓN, el objetivo de todo sistema de información es conectar al asociado con la organización cooperativa para la satisfacción de sus necesidades, y debe interactuar entre sí, para lograr sus objetivos institucionales. El buen uso de la información es lo que le dará a Coopriachón la inteligencia competitiva; esta es la capacidad que tendrá la cooperativa para resolver sus problemas o desarrollar iniciativas, aprovechando el conocimiento que le da la información compilada sobre las necesidades, sueños, propuestas de los asociados y empleados de la organización. También le servirá para vigilar el entorno sobre las actividades de los competidores.

En consecuencia, es apropiado e indispensable innovar los canales comunicativos y las redes sociales de la organización con las comunidades, las cuales proporcionen un flujo de información eficiente y eficaz con las áreas estratégicas, misionales y operativas, asociados y grupos de interés, fortaleciendo la imagen corporativa, contribuyendo al posicionamiento en el mercado y aumento de las utilidades de la empresa que serán revertidas en beneficios para sus asociados. Al recapitular, es oportuno llevar a la práctica las siguientes propuestas, que serán de gran ayuda para mantener y fortalecer las redes sociales de la organización:

- Actualización del vídeo institucional: Con imágenes que hablen por sí solas de la misión de la entidad: El vídeo tendrá como objetivo dejar en evidencia como la Cooperativa Riachón, es capaz de generar vínculos en cada territorio donde hace presencia, posibilitando así el desarrollo de las regiones y aportando a su bienestar. Este va dirigido a asociados, usuarios y comunidad en general

- Fortalecimiento del espacio radial: La serie radial “Un sueño de todos” propone dar voz a las historias y testimonios de los habitantes de los diferentes municipios en que hace presencia la Cooperativa Riachón, resaltando las historias que propongan el trabajo en equipo, la identidad de las comunidades y cómo a través de los valores cooperativos, y los servicios que ofrece la entidad es que los sueños, las ideas y las metas de las personas en el ámbito individual y comunitario se hacen posible. Cabe resaltar que, aunque la emisora tiene cobertura en el área urbana y rural, este espacio es creado especialmente para la gente del campo, los cuales se ven muy limitados comunicacionalmente por la poca accesibilidad tecnológica y ubicación territorial
- Piezas gráficas, infografías y animación para pautar en los tableros informativos, canal local de televisión y redes sociales: La creación de infografías y animación pretenden explicar y visibilizar los servicios y beneficios que obtienen los asociados de la Cooperativa Riachón, micro explicaciones a través de un personaje que identifique a la Cooperativa Riachón, así entenderán qué significa ser asociado, qué beneficios obtiene y cómo a través de esos aportes, contribuyen al crecimiento de las comunidades. Este contenido va dirigido a asociados, usuarios y comunidad en general.
- Coopriachón a tu barrio: Esta iniciativa tendrá como objetivo realizar una visita semanal a cada barrio de los municipios donde Coopriachón hace presencia, como también se hará en cada una de las veredas de la localidad (60 aproximadamente), con el fin de llevar información en tiempo real de todos los proyectos misionales de la entidad, como también, abrir un espacio a la comunidad para que den sus opiniones y sean parte fundamental de los procesos estratégicos de la organización.
- Plataforma digital para empleados: Se propone crear una plataforma interna donde se

abra un espacio a los empleados para debatir las decisiones que se tomen dentro de Cooperativa, y exponer estrategias que contribuyan al mejoramiento de la entidad y el alcance de sus objetivos. Entre estas, se tiene la propuesta de que se utilice la herramienta “Workmanager”, plataforma que permite que se ingresen comunicaciones y varios usuarios puedan aportar comentarios.

En conclusión, dado que la Cooperativa Riachón es una entidad sumida en construir comunidad, debe jugarse todas sus cartas para incorporarse mucho más en las localidades donde hace presencia, pues es evidente que la OSP para su sostenimiento y crecimiento, también necesita fortalecer sus redes sociales; y por ello, deben adquirir el compromiso de desarrollar continuas campañas orientadas a difundir y a promover la cultura y la práctica de la democracia participativa y solidaria, el respeto, la tolerancia, el reconocimiento mutuo, como bases para construir un sistema de convivencia en paz. Así mismo, es importante que se consoliden muchos más las relaciones con otras organizaciones de las localidades, para que se sumen las capacidades, los recursos y se solventen las necesidades comunes, ya que la fuerza de la cooperación es la que hace posible alcanzar colectivamente los logros que no son posibles en forma individual.

Conclusiones

En la actualidad, el modelo Cooperativo ayuda a resolver infinidad de crisis sociales, dado que la Solidaridad como valor fundamental dentro de las organizaciones sin ánimo de lucro, coadyuva a que los principios y su razón social radique en la ayuda mutua, el bien común y la equidad social; además, este nuevo esquema Cooperativo ha forjado una tarea fundamental y es la de “Transformar comunidades”.

Paulatinamente, se determinó que efectivamente la Cooperativa Riachón Ltda, es una organización que brinda desarrollo y sostenibilidad en las localidades donde hace presencia, pues cada día lucha por mantener un eficaz vínculo con las comunidades a través de la comunicación participativa y democrática. No obstante, la OSP debe de salir de su zona de confort y debe fortalecer las relaciones de red y los canales comunicativos, y evaluar que la comunicación participativa que implementa si está siendo efectiva.

Para finalizar, se declara que los planes, proyectos y acciones, son herramientas que construidas colectivamente posibilitan el alcance de los objetivos estratégicos que la comunidad cooperativa tiene definidos, partiendo de la identificación y el análisis de las necesidades y del contexto en el que se desenvuelve la organización

Referencias

- Beltrán, L. (1979). Adiós a Aristóteles: La comunicación "horizontal". Revista Comunicación y Sociedad, Editorial Cortéz, (Sao Paulo), 6 (1979): pp. 8.
Recuperado de <https://www.rebellion.org/docs/54654.pdf>
- Gutiérrez, P. M. (1999). El sociograma como instrumento que desvela la complejidad. EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales. N.º 2, 1999. pp. 135.
Recuperado de: [file:///D:/Info/Downloads/Dialnet-ElSociogramaComoInstrumentoQueDesvelaLaComplejidad-199632%20\(2\).pdf](file:///D:/Info/Downloads/Dialnet-ElSociogramaComoInstrumentoQueDesvelaLaComplejidad-199632%20(2).pdf)
- Mokate, K. Articulación entre planes de desarrollo local y planes de mejoramiento institucional. Obtenido de Altablero No. 32, Octubre-Diciembre 2004. Recuperado de:
<https://www.mineducacion.gov.co/1621/article-87558.html>
- Rincón, O. (23 de octubre de 2010). Sistemas de información en las empresas. Recuperado de:
<https://omisrin.blogspot.com/2010/10/sistemas-de-informacion-en-las-empresas.html>
- Villalobos, O. (2012). Comunicación y ciudadanía en la era de las redes sociales. Quórum Académico, Vol.9, No. 1, 2012. Recuperado de <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/24900>
- Yorio, M. R. (2007). Redes sociales en el trabajo social. pp. 27. Recuperado de <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/66926>