

ASOCIACIÓN ANTIOQUEÑA DE COOPERATIVAS CONFECOOP ANTIOQUIA

COMITÉ DE COMUNICACIONES

INFORME DE GESTIÓN 2016

Durante el año 2016 el Comité de Comunicaciones ejecutó regularmente reuniones ordinarias mensuales, con la finalidad de abordar y desarrollar diversas temáticas que fortalecieran el sector cooperativo y visibilizaran la economía solidaria. A las sesiones asistieron con continuidad:

- | | |
|--------------------------|------------------------------|
| • Carolina Gil | C.F.A COOPERATIVA FINANCIERA |
| • Ilse Montoya | C.F.A COOPERATIVA FINANCIERA |
| • Ana María Estrada | COOSERVUNAL |
| • Claudia Milena Castaño | CREAFAM |
| • Eliana Hurtado | COOGRANADA |
| • Andrea Gutiérrez | COMFAMIGOS |
| • Camilo Osorio | COMEDAL |
| • Natalia Montoya | COMEDAL |
| • Carlos Arredondo | ANTIOQUIA SOLIDARIA |
| • Maricel Torres Torres | CONFECOOP ANTIOQUIA |

A la par, se buscó integrar y unificar las áreas de comunicación de las entidades asociadas como un eje transversal de continua asesoría, apoyo y proyección para Confecoop Antioquia. La gestión del comité tuvo como prioridad trabajar en los dos semestres del año en el diseño de estrategias que tuviesen eco cultural, educativo e informativo.

ACCIONES REALIZADAS

- Agenda de medios, como mecanismo de defensa

Con la finalidad de realizar un mecanismo que apuntara a la defensa del sector frente al impacto de la reforma tributaria, se pensó en la participación en medios de comunicación para abordar diferentes temáticas que promovieran una imagen positiva del cooperativismo, a la vez de socializar las repercusiones (en su mayoría negativas) que la misma tendría en materia educativa, cultural y económica. Algunos de estos fueron: El Colombiano, Teleantioquia Noticias, Hora 13 Noticias, ADN, El Espectador, El Mundo, RCN Radio, Caracol Radio, Blu Radio, entre otros.

Este proyecto superó las expectativas planteadas a lo largo de las sesiones con el Comité de Comunicaciones, además, generó un análisis satisfactorio por parte de la Dirección Ejecutiva de Confecoop Antioquia, por lo que se espera dar continuidad a esta dinámica para 2017 con mayores alcances.

- Campaña comunicacional Marca Blanca

Con la intención de tener mayor incidencia dentro de la comunidad cooperativista, en el primer semestre se realizaron diferentes piezas publicitarias para promover la economía solidaria en el territorio antioqueño.

Los comerciales en TV regional, cuñas radiales, artículos de prensa, microprogramas radiales en emisoras comunitarias, souvenirs, publicidad visual, entre otras, fueron algunas de las estrategias implementadas para generar mayor recordación e impacto, puesto que se diseñó un mensaje que educara y posicionara al público objetivo sobre los principios cooperativos.

- II Encuentro Nacional de Comunicación Solidaria “*sellando pactos y consolidando paz*”:

El 1 y 2 de septiembre de 2016 se realizó en Medellín uno de los principales eventos que abarcó en materia comunicacional al cooperativismo, liderado por SUMA 4C, RESANDER y Organizaciones Solidarias. El apoyo logístico de Confecoop Antioquia fue imprescindible para la ejecución del mismo.

Sin embargo la participación del Comité de Comunicaciones solo fue en asistencia, no como en un inicio se planteó (organización total del evento). Por tanto se presentó la necesidad de realizar un evento independiente que supliera la necesidad de agremiar a los comunicadores de las cooperativas e impulsar en dicho espacio las temáticas requeridas para el sector solidario.

El evento se planteará para el segundo semestre 2017 y será desarrollado por el comité, desde contenido (conferencistas) hasta la distribución de presupuestos para la ejecución del mismo.

- Festival Cooperativo

En el marco del día internacional del Cooperativismo, el comité de comunicaciones lideró uno de los proyectos más grandes de la región antioqueña, donde se evidenció la participación decisiva en la planeación, convocatoria, difusión, y desarrollo del programa por cada uno de los integrantes del comité.

Este día fue promocionado por el hashtag *#SoyCooperativista* y permitió vislumbrar el alcance que se tiene por medio de escenarios educativos, recreativos, culturales y digitales, por lo que resulta viable apuntarle a la continuidad de este evento en los próximos años, y convertirlo con el paso de los mismos en un evento de ciudad, permitiendo a cada cooperativa aportar a la construcción y posicionamiento del sector a través de estos escenarios de participación.

Para el 2017 se espera contar con mayor colaboración de las cooperativas, cerrar con un evento que genere más convocatoria de asistentes y articular de mejor manera las cargas logísticas dentro del comité.

PERSPECTIVAS 2017

El eje central del Comité para el 2017 estará enfocado en el posicionamiento del cooperativismo y economía solidaria de Colombia, particularmente de Antioquia. Desarrollar y ejecutar este aspecto implica:

- Promover la asociación a Confecoop Antioquia como un mecanismo de unión, respaldo y ayuda mutua.
- Diseñar estrategias que permitan visibilizar por medio de diferentes plataformas comunicativas las dinámicas del sector.
- Construir un lenguaje cooperativista que facilite la recordación y posicionamiento del sector.
- Desarrollar eventos que promuevan los principios cooperativos.
- Gestionar capacitaciones que atiendan a las necesidades comunicacionales.
- Replicar y mejorar las experiencias positivas de años pasados.
- Continuar haciendo énfasis en la importancia de los departamentos de comunicación al interior de las cooperativas.



Jennifer Paola Restrepo Castañeda
Coordinadora

Medellín, marzo de 2017