

**ESTRATEGIA DIGITAL PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA PARTICIPACIÓN
COOPERATIVA DE LOS ASOCIADOS DE USTACOOOP**

ESTUDIANTES:

**YUDY ANDREA REYES GALENO
DIANA PATRICIA SAMACÁ RAMÍREZ
RAFAEL ALBERTO ARELLANO ESTRADA**

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA MULTIMEDIA Y COMUNICACIÓN DIGITAL

**BOGOTÁ
2022**

Tabla de contenido

- 1. Resumen**
- 2. Abstrac**
- 3. Palabras clave**
- 4. Tema objeto de estudio**
- 5. Target**
- 6. Introducción**
- 7. Contexto y Desafíos del Cooperativismo**
 - 7.1 Valores y Principios Cooperativos, principales conductores de la Gestión**
 - 7.2 Apoyados en los Principios Cooperativos “Control democrático” y “Educación, 7.3 Formación e Información” necesarios para la Participación**
 - 7.4 Desafíos: La Participación y la Educación Cooperativa**
 - 7.5 La Educación Cooperativa como objetivo de desarrollo sostenible**
 - 7.6 Cooperativismo en Colombia**
 - 7.7 Una Cooperativa Universitaria**
 - 7.8 Cautivando a la Comunidad Tomasina**
- 8. Problemática**
 - 8.1 Problemática uno: Baja participación en la autogestión.**
 - 8.1.1 Participación en la página**
 - 8.2 Problemática dos: Página web no funcional ni atrayente.**
 - 8.2.1 De la Estructura y el Diseño**
 - 8.2.2 Estructura General**
- 9. Objetivos**
 - 9.1 Objetivo General**
 - 9.2 Objetivos Específicos**
- 10. Justificación**
 - 10.1 Importancia de la comunicación en redes**
 - 10.2 Multimedia, evolución del mensaje y el canal**
 - 10.3 Acercamiento al Diseño hipertextual**
 - 10.4 Nueva página web**
 - 10.5 Un curso de Cooperativismo básico virtual**
- 11. Metodología**

11.1 Intervención directa, dividida en tres fases para su desarrollo

11.1.1 Herramientas

11.1.2 Recursos

11.1.3 Difusión

11.1.4 Indicadores para propuestas educativa

11.1.5. Estrategia de intervención

11.1.6. Resultado de la Encuesta

12. Conclusiones y Resultados que se esperan obtener

ANEXOS

Resumen

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Universidad Santo Tomás, USTACOOPT Ltda., en el año 2022 enfrenta retos administrativos postpandemia Covid19 de tipo económico y laboral, representados en desafiliación de asociados, disminución en los procesos de votación y así de la base social. Desde la Especialización en Gerencia Multimedia de la misma institución, se desarrolla una estrategia digital para el fortalecimiento de la participación cooperativa de los asociados, partiendo del mejoramiento y aprovechamiento de la página web de USTACOOPT, principal canal de comunicación a través del cual se busca promover los principios básicos del cooperativismo como son la educación, formación e información.

Abstract

The cooperative model is distinguished by the voluntary action of its associates to build and strengthen a socioeconomic model based on the participation and democratic control of its members. In this sense, the project proposes the development of a digital strategy for the Santo Tomás University Savings and Credit Cooperative, USTACOOPT Ltda., based on two identified problems: the low participation in self-management of its associates and having a single channel of unattractive and impractical communication to promote and inform the services for its associates. Using the logical framework methodology, the aim is to develop actions that allow compliance with the general objective of the project: Develop a digital communication strategy to strengthen the participation of the Associate in USTACOOPT, who through training in cooperatives and with a communication channel

functional communication will be able to access information that will motivate them regarding the importance of taking ownership of your company.

Palabras clave

Cooperativa, Cooperativismo, Principios, Participación, Capacitación/Formación, Educación y Autogestión.

Tema objeto de estudio

Educación Cooperativa y Participación. Página web de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Universidad Santo Tomás "USTACOOOP".

Target

1.655 mujeres y hombres mayores de edad asociados a USTACOOOP.

Introducción

El proyecto titulado Estrategia Digital para el Fortalecimiento de la Participación Cooperativa de los Asociados de USTACOOOP se concibe pensando en la necesidad de robustecer la intervención de los asociados a la cooperativa en los procesos democráticos, a partir de la educación cooperativa y el uso de canales de comunicación como la página web, desde una herramienta funcional y atractiva que brinde la información necesaria a los asociados.

El proyecto se realiza como requisito para optar al grado de especialista en Gerencia Multimedia y se formula bajo la metodología de marco lógico, definiendo el problema, su efecto, el propósito, cómo este afecta a los involucrados y las acciones que se deben tomar.

En la primera parte del documento se trabaja el Contexto del Cooperativismo y Desafíos. El desarrollo de este capítulo tiene como propósito dar a conocer la importancia y esencia del cooperativismo en el mundo y su contexto en Colombia, resaltando y valorando la doctrina basada en principios cooperativos como pauta diferencial de otros modelos de economía financieros. Esta parte, deja en claro como el cooperativismo se fortalece con la fidelización de sus asociados, su control democrático, su participación en los espacios donde se toman las decisiones y asimismo su interés por formarse y capacitarse a través de estas. Es decir, que sus asociados entiendan que la cooperativa a la que están afiliados es su empresa.

Posteriormente se define la problemática. En este caso son dos los problemas que se identifican para trabajar la estrategia digital: la baja participación de los asociados en los procesos de autogestión y la página web poco amigable para ser consultada. Se construye el árbol de problemas para identificar las acciones que harán parte de la estrategia.

Una vez identificados los problemas se identifican el objetivo general, los específicos, la justificación del proyecto, se realiza una descripción de la estructura general de la página web de USTACOOOP y la necesidad del cambio, desde la oportunidad de proponer el curso virtual de cooperativismo básico como una necesidad de formación para todos los asociados apoyada en el modelo cooperativo, para el fortalecimiento de la educación y la capacitación.

El trabajo presenta un prototipo nuevo de página web y del uso de piezas digitales que pueden ser difundidas en diferentes redes y canales de comunicación como son Facebook, Instagram, WhatsApp, como estrategia de difusión permanente que permita incrementar la base de asociados. De igual manera, se incluye la divulgación del curso virtual de cooperativismo como un paso fundamental para fortalecer la participación de los asociados, apoyado en la promoción de los principios del cooperativismo como el control democrático, educación, formación e información.

Finalmente, se presentan las conclusiones del proyecto que esperamos contribuyan y motiven a las directivas de USTACOOOP incluir en el plan estratégico la pertinencia de la transformación y competitividad que se exige a las organizaciones en el uso y demanda de información, y al cooperativismo en el fortalecimiento de la participación de sus miembros apoyado en la capacitación que lleve al uso adecuado la doctrina y el aprovechamiento de los canales digitales.

Contexto del Cooperativismo y Desafíos

Las Cooperativas en el mundo representan “el mayor movimiento socioeconómico del planeta con un 2,94 millones de ellas y 1.217,5 millones de asociados en todo tipo de cooperativas, sobre una población mundial de 7.324 millones, el 16,62% la sexta parte”, así mismo brindan empleo a no menos de “250 millones de personas con una población ocupada de 10,8 millones de trabajadores – Asociados y 15,6 millones de empleados” (Bastidas O. & Mora A. 2021, pág.12), si tenemos en cuenta el promedio de personas por familia que se vinculan a este movimiento se estaría hablando de más de cuatro mil millones.

Desde hace más de dos siglos, las cooperativas han sido constituidas por personas que se unen de manera voluntaria para enfrentar problemáticas, objetivos comunes, obtener los bienes y servicios indispensables, a partir de sus propios recursos humanos y materiales.

Según la Confederación de Cooperativas de Colombia - Confescoop, en el artículo “Cooperativas en el mundo”, Los principales antecedentes del sistema cooperativo (finales del siglo XVII), enmarcan la necesidad del hombre por vencer la explotación de la tierra, de la mano de obra y la competencia innecesaria de la Revolución industrial; esas desigualdades llevan a crear agrupaciones que defienden la vida agraria (campesinos), la organización del trabajo y de los trabajadores, hacia el sueño de tener una sociedad “más justa y fraternal, eliminando las diferencias de orden económico por medio de procedimientos de propiedad comunitaria y de trabajo colectivo” que ayuden a sopesar los impactos del capitalismo y la crisis social de la época, nacen entonces los precursores de esta ideología, William King (cooperativismo de consumo), Felipe Bauche y Luis Blanc (cooperativismo de producción) y los ideólogos: Robert Owen y Carlos Fourier.

Los autores Oscar Bastidas y Alberto Mora (2021), expresan que las primeras cooperativas, mutuales, asociaciones, movimientos obreros, sindicatos, etc. se ubicaron en Grecia (Compañía Común de Ampelakia), Inglaterra (Textileras de la Ciudad de Rochdale), en Gran Bretaña, Francia, Alemania, Italia, los países escandinavos, Rusia, Yugoslavia, Hungría, Polonia (Cooperativismo de consumo), Alemania (Cooperativas agrícolas de Crédito), Bélgica, Holanda, España, Japón, Australia y Nueva Zelandia, entre otros, acercándose de manera paulatina a otros continentes; el cooperativismo llega a América del Norte durante los últimos años del siglo XIX a Estados Unidos y Canadá.

Es gracias a esos esfuerzos conjuntos, que en Inglaterra (año 1.844) la unión de 28 trabajadores llevó a conformar *La Sociedad de los Equitativos Pioneros de Rochdale*, inspirados en la propuesta de Robert Owen, logrando dar orden a las empresas y los empleados, a los Asociados y la distribución justa del trabajo y las utilidades, y se escriben las primeras normas cooperativas, definiendo rasgos específicos que dan cuenta de una identidad cooperativa, “una especie de conciencia colectiva... apoyada en valores y principios, que oriente sus acciones, permita la comunicación, compartir inquietudes y construir un movimiento” capaz de sobresalir en el mundo; estos logros fueron apoyados, difundidos y perpetuados por la Alianza Cooperativa Internacional-ACI, integradora del Cooperativismo mundial.

Esta identidad cooperativa, que marca la diferencia entre las organizaciones de capital, de las públicas y hasta de otras organizaciones de Economía solidaria, destaca el doble objetivo que tienen las Cooperativas: el económico y el social, su doble dimensión organizacional, ser Asociación autónoma de personas y ser Empresa de propiedad conjunta y de Gestión democrática (en términos de la Alianza Cooperativa Internacional), promueven la participación de las personas en el desarrollo socioeconómico, contribuyen al cumplimiento de las metas de los gobiernos en torno al desarrollo sostenible, dinamizan los territorios, consolidan la democracia y fortalecen el progreso social.

Esta doble dimensión Asociación-Empresa, facilita la Gestión, pues ambas instancias en coordinación responsable, convierten las estrategias propuestas en acciones concretas de la Empresa, los Asociados autogestionan en aras de consolidar un Buen Gobierno Cooperativo, basado en las 4G: Gestión, Gobierno, Gobernabilidad y Gobernanza.

Valores y Principios Cooperativos, principales conductores de la Gestión

El movimiento cooperativo basa sus fundamentos en los valores y principios cooperativos, considerándolos como *directrices básicas de acción* y elementos primordiales de unidad, integridad e identidad, “las cooperativas están basadas en los valores, de la autoayuda, la autorresponsabilidad, la democracia, la igualdad, la equidad y la solidaridad” (Definidos por la ACI).

En 1995, en el Congreso de Manchester, la Alianza Cooperativa Internacional define que es una cooperativa¹ e inserta esa definición en su *Declaración sobre la Identidad Cooperativa*, (Bastidas O. & Mora A. 2021, pág.22) y enumera los principios, así:

- ✓ Primer Principio: Membresía abierta y voluntaria
- ✓ Segundo Principio: Control democrático de los miembros
- ✓ Tercer Principio: Participación económica de los miembros
- ✓ Cuarto Principio: Autonomía e independencia
- ✓ Quinto Principio: Educación, formación e información
- ✓ Sexto Principio: Cooperación entre cooperativas

¹ *Una cooperativa es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada.*

✓ Séptimo Principio: Compromiso con la comunidad

De acuerdo con el *Primer Principio, Membresía Abierta y Voluntaria*, las cooperativas son organizaciones voluntarias abiertas para todas aquellas personas que estén dispuestas a utilizar sus servicios y aceptar las responsabilidades como asociado, sin ningún tipo de discriminación social, política, religiosa o de sexo. Es claro, el sentido de la corresponsabilidad, y la decisión de ser organizaciones de puertas abiertas para la conformación de sus miembros.

El Control Democrático de los miembros constituye el *Segundo Principio*. Cada asociado representa un voto y ellos mismos participan activamente en la definición de las políticas y toma de decisiones. A través del procedimiento democrático, hombres y mujeres Asociados son elegidos para representar a su cooperativa y responden ante los demás Asociados. Este principio define un escenario de participación importante ya que, a través de la confianza otorgada en el proceso democrático se deja delegada la representación de la organización.

El *Tercer Principio* es la Participación Económica de los Asociados, estos contribuyen equitativamente al capital de sus cooperativas, y lo gestionan de forma democrática, siendo una parte de este capital propiedad común de la cooperativa.

Como *Cuarto Principio* se constituye la Autonomía e Independencia, si bien las cooperativas son autónomas de ayuda mutua son controladas por sus Asociados.

Educación, Formación e Información conforman el *Quinto Principio*. Las cooperativas brindan educación y formación a sus Asociados, contribuyendo eficazmente a su desarrollo. Esto incluye informar al público en general, particularmente a jóvenes y creadores de opinión, acerca de la naturaleza y los beneficios del cooperativismo.

La *Cooperación entre Cooperativas*, el *Sexto Principio*, se enfoca en el servicio eficaz a sus Asociados y el fortalecimiento del movimiento cooperativo a través del trabajo conjunto y de estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales.

El *Séptimo Principio, Compromiso con la Comunidad*, se refiere al trabajo para el desarrollo sostenible de la comunidad, por medio de políticas aceptadas y aprobadas por los Asociados.

Se aprecia que en los Principios Cooperativos la implementación de prácticas democráticas trasciende en la participación de los Asociados para la toma de decisiones que involucran el manejo de los recursos comunes, el trabajo conjunto y la corresponsabilidad con la cooperativa y el entorno.

La aplicación de los Principios del Cooperativismo a la vez representa para las cooperativas el fortalecimiento de su imagen, la eficacia y eficiencia en su funcionamiento como organización. Al realizar una revisión de cada Principio nos damos cuenta de la importancia del papel participativo de los Asociados y en este sentido se plantea una estrategia digital para el fortalecimiento de la participación cooperativa de los Asociados de USTACCOOP.

Centrar el interés en los principios *Segundo* y *Quinto*, expuestos anteriormente, dan cuenta de la necesidad explícita de promover la participación para el fortalecimiento de esta Cooperativa, teniendo en cuenta los espacios y canales de comunicación con los que USTACCOOP llega a sus Asociados. Consideramos que estos dos principios apuntan hacia el esfuerzo de basar las acciones sobre cómo educar, informar, formar y dar a conocer los beneficios del cooperativismo al asociado, desde una estrategia digital que aporte, sensibilice y promueva la participación de sus miembros como práctica de fortalecimiento que redunde en el beneficio de la comunidad cooperativo y la economía solidaria.

Apoyados en los Principios Cooperativos “Control democrático” y “Educación, Formación e Información” necesarios para la Participación

“Las organizaciones solidarias se caracterizan porque proponen una cultura organizacional participativa y democrática que se expresa en principios y valores tales como, una persona un voto y el control democrático de la empresa”.

Ricardo Dávila Ladrón de Guevara

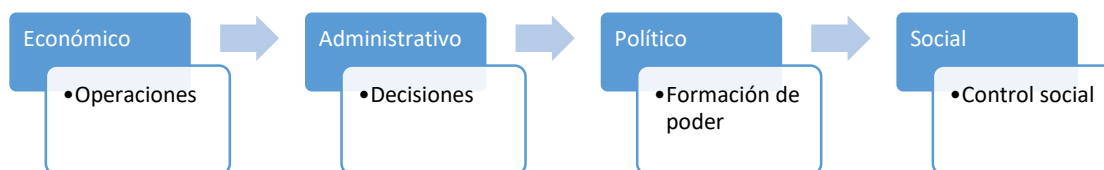
El valor diferenciador de las cooperativas con otros modelos empresariales económicos se da en la manera como se resalta el carácter social, permitiendo comprender que la participación en las Cooperativas se considera como factor de innovación organizacional y social.

“Participación entendida como el proceso por el cual en una organización social sus integrantes toman parte activa, tanto en el planteamiento de sus objetivos, como en diseño de su estructura y funcionamiento y en el control de sus resultados”. (Ramírez Benjamín 1999, pág. 136).

En las Empresas de Economía Social y Solidaria la participación se ejerce por los miembros en diferentes campos:

Figura 1

Campos que Ejerce la Economía Social y Solidaria. “Promoción de la Comunidad y las Organizaciones de Economía Solidaria”. (Benjamín Ramírez, 1.999).



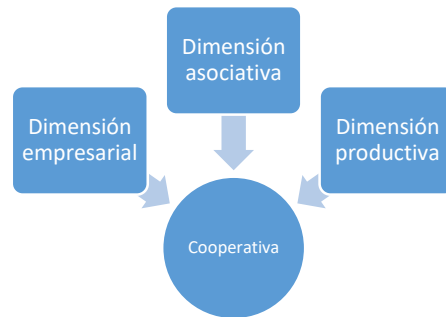
Siguiendo a Benjamín Ramírez (1999) *la participación es una función que el asociado debe ejercer a plena conciencia*, la participación para el control involucra los ámbitos social y económico, la participación para la toma de decisiones involucra los procesos políticos y administrativos que se dan en las cooperativas. Elevar la participación al control social y a la Gobernanza no solo debe ser una utopía de las cooperativas, debe ser una realidad representada tanto en los procesos democráticos (apropiación del principio: 1 asociado=1 voto) como en el uso de los servicios y operaciones que realiza la cooperativa para su sostenimiento.

“A pesar de las deficiencias, el mérito de la democracia cooperativa llevada sanamente a la práctica, contribuye a la educación política de los Asociados como ciudadanos y los induce de alguna forma a ocuparse más de su comunidad”. (Bastidas O. & Mora A. 2021, pág.16)

Así pues, participar para la autogestión requiere de la voluntad de los directamente involucrados y beneficiados de las bondades del cooperativismo, los Asociados desde la acción colectiva, construyen el orden social y un estilo de cooperación interactivo, a partir de normas con el propósito claro de cumplir los objetivos y dimensiones tanto financieros como sociales de la organización.

Figura 2

Dimensiones del Cooperativismo. “Promoción de la Comunidad y las Organizaciones de Economía Solidaria”. (Benjamín Ramírez, 1.999).



Desafíos: La Participación y la Educación Cooperativa

“Se ha dicho que el cooperativismo es un movimiento económico que emplea la acción educativa. Podríamos muy bien alterar el orden de esta frase y decir que el cooperativismo es un MOVIMIENTO EDUCATIVO que utiliza la acción económica, sin que por ello dejare de ser cierta”. Hernando Zabala

La educación en las cooperativas es de tal importancia que genera elementos que trascienden al ámbito de la participación, los Asociados en las cooperativas desarrollan mayor potencial cuando se involucran en los procesos democráticos que el modelo cooperativo propone y en la autogestión de la empresa.

De acuerdo con Javier Andrés Silva Díaz (2017) la economía de la solidaridad necesita de una educación comprometida y responsable. Necesita de Asociados que se reconozcan como “ciudadanos del mundo con preocupaciones locales y globales”.

La Educación Cooperativa como objetivo de desarrollo sostenible

Dando alcance al texto *Educación para la Cooperación* de Javier A. Silva, se da una preponderancia especial a la educación, ya que:

- La Educación como fundamento del paradigma cooperativo, permite disponer al Asociado de aprendizaje continuo necesario en la autogestión.
- Las Cooperativas son escuelas de aprendizaje continuo y escuelas de formación continua que desarrolla las habilidades de los Asociados hasta llegar a tener *conciencia* sobre la importancia de su doble papel como dueño y usuario.
- La Educación como estrategia para fortalecer la participación, se da de manera natural (ingreso voluntario), en relación al uso (productos y servicios) y en la gestión (Democracia).

Figura 3

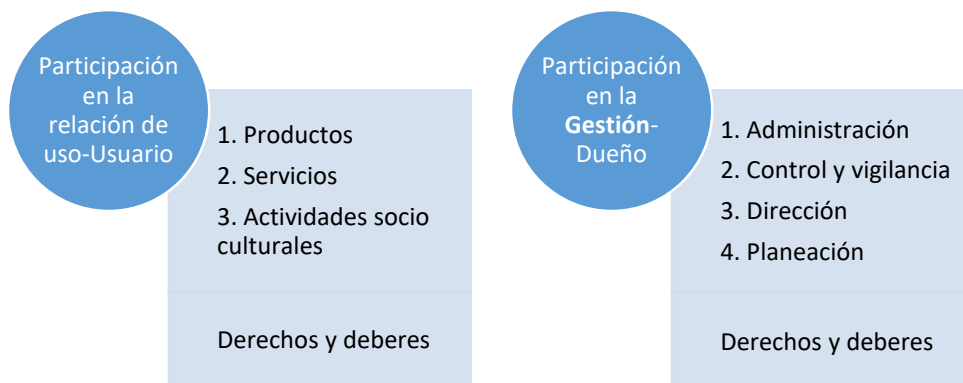
Modelo Cooperativo. "Educación para la Cooperación" (Javier Andrés Silva, 2017).



El principal desafío de la participación se mueve en dos sentidos, es tanto derecho como obligación, la participación de los miembros se dirige hacia una gestión participativa solidaria. El principal desafío de la educación es permitir que los miembros no solo consideren los resultados económicos, sino los resultados en ámbitos del desarrollo y la comunidad.

Figura 4

La Participación como Derecho y Obligación. "Educación para la Cooperación" (Javier Andrés Silva, 2017).



Promover en los Asociados la comprensión del modelo cooperativo a partir de la democracia participativa, y la educación para mejorar la utilidad de los servicios que se ofrecen y su experiencia como usuario y dueño, establece la necesidad de conformar espacios que permitan empoderar esa propuesta, enmarcada desde la formación de competencias y saberes tanto del modelo cooperativo como de las necesidades de la

comunidad, para el desarrollo de una área funcional que genere bienestar y a la vez compromiso de los Asociados por su empresa.

Entonces el reto de las cooperativas no se “limita únicamente al crecimiento y desempeño económico. Indudablemente va más allá; debe trascender hasta el punto en donde los directivos y Asociados comprendan que la educación es un terreno fértil para el desarrollo de sus habilidades personales y empresariales, para el desarrollo de nuevas capacidades y especialmente, para entender que se educa para cooperar y formar ciudadanos comprometidos con el desarrollo y la generación de calidad de vida”. (Silva Javier, 2017, pág. 104).

Cooperativismo en Colombia

La fundamentación de esta Doctrina se hace cercana en el país por la contribución de algunos intelectuales, estadistas, religiosos e ideólogos que a comienzos de la década de 1940 participaron desde la Academia en este proceso. Teniendo en cuenta al catedrático Carlos Uribe Garzón (2012), en la ciudad de Popayán se dieron las primeras conferencias sobre temas cooperativos y se establece la cátedra libre de la Cooperación; en 1942 se crea el Instituto de Estudios Cooperativos que luego se incorpora como Facultad de la Universidad del Cauca. Se expande a diferentes ciudades, en Bogotá se crea El Centro de Entrenamiento para Dirigentes del Movimiento Cooperativo, con sede en la Universidad Nacional de Colombia, para 1958 se crea el Instituto de Economía Social y Cooperativismo, INDESCO, ahora Universidad Cooperativa de Colombia, tal liderazgo llegó a obligar a colegios de primaria y secundaria y a universidades a tener dentro de sus materias la cátedra de Cooperativismo.

Hacia 1969 es suprimida tal obligatoriedad, y a pesar de esa decisión, las Universidades y algunos institutos siguen manteniendo actividades relacionadas con la educación y la investigación cooperativa, las ya mencionadas y destacándose la Universidad Javeriana, que en la actualidad ofrece un programa de Especialización, la Universidad Externado, del Rosario, La Sabana y la Universidad Santo Tomás, “que en la década de los 70 mantuvo un Instituto de Cooperativismo auspiciado por la Universidad de Münster (Alemania) con valiosos resultados en la docencia y la investigación”, ahora adelanta programas de economía solidaria desde la modalidad a distancia. Así mismo otras ciudades y Universidades e institutos se destacan en el país (Antioquia, Medellín, Valle, Cartagena, Manizales, Risaralda, etc.)

Más tarde toman fuerza los organismos cooperativos que han logrado integración para el desarrollo del pensamiento cooperativo en Colombia como UCONAL (Unión Cooperativa Nacional, ASCOOP la Asociación Colombiana de Cooperativas, CONFECOP, Confederación de Cooperativas, en colaboración de organismos internacionales como la ACI, que llevó a la conformación de Bancos Cooperativos UCONAL, COOPDESARROLLO, Federaciones y centrales cooperativas COOPCENTRAL, CUPOCRÉDITO, FUNDEQUIDAD, COOMEVA, etc. Y la labor de diferentes organismos del sector público DANCOOP Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas, INCORA, Caja de Crédito Agrario, etc.

Dichas contribuciones y publicaciones, se han difundido y representado a través de los centros académicos, labor que debe perpetuarse para que no sea desconocida, es necesario rescatar la importancia del cooperativismo, sin olvidar todo lo que se ha escrito, consolidado como medida de protección y fortalecimiento del sector, así como de la permanencia por generaciones por el destacado carácter humanista y social.

Una Cooperativa Universitaria

USTACOOOP Ltda. desde hace 47 años es la Cooperativa de Ahorro y Crédito Universidad Santo Tomás, “nació como respuesta a las necesidades de los Docentes y Empleados de la Universidad por obtener préstamos para cubrir gastos cotidianos urgentes” necesidad que atendió el alma mater en forma ocasional, creando un fondo especial, “esos recursos fueron dados a la Cooperativa como un primer apoyo a la empresa naciente” (González Juan F. 1990 (Historia USTACOOOP. Construcción conjunta fundadores página web USTACOOOP).

Luego de años de servicio voluntario de esos 50 Fundadores, de gerencias “Ad honorem”, de etapas débiles, de resurrección, crecimiento y estabilización, USTACOOOP se consolida como una de las más fuertes en el sector académico, por ofrecer alternativas sociales y financieras a la comunidad tomasina en el país y por contar con el apoyo del Instituto de Cooperativismo.

La actual Gerente de USTACOOOP, Nelsy Laverde menciona que a partir del auge a finales de los ochentas, la Cooperativa se abre a nuevos retos y es por eso que la Universidad le confía la distribución exclusiva de los libros publicados por Ediciones USTA, el manejo y pago de toda la nómina, el manejo de las cafeterías en Bucaramanga (donde logra la incorporación de Asociados de la cooperativa COOUSTA de esa ciudad) y el recibo de las matrículas del Centro Regional de Educación a Distancia de Bogotá.

En cumplimiento de las exigencias de la Supersolidaria para las cooperativas de Ahorro y Crédito, USTACOOOP se dedica de manera exclusiva a ofrecer servicios de ahorro y crédito, se inscribe en el Fondo de Garantías de entidades cooperativas “Fogacoop”, y apertura las oficinas de Tunja y Floridablanca. Actualmente cuenta con dos sedes propias: Bogotá y Bucaramanga, y con la seccional Tunja, ofreciendo en total 5 puntos de atención presencial, dos de estos en las instalaciones de la USTA Dr. Angélico y Florida.

Cautivando a la Comunidad Tomasina

La vinculación a USTACOOOP es voluntaria de tipo cerrado, se pueden asociar las personas que tengan o hayan tenido vínculo **laboral** en cualquier cargo: secretarías, administrativos, directivos, docentes o **académico** con la Universidad Santo Tomás (estudiantes o egresados), su cónyuge o compañero permanente y los hijos mayores de edad. (Estatutos USTACOOOP, 2014. CAPÍTULO 3, Artículo 9), extrabajadores de la Universidad, que se encuentren en cualquier lugar del territorio colombiano o del mundo, sin ninguna restricción en cuanto a su poder adquisitivo, género, cultura o religión.

Actualmente, USTACOOOP cuenta con un total de 1.655 Asociados, conocida como su base social. (Datos a 31 de diciembre 2021). Conformada así: Bogotá: 1.119 Asociados (371 Trabajadores USTA y 748 Caja). Bucaramanga: 463 Asociados (261 Trabajadores USTA y 202 Caja) y Tunja: 73 Asociados (52 Trabajadores USTA y 21 Caja).

El asociado hace un aporte social mensual, invierte capital a su empresa y adquiere el derecho a usar todos los servicios financieros y sociales, el valor a aportar equivale como mínimo al 5% del salario que devenga o de acuerdo al S.M.M.L.V. (Estatutos USTACOOOP, 2014. CAPÍTULO 5, Artículo 40).

Con una amplia oferta de servicios, USTACOOOP proporciona a sus Asociados soluciones financieras de ahorro y crédito con excelente calidad e intermediación económica bajo el criterio cooperativo, convenios sociales y de servicios, de tal forma que el Asociado logre un desarrollo humanamente sostenible y la Cooperativa sea comprendida como empresa solidaria, apoyada en la Doctrina cooperativa basada en principios y valores cooperativos.

Figura 5

Clases de Ahorro USTACOOP. Página web www.ustacooplda.com, 2022.



Figura 6

Líneas de Crédito. Página web www.ustacooplda.com, 2022.

| Línea | Cupo máximo de los créditos en relación con los aportes sociales | Plazo Máximo | TASA | | |
|---|--|--|----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| | | | NOMINAL | EFECTIVA | |
| | | | MENSUAL | ANUAL | ANUAL |
| Ordinario con garantía de Aportes | Hasta el valor total de aportes | Hasta 72 meses | 0.80% | 9.60% | 10.03% |
| Ordinario en exceso de Aportes | Hasta siete (7) veces, el valor de los aportes. Según capacidad de pago. | 1 a 24 meses 25 a 48 meses 49 a 72 meses | → 1.0% → 1.1% → 1.2% | → 12.00% → % → 14.40% | → 12.68% → % → 15.39% |
| Salud | Hasta diez (10) veces los aportes sociales | 60 meses | 1.00% | 12.00% | 12.68% |
| Educación | Hasta diez (10) veces los aportes sociales | Preescolar, Primaria, Bachillerato y Pregrado Universidad: 12 meses. Posgrado, Maestría y Doctorado: 60 meses. | 0.70% | 8.40% | 8.73% |
| Inmuebles: compra, construcción, liberación | Hasta diez (10) veces los aportes sociales | 240 meses | 0.9% | 12.00% | 12.68% |
| Para pago de impuestos | Hasta ocho (8) veces los aportes sociales | 12 meses | 0.9% | 12.00% | 12.68% |
| Rotativo | De acuerdo al estudio de cada caso. | Hasta 1 millón: 12 meses Hasta 2 millones: 18 meses Hasta 5 millones: 24 meses Hasta 10 millones: 36 meses Hasta 15 millones: 48 meses | 1.0% | 12.00% | 12.68% |

Figura 7

Fondos. Página web www.ustacooplda.com, 2022.



Figura 8

Convenios y Beneficios. Página web www.ustacoopltda.com, 2022.



Teniendo en cuenta lo anterior, este proyecto está enfocado en el Asociado, con el fin de brindarle herramientas que le permitan conocer y asimilar la importancia de la participación en su empresa a través de procesos de capacitación, aterrizados desde la doctrina Cooperativa. Es por esto que es necesario invitarlo a desarrollar contenidos basados en el cooperativismo, como por ejemplo Principios y valores Cooperativos, fundamentos éticos, la economía solidaria, derechos y deberes del asociado, entre otros, como alternativa de transformación de sus prácticas actuales hacia la posibilidad de generar cambios sociales, culturales y económicos, que den cuenta desde la apropiación que es posible adquirir un estilo de vida cooperativo.

Un Asociado formado en competencias cooperativas, puede tener la capacidad de transformar sus prácticas diarias, su entorno, entender que existen otras maneras de hacer economía en las que el hombre es el medio y no el fin, y que a través de su participación activa puede autogestionar su empresa y desarrollar programas que beneficien a toda la comunidad y por ende mejorar su calidad de vida.

Un Asociado satisfecho, y convencido del ejercicio cooperativo, va a querer compartir con sus semejantes los beneficios que ofrece su empresa, promueve a través

de su historia de vida y su experiencia económica y social, la vinculación de más Asociados, logrando el crecimiento de la base social.

Problemática

Problemática uno: Baja participación en la autogestión.

Teniendo en cuenta la importancia de la participación de los Asociados en las cooperativas para autogestionar y administrar, desde su papel como usuario y dueño de una empresa conjunta, se hizo necesario investigar en USTACOOOP cuál es el nivel de participación que los Asociados tienen en los procesos democráticos, estos son los resultados comparados en los últimos 6 años, teniendo en cuenta los Informes anuales de gestión que se presentan a las Asambleas Ordinarias de delegados:

Figura 8

Estadística de Votantes para Elección de Delegados. Informes de Gestión USTACOOOP, 2017 a 2022.

| ESTADISTICA DE VOTANTES PARA ELECCIÓN DELEGADOS | | | |
|---|---------|-------|---------|
| Año | Hábiles | Votos | % Votos |
| 2017 | 1519 | 505 | 33% |
| 2018 | 1648 | 399 | 24% |
| 2019 | 1676 | 551 | 33% |
| 2020 | 1638 | 485 | 30% |
| 2021 | 1607 | 455 | 28% |
| 2022 | 1510 | 402 | 26% |
| promedio | | | 30% |

En el gráfico se aprecia la fluctuación dada en un periodo de 6 años. Del total de Asociados hábiles para votar, son pocos los que ejercen año a año su derecho al voto. Se infiere que solo la tercera parte de los miembros de USTACOOOP, está participando y gestionando su Cooperativa en los procesos de elección de Delegados, y cargos sociales.

Participación en la página

Las razones de la baja participación de los Asociados no solo en las actividades, sino en las votaciones anuales y el poco aprovechamiento de los espacios de capacitación en Cooperativismo, pueden ser variados, la falta de interés, de tiempo, desconocer los

procesos y los beneficios, lleva a que se acaben o perpetúen los mismos servicios y los mismos Asociados en los cargos que permiten autogestionar la Cooperativa.

Problemática dos: Página web no funcional ni atractiva.

Aprovechar los recursos tecnológicos en los que los Asociados participan actualmente, como la página web, son el medio más idóneo para brindar la oportunidad de formarse en cooperativismo.

De la Estructura y el Diseño

Satisfacer la experiencia de los Asociados de USTACOOOP a partir de la funcionalidad, el dinamismo y la eficacia como un complemento efectivo que facilite la comunicación y la participación es lo que hoy impulsa este Proyecto, diseñar un sitio web nuevo para la cooperativa como uno de los elementos representativos y sustanciales dentro de la planeación estratégica.

Actualmente, el sitio web de USTACOOOP www.ustacoooplt.com, está soportado en la plataforma OnePress theme by FameThemes desarrollado bajo una estructura esencial que impide que la navegación y el acceso a la información sea fácil para el usuario. Algunas imágenes provienen de Freepik. Cuenta con dominio propio y se administra periódicamente para hacer las actualizaciones correspondientes, utilizando las plantillas habilitadas para tal fin.

Existen 6 secciones enfocadas en aspectos específicos de la Cooperativa: *NOSOTROS*, *VINCULACIÓN*, *BENEFICIOS*, *NORMATIVIDAD*, *CONTACTO*, *SOY ASOCIADO*.

Estructura General

El sitio web de USTACOOOP tiene una cabecera (header) donde se muestran las secciones un Cuerpo (body) donde se aloja el contenido de la página y un pie de página (footer) que solo contiene información del desarrollador.

Lenguaje Visual: tiene 7 imágenes tomadas de internet como apoyo visual, no son propias. A nivel global existe una baja producción de narrativas visuales con intencionalidad informativa y participativa, lo que implica una falta de cercanía con los usuarios del portal.

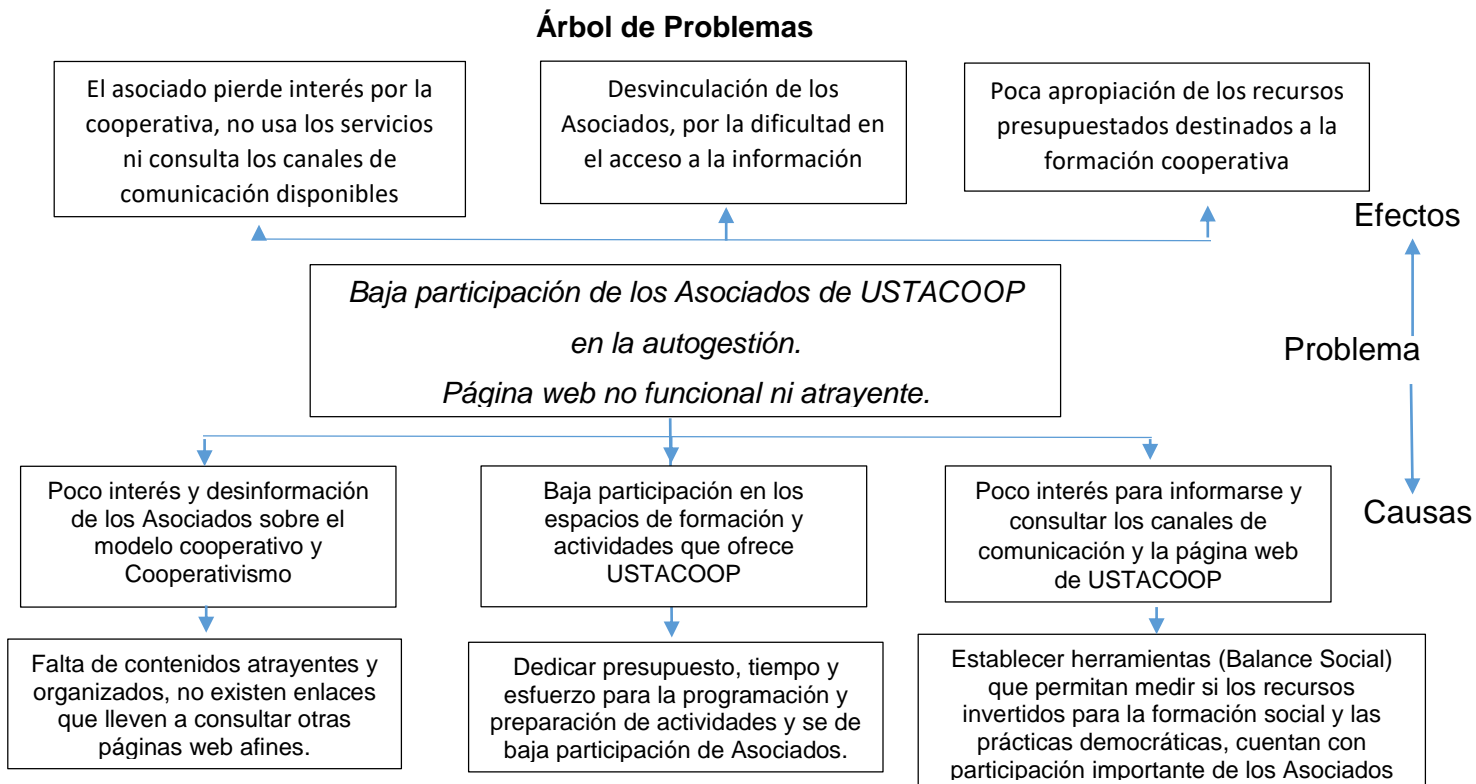
Lenguaje Escrito: Detalla los servicios de manera muy general, incluyen archivos en PDF, de la Normatividad, faltan textos argumentativos, como noticias y editoriales.

Lenguaje Sonoro: El sitio web de USTACOOOP no muestra una producción que incluya videos, podcast o entrevistas. No se evidencian links o vínculos a redes sociales en las cuales se puedan identificar este tipo de producciones.

Por último, se considera que el sitio web actual de USTACOOOP no cuenta con un diseño atractivo, ordenado y propio (fotografías), así mismo no cuenta con elementos interactivos como videos, enlaces, o audios, que den más funcionalidad a esta herramienta digital.

A partir de lo anterior se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿De qué manera la formación/capacitación como estrategia de comunicación digital fortalece los procesos de participación en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Universidad Santo Tomás?

Figura 9



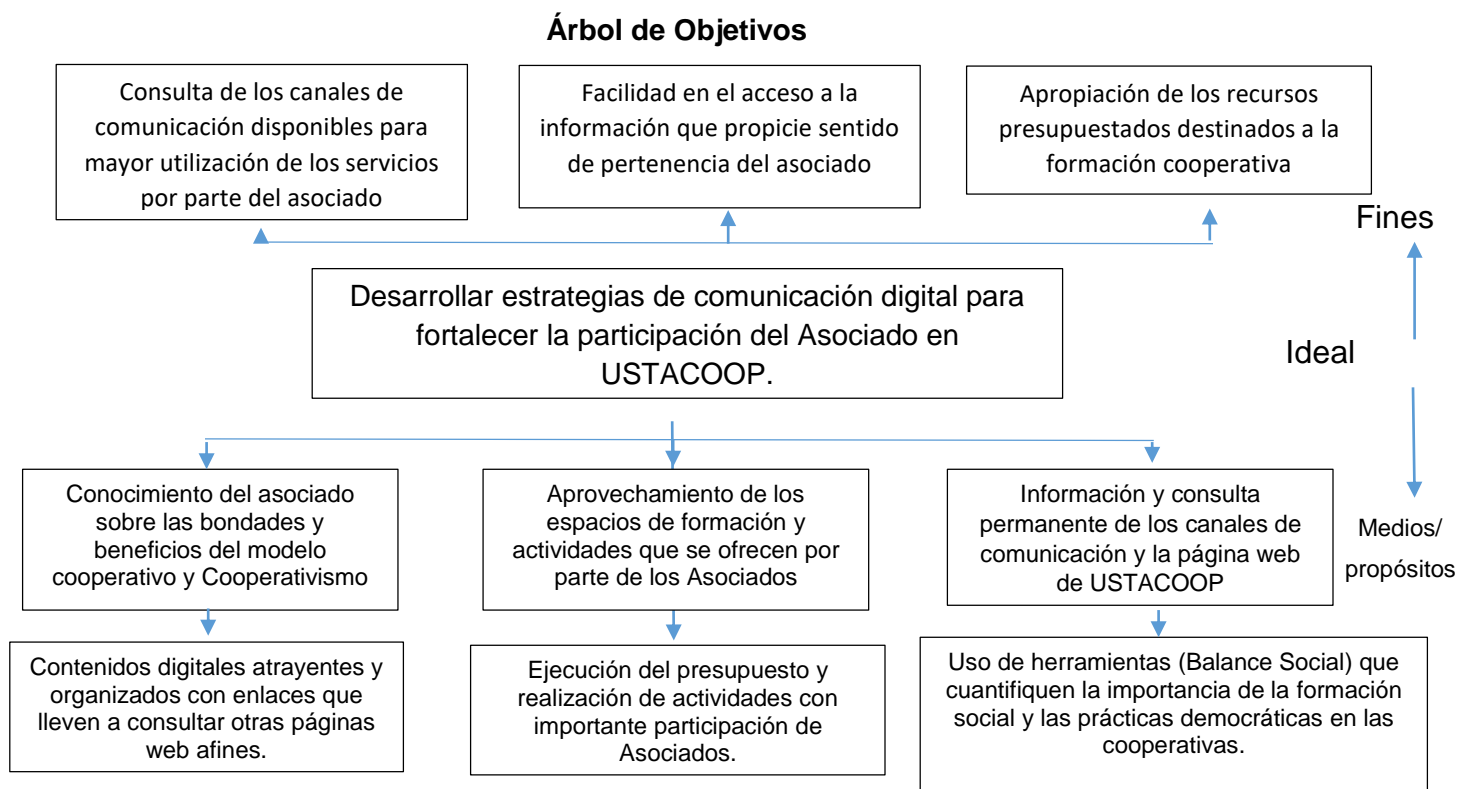
Objetivo general:

Desarrollar estrategias de comunicación digital para fortalecer la participación del Asociado en USTACOOOP.

Objetivos específicos

1. Identificar las necesidades y expectativas de los Asociados con respecto a los espacios de capacitación que se ofrecen y el uso que le da a la página web actual y a otras redes.
2. Dinamizar los contenidos de las herramientas digitales, en especial de la página web, permitiendo mejorar la experiencia del asociado con estos canales de comunicación.
3. Potenciar la participación de los Asociados en el curso de cooperativismo virtual básico, dando a conocer la necesidad de recibir formación en torno a la educación cooperativa y la cultura solidaria, basada en valores y principios de la cooperación.
4. Publicitar los incentivos que ofrece la cooperativa si el asociado se forma en cooperativismo para que realice el curso de cooperativismo básico y reciban estímulos económicos.
5. Contribuir al posicionamiento de USTACOOOP en la comunidad tomasina a partir de la sensibilización en la formación cooperativa como parte de la planeación estratégica de la empresa.

Figura 10



Justificación

Frente a la pretensión de desarrollar estrategias de comunicación digital en USTACOOOP que lleven a fortalecer la participación del asociado y el aprovechamiento de los recursos existentes como la página web, es importante rescatar las estrategias que desde la misma cooperativa han surgido para propiciar el fortalecimiento de la Educación Cooperativa en los Asociados, y ejecutar los recursos que se asignan a los fondos sociales en este caso el Fondo de Educación Cooperativa y para tal fin han creado incentivos económicos que conocidos y publicitados de manera permanente pueden garantizar la participación importante de los Asociados en este curso y por ende en otros espacios de formación que se ofrecen y como no en los procesos democráticos.

Se considera que la pertinencia del curso sobre cooperativismo unido a un paquete de incentivos que motiven a los asociados y potenciales asociados a desarrollarlo a través de la nueva página web de USTACOOOP constituye un escenario propicio para presentar la transformación de la web, promover su usabilidad y explorar su funcionalidad.

La presente investigación, define a través de la Metodología de Marco Lógico, las necesidades enunciadas, orientando la resolución de las problemáticas a través de la pertinencia de la elaboración de materiales digitales atrayentes y funcionales, y el aprovechamiento del acuerdo que reglamentan la educación cooperativa y a través de materiales de formación soportados en las TICS garantizando la resolución de las necesidades descubiertas a través de los objetivos planteados.

Importancia de la Comunicación en Redes.

El acceso a la tecnología digital no sólo reduce costos, sino que facilita la comunicación y la atención a los usuarios con mayor recurrencia en todos los sectores, especialmente el económico. El manejo de recursos monetarios, las transacciones y toda consulta financiera pasó de la oficina a los PC y dispositivos móviles.

USTACOOOP, como empresa perteneciente al sector de la economía social y solidaria por 47 años, con amplia trayectoria tanto en la comunidad tomasina como en el ámbito cooperativo, tiene cuentas de correo electrónico y una página web como canal de comunicación con sus Asociados y como ventana de presentación para darse a conocer con posibles públicos que deseen formar parte de la Cooperativa de la Universidad Santo Tomás, sin embargo, esta herramienta, al ser la única, no constituye un canal de

comunicación efectivo para el usuario, ya que su construcción y navegación no la hacen dinámica, atractiva y funcional.

La página web devela la necesidad de un cambio tanto de la imagen corporativa integral (uso de más redes), como de la misma herramienta, al no ofrecer a sus Asociados organización en la información, acceso a formatos y navegabilidad interactiva acorde a la tendencia actual y la oferta de otras entidades del sector financiero.

Es necesario pensar en una web que facilite la navegación, puede ser de *tipo lineal*, compatible con los diferentes dispositivos y que presente la información a partir de la facilidad y el dinamismo. Por esta razón, el proyecto de intervención pretende resolver la necesidad de reconocimiento e interés de los Asociados por su cooperativa USTACOOOP, a partir del cambio de estrategias digitales; haciendo atractivos y amigables los canales de comunicación actuales (página web y correo electrónico) y futuros (Instagram, WhatsApp, Facebook) que permitan el uso de más aplicaciones digitales y redes, buscando ser más competitiva en el mercado y el crecimiento de su base social.

Este cambio va de la mano de una estrategia de comunicación digital que permita renovar contenidos y fortalecer el quinto principio del cooperativismo que promueve la educación, formación e información de los Asociados como un paso fundamental y permanente que enriquezca la comunicación de doble vía promoviendo la participación de sus integrantes, autogestión y fortalecimiento empresarial.

Multimedia, evolución del mensaje y el canal

La comunicación humana se ha transformado. A la extensión de los sentidos, a través de los diferentes canales, para emitir el mensaje, también se suman las formas de construirlo. Si bien en un inicio el nuevo orden permitió el discurso racional y separó la comunicación escrita del sistema audiovisual de símbolos y percepciones, ahora texto, imagen, sonido y vídeo se unen para nuevas formas de entregar la información.

La velocidad para comunicar y manipular los archivos llegó con la comunicación electrónica. Esta fórmula hizo que cambiara el tiempo en el que se comunica, pero además de esto se logró pasar de un sujeto pasivo a uno interactivo. Esa interactividad también permite pensar en el sujeto de manera individual, en sus necesidades para comunicar, y en lo que específicamente desea consumir de información.

Manuel Castells en su texto “Cultura de la Virtualidad Real: La integración de la comunicación electrónica; el fin de las audiencias de masas y el desarrollo de las redes interactivas”, nos plantea la diversificación y descentralización de la información, la cual a

través de los medios de comunicación como la radio y la televisión permitieron la segmentación de las audiencias con su llegada. Esto hizo al sujeto fuera más selectivo al momento de consumir y que se diera cierta “libertad” para acceder a la programación en sus tiempos y no en los de emisión pues ya se podía acudir a herramientas para grabarlos. Esta posibilidad hace que se evolucione a formas más dinámicas reafirmando que a la comunicación electrónica le queda mucho camino por recorrer, más allá de lo que se ha logrado con las APP, WEB, Redes Sociales y otras alternativas que se llevan en el bolsillo, se consultan cuando se requieren y que han desencadenado múltiples formas de comunicar, con lenguajes universales. El ser humano, de la mano de la ciencia, cambio la manera de plasmar las ideas, recopilar información y sobre todo de compartirla en un mundo sin barreras.

La interactividad permite no sólo nuevas formas de relacionamiento social, sino también de compartir el conocimiento y de gestionar las necesidades y servicios para el ser humano. El tiempo, parece ser el común denominador de estas formas. Reducir el tiempo en la movilidad, lograr el acceso a la información, gestionar eficazmente y de manera directa para suplir necesidades, para obtener soluciones, para continuar avanzando en los objetivos de cada ser es lo que nos plantea la integración de la comunicación electrónica a la interactividad: *la multimedia*.

Con la multimedia ya debemos pensar en el conocimiento de las audiencias para la construcción del mensaje y asertividad del canal. Explorar formatos de acuerdo al perfil de los consumidores que se requiere impactar, en cómo se presenta el mensaje integrando la extensión de los sentidos. En cómo se vuelve fuente de consulta la herramienta para que la interactividad sea permanente. El proyecto de cambio de diseño de la página web de USTACOOOP se concibe con este fin, hacer que sus contenidos, servicios y navegabilidad constituyan un canal asertivo de permanente consulta e interactividad, logrando fortalecer el vínculo entre USTACOOOP sus Asociados y potenciales Asociados.

Acercamiento al Diseño hipertextual

Como grupo de investigación, buscamos proponer a USTACOOOP un recurso efectivo de comunicación en red (digital) entre el asociado y la cooperativa, “ofrecer soluciones que supongan la más equilibrada aportación (integración real de conocimientos y servicios)”, una estrategia “rápida, clara, eficiente”, apoyada en la

tecnología, materializada en una página web, que mantenga el equilibrio entre el cliente y la competencia, integrando un enfoque real, adecuado al usuario y su realidad.

En este proceso de producción se ha tenido en cuenta al asociado, sus gustos y preferencias, su naturaleza e importancia, su actuación, así como las problemáticas que surgen en torno al uso de recursos como la página web actual.

Definir un perfil de usuario a partir de sus apreciaciones, sus necesidades reales, para llegar a ofrecer una herramienta comunicacional interactiva, con diseño iterativo: ha permitido centrar la mirada en la importancia de la imagen actual, pues se requiere construir un territorio común, un espacio de ellos y para ellos desde la virtualidad, basado en sus expectativas y preferencias que denote un sello, una identidad, que perdure y conlleve a un “proceso de mejora continuada”.

Esta construcción en Red de colaboración, presupone el contenido y conocimiento de elementos comunes, familiares, que están presentes tanto física como virtualmente, construido por “departamentos”, o ventanas de servicios que intercambian y comparten mucha información, teniendo en cuenta las relaciones que se dan al interior, en este caso de tipo social, y la relevancia que se debe dar al sector cooperativo, y solidario.

Para lograrlo se ha realizado una constante revisión de otras cooperativas y sus recursos tecnológicos ofrecidos, dando oportunidad a la comprensión de características comunes.

El diseño de la navegación, se justifica a partir de la solución adoptada, donde se conecta la definición conceptual con la situación formal o real, brindada por el análisis de encuestas, en la fase de producción, es necesario transformar esa información en ideas claras y precisas que den forma a la ejecución de los elementos que van construyendo la nueva red.

Nueva página web

Teniendo en cuenta los aspectos mencionados previamente, es así, como a través de herramientas digitales se atenderá a los principios generales del diseño de plataformas web y de distribución de contenidos como textos, imágenes y videos organizados de tal manera que se dé un orden para que no se genere dificultad en la identificación de la información ni en la navegación por parte de los Asociados y potenciales Asociados. Una estructura funcional: cabecera (header) donde se dejará la información de la cooperativa; Cuerpo (body) donde se alojarán los principales contenidos de la página; Pie de página

(footer) que tendrá la información de contacto, las redes sociales actuales y la política de privacidad, entre otros elementos.

El desarrollo del proyecto quedará establecido bajo una estructura del sitio web equilibrada y multiseccional lo que permitirá que los contenidos se muestren de manera clara y sea fácil, no solo el acceso a la información, sino que ésta sea de fácil comprensión para las personas que la consultan; todo a través de una lógica que les permita guiarse y explorar dichos contenidos con la posibilidad de pasar de un texto a otro, de una imagen a otra mediante enlaces (hipervínculos). En ese sentido, con el hipertexto se logrará un acceso no lineal a la información, a los servicios y a los trámites que se pueden realizar en USTACOOOP, lo cual implica poder romper con un hilo discursivo único y modificar la secuencia única como principio ordenador de la información.

De esta manera, los Asociados podrán moverse libremente en la página web, encontrando el portafolio de servicios de ahorro y crédito, fondos sociales, auxilios de solidaridad, emprendimientos, aliados (pólizas y seguros), incentivos, actividades y boletines, entre otros, pasando de uno a otro, sin sentirse saturado de conceptos o formularios o imágenes.

Pensar en la funcionalidad de la página web también nos invita a garantizar que cuente con atributos fáciles de identificar utilizando convenciones gráficas para que el asociado pueda darse cuenta de su existencia y activarlos cuando crea necesario. Para el caso de USTACOOOP, basado en la morfología de la activación hipertextual se utilizarán íconos, botones, modificaciones en el formato del texto (subrayado, negrita, cambio de color) y otros procedimientos para hacer más atractivo el sitio, evitando una sobrecarga cognitiva que obligue al usuario a perderse en la información: se hace entonces necesario generar un mapa de navegación para facilitar el acceso.

En ese sentido, el sitio web de USTACOOOP les ofrecerá a los Asociados un estilo homogéneo con una interfaz hipertextual con herramientas y utilidades que le permitan desde generar un certificado o extracto de movimientos, conocer las últimas noticias hasta solicitar y obtener aprobación de un crédito en cinco minutos.

El color

De la mano de la estructura del diseño, se encuentra el manejo del color y la perfecta distribución y uso que se realiza del mismo en el sitio web. Para USTACOOOP los colores amarillo y verde se convierten en un aspecto parte fundamental del desarrollo digital, pues responden no solo a los principios del cooperativismo, sino al estímulo del cerebro de los

Asociados logrando que se puedan identificar plenamente al evocar la tranquilidad, la seguridad y la confianza.

El amarillo es el color más luminoso. Se asocia con la competitividad, la felicidad, la alegría, el optimismo y la juventud creando una sensación de felicidad. El verde tiene un efecto armónico, se asocia con crecimiento, salud, bienestar, dinero, calma y generosidad; el verde es el color que los ojos procesan mejor creando una sensación de nuevos comienzos. El blanco se asocia con limpieza, felicidad, sinceridad y seguridad. El gris se asocia con formalidad, sofisticación, atemporalidad y carácter, perfecto para contrastar con la gama de los amarillos y verdes.

Figura 11

Tabla Definición de la Paleta de Colores según la Gama de los Verdes y Amarillos.

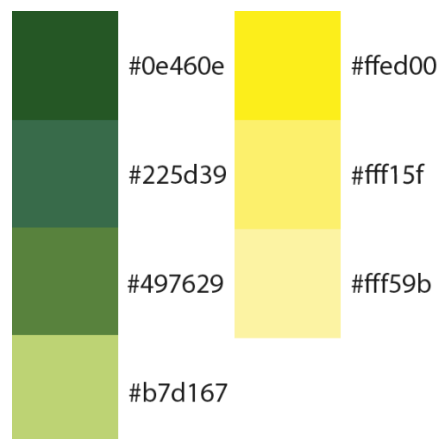


Figura 12

Evolución del Logo. Propuesta que se genera en el proyecto.



La imagen

Una representación visual de conceptos de calidad, solidaridad, honestidad, confianza y practicidad es lo que se busca en el desarrollo del sitio web de USTACOOOP. No solo para hacer más atractiva la página, sino para asociar lo que significa ser parte de la cooperativa.

Cuadradas, horizontales, con tonos similares y en alta resolución para armonizar el contenido, éstas serán seleccionadas de un banco de imágenes manteniendo la estética y la funcionalidad. De igual manera, se tendrá en cuenta el equilibrio, el contraste, la armonía, la coherencia y la simetría como parte de las técnicas de comunicación y expresión visuales de los contenidos de la página web.

CTA's (llamadas a la acción).

Estas frases cortas que invitan a los usuarios a realizar alguna acción en el sitio web de USTACOOOP serán atractivas y se aplicará el principio básico de cambio de fuentes con colores que puedan destacar (dentro de la gama de los verdes y amarillos mencionados previamente) haciendo énfasis en las palabras que denoten un beneficio para el asociado e ir más allá del simple "clic aquí" y comenzar con un verbo; siempre manteniendo una coherencia en el lenguaje del contenido general del sitio web.

Con el rediseño de la página web se conservará el dominio actual y los documentos (textos, imágenes y videos quedarán alojados en el servidor principal del proveedor).

Un curso de Cooperativismo básico virtual

Promocionar el curso de cooperativismo básico virtual a través de un módulo especial creado en el nuevo sitio web de USTACOOOP, con lo cual se logrará vincular a más asociados para que realicen el curso y a partir de los contenidos vistos, comprenderán la necesidad de apropiarse de su empresa y de fortalecer su participación en los espacios tanto democráticos como actividades que se proponen.

El curso estará disponible en la página web para realizarse en línea accediendo con usuario y contraseña, previo registro de sus datos a través de un enlace. Al ingresar puede llegar a encontrar ejes temáticos como: Economía solidaria, fundamentos éticos, principios y valores cooperativos, derechos y deberes del asociado, estructura y características de las cooperativas y una evaluación de los contenidos vistos.

El asociado tendrá un tiempo determinado para leer el material y ver los videos propuestos, en cuatro semanas deberá hacer la evaluación y aprobar el curso.

Una vez la plataforma arroje la calificación del curso y este sea aprobado, se entregará la certificación de las 20 horas académicas cursadas con aval de la Unidad Administrativa especial de organizaciones Solidarias “UAEOS” en convenio con la Cooperativa GES - Grupo Empresarial Solidario. El asociado se hará merecedor de los beneficios establecidos en el Acuerdo USTACOOOP No. 55 de noviembre de 2018.

ESTÍMULOS CONDUCENTES A PROMOVER LA EDUCACIÓN COOPERATIVA ENTRE LOS ASOCIADOS, que a continuación presentamos:

1. Disminuir la tasa de interés en el 1% anual, vigente para los créditos de consumo que soliciten durante los dos (2) años siguientes.
2. Incrementar su saldo en aportes sociales al 31 de diciembre del año en que participó en la Capacitación o formación Cooperativa, en un 1% anual. Si no ha hecho uso del crédito durante los últimos cuatro (4) años y tampoco hace uso de crédito durante el año inmediatamente siguiente al de la participación en el curso.
3. Se le otorgará la inscripción totalmente gratuita para participar en las actividades que organicen el Fondo de Actividades recreativas, culturales y deportivas y el Fondo de Emprendimiento y capacitación empresarial, durante los dos años siguientes a la fecha de certificación o acreditación de los requisitos cumplidos.
4. A los Asociados que por primera vez se afilien a USTACOOOP, presentando la certificación del curso no mayor a un año, se le abonará a la tercera cuota de Aporte Social, la suma de Cien Mil Pesos (\$100.000=).
5. Abono a la cuenta de Ahorros que tiene en USTACOOOP por la suma de Cincuenta Mil Pesos (\$50.000=) al Asociado que promueva la afiliación efectiva de nuevos asociados, cuando el Asociado que se afilió tenga tres (3) cuotas de aportes.
6. A los estudiantes de la Universidad Santo Tomás, que se afilien a la Cooperativa, y realicen el curso de Educación Cooperativa, se les concederá un auxilio para el pago del valor de la matrícula en la Universidad Santo Tomás para el siguiente semestre, equivalente al diez por ciento (10%), sin exceder de Trescientos Mil Pesos (\$300.000=).

Metodología

Como mencionamos en la justificación, la metodología trabajada “Marco lógico”, ha brindado una estructura más clara necesaria para la planificación como el rescate de la información esencial del proyecto, desde sus tres fases. Partimos del diagnóstico del problema a partir del análisis de involucrados (Ver anexo No.2), continuando con la

identificación de los objetivos y análisis de las posibles alternativas, para llegar a la preparación del árbol de problemas y el árbol de objetivos, que da cuenta de cuál es la situación actual y cuál es la situación futura o ideal que proponemos.

En esta metodología se tuvo en cuenta el carácter exploratorio que supone el uso de encuestas a los Asociados para validar el interés y necesidad del uso de las herramientas tecnológicas, a partir de la inmediatez, el dinamismo y la pertinencia y la valoración de la necesidad de formarse en educación cooperativa.

Se explora en el momento que se desarrolla la fase 1 con el reconocimiento que se hace de la competencia en el mercado, teniendo en cuenta la imagen corporativa, colores, aplicaciones y canales que ofrecen otras entidades cooperativas y bancarias. De igual manera cuando se aplica la FASE 2 en donde se interviene con sensibilización a los colaboradores de USTACOOOP frente al cambio de imagen.

El proyecto llega hasta la implementación de la estrategia de imagen que incluye el diseño y desarrollo de página web con una nueva y renovada imagen corporativa y publicitar el curso de Cooperativismo básico virtual.

Intervención directa, dividida en tres fases para su desarrollo:

Fase 1. Reconocimiento y análisis.

Se realiza un diagnóstico de reconocimiento de la organización en términos de sus estatutos, algunos acuerdos y reglamentos internos, portafolio de servicios y productos que se ofertan con alianzas estratégicas, para conocer su naturaleza, debilidades, fortalezas y oportunidades de mejora. *Benchmarking.*

Se levanta información a través de encuestas al asociado, necesaria para establecer el perfil del usuario en términos de imagen, acceso a la información y uso de la página web.

Fase 2 Construcción y Desarrollo de la Estrategia

Organización del material recopilado, construcción del documento donde se define el proceso, el cómo, dónde, por qué y cuándo, este último es la construcción del cronograma de actividades para lograr llevar a cabo el desarrollo y la ejecución de la estrategia de cambio de imagen corporativa.

Fase 3 Sensibilización al Cambio

Dirigido a los administrativos y colaboradores y Asociados de USTACOOOP tanto en la apropiación de la nueva imagen, como en la optimización del uso de la página web.

Realizar una evaluación por parte de la población objetivo para retroalimentar y afinar la estrategia. Presentarla a los directivos de USTACOOOP para validar avances y definir fechas de inicio de su implementación. Posteriormente y como parte final generar indicadores para evidenciar los resultados del cambio de imagen de USTACOOOP.

Por último, se debe tener en cuenta que en el momento que el asociado hace el curso de manera particular desde la página web, a través de la plataforma, la metodología de aprendizaje que se propone es el autónomo, pues es el mismo desde sus competencias se encarga de revisar los contenidos, estudiarlos y apropiarlos, el asociado en este proceso se desenvuelve de manera individual y “avanza de manera independiente a la instrucción pedagógica de terceros actores”.

“En el aprendizaje autónomo, la facultad para aprender la potencia uno mismo, para lo que utiliza todo mecanismo necesario para un desarrollo correcto del proceso”, esta capacidad de aprender es propia y se gestiona desde su autonomía en el método que utilice o quiera implementar.

Es así como surge el autoaprendizaje, que nace desde el individuo y es efectivo en la manera como logra “incorporarse a un entorno e implica la interiorización y memorización de reglas y habilidades nuevas” para aprender algo nuevo o mejorar lo que ya conoce, “enriquecerse y adquirir mayores conocimientos”.

- ✓ Los fundamentos que caracteriza el aprendizaje autónomo según uno de los mayores expertos en la temática, el profesor Roberto Sandoval “Qué es el Aprendizaje Autónomo”. (Universia, Dic. 2020)
- ✓ La información es procesada y codificada para convertirse en aprendizaje.
- ✓ El sujeto objeto del autoaprendizaje se implica de forma activa y asume un compromiso firme de progreso.
- ✓ El sujeto de la acción tiene la responsabilidad sobre su propio aprendizaje.
- ✓ No es un aprendizaje de memorización únicamente, pues se fundamenta en la lógica aplicada, en el análisis y la reflexión

Este tipo de aprendizaje se caracteriza por la responsabilidad del participante, la Creatividad que desarrolla en este caso el actor principal, el asociado y la estrategia: auto-motivadora y Auto-dependiente, que desarrolla en el momento que se compromete a realizar estudiando los contenidos del curso para luego obtener una calificación a través de la evaluación en la que se valoran sus habilidades, capacidades para analizar, comprender, sintetizar y poner en práctica.

Herramientas

1. Encuesta a todos los asociados (formulario de Google). Preguntas relacionadas con Problemática uno: Baja participación en la autogestión y Problemática dos: Página web no funcional ni atrayente. Objetivo 1.
2. Entrevistas a Colaboradores, Delegados, Asociados. Objetivo 1.
3. Diseño y elaboración de nueva página web. Objetivo 2.
4. Grupo focal con los Delegados sobre la pertinencia del curso de cooperativismo básico virtual. Objetivo 3
5. Elaboración de video sobre los incentivos del Acuerdo de educación. Objetivo 4.
6. Lanzamiento de la página web. Actividad por definir. Objetivo 5.

Recursos

La propuesta educativa estará enfocada en el lanzamiento del renovado sitio web de USTACOOOP y la invitación al curso virtual sobre cooperativismo.

Página web

Se mostrará la nueva versión del sitio web ajustado según los principios generales del diseño y de distribución de contenidos como textos, imágenes y videos, entre otros contenidos multimedia, logrando una estructura funcional. En la página principal se tendrá un banner llamativo con la invitación a participar del curso.

Infografía

Este recurso se utilizará para dar a conocer la estrategia de lanzamiento del rediseño del sitio web y del curso propuesto cumpliendo con la iniciativa de la entidad. En ella se tendrá información sobre las fechas, la duración, los beneficios y las particularidades de cada eje temático, así como las actividades relacionadas para cada uno de los eventos de participación. De igual manera, se utilizará para crear el material de estudio contenido dentro de la plataforma web.

Video

Se publicarán videos cortos con mensajes relacionados al cooperativismo: principios, modelo cooperativo, derechos y deberes de los Asociados al interior de la

entidad. Algunos de los ejes temáticos tendrán talleres en los cuales se invitará a los Asociados a crear y publicar contenido sobre sus historias y experiencias positivas en USTACOOOP, las cuales serán compartidas, según las políticas de seguridad de la información del sitio web.

Podcast

Entrevistas a asociados, casos de éxito y en lo posible con representantes del cooperativismo en Colombia, académicos en el tema, con el apoyo la Sociedad Colombiana de Cooperativas – Ascoop, donde se hablarán de temas de interés como el cooperativismo positivo, la visión mundial, modelos de expansión, entre otros.

Difusión

1. Piezas graficas de invitación a la actividad que sea atractiva, puede ser un primer mensaje de expectativa.
2. Envío de la invitación a través de correo electrónico, whatsApp, página web, Instagram, etc.
3. Integración: proponer a la cooperativa la realización de un evento masivo de lanzamiento de la página web, de manera presencial y virtual, donde se mostrará la nueva página y otros cambios que se están llevando a cabo en USTACOOOP como el cambio de Software contable y APP. Con la posibilidad de hacer concursos apoyados en las redes sociales.
4. Encuesta de satisfacción. Invitar a los Asociados a dejar los comentarios en la página web en el módulo del curso en la parte final.

Indicadores para la propuesta educativa

1. El aprovechamiento de los incentivos y como se han utilizado los recursos dentro del Presupuesto del Fondo de Educación que se asignó para cumplir con este acuerdo.
2. Recibir propuestas temáticas adicionales a las establecidas en el curso.
3. Que el asociado que haya tomado y aprobado el curso pueda participar a través de su historia y relate en un Podcast su testimonio para compartirlo en la página.
4. Se verá reflejado en el uso de otros servicios, y en el aumento de la base social, los Asociados van a promover la asociación de otros Asociados. Incremento en las visitas a las diferentes secciones de la página web.

Estrategia de intervención

Reconocimiento y análisis.

1. Realización de Benchmarking (estudio profundizado de los competidores para entender las estrategias y prácticas utilizadas por ellos). Comparativo con entidades bancarias y otras cooperativas.

2. Buyer person o cliente ideal (basarse en datos reales sobre el comportamiento y las características demográficas de los clientes, así como las motivaciones, objetivos, retos y preocupaciones). Formulario de Google enviado a todos los asociados para conocer perfil de usuario, uso herramientas de comunicación, página web de USTACOOOP y sensibilización: Importancia de la Educación Cooperativa.

Preguntas relacionadas con problemáticas: Baja participación en la autogestión y Página web funcional y efectiva.

Construcción y Desarrollo de la Estrategia

Actualmente en proceso de cambio de imagen corporativa (nuevo logo) y maquetación nueva página web.

Sensibilización al Cambio

Se compartirá este trabajo de investigación con la Gerencia y consejo de Administración de la cooperativa para apoyarse en la propuesta de mejora y solución a las problemáticas expuestas.

Resultado de la Encuesta

Total encuestas contestadas: 333

| | | | |
|--------------------|--------------|--------------------------|-------|
| Tunja | 31 | No. Asociados abril 2022 | 1.617 |
| Bucaramanga | 64 | % participación | 21% |
| Bogotá | 238 | | |
| | Total | 333 | |
| Sexo | | | |
| mujeres | 214 | | |

| | |
|---------|-----|
| hombres | 119 |
|---------|-----|

PERFIL DE USUARIO

| Ocupación | | Cargo de desempeña/ | | Escolaridad | | Ingresos | |
|----------------|-----|---------------------|-----|---------------------|-----|---------------------|-----|
| Empleados USTA | 164 | Administrativo USTA | 152 | Maestría | 112 | De 2 a 4 S.M.M.L.V | 132 |
| Sector privado | 77 | Docentes | 93 | Profesional | 71 | 1 S.M.M.L.V. | 91 |
| Independiente | 27 | Directivos | 20 | Técnico/Tecnológico | 64 | De 4 a 6 S.M.M.L.V | 72 |
| Sector público | 22 | Representante legal | 4 | Especialización | 48 | Más de 6 S.M.M.L.V. | 31 |
| Pensionados | 19 | | | Bachiller | 19 | | |
| Estudiantes | 16 | | | Doctorado | 17 | | |

| Aficiones | | Metas y proyectos | | Realizar proyectos | |
|--------------------------------------|-----|-----------------------------------|-----|--------------------------|-----|
| Viajar | 214 | Ahorrar | 222 | Ahorrando | 177 |
| Cinefilia: Cinemas o plataformas | 187 | Viajar | 208 | Generando otros ingresos | 153 |
| Bailar | 151 | Invertir | 178 | Controlar gastos | 135 |
| Leer/escribir | 139 | Comprar: vivienda, vehículo, etc. | 172 | solicitando crédito | 93 |
| Entrenar | 127 | Estudiar | 113 | | |
| Cocinar | 120 | Emprender | 109 | | |
| Manualidades: pintar/tejer/bisutería | 94 | | | | |

COMUNICACIÓN

| Medios que se utilizan actualmente | | Aplicaciones móviles mas utilizadas | | * | Redes sociales más usadas | | * | Redes sociales para Ustacoop | |
|------------------------------------|-----|--|--|-----|---------------------------|-----|-----------|------------------------------|--|
| Correo electrónico | 282 | Apps Redes Sociales: Facebook, Instagram, etc. | | 223 | WhatsApp | 320 | WhatsApp | 249 | |
| Redes Sociales | 213 | Plataformas Streaming: Netflix, Amazon, etc. | | 94 | Facebook | 169 | Facebook | 209 | |
| Páginas web | 198 | Apps Fintech (finanzas y tecnología): Bancarias, PayPal, PSE | | 81 | Instagram | 147 | Instagram | 188 | |
| Aplicaciones móviles | 188 | Apps estilo de vida: Uber, Spotify, etc. | | 64 | Youtube | 146 | Youtube | 101 | |
| | | Nunca: Aplicaciones de juegos | | 183 | Nunca: Tik tok | 184 | | | |
| | | | | | Pinterest | 175 | | | |

| Uso de la página web de USTACOOOP | | ¿Qué consulta en nuestra web? | | La página web actual es | | Consulta web: Orden de importancia | |
|-----------------------------------|-----|---|-----|---|-----|--------------------------------------|-----|
| 1-2 v/mes | 152 | Estado de cuenta | 203 | Útil y clara | 137 | Ahorro | 235 |
| No ingresa/no la conoce | 91 | Requisitos para acceder a Crédito | 90 | Útil, pero de difícil acceso a la información | 107 | Pagos en línea | 228 |
| 1-2 v/sem | 46 | Noticias/Boletines | 70 | Útil y de fácil acceso a la información | 61 | Credito | 209 |
| 3-4 v/mes | 26 | Actualizar datos | 62 | No es útil ni clara | 28 | Programación actividades | 180 |
| | | Actividades sociales/Programación | 61 | | | Formatos y formularios: Todos | 177 |
| | | Información para Pagos | 49 | | | Fondos: Solidar/Revaloriza | 158 |
| | | Requisitos para apertura de Ahorro | 43 | | | Noticias/Boletines | 153 |
| | | Emprendimiento - Capacitación | 43 | | | Afiliación: requisitos | 146 |
| | | Educación coop./Emprendimiento | 39 | | | Pólizas y Convenios | 142 |
| | | Pólizas y Convenios | 37 | | | Educación cooperativa/Emprendimiento | 142 |
| | | | | | | Normatividad/Estatutos | 104 |
| Descargaría una APP de USTACOOOP | | Considera necesario el uso de redes sociales en USTACOOOP | | renovación a la página web de USTACOOOP | | todos los días* | |
| si | 307 | Sí es necesario | 305 | Sí | 277 | | |
| no | 23 | No es necesario | 28 | no | 56 | | |

SENSIBILIZACIÓN: Importancia de la Educación Cooperativa

| Mejorar el Rol como dueño y usuario | * | Conoce el Acuerdo No. 055 de noviembre 2018. Incentivos | | Desea recibir información de este acuerdo | |
|---|-----|---|-----|---|-----|
| Usando los servicios de ahorro | 222 | No | 251 | Si | 304 |
| Participando en capacitación | 187 | Si | 82 | No | 28 |
| Ejercer su derecho al voto | 186 | | | | |
| Usando los servicios de crédito | 180 | | | | |
| Practicando los valores y principios del cooperativismo | 169 | | | | |
| Formandose en educación cooperativa | 154 | | | | |
| Conociendo los Estatutos y reglamentos | 152 | | | | |

Prioridad alta*

Conclusiones

- Plantear el desarrollo de estrategias de comunicación digital para fortalecer la participación del asociado en USTACOOOP requirió de un esfuerzo mayor, aunque se contara con un canal de comunicación ya creado como lo es su página web.
- Más allá de lograr dinamizar y replantear la página de web de USTACOOOP, el proyecto nos exigió aprender y comprender lo que significa el cooperativismo como modelo económico que surge y se sostiene desde sus mismos asociados. De ahí, la importancia del quinto principio de Educación, formación e información que promueve el cooperativismo y que resulta pertinente para que la estrategia logre elevar la participación de los asociados.
- Algo que era tan evidente como modernizar y transformar el canal más directo consultado por los asociados, se convierte en pretexto para abordar un tema sensible como es la baja participación y que definimos como un segundo problema. Es entonces cuando se decide ligar la reconstrucción de la página web para plantear un cambio necesario que logre sensibilizar a los asociados en la importancia de la participación como uno de los principios del cooperativismo que contribuye al fortalecimiento de USTACOOOP.
- De esta manera, conocer en detalle el perfil de los asociados intermedia en el cambio en diseño de la página web con el objetivo de convertirla en una herramienta digital de consulta permanente, con navegabilidad sencilla, pero sobre todo ofreciendo, con la mejor ruta de acceso, la información que constantemente solicita el usuario, de acuerdo a sus necesidades. Ofrecer visualmente un cambio, no era suficiente, es necesario contemplar el incremento de usuarios para consulta de información en la web, a partir del conocimiento de la importancia de la educación cooperativa a través del curso virtual que ofrece al asociado la oportunidad de formarse para fortalecer su cooperativa desde la autogestión. La estrategia digital también debería estar ligada a una serie de beneficios económicos que resultarán atractivos para los potenciales asociados y los ya vinculados.
Por ejemplo, redundar los esfuerzos para ofrecer convenios o crédito para viajar, insistir en el ahorro para culminar proyectos de los asociados, así como el uso de otras redes sociales y aplicaciones móviles que son muy utilizadas: Instagram,

WhatsApp, Facebook, mejorar la experiencia del asociado con la página web, brindar espacios interactivos, como video, imagen, audio, dando un orden más comprensible y de fácil navegación, y dar la importancia a la Educación Cooperativa que se requiere para garantizar la participación en las actividades propuestas y en los espacios democráticos.

- La experiencia lograda con el desarrollo del proyecto nos permitió reconocer, construir y proyectar una estrategia pertinente para suplir a través de la estrategia de comunicación digital varias necesidades que se fueron visibilizando en el camino: la necesidad de brindar información clara a través de canales dinámicos, potencializar el portafolio de servicios de USTACOOOP para fidelizar a sus asociados, y sobre todo lograr nuevos asociados formados en cooperativismo, permitiéndonos como grupo de trabajo implementar los conocimientos entregados en las diferentes materias a lo largo de la especialización.

Resultados que se esperan obtener

- Continuidad de USTACOOOP en el Proyecto, permitiendo que la página web sea funcional, dinámica y atrayente para el asociado.
- Sensibilización sobre el cambio, mostrar que se puede incrementar la base social, el impacto positivo que se puede generar al interior de USTACOOOP y la comunidad.
- Impactar en las decisiones que toman los directivos de la cooperativa, para que vean la importancia de los factores expuestos y haga parte de la planeación estratégica. (realizar Focus group para el lanzamiento de la página web y en lo posible de otras redes Instagram, WhatsApp, Facebook).

ANEXOS

1. Naturaleza y viabilidad del proyecto

Generar el mayor interés de los Asociados actuales y los públicos potenciales, constituye una necesidad real que corresponde, en gran parte, a la implementación de una estrategia de comunicación digital y multimedia, partiendo del cambio de imagen corporativa de USTACOOOP.

Profundizar en la realidad, teniendo en cuenta las particularidades de los públicos y la dinámica de economía solidaria, supone el conocimiento real del contexto de USTACOOOP que nos lleve a proponer posibles procesos de intervención que permitan modificar situaciones problemáticas que han sido perpetuadas.

Esta mediación adquiere sentido a partir de la investigación, desde un enfoque cualitativo con carácter social, donde se adquiere una función específica, estableciendo diferentes estrategias técnicas y metodológicas que permitan implementar un cambio en USTACOOOP que visibilice en sus Asociados las ventajas de hacer parte de la Cooperativa.

Para esto, el proyecto de intervención a desarrollar desde técnicas cualitativas requiere desenvolverse en diferentes “fases de trabajo: Definición del problema, Diseño de trabajo, recogida de datos, análisis de los datos, validación e informe” ... adoptando una técnica particular como puede ser la “observación participante, la entrevista personal, la historia de vida, el estudio de casos”, la encuesta, etc.

Lo anterior, nos ilustra en el uso de técnicas válidas para el proyecto de intervención a USTACOOOP que contribuirán con mayor asertividad a lograr la información cualitativa para avanzar en el logro de los objetivos propuestos.

ADN del proyecto

- **Misión:** Transformar la imagen corporativa de USTACOOOP a partir de un proceso de investigación e intervención social, que fortalezca el desarrollo digital, práctico y creativo, generando sentido de pertenencia de los Asociados con la organización solidaria.

- **Visión:** En el 2022, consolidaremos la imagen corporativa de USTACOOOP a través de la página web con una propuesta dinámica y funcional para los Asociados.

- Valores:

- Solidaridad: aseguramos la cooperación entre las diferentes áreas y dependencias para cumplir con el enfoque altruista de USTACOOOP.
- Adaptación: nos ajustamos a los cambios permanentes en aspectos tecnológicos para estar a la vanguardia en cuanto a las tendencias en imagen y desarrollo web.
- Creatividad: generamos nuevas ideas y conceptos sobre contenidos y publicaciones atendiendo a las necesidades de los Asociados de USTACOOOP.
- Calidad: ofrecemos satisfacción a los Asociados de la cooperativa cumpliendo con los estándares requeridos en imagen y desarrollo web.
- Confianza: contamos con plataformas seguras y confiables para el manejo de datos, fuentes de información y atención de los compromisos para el desarrollo de USTACOOOP.
- Practicidad: brindamos inmediatez para acceder a los diferentes servicios de la cooperativa de una manera fácil y segura a un clic de distancia.
- Transparencia: nos basamos en los principios solidarios de igualdad, equidad, apertura y responsabilidad.

- Políticas:

- Aportar soluciones efectivas de comunicación para los Asociados de USTACOOOP a través de las herramientas digitales, página web y redes.
- Actualizar de manera permanente las publicaciones y contenidos digitales relacionados con los servicios de la cooperativa, a cargo del área de comunicaciones.

2. Públicos – Stakeholders y análisis de involucrados (Marco lógico)

| Involucrados | Intereses | Problemas percibidos | Recursos y mandatos |
|---|--|--|--|
| Asociados: Miembro y usuario. Base social. | Vinculado con la USTA: académica (estudiante o egresado) o laboral (trabajador actual o extrabajador), o es familiar de asociado (cónyuge o hijo). Función: Aporta, utiliza servicios, gestiona y coadministra. Roles que puede desempeñar: Delegados, Consejeros o miembros de Comités. | Baja participación en los espacios de formación y actividades que se ofrecen. Desinformación sobre el modelo cooperativo. Poco interés para consultar los canales de comunicación, la página web e informarse. | Hacer aportes mensuales para el fortalecimiento patrimonial de la Cooperativa y el ofrecimiento de portafolio de servicios amplío. Contribuir a la inversión presupuestal que se destina a los Fondos sociales. |
| Aliados: ofrecen servicios adicionales | Empresas con las que se establecen alianzas y crean contratos colectivos, preferiblemente que pertenezcan al sector solidario, para protección de salud y seguros. | Falta de contenido sobre los servicios que ofrecen en la página web de USTACOOP. No existe un enlace que lleve a las páginas web de estas empresas. | Recurso humano y financiero para el cumplimiento de la oferta de productos y servicios. |
| Colaboradores | Trabajadores de la Cooperativa que pueden ser asociados. Propician y facilitan el uso adecuado de los productos y servicios, dispuestos al crecimiento personal y profesional, y del aumento de la base social. | Dedicar presupuesto, tiempo y esfuerzo para la programación y preparación de actividades y se de baja participación de los asociados. | Poner a disposición sus competencias, aptitudes y destrezas para brindar un servicio oportuno y acorde a las necesidades del asociado. |
| Reguladores instituciones públicas | Supervisan la actividad financiera y social de las cooperativas en torno al cumplimiento de la doctrina cooperativa (principios y valores). Vigilan que los servicios de ahorro y | Establecer herramientas (Balance Social) que permitan medir si los recursos invertidos para la formación social y las prácticas democráticas, cuentan con participación | Normatizar a las cooperativas para el cumplimiento de su objeto social de cara a la mejora de la calidad de vida del asociado. |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | crédito ofrecidos resuelvan las necesidades de los asociados y que sus recursos económicos captados estén protegidos, administrados y se reinviertan en la misma comunidad. Controlan el cumplimiento de las obligaciones tributarias y fiscales. | importante de los asociados (cuantificar). | Recurso humano para orientar la labor de los colaboradores y asociados que autogestionan las cooperativas. |
|--|--|--|--|

Focus Group

ANEXO: Focus Group

Dime lo que piensas...

Continuando con la fase de implementación de la propuesta, se hace necesario tener un acercamiento con Asociados para conformar grupos que, desde el diálogo y la experiencia virtual, generen espacios de discusión en torno a la navegación y el contenido y ejes temáticos del Curso de Cooperativismo.

Los grupos focales o “Focus Group” básicamente pretenden escuchar las opiniones de los actores que se involucran en el proceso y el posterior análisis de sus apreciaciones. En esta perspectiva los grupos focales crean líneas de comunicación, donde el primer canal se establece al interior del grupo, existiendo continua comunicación entre el moderador y participantes, y los participantes entre sí. ¹

A raíz de la pandemia, las limitaciones generadas debido al contagio de COVID 19 y el objetivo de tener participación de todas las sedes y ciudades donde se encuentran asociados, desarrollaremos el Focus Group online con lo cual se buscará dinamizar la participación de los asistentes y motivarlos a través de diversas actividades que despierten el interés en el sitio web.

Generalidades:

- Fecha de realización: por realizar segundo semestre 2022
- Tiempo destinado: 90 minutos (Inicio: 6:00 p.m. – Fin: 7:30 p.m.)
- Total de participantes: 12 – (6 hombres y 6 mujeres entre los 25 y los 55 años de las diferentes sedes Bogotá, Tunja y Bucaramanga) – *Luego de ser seleccionados se enviará una notificación vía correo electrónico y se establecerá contacto telefónico con cada uno para confirmar la metodología del trabajo y la asistencia al espacio (con una semana de anticipación). En este momento se validará el acceso a computador, conexión a internet y tiempo para el espacio.*
- Inscripción a través de formulario de Google, donde se solicitarán los datos principales (nombre y apellido, edad, lugar de residencia (Bucaramanga, Bogotá, Tunja), ocupación
- Tema: Navegación y contenido del curso de cooperativismo.
- Sala virtual: Meet
- Moderador: Ustacoop
- Incentivos por participación: bonos de los proveedores USTACOOOP.

Aprender de los demás...Estructura.

Teniendo en cuenta el objetivo de esta herramienta de análisis cualitativo, las preguntas estarán orientadas a generar la participación y opinión de los asistentes y se utilizará un método planteado desde *Emprende pyme* 2

Presentación.

El moderador iniciará con la presentación de todos los integrantes del grupo generando un ambiente confortable. Posterior a ello, explicará el objetivo de la reunión, la duración y las indicaciones previas, como prender la cámara y habilitar los micrófonos cuando sea necesario para participar.

De igual manera, se explicará desde inicio del espacio que la sesión se grabará, por lo cual será importante contar con la autorización de cada uno de los asistentes. Se explicará la metodología para solicitar la palabra de forma organizada. Se dejará claridad

que se podrá expresar libremente su pensamiento y sus observaciones a través del respeto de la opinión y de la persona.

- Preguntas orientadoras de presentación:
 1. ¿Cuál es su nombre y apellido?
 2. ¿Qué edad tiene?
 3. ¿Cuál es la ciudad de residencia (Bucaramanga, Bogotá, Tunja)
 4. ¿Cuál es su ocupación?
 5. ¿Cuáles son sus aficiones?

Apertura.

Iniciaremos con preguntas para ver cómo se desarrolla el espacio, cuál es la percepción de los participantes para que se familiaricen con el evento y con la importancia de discutir y argumentar sus puntos de vista frente al tema planteado.

- Preguntas orientadoras de apertura:
 1. ¿Qué páginas web visita normalmente?
 2. ¿Por qué las visita?
 3. ¿Tiene conocimientos en Cooperativismo básico?
 4. ¿Cómo asociado, cree que es necesario tener conocimientos en economía solidaria?

Transición.

Continuaremos con preguntas relacionadas directamente con la página web de USTACOOP.

- Preguntas orientadoras de transición:
 1. ¿Con qué frecuencia ingresa a la página web de USTACOOP? (Entre 1 y 3 veces por semana/ Entre 4 y 10 veces por semana/ Más de 11 veces por semana/ todos los días)

(En este punto se invitará a los asistentes a ingresar a la página web (PROTOTIPO) para que la puedan observar, navegar y conocer la nueva propuesta visual.)

2. ¿Cuándo ingresa a la página web de USTACOOOP por qué lo hace? ¿cuál es la temática que consulta? (ahorro/ créditos/ Estados de cuenta/ Actividades sociales/ convenios de salud y seguros/noticias y boletines/ Pagos)
3. ¿Ha realizado cursos virtuales?
 - a. Si la respuesta es Sí: validar cuáles temáticas y la duración. ¿Cuál es su percepción de ese curso?
 - i. ¿El curso que realizó generó un aporte significativo en su vida personal y laboral? ¿De qué manera?
 - b. Si la respuesta es NO: validar los motivos por los cuales no los ha realizado.

Específicas.

Aquí revisaremos aspectos importantes de la página web como los colores, la distribución de la información, los banners, la facilidad para acceder a la información y la pertinencia de desarrollar y promocionar el curso virtual de cooperativismo.

- Preguntas orientadoras específicas:

(Sobre el sitio web)

1. ¿Considera que el diseño propuesto de la página web es adecuado y atractivo? (SÍ/NO – ¿Por qué?)
2. ¿Considera que los elementos multimedia utilizados (videos, podcast, etc.) facilitan la comprensión de la información y dinamizan el sitio web? (Muy de acuerdo/ De acuerdo/ Indiferente/ En Desacuerdo/ Muy en desacuerdo)
3. ¿Considera que la distribución de la información en la página web (los banners principales) son los adecuados? (SÍ/NO – ¿Por qué?)
4. Considera que la navegación en la página web es: (Fácil/ Compleja/ Difícil)
 - a. ¿Qué dificultad se presentó para encontrar la información?
5. ¿Considera que la página web se ajusta a sus necesidades como asociado para acceder a la información? (SÍ/NO – ¿Por qué?)

6. ¿Qué información le gustaría encontrar en la página web? (Historias de Vida y Casos de Éxito/ Información Financiera/ Redes Sociales/ Botón de Chat-WhatsApp/ Compromiso Social/ Videos Tutoriales/ Otro - ¿Cuál?)
7. ¿Qué tan probable es que usted visite de nuevo la página web? (Muy Probable/ Probable/ No Estoy Seguro (a) / Improbable/ Muy Improbable)
8. ¿Recomendaría a sus amigos y familiares visitar la página web? (SÍ/NO – ¿Por qué?)

(Sobre el curso virtual)

9. ¿Estaría interesado en realizar un curso virtual sobre cooperativismo? (SÍ/NO ¿por qué?)
10. ¿Cuántas semanas considera que son necesarias para desarrollar un curso de cooperativismo virtual?
11. ¿Cuenta con dicho tiempo para realizar el curso y tiene las herramientas de conexión suficientes para desarrollarlo?
12. ¿Considera que este curso le va a aportar en su crecimiento personal y profesional?
13. ¿Considera que los ejes temáticos propuestos se ajustan a sus expectativas? (SÍ/NO - ¿Por qué?)
14. ¿Considera que los elementos multimedia utilizados (videos, podcast, infografías) facilitan la comprensión del tema propuesto en el curso? (Muy de acuerdo/ De acuerdo/ Indiferente/ En Desacuerdo/ Muy en desacuerdo)
15. ¿Cuáles temáticas le gustaría encontrar en los cursos virtuales propuestos desde Ustacoop?
16. ¿Recomendaría a sus amigos y familiares asociados realizar el curso virtual de cooperativismo? (SÍ/NO – ¿Por qué?)

Cierre.

En este punto del evento hemos recolectado información muy importante para el desarrollo y finalización del proyecto, por lo cual se dará el cierre resaltando aspectos trascendentales y en detalle de lo que se pretende. Si queda algún aspecto por conocer el moderador deberá introducirlo directamente.

- Preguntas orientadoras de cierre:

1. ¿Existe alguna sugerencia específica con relación a la página web y al curso virtual?
(SÍ/NO – ¿Cuál?)

Notificación de incentivos.

El moderador notificará la forma en la cual se entregarán los incentivos a los participantes del espacio y del curso, aclarará las fechas y será el encargado de garantizar que lo hayan recibido satisfactoriamente.

Nota Moderador: El sitio web *Emprende Pyme* ha considerado que un buen moderador, generalmente miembro del equipo de investigación, debe ser profesional, fiable y neutro, y que deberá contar con cualidades esenciales para el desarrollo de un evento exitoso: **(I)** Capaz de conectar con el cliente y con el producto que se va a mostrar, capacidad de comunicación. **(II)** Saber moderar, conducir al grupo, amigable, abierto y empático. **(III)** Seleccionar de manera correcta a los participantes: edad, nivel de educación, ingresos, género, área geográfica. **(IV)** Crear un buen clima y confianza entre los participantes para generar la discusión e incentivar la participación. **(V)** Saber analizar la información obtenida e identificar los detalles relevantes logrados en el espacio.

REFERENCIAS:

- 1. Orlando Mella - Grupos Focales, Técnica de Investigación Cualitativa, julio 2000 Publicado como Documento de Trabajo, CIDE, Santiago, Chile, 2000.
- 2. emprendepyme.net. T Tipos de preguntas y modelos de focus group. Artículo publicado por Clara Nieva 17 de junio de 2018.

FORMAS DE COMUNICACIÓN

Teniendo en cuenta que la afiliación a USTACOOOP, la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Universidad Santo Tomás, se realiza de manera cerrada entre las personas que tienen un vínculo laboral o académico con la Universidad, es decir miembros de la comunidad educativa como colaboradores, estudiantes y egresados, en búsqueda de un cambio de imagen que potencialice los canales de acceso a la información se ha pensado en la generación de contenidos y piezas para uso en formas de comunicación interna y externa.

El desarrollo de una página web con contenido gráfico dinámico y atractivo constituye el primer paso para lograr ofrecer a los Asociados y potenciales Asociados toda la información que contribuye no sólo a su bienestar financiero, promoviendo la economía solidaria, sino también a su calidad de vida generando espacios recreativos, de capacitación y socialización permanentes.

En este sentido son varios los mensajes a comunicar a los Asociados y la intención clara de llegar a potenciales Asociados, entre ellos:

1. USTACOOOP es la cooperativa del sector de la educación superior que presta 10 veces el monto ahorrado con la más baja tasa de interés para educación.
2. USTACOOOP constituye una alternativa para préstamos de libre inversión según las necesidades de sus Asociados. Recreación, emergencias o adquisición de bienes son algunos de ellos.
3. USTACOOOP capacita en economía solidaria a sus Asociados para el manejo responsable y asertivo de sus activos fortaleciendo el principio del cooperativismo.

Por tal razón se considera necesario establecer dinámicas permanentes de mercadeo y promoción de las actividades que se programan y ofrecen al asociado, a través de la insistente publicidad enviadas por las redes sociales de la cooperativa, aprovechando las fechas especiales, la temporada de vacaciones, etc. a través de contenidos estratégicos llamativos que lleven a mantener al asociado informado y conquistado que lleve a incrementar la base de Asociados, la generación de créditos, el involucramiento en las capacitaciones y espacios de integración que se pretenden afianzar y proponer en este proyecto de investigación.

Teniendo en cuenta lo anterior se han identificado los siguientes periodos, actividades, canales y públicos como formas para comunicar y a través de los cuales se busca lograr el objetivo de incrementar la base de Asociados y fortalecer la relación y entregar información de manera amena y dinámica.

Redes a utilizar propuestas:

- ✓ WhatsApp
- ✓ Página WEB USTACOOOP que tenga enlaces a otras páginas web (ejemplo USTA)
- ✓ Instagram
- ✓ Canal Youtube

- ✓ Cuñas testimoniales:(Asociados, casos de éxito)
- ✓ Facebook.

ALGUNOS EJEMPLOS DE PIEZAS PUBLICITARIAS:

- Página WEB USTACOOOP (En construcción)
- Video (Ref. Mario)

https://youtu.be/cxQQQ_7WQLY

- Cuñas/Podcast



CUÑAS USTACOOOP
2021.wav

- FOTOGRAMAS

En **USTACOOOP** tenemos lo mejor para tí!

Visítanos en www.ustacoopltda.com y da el primer paso para mejorar tú calidad de vida.

En **USTACOOOP** tenemos lo mejor para tí!

Conoce la historia de **Helena** en www.ustacoopltda.com

WWW.USTACOOP.LTDA.COM

En **USTACOOOP** tenemos lo mejor para tí!

Mario, Helena y Miguel tienen su historia, conócela en www.ustacoopltda.com

Remodela tu casa YA!

No lo pienses más! Da el primer paso afiliándote a **USTACOOOP**, la cooperativa de ahorro y crédito de la universidad Santo Tomás.

visítanos en www.ustacoopltda.com

**ES HORA DE
RECORRER EL MUNDO**

No lo pienses más! Da el primer paso afiliándote a **USTACOOP**, la cooperativa de ahorro y crédito de la universidad Santo Tomás.

visítanos en
www.ustacooplttda.com



Bibliografía

Águeda Benito y Ana Cruz. (2007). Nuevas claves para la Docencia Universitaria: en el espacio Europeo de Educación Superior.

American Management Association, AMA – Global (15 de septiembre de 2021). *Claves para el cambio de marca*. <https://www.amamex.org.mx/blog/7-claves-para-un-cambio-de-imagen-de-marca-exitoso.html>

Artículo: “Llamadas a la Acción o CTA (‘Call-to-Action’ por sus siglas en inglés). Las CTA son frases cortas que son enlazadas a las secciones de tu página web donde los visitantes realmente necesitan hacer algo”.(2021). <https://es.wix.com/blog/2018/03/reglas-para-crear-llamadas-a-la-accion-efectivas/>

Bastidas Delgado Oscar/Mora Portguez Alberto (2021). Identidad, Gobernabilidad, Gobernanza y Ética. Pautas para el Buen Gobierno Cooperativo.

Berry Susan / Martin Judy (1994). Diseño y color cómo funciona el lenguaje del color y como manipularlo en el diseño gráfico.

Bush, V. (1945). As We May Think. The Atlantic.URL

Cobo, J. C. (2011). La utilización de la Ingeniería de Software en hipermedia. Revista Ciencia UNEMI, 4(6), 102–117.

Donis A. Dondis. La sintaxis de la Imagen, introducción al alfabeto visual - Técnicas de la comunicación visual: https://teoriadelaimatgeudg.files.wordpress.com/2014/03/tecnicas-de-comunicacion-visual_m4_a7.pdf

Enciclopedia Concepto (15 de septiembre de 2021). *Políticas de una empresa*. <https://concepto.de/politicas-de-una-empresa/>

Garzón Uribe Carlos (2012). Los Principios Cooperativos. Alianza Cooperativa Internacional.

Manuel Castells (1997). “Cultura de la Virtualidad Real: La integración de la comunicación electrónica; el fin de las audiencias de masas y el desarrollo de las redes interactivas”.

Miró Guillén, Julio (2002). Proyectos Hipermedia Manual de Procedimientos

Lapiente, M. J. L. (2020). Hipertexto: El nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen [Tesis, Chusa Lamarca Lapiente].

Silva, Javier Andrés (2017). Educación para la Cooperación.

Ramírez Benjamín (1999). Promoción de la comunidad y las organizaciones de economía solidaria.

Universia. (2020) Qué es el aprendizaje autónomo. <https://www.universia.net/co/actualidad/orientacion-academica/que-es-el-aprendizaje-autonomo.html>)

USTACOOPI. (15 de septiembre de 2021). *Cooperativa de ahorro y crédito universidad Santo Tomás*. <https://USTACOOPItda.com/USTACOOPItda/cooperativismo/>

Valles, Miguel (1997). Técnicas cualitativas de investigación sociales. Naturaleza de la Investigación Cualitativa y su Implicación en el Campo Educativo.

<https://www.jhonurbano.com/2013/06/tipos-mapa-de-navegacion-multimedia.html>

<https://www.logorapid.com/branded/7-razones-para-redisenar-su-logotipo/>

<https://revistas.udenar.edu.co>

<https://economipedia.com/definiciones/publico-objetivo.html>

<https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/5900/RuizIngrid2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y>