CENTRO DEL PENSAMIENTO COOMEVA
PROYECTO MUSEOLÓGICO

Desarrollado por **Yemail Arquitectura** para **Grupo Coomeva**

Equipo de Trabajo
Antonio Yemail • Ana María Ruiz • Sandra Jaramillo

Grupo Coomeva

Yemail Arquitectura

Octubre 18 de 2016

CENTRO DEL PENSAMIENTO COOMEVA
PROYECTO MUSEOLÓGICO

Contenidos

Presentación

I. Definición del Centro del Pensamiento Coomeva

I.1. Planteamiento conceptual Centro del Pensamiento Coomeva

- I.1.1. Justificación
- I.1.2. Objetivos
  - a. Objetivo estratégico
  - b. Objetivos específicos
- I.1.3. Principios básicos del Centro del Pensamiento Coomeva
  - a. Nombre: Centro del Pensamiento Coomeva
  - b. Conceptos generales del espacio
- I.1.4. Sostenibilidad
- I.1.5. Planteamiento Museológico
  - a. Colecciones
  - b. Marco temático
- I.1.6. Frentes de acción
  - a. Espacio Físico
  - b. Espacio Virtual
- I.1.7. Caracterización de públicos a los que se destina y orienta el Centro del Pensamiento Coomeva
  - a. Directivos y Empleados del Grupo Coomeva
  - b. Asociados del Grupo Coomeva
  - c. Visitantes especiales
  - d. Contratistas y Proveedores
- I.1.8. Responsabilidad del Centro respecto a su entorno socio-cultural
  - a. El Centro del Pensamiento Coomeva en relación a la Misión y Visión de Coomeva

I.2. La institución: Coomeva

- I.2.1. Principios institucionales
  - a. Misión
  - b. Visión
  - c. Valores institucionales
  - d. Valores y principios cooperativos
- I.2.2. Estructura Administrativa
  - a. Empresas del grupo Coomeva
  - b. Presencia Nacional

I.3. Inserción del Centro del Pensamiento Coomeva en el Plan Estratégico Coomeva - 2019

- I.3.1. Declaración de Estrategia Cooperativa
- I.3.2. Imperativos estratégicos relacionados
- I.3.3. Objetivos Estratégicos 2014-2019

I.4. Líneas de actuación preferentes

I.5. Redes en que se sitúa el Centro del Pensamiento Coomeva

I.6. Marco contextual

- I.6.1. Antecedentes históricos: Cooperativismo
  - a. Coomeva

b. El cooperativismo en el mundo
c. El cooperativismo en Colombia

I.6.2. Referentes museológicos y museográficos
a. Iniciativas de memoria cooperativa
b. Espacios de memoria institucional
c. Referentes museográficos

II. Organización interna

II.1. Estructura Organizacional

II.1.1. Junta Administradora
II.1.2. Director/Coordinador general del Centro (cargo fijo)
II.1.3. Responsable de Exposiciones (cargo fijo)
II.1.4. Encargado del Centro de Documentación (cargo fijo)
II.1.5. Webmaster (parte de Gerencia de Comunicaciones)
II.1.6. Diseñador (parte de Gerencia de Comunicaciones)
II.1.7. Encargado de registro (parte de Gerencia de Comunicaciones)
II.1.8. Mediador (contratista externo)
II.1.9. Otras funciones

II.2. Matriz FODA

II.2.1. Estrategia FO

II.3. Relaciones entre el espacio físico y el espacio virtual

III. Definición y lineamientos de funcionamiento

III.1. Colecciones

III.1.1. Definición
III.1.2. Evaluación, carencias y prioridades
III.1.3. Lineamientos de funcionamiento dentro del Centro del Pensamiento Coomeva

III.2. Arquitectura

II.2.1. Sede Nacional "Uriel Estrada Calderón"
II.2.2. Definición
a. Área destinada al proyecto
b. Intervenciones realizadas
c. Área externa
II.2.3. Evaluación, principales carencias y prioridades
a. Áreas administrativas
b. Áreas de uso expositivo
c. Áreas de trabajo-consulta
d. Áreas de uso social

III.3. Exposición

III.3.1. Definición
a. Discurso expositivo
b. Estructuración de las distintas áreas temáticas o partes del discurso según los espacios
c. Criterios expositivos y niveles de comunicación
d. Transmisión de la información de la exposición
e. Accesibilidad
III.3.2. Programas Expositivos
a. Exposición de larga duración

b. Exposiciones temporales
c. Exposiciones itinerantes
d. Exposiciones virtuales

III.4. Educación

II.4.1. Definición
II.4.2. Propuestas generales

III.5. Difusión y comunicación

II.5.1. Definición
a. Tipos de servicios que se prestan en el edificio y Actividades principales de la sede.
b. Medios de comunicación
III.5.2. Posibles aliados institucionales

III.6. Conclusiones generales para el desarrollo del Centro del Pensamiento Coomeva

IV. Bibliografía

IV.1. Fuentes Institucionales

IV.1.1. Recursos electrónicos

IV.2. Bibliografía adicional

IV.2.1. Recursos electrónicos

Presentación

El Centro del Pensamiento Coomeva nace de la iniciativa de Coomeva por consolidar un espacio dónde visibilizar sus procesos de evolución a lo largo de la historia; es un espacio que se propone ser un punto de unión para la comunidad Coomeva a la vez que una referencia para el sector a nivel local y nacional. Se propone como un espacio para poner en común la historia y desarrollo del Grupo, que proyecte e inspire la esencia y la experiencia Coomeva, teniendo como consecuencia procesos de reflexión y construcción de conocimiento en torno a la cultura cooperativa y el sector solidario.

El Centro –con sede física en Cali- espera llegar a todo el país a través de programas expositivos, generación de contenidos de calidad y la puesta en común de la historia de Coomeva.

La dimensión cultural de las cooperativas repercute en su estrategia, más que en cualquier otro tipo de organización. Por lo tanto, los dirigentes deben enfocarse en mantener una cultura empresarial fuerte con unos valores compartidos por todos los asociados y demás miembros de la organización (Dirigencia Coomeva. 2016). La cultura cooperativa puede ser generadora de confianza por su carácter socialmente responsable, y éste es un rasgo cada vez más apreciado por los consumidores a la hora de adoptar su decisión de compra (Vargas Sánchez. Vaca Acosta. 2005. pp 241-260).

Así, el Centro se alinea con los objetivos estratégicos de desarrollar una sólida comunidad de asociados identificada y satisfecha con su Cooperativa, y garantizar valor y confianza en la relación de largo plazo con el asociado y la comunidad.

I. Definición del Centro del Pensamiento Coomeva

I.1. Planteamiento conceptual Centro del Pensamiento Coomeva

I.1.1. Justificación

El ***Centro del Pensamiento Coomeva*** nace de la necesidad de recoger la historia y espíritu del Grupo Coomeva en un espacio que sintetice y genere valor a partir de la re significación de la esencia del cooperativismo presente en la organización. Este espacio se caracterizará por su *permanencia en el tiempo* y la *continua evolución en sus contenidos*, lo cual surge a partir del interés creciente por organizar y mostrar la evolución de Coomeva en el contexto empresarial colombiano, así como del descubrimiento de referentes similares en otras organizaciones que han organizado información sobre su propia historia en formatos expositivos para el disfrute y aprendizaje de sus comunidades inmediatas.

I.1.2. Objetivos

a. Objetivo estratégico
Compilar, concretar y condensar permanentemente toda la información que permita proyectar e inspirar la esencia y la experiencia Coomeva.

b. Objetivos específicos
El Centro del Pensamiento Coomeva busca:

- Resignificar, vivir, reconocer y proyectar la esencia del movimiento cooperativo y de Coomeva.
- Promover los valores y principios de Coomeva, inspirando a sus públicos de interés.
- Preservar y mantener viva la memoria de su historia y desarrollo.
- Recoger el desarrollo del pensamiento cooperativo y las principales acciones de que él se deriven en el ámbito nacional y mundial.

I.1.3. Principios básicos del Centro del Pensamiento Coomeva

a. Nombre: Centro del Pensamiento Coomeva

Tipo de espacio	Tema	Especificidad
Centro	***Pensamiento***	***Coomeva***
Salón	Cultura	Empresarial
Sala	Exposiciones	Cooperativa
Espacio	Memoria	
Museo	Historia	
Galería		
Laboratorio		

Tabla 1. *Matriz para selección de nombre del proyecto*

Después de pasar por varias ideas para la nominación del espacio, se postula el nombre ***Centro del Pensamiento Coomeva***, poniendo en evidencia el tipo de contenidos y actividades que ahí se realizarán. El pensar este espacio como ***Centro***, frente a otras opciones como Espacio, Museo, Galería, Salón o Laboratorio, se basa en su definición como núcleo de donde parten o a donde convergen informaciones, donde habitualmente se reúnen los miembros de una sociedad o corporación. Se piensa este término, por lo tanto, teniendo en cuenta las diferentes actividades que en este lugar se realizarán, la diversidad de espacios que incluye, así como la idea de generar un espacio vivo al interior de la Sede Nacional Uriel Estrada Calderón.

El ***Pensamiento Coomeva***, por su parte, se refiere a las ideas de una colectividad, basadas en los principios y valores corporativos representados en sus tres niveles: conceptual, organizacional y humano; adicionalmente, no se habla de dichas ideas en un sentido abstracto, sino que se aplican al caso y contexto del Grupo Coomeva.

El término "*espacio"* que se usará a menudo en este escrito puede referirse a la ubicación geográfica o material que ocupa un cuerpo, pero también a la situación temporal en la que transcurre una actividad o situación; por lo tanto, cuando utilizamos esta palabra no nos limitamos a los *atributos físicos* que puede tomar el Centro del Pensamiento Coomeva, sino también al *carácter virtual o experiencial* de aquellas situaciones que éste genera. El centro del Pensamiento Coomeva estará compuesto por tanto un espacio ***físico*** y un espacio ***virtual***, los cuales se complementan entre sí para aumentar su influencia, impacto y capacidad de acción, sin restringirlo a un territorio geográfico único.

b. Conceptos generales del espacio

El Centro del Pensamiento Coomeva se concibe como un centro de aprendizaje organizacional interactivo, dinámico y en continua evolución. Se trata de un espacio físico y virtual, apoyado por las tecnologías de la información. No será un museo estático, será memoria viva.

- Tipo de espacio: Centro del Pensamiento Coomeva
    - Centro de Aprendizaje organizacional
    - Interactividad
    - Dinamismo
    - Evolución continua
- Espacio físico y virtual
- apoyado por las tecnologías de la información.
- Memoria viva

I.1.4. Sostenibilidad

La ***LIII Asamblea General de Delegados*** aprobó ejecutar el proyecto Centro del Pensamiento Coomeva, que tiene como objetivo la apropiación institucional, social y cultural de la memoria organizacional de la institución. En abril del 2016 el Consejo de Administración aprobó el cronograma y el presupuesto en las condiciones presentadas para el desarrollo de las fases I y II del proyecto. Este salón de mantendrá la historia de Coomeva y mostrara el desarrollo de la empresa en el tiempo. Con base en lo aprobado por el Consejo de Administración el sostenimiento de este mismo será cubierto con recursos de Coomeva Cooperativa.

Si bien es importante garantizar los gastos de mantenimiento del Centro con los recursos anteriormente descritos, es posible en el corto y mediano plazo pensar además en posibilidades de autofinanciación del Centro, que apunten a la consecución de recursos para el desarrollo de proyectos específicos. Éstos pueden incluir pero no restringirse a donaciones, suscripciones, afiliaciones al Centro de Documentación, además de los ingresos que genere la Tienda ubicada en el espacio físico del Centro.

I.1.5. Planteamiento Museológico

Un museo es una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y abierta al público, que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su ambiente con fines de estudio, educación y recreo (ICOM, 2016).

Teniendo en cuenta la anterior definición, es importante reconocer que este espacio no busca ser un museo, aunque cumpla con varias de sus funciones (exponer, difundir); el Centro del Pensamiento Coomeva se conforma a partir de un archivo e información ya existente que será usada de dos maneras: la primera, a través del *formato expositivo* (físico y virtual) donde se resume la historia, antecedentes y perspectivas de Coomeva, así como el contexto de surgimiento y principios del cooperativismo; la segunda forma se refiere a la constitución de un *archivo de consulta* que aporte a la investigación y profundización en los temas mencionados, y que deberá ser mejorado periódicamente a través de adquisiciones y procesos de catalogación bibliográfica.

Sin embargo, no se trata de un museo convencional en tanto no se enfoca en constituir y ampliar una colección, ni cuenta dentro de su infraestructura con plataformas de investigación y conservación de colecciones y elementos patrimoniales (más allá de la gestión y actualización de contenidos y la correcta manutención del acervo documental que alberga); de igual manera, no es un espacio que busque estar inmerso en redes de museos o sitios de memoria.

Lo anterior se debe, principalmente, a los alcances y capacidad de gestión del proyecto. Se trata así de un espacio de exposición y consulta institucional, cuya difusión no está en principio dirigida a toda la ciudadanía, sino enfocada en la Comunidad Coomeva -directivos, empleados, asociados-.

El espacio busca convertirse en un referente sobre cooperativismo a nivel local. Es importante para el Grupo Coomeva hacer evidente el tipo de impacto que la cultura cooperativa tiene en la vida de Colombia, inspirando a los visitantes al mostrar cómo este tipo de organizaciones aportan al desarrollo del país a través de testimonios, ejemplos de cooperativismo y resultados de este tipo de experiencias a distintos niveles.

El Centro promoverá los principios que caracterizan al movimiento cooperativo, poniendo en escena experiencias cercanas y fácilmente aprehensibles, donde se ponga en evidencia cómo los conceptos y valores del este movimiento tienen una aplicación a diversos niveles en la cotidianidad. Se busca, por tanto, que el visitante sienta **orgullo** de pertenecer al Grupo Coomeva, al tiempo que se sienta **inspirado** por el tipo de pensamiento que el Centro destaca y transmite a través de sus programas.

a. Colecciones

Diferente a otros espacios de memoria que nacen a partir de la existencia de una colección o conjunto de piezas patrimoniales definidas, como museos o archivos institucionales, el Centro del Pensamiento Coomeva surge de la necesidad de poner en circulación conceptos relacionados con los principios de la institución, así como de construir y poner en escena la historia y memoria institucional para la comunidad Coomeva.

Así, a construcción y conformación de colecciones del Centro del Pensamiento Coomeva está supeditada al mensaje que se quiere transmitir y los ejes temáticos que se articularán tanto en el espacio expositivo físico como en el virtual. El marco temático que define los lineamientos en la consecución y organización está dividido principalmente en dos ejes: el primero se refiere a información contextual e histórica relacionada a las ideas y corriente cooperativista, tanto en Colombia como a nivel internacional; el segundo, por su parte, se enfoca en la historia de Coomeva (pasado y presente), sin perder de vista las perspectivas y retos que la organización propone y enfrenta (futuro).

Entendiendo que Coomeva es un referente empresarial a nivel nacional, uno de los intereses del Centro del Pensamiento Coomeva es poner a disposición del público información que aporte al panorama organizacional en Colombia, en lo que concierne a la ***cultura organizacional***, ***cooperativismo*** e ***historia empresarial*** del país. Se busca consolidar así la importancia y el aporte que Coomeva puede hacer a nivel local (Colombia) y regional (Latinoamérica) tanto al ámbito académico como empresarial.

b. Marco temático

Contexto del cooperativismo

- Historia del cooperativismo
- Historia del Cooperativismo en Colombia

Historia de la Institución

- Creación de Coomeva: fundadores, líderes y pioneros en el desarrollo de la cooperativa
- Gestación y florecimiento de Coomeva, 1964-1980
- Expansión geográfica y estructuración organizacional, 1980-1990
- Crecimiento y especialización de actividades, 1990-2005

Presente de la Institución

- Focalización, gobernabilidad y creación de valor, 2005-actualidad

Perspectivas a Futuro

- Retos
- Perspectivas

I.1.6. Frentes de acción

Teniendo en cuenta que Coomeva es una Cooperativa con presencia nacional y relaciones internacionales consolidadas, uno de los aspectos importantes en el proceso de conceptualización del Centro del Pensamiento Coomeva es la idea de no limitarse a un lugar único, desarrollando sus programas tanto en espacios físicos como virtuales: esto permite que su existencia no esté limitada exclusivamente a una ubicación geográfica definida, aumentando su accesibilidad, así como una mayor flexibilidad en la construcción de contenidos.

a. Espacio Físico

Las anteriores consideraciones son tenidas en cuenta para desarrollar el plan arquitectónico, sin perder de vista las áreas y cualidades del espacio disponible para el proyecto. Se distinguen estas áreas según su uso, diferenciando entre uso a) expositivo, b) administrativo, c) de trabajo-consulta y d) social.

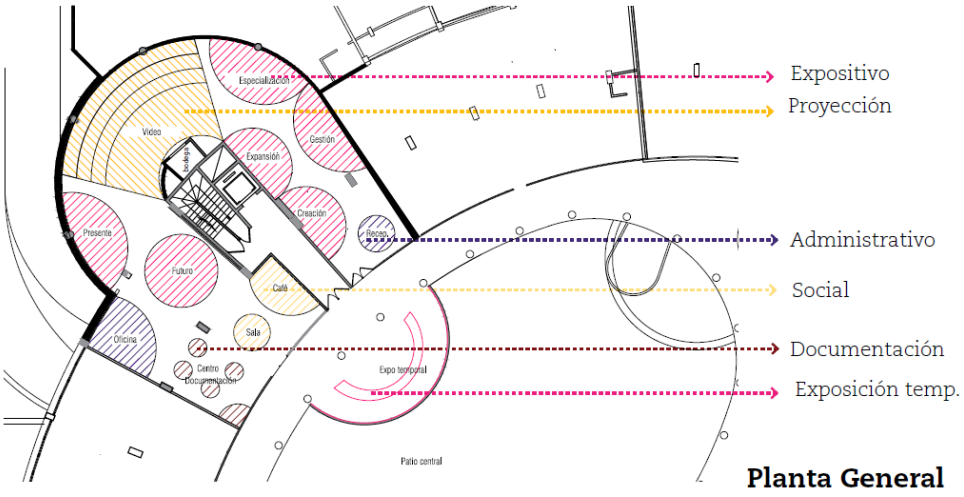

Fig. 1. *Esquema básico preliminar, Centro del Pensamiento Coomeva.*

a) Áreas administrativas

1. **Espacio de trabajo interno:** es necesario que el Centro del Pensamiento Coomeva cuente con un personal dedicado a su gestión y sostenimiento en términos de desarrollo de programas, atención a los visitantes, supervisión y catalogación de los documentos para consulta, entre otros. Es por esto vital que el Centro cuente con un espacio de trabajo exclusivo para que este personal pueda cumplir con sus objetivos a cabalidad.
2. **Bodega:** Área necesaria para el almacenamiento de utilería relacionada con el Centro.

b) Áreas de uso expositivo

3. **Exposición de larga duración:** se enfoca en el marco temático propuesto en el apartado anterior. No se trata propiamente de una exposición permanente, sino de una exposición que tiene como premisa la actualización de contenidos y narrativas, ligada a la evolución misma de la organización.
4. **Exposiciones temporales:** Es el espacio para explorar con mayor detalle los valores del cooperativismo, bien sea a partir de ejemplos de la propia institución o de iniciativas externas a ésta; es también un espacio propicio para profundizar en la historia que no alcanza a ser contada en la exposición de larga duración, a través de exposiciones temáticas. Es el espacio de exposiciones invitadas, donde tendrán lugar iniciativas de cooperativismo, presentadas como casos puntuales: experiencias exitosas de asociados, historia de las sedes regionales, historia de la evolución de las empresas del Grupo, presentación de otras cooperativas exitosas del país, etc.

c) Áreas de trabajo-consulta

5. **Centro de Documentación:** Se trata de un espacio de consulta y archivo de títulos y documentos sobre la institución y sobre el cooperativismo.
6. **Sala de proyecciones:** es un espacio que posibilita la proyección de piezas audiovisuales de media y larga duración, así como el desarrollo de conferencias, inducciones y reuniones para los visitantes del espacio; cuenta con una superficie de proyección y una gradería.
7. **Sala pedagógica:** Una de las posibilidades del espacio es el desarrollo de talleres, *workshops* y visitas a grupos medianos de asociados, trabajadores y/o sus familias. Se plantea por lo tanto el diseño de espacios adecuados para adultos y para público infantil.

d) Áreas de uso social

8. **Recepción:** espacio de encuentro e inicio de la exposición de larga duración. Contiene información introductoria y sirve como punto de partida del recorrido general, pensando en que quienes lo realizan puedan venir solos, bien sea en grupos pequeños o de hasta 15 personas.
9. **Café y Zona de descanso:** Estación de café pequeña que permite socializar y pasar tiempo en el Centro, sin necesidad de involucrarse activamente con los contenidos de la exposición.
10. **Tienda Coomeva:** puesto de exhibición con algunos productos de Coomeva.

b. Espacio Virtual

El frente virtual contempla contenidos de diverso tipo:

a) Exposiciones virtuales

- Exposición virtual permanente: Historia de Coomeva
- Exposiciones temporales.

b) Archivo virtual

- Acceso al archivo virtual (para uso de asociados).

c) Vínculos a temas de interés

- Vínculos a otros programas de la Gerencia Nacional de Educación y Democracia.
- Vínculos a otros medios y redes de Coomeva.
- Vínculo a programas de Coomeva que guarden relación con los temas de cooperativismo

d) Formularios e inscripciones online

- Formulario de visita para investigadores.
- Formulario de visita guiada para grupos (para uso de asociados).
- Inscripción a actividades programadas por el Centro.
- Newsletter.

e) Información general

- Horarios de apertura.
- Direcciones.

I.1.7. Caracterización de públicos a los que se destina y orienta el Centro del Pensamiento Coomeva

Se han identificado los siguientes públicos para el Centro del Pensamiento Coomeva:

a) Dirigentes y Asociados del Grupo Coomeva:

- Asociados residentes en Cali.
- Asociados residentes en otros lugares del país.
- Delegados del Grupo Coomeva a nivel Nacional.

b) Directivos y Empleados del Grupo Coomeva:

- Directivos y Empleados de la Sede Nacional "Uriel Estrada Calderón".
- Directivos y Empleados del Grupo Coomeva – Regional Cali.

c) Visitantes especiales:

- Directivos de otras organizaciones nacionales e internacionales, principalmente de otros países de América Latina.
- Periodistas
- Funcionarios públicos.

d) Clientes, Contratistas y Proveedores.

e) Otros: a largo plazo se espera que sea un espacio para de consulta para estudiantes e investigadores interesados en el tema del cooperativismo.

Los dos frentes de acción del Centro cubren distintos públicos: el ***espacio físico*** está dirigido a los públicos que residen permanentemente en Cali y a los visitantes temporales, mientras que el ***virtual*** cubre adicionalmente a los públicos que no residen en Cali (ubicados a nivel nacional e internacional). Adicionalmente, se plantea la posibilidad de desarrollar ***programas de carácter itinerante***, que puedan tener un espacio físico temporal en las distintas sedes regionales del Grupo; esta decisión depende de la viabilidad de espacios en otras sedes, así como de la capacidad de gestión que desarrolle el Centro del Pensamiento Coomeva para generar propuestas de este tipo.

a. Dirigentes y Asociados del Grupo Coomeva

El asociado tiene tres roles principales en Coomeva: el de usuario, el de gestor y el de inversionista. Como ***usuario***, crea la organización para satisfacer sus necesidades, aspira a servicios de calidad y con un valor agregado diferencial; como ***gestor***, dirige y orienta el accionar de la organización aprovechando las estructuras y medios que aporta el modelo cooperativo, y como ***inversionista***, aporta el capital y los recursos para que la cooperativa los use de forma segura. Según Alfredo Arana, Presidente Ejecutivo y Corporativo de Coomeva, a junio de 2016 la comunidad Coomeva suma **230.064 asociados**, por lo que en los últimos años los esfuerzos de la organización se han enfocado en generar valor para esta comunidad.

Segmento	Genero	Edad	Menores a Cargo
Joven Asociado	Todos	<=25 Años	Con o Sin
En formación	Hombres	(25-35]	Sin
Mujer Independiente	Mujeres	(25-40]	Sin
Consolidación	Todos	(25-60)	Con
Transición	Mujeres	(40-60)	Sin
	Hombres	(35-60)	
Maduro	Todos	>=60	Con o Sin

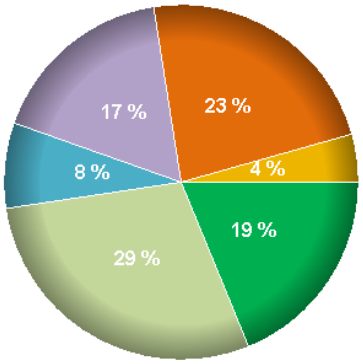

Fig. 2. *Tipologías de asociados según nivel de participación en Coomeva, 2016. Fuente: Alfredo Arana.*

Características generales de los asociados

- **Edad:**
  - Edad promedio: 46 años
  - 27% es menor de 35 años
  - 18% es mayor de 60 años.
- **Género:** El 57% de la comunidad lo constituyen mujeres y el 43%, hombres.
- **Áreas de conocimiento**: Las profesiones más representativas son Economía, Administración y Contaduría (22.2%), Ciencias de la Salud (20.9%) e Ingeniería, Arquitectura y Urbanismo (20.2%).
- **Nivel de ingresos:** El 50% de los asociados recibe ingresos superiores a $3 millones y el 8%, menores a $1 millón.
- **Nivel de participación:** participación activa de cerca de 1.000 profesionales asociados en los comités zonales, regionales, nacionales y en otros espacios abiertos para gestionar Coomeva.

b. Directivos y Empleados del Grupo Coomeva
El Grupo Coomeva cuenta con más de 15.000 empleados directos (Revista Dinero, 2016) y alrededor de 25 mil indirectos.[1] Sólo en la Sede Nacional ubicada en Cali trabajan diariamente cerca de 700 empleados.

c. Visitantes especiales
Continuamente llegan a la Sede Nacional de Coomeva visitantes que, aunque siendo ajenos a la Cooperativa, representan un capital social importante en tanto son la conexión con agentes externos, importantes para las relaciones institucionales a nivel nacional e internacional. Tal es el caso de ***Directivos*** de otras cooperativas, ***Prensa*** y ***Funcionarios Públicos***, para quienes el Centro del Pensamiento Coomeva es una ventana a la historia del Grupo Coomeva, así como a su relevancia en el contexto social y empresarial colombiano.

d. Contratistas y Proveedores
Diariamente el edificio recibe una población flotante de personas externas a la cooperativa, quienes en ocasiones deben esperar a ser atendidos. Esta es la oportunidad para que visiten el Centro.

I.1.8. Responsabilidad del Centro respecto a su entorno socio-cultural

El Centro del Pensamiento Coomeva nace de un sentimiento de responsabilidad con el contexto en el que se desenvuelve Coomeva; este contexto se define en varios niveles: el primero y más inmediato es la comunidad Coomeva, que incluye tanto a los asociados como a los trabajadores de la entidad; el siguiente es el Sector Solidario, tanto en Colombia como a nivel internacional, y el último se refiere al sector empresarial en un sentido más amplio.

a. El Centro del Pensamiento Coomeva en relación a la Misión y Visión de Coomeva
Teniendo en cuenta los objetivos presentes en la definición misional de Coomeva (ver I.2.1. *Principios institucionales*, p.12), es importante que el Centro del Pensamiento Coomeva contribuya al desarrollo integral del **Asociado y su familia**, al fortalecimiento del **Sector Solidario** y a la construcción de **capital social** en Colombia. Esto se traduce en un espacio cuya información y diseño deben ser desarrollados en varios niveles:

1. **Asociado**: evidencia de la cara humana de la organización y otras iniciativas cooperativas, representada a través de lenguaje sencillo, testimonios y experiencias reales en torno al cooperativismo.
2. **Sector Solidario**: información empresarial y corporativa, dirigido al *sector económico y empresarial* en el que se mueve Coomeva. El espacio debe ofrecer información general y específica sobre el Sector Solidario y sobre la historia de la organización (creación, crecimiento, consolidación y perspectivas), que sirva dentro de procesos de investigación en torno a cultura e historia empresarial en Colombia.
3. **Capital social en Colombia**: que hable de la manera en que organizaciones cooperativas impactan positivamente al país; que apele a los valores cooperativos, así como a las estructuras democráticas y horizontales que caracterizan a estas organizaciones y que son trasladables a la construcción de sociedades más equitativas.

I.2. La institución: Coomeva

I.2.1. Principios institucionales

a. Misión
Contribuir al desarrollo integral del Asociado y su familia, al fortalecimiento del Sector Solidario y a la construcción de capital social en Colombia.

[1] Carpeta Coomeva 50 años (2014), p.5. https://drive.google.com/open?id=0B5NcKnwIMRJNOENVY0FmektSWIE.

b. Visión

COOMEVA es reconocida como la mejor fuente de solución a las necesidades y expectativas del profesional colombiano y su familia, gracias a su exitoso modelo empresarial cooperativo.

c. Valores institucionales

- Honestidad
- Solidaridad
- Trabajo en Equipo
- Servicio
- Cumplimiento de Compromisos
- Confianza
- Igualdad y Equidad de Género

d. Valores y principios cooperativos

1. Asociación voluntaria y abierta
2. Control democrático por los socios
3. Participación económica de los socios
4. Autonomía e independencia
5. Educación, capacitación e información
6. Cooperación entre cooperativas
7. Compromiso con la comunidad

> ***Valores cooperativos:*** *Ayuda mutua, responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad, honestidad, transparencia, responsabilidad social y preocupación por los demás.*

I.2.2. Estructura Administrativa

La Cooperativa desarrolla su actividad participativa y democrática a través de más de **170 comités** en los que intervienen alrededor de **1.600 dirigentes**. Las elecciones para designar los delegados de la Cooperativa movilizan a más del 40% de los asociados y constituyen ejemplo de democracia en Colombia (Coomeva. 2016).

a. Empresas del grupo Coomeva

El Grupo Coomeva dirige en la actualidad 16 empresas dentro de tres sectores: Sector Financiero, Salud, y Protección:

1. Bancoomeva
2. Coomeva EPS: hoy cuenta con más de 3 millones de usuarios y realiza anualmente más de 25 millones de actividades asistenciales.
3. Coomeva Recreación y cultura
4. Coomeva Hoteles y Resorts (Línea de negocio de Recreación y Cultura)
5. Coomeva Corredores de seguros
6. Clínica Palma Real
7. Coomeva Medicina Prepagada
8. Coomeva Emergencia Médica (Línea de negocio de medicina prepagada)
9. Coomeva salud oral
10. Clínica Farallones
11. Hospital en Casa
12. Coomeva Fundación
13. Club Los Andes
14. Coomeva Solidaridad y Seguros (Unidad de Negocio)
15. Coomeva servicios administrativos
16. Conectamos Financiera

Fig. 3. *Estructura de Gobierno Corporativo Coomeva. Fuente: Presentación Corporativa 2016, suministrada por Departamento de Comunicaciones.*

Fig. 4. *Estructura de gobierno Cooperativo de Coomeva. Fuente: Relatorio, Premio Iberoamericano de la Calidad -Excelencia en la Gestión 2016.*

b. Presencia Nacional

Coomeva funciona a través de 6 Regionales: Cali, Bogotá, Medellín, Caribe, Eje Cafetero y Palmira.

1. Regional Cali: integrada por 10 municipios, en 6 departamentos:

- Cali
- Buenaventura
- Buga
- Florencia
- Ibagué
- Ipiales
- Neiva
- Pasto
- Popayán
- Tuluá

2. Regional Bogotá: integrada por 7 municipios, en 4 departamentos

- Bogotá
- Chía
- Duitama
- Sogamoso
- Tunja
- Villavicencio
- Yopal

3. Regional Caribe: integrada por 7 municipios, en 6 departamentos:

- Barranquilla
- Cartagena
- Mushaisa - Guajira
- Riohacha
- Santa Marta
- Sincelejo
- Valledupar

4. Regional Eje Cafetero: integrada por 5 municipios, en 4 departamentos:

- Pereira
- Armenia
- Cartago
- La Dorada
- Manizales

5. Regional Palmira: maneja como ámbito territorial los municipios:

- El Cerrito
- Pradera
- Candelaria y
- Florida

I.3. Inserción del Centro del Pensamiento Coomeva en el Plan Estratégico Coomeva - 2019

I.3.1. Declaración de Estrategia Cooperativa

La estrategia cooperativa hace explicita la razón por la cual los asociados se vinculan, se mantienen y usan los servicios de su cooperativa.El Plan estratégico 2014-2019 establece que "empresas y servicios como la Fundación, Recreación, Vivienda y Educación ***se centrarán exclusivamente en asociados***", siendo el foco principal de la gestión "la ***creación de valor para el asociado***, entendido como el logro de unos resultados económicos acordes con el mercado en las diferentes empresas más los beneficios transferidos a los asociados en el momento del consumo de los servicios."

I.3.2. Imperativos estratégicos relacionados

El Centro del Pensamiento Coomeva se relaciona directamente con los siguientes imperativos estratégicos de la cooperativa:

- Fortalecer y profundizar el ***vínculo emocional*** del asociado con la Cooperativa.
- Promover una ***pedagogía de la asociatividad*** que haga evidente un valor diferencial para los asociados.
- Impulsar con mayor claridad y visibilidad las distintas acciones de responsabilidad social empresarial y Cooperativa integrándolas en el quehacer de la Cooperativa y sus empresas.

I.3.3. Objetivos Estratégicos 2014-2019

Fig. 5. *Objetivos estratégicos definidos en el Plan Estratégico Coomeva 2014-2019. Fuente: Relatorio, Premio Iberoamericano de la Calidad - Excelencia en la Gestión 2016, p.21.*

El Centro del Pensamiento Coomeva se inserta en la ***Dimensión Asociativa*** de los Objetivos Estratégicos 2014-2019, particularmente el primero y el tercero:

- Desarrollar una sólida comunidad de asociados identificada y satisfecha con su Cooperativa.
- Garantizar valor y confianza en la relación de largo plazo con el asociado y la comunidad.

I.4. Líneas de actuación preferentes

Cada uno de los frentes de acción tiene unas dinámicas propias que determinan su comunicación con los públicos:

Espacio Físico: dado que el principal insumo son datos, informes escritos, fotografías, y documentos audiovisuales, se da preponderancia a las instalaciones infográficas y audiovisuales, buscando lograr discursos articulados en el espacio expositivo, pero también distintos niveles de complejidad: por ejemplo, algunas piezas pueden mostrar información estadística, mientras que otras podrán ser testimonios o entrevistas, logrando así que las narrativas no sean demasiado densas ni demasiado superficiales.

Espacio virtual: entendiendo que una página web puede ser vista por personas de distintos niveles educativos desde cualquier país, y que Coomeva hace parte de redes tanto nacionales como internacionales, uno de los retos para el espacio virtual es hacer accesible la información. Esto se logra a través de una plataforma con una interfaz intuitiva e interactiva, así como del desarrollo de contenidos de fácil acceso y comprensión.

a. Canales de comunicación, difusión e información a utilizar: Información sobre las novedades del Centro incluidas en la Revista Coomeva y en los boletines electrónicos que se envían a los asociados.

I.5. Redes en que se sitúa el Centro del Pensamiento Coomeva

Coomeva es reconocida en el concierto del cooperativismo regional y mundial. Impulsó, junto con Confecoop, la realización en Colombia de la **Tercera Cumbre Cooperativa de las Américas** en Cartagena (noviembre de 2014) y en la cual confluyeron más de tres mil cooperativistas de toda América.

A nivel internacional, ostenta la Presidencia del **Comité Mundial de Género** de la **Alianza Cooperativa Internacional**, ACI, así como la **Secretaría del Comité de Administración** y la **Presidencia de su Comité Financiero** de **ACI Américas**. Recientemente, consolidó también su alianza con **Christus Health**, organización estadounidense de salud con casa matriz en Dallas (TX), presencia en 60 ciudades en 7 estados de los Estados Unidos, en México y en Chile y conformado por una red de 50 clínicas.

El Grupo Coomeva hace parte del **Pacto Global** de la ONU y del **Pacto Verde Cooperativo**, con un compromiso público y social de actuar responsable y sostenibleme.[2]

I.6. Marco contextual

I.6.1. Antecedentes históricos: Cooperativismo

a. Coomeva

El 4 de marzo de 1964, 27 médicos enfrentados a condiciones laborales sin coberturas de previsión ni seguridad social, vieron la necesidad de crear un seguro.[3] Liderados por el pediatra Uriel Estrada Calderón[4] y el acompañamiento del doctor Víctor H. Pinzón Parra, el grupo funda la Cooperativa Médica del Valle, COOMEVA, con la intención de ofrecer solidariamente servicios financieros y de seguros, bajo la naturaleza del cooperativismo de ahorro y crédito.[5]

Estrada Calderón comenzó a interesarse en el cooperativismo gracias a los textos de Peter Warbasse,[6] que sumado al apoyo brindado por Uconal y la Universidad Obrera en Cali consolidó sus ideas sobre la cooperación.[7] Gradualmente, el modelo utilizado por Coomeva fue atrayendo más asociados: primero médicos, luego profesiones afines, hasta que en 1967 abrió el vínculo a todo tipo de profesionales.

Coomeva creó el primer servicio de **Medicina Prepagada** del país en 1974 y diez años después **Coomeva EPS**, que hoy cuenta con más de 3 millones de usuarios y realiza anualmente más de 25 millones de actividades asistenciales. En 2011 aparece **Bancoomeva**, un banco surgido del sector solidario y del esfuerzo cooperativo, orientado a apoyar a los asociados y al desarrollo del sector. Hoy 331 mil personas usan los servicios de Bancoomeva para ahorro, inversión y crédito, la mitad de ellas son asociadas a Coomeva.

---

[2] Información encontrada en Carpeta Coomeva 50 años (2014, formato pdf)

[3] Texto Publireeportajes 50 años final. Documento en Word entregado por Coomeva, reunión agosto 29 de 2016.

[4] Médico Pediatra (Aguadas, Caldas, 2 de Marzo de 1923). Se recibe como Pediatra en 1956, realizando su internado en el Hospital Universitario San Vicente de Paul (Medellín) en 1948, sirviendo como Médico Socio de la Clínica de urgencias de Cali entre 1949 y 1952, y participando en la fundación de la Sociedad de Pediatría del Valle del Cauca en 1954, donde fue Secretario y Presidente; fue becario de la Fundación Rockefeller en el Hospital Infantil de México (1956-1957), miembro de las sociedades Antioqueña y Colombiana de Pediatría, de la Academia de Medicina de Medellín y de la sociedad Vallecaucana de Salud Pública. Participó en la organización del Primer Congreso Colombiano de Pediatría (Bogotá, 1965), del cual fue Vicepresidente.
Información encontrada en http://cooperativistasdestacadocoopsalud.blogspot.com.co/2006/05/uriel-estrada-caldern.html (05/09/2016)

[5] Tomado de http://www.coomeva.com.co/37014 (05/09/2016)

[6] Peter Warbasse (1866-1957) se graduó como médico cirujano de Columbia college of Physicians and Surgeons en 1889, trabajó en varios hospitales de Brooklyn, publicó alrededor de 100 artículos clínicos y científicos, así como un texto de tres volúmenes en Surgical Practice (1918); fue editor del New York State Journal of Medicine (1905-1909). En la década de 1910, Warbasse publicó ensayos provocativos sobre temas como "La socialización de la medicina" ("the socialization of medicine") y "Conservar la salud versus explotar la enfermedad" ("Conserving health versus exploiting disease"), relacionándose a su vez con International Workers of the World, el Partido Socialista, los Anarquistas y otros grupos militantes. Posteriormente, Warbasse ganaría fama y notoriedad además por su defensa del cooperativismo, incluyendo cooperativismo médico, al desempeñarse durante 25 años como Presidente de la Cooperative League of America (Liga Cooperativa de América). Tomado de http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC1380376/?page=1 (originalmente en inglés, consultado el 5 de septiembre de 2016).

[7] Tomado de http://revista.coomeva.com.co/uriel-estrada-calderonel-gestor-de-un-segurito-que-se-convirtio-en-la-cooperativa-mas-grande-de-colombia/ (05/09/2016)

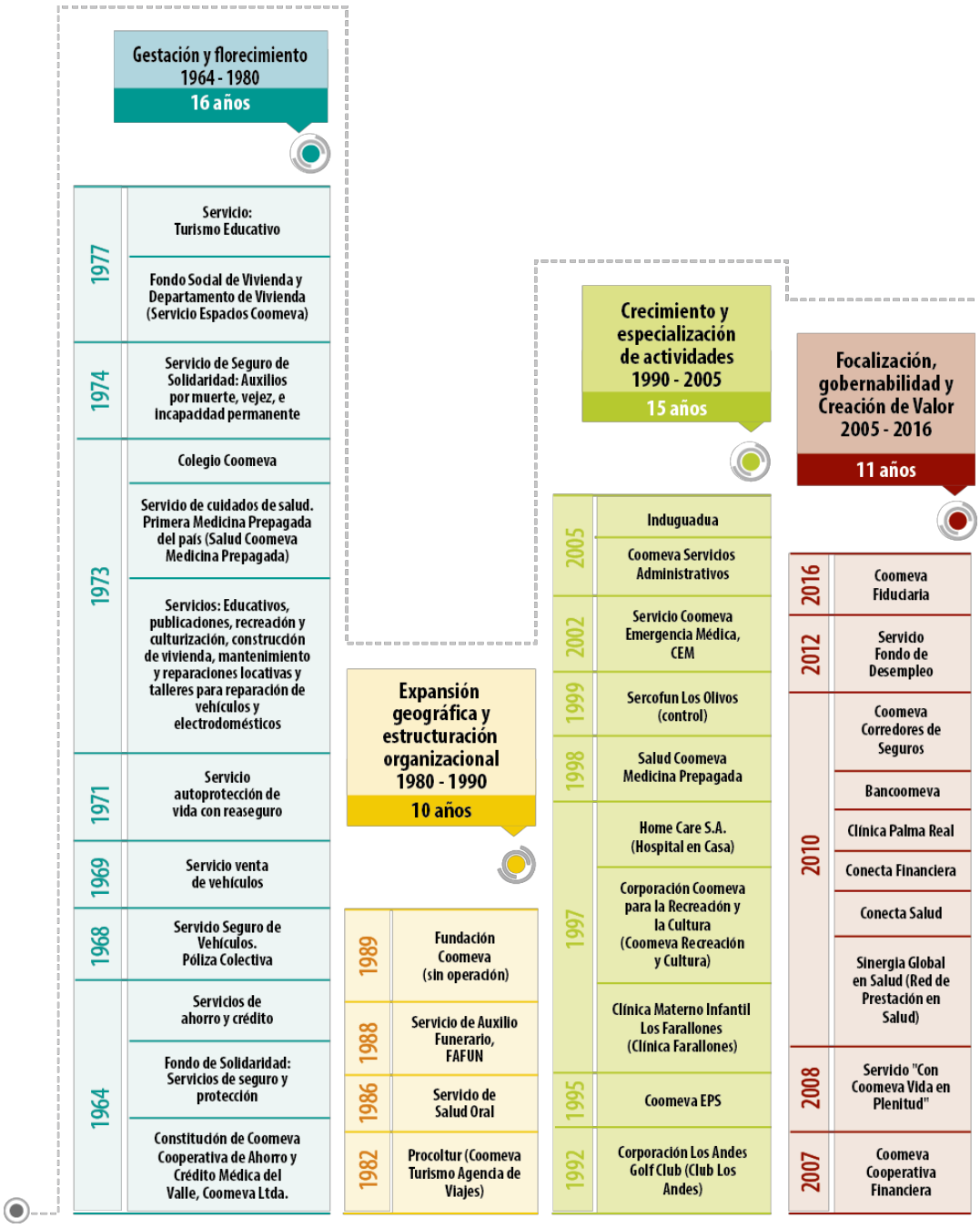

Fig.4. *Línea de tiempo, creación de empresas y servicios. Fuente: Plan Estratégico Coomeva 2014-2019, p.3.*

Coomeva fue ampliando sus servicios, territorio y base social hasta constituir hoy un Grupo Empresarial Cooperativo presente en 1.050 municipios de Colombia. Cuenta en la actualidad con 275 mil asociados profesionales en todo el país, que se benefician de las ***16 empresas*** que la Cooperativa ha ido constituyendo en sectores tan diversos como el financiero, la salud, el aseguramiento y el recreativo; es una organización que cuenta con un capital social de $543.305 millones y que genera alrededor de 13 mil empleos directos y 25 mil indirectos. La **Fundación Coomeva** fortalece la creación y el desarrollo empresarial, 3.092 empresas han sido creadas por los asociados con su apoyo.[8]

[8] Tomado de Texto Publirreportajes 50 años final.

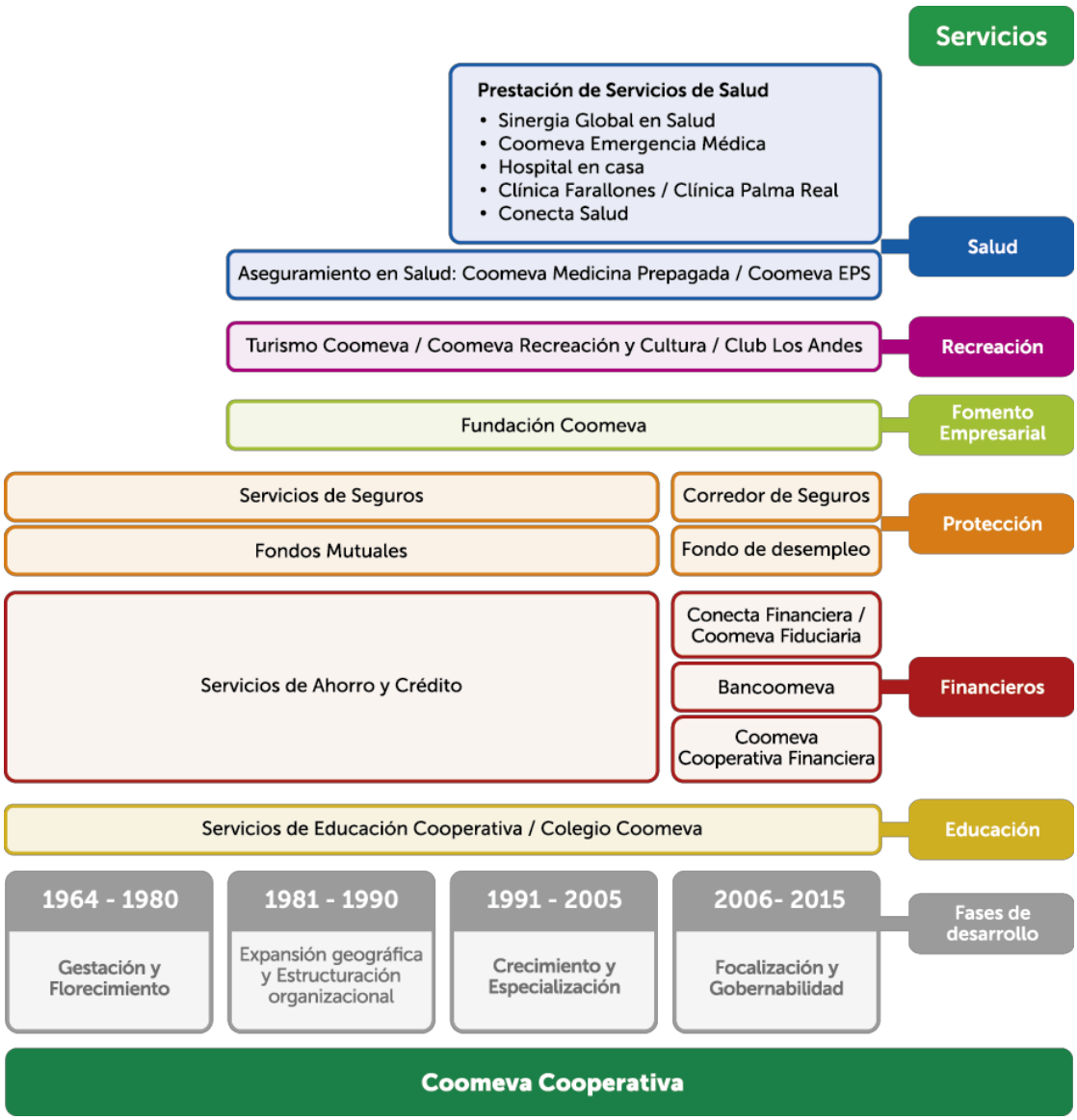

Fig. 5. *Evolución de la promesa de valor.*
Fuente: Relatorio Premio Iberoamericano de la Calidad Excelencia en la Gestión 2016, p.IV.

b. El cooperativismo en el mundo

En 1843 se conocen en Inglaterra las primeras manifestaciones cooperativas, como respuesta al avance de la Revolución Industrial en su primera etapa (1750 a 1840), acompañada del avance del comercio internacional, a partir del Tratado de Utrecht en 1750, el cual liberaliza las relaciones comerciales de Inglaterra con otras naciones europeas y con América. La asociación de personas en torno de formas cooperativas aparece posteriormente en otras partes del mundo, conservando su sentido esencial de "combatir la pobreza, crear trabajo digno y desarrollar una sociedad mejor" (Velazco. Loaiza. 2012, p.24). El movimiento cooperativo en el mundo cuenta entre sus primeros pensadores a los "socialistas utópicos"; el más importante fue Robert Owen (1771–1858), quien formuló propuestas cooperativas para atender las necesidades de las poblaciones más pobres, partiendo de la hipótesis de que el entorno donde los hombres viven y trabajan moldean su carácter (Velazco. Loaiza. 2012).

c. El cooperativismo en Colombia[9]

Antes de la llegada de los españoles, los indígenas trabajaban colectivamente. El excedente o sobrante de las cosechas lo intercambiaban en los mercados de las regiones vecinas por productos como el algodón, frutos de tierra caliente y por oro. Algunas de las formas de trabajo comunitario fueron suprimidas por

[9] Cartilla de formación Cooperativa para Colaboradores de Coomeva (documento de trabajo)

los españoles durante la conquista; de las pocas que se conservaron y se conservan aún en algunas regiones, podemos mencionar el convite y la minga.

De 1850 a 1920 la economía colombiana se dedicaba principalmente a la agricultura y al comercio, de esta manera las personas vinculadas directa o indirectamente a la producción o distribución de mercancías, empezaron a interesarse por el Cooperativismo para solucionar sus problemas, en lo referente al consumo y al crédito. Estos problemas dieron firmeza a las ideas cooperativas difundidas en un comienzo por un sacerdote llamado Adán Puerto, quien había conocido en Alemania las Cooperativas de Ahorro y Crédito. Más tarde, durante el gobierno de Enrique Olaya Herrera y con base en un proyecto presentado por Juan María Agudelo, el Congreso expidió la Ley 134 de 1931, la cual reglamentó la creación de Cooperativas en Colombia.

Las primeras Cooperativas fueron organizadas básicamente para prestar servicios de consumo, de ahorro y crédito. A partir de 1.940, aparecieron Cooperativas de Producción, de Transportes, Educacionales y de Vivienda. También se organizaron las primeras asociaciones de Cooperativas u organismos de segundo grado.

I.6.2. Referentes museológicos y museográficos

a. Iniciativas de memoria cooperativa

Otras cooperativas del mundo han propuesto iniciativas de memoria institucional, que han tomado forma de museos de sitio y museos virtuales, principalmente. Entre éstos podemos destacar tres casos:

1. Rochdale Pioneers Museum[10] (Rochdale, Reino Unido)

Fue en Rochdale donde nació el cooperativismo en el siglo XIX. El Museo de los Pioneros de Rochdale existe para preservar la tienda original donde surgió este movimiento y generar una comprensión de los ideales y los principios del cooperativismo. Existe un museo de sitio y un museo virtual.

Este Museo es referente por recoger la historia del cooperativismo, que es el cimiento sobre el que se erige Coomeva. Además de recoger parte de la historia que se quiere contar, el Museo es muy fuerte en el componente virtual; pues los recorridos por los espacios físicos cuentan con detalles y permiten recrear la experiencia de la visita. El Salón Coomeva se propone acercar a otras sedes y asociados a través de las nuevas tecnologías.

El museo virtual utiliza los siguientes recursos:

- Expone fotos del museo de sitio acompañados de un texto general sobre la historia del movimiento.
- Línea de tiempo interactiva.
- Programación del museo físico.
- Fotos y descripción de objetos que hacen parte de la colección.
- Noticias y espacios de participación para el público, pidiendo opinión sobre diversos aspectos del museo y del tema de estudio.

[10] http://www.rochdalepioneersmuseum.coop/virtual-museum/

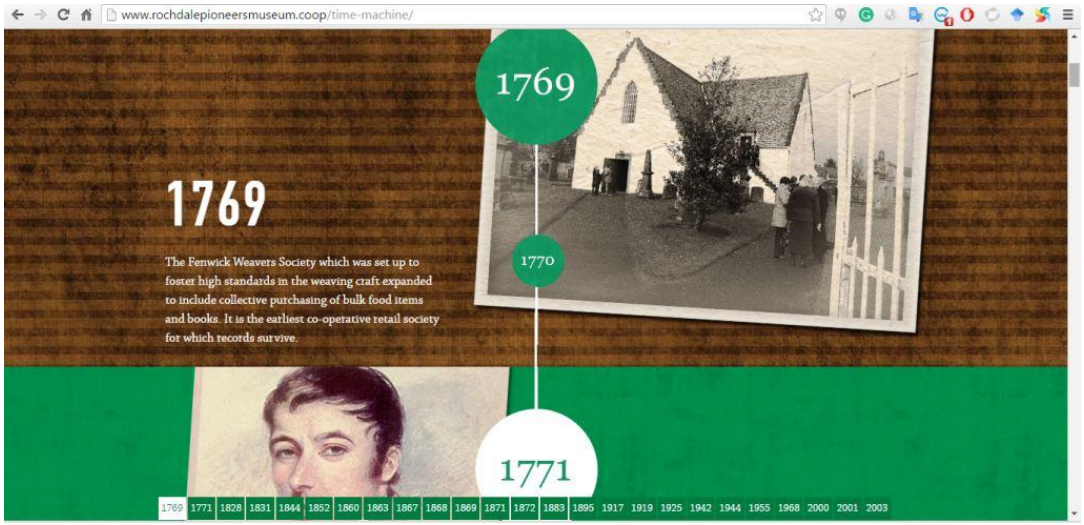

fig.6. *Cronología del cooperativismo en el Museo Virtual de los Pioneros de Rochdale.*

2. National Co-operative Archive

Aún más interesante que el museo virtual y físico (de una corte bastante tradicional) de los Pionero s Rochdale, la iniciativa de memoria más interesante es el **National Co-operative Archive**: es la unión de los archivos de *Co-operative Union* y *Co-operative College,* manejado por el **Co-operative Heritage Trust**. En la historia del archivo se comenta la construcción de una sede principal en 1919, cuya intención "junto con el espacio para oficinas, fue tener un centro donde los cooperadores podrían reunirse y una biblioteca donde puedan aprender más sobre el movimiento" (Co-operative Heritage Trust. 2016).

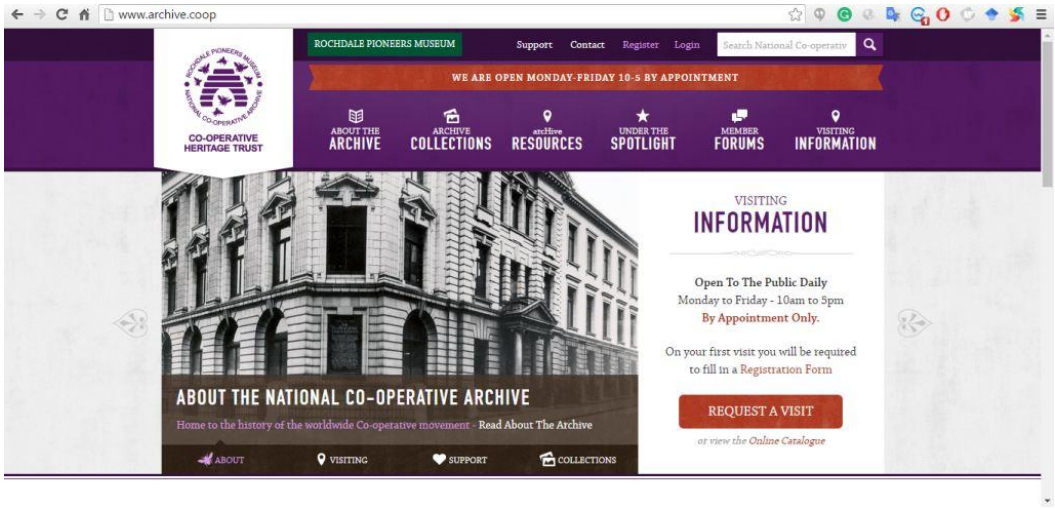

Fig. 7. *Página web del Archivo Nacional Co-operativo del Reino Unido. http://www.archive.coop/*

Este archivo tiene también un componente físico y uno virtual. Es posible visitar el archivo físico solamente agendando una cita, mientras que el archivo virtual expone notas y presentaciones sobre temas específicos, disponibles para el público general, así como la posibilidad de suscribirse a un *newsletter* mensual. La página web del archivo tiene además un espacio reservado para miembros.

Las colecciones del archivo incluyen varios tipos de documentos:

- Archivo de correspondencia y documentos personales de las principales figuras del cooperativismo en el Reino Unido.
- Libros sobre el movimiento cooperativo.
- Cerca de ***50.000 fotografías*** que documentan la evolución del movimiento en el Reino Unido.
- Afiches del movimiento a través de la historia.

- Documentos legales de sociedades cooperativas.
- Periódicos, Catálogos, y otros documentos de prensa.
- Archivo fílmico.

3. Unimed[11] (Brasil)

Unimed es la mayor cooperativa de trabajo médico mundial y también la mayor red de atención de la salud en Brasil, presente en el 83 % del país, con una cuota de mercado de alrededor del 40 % del seguro nacional de salud. El sistema cooperativo Unimed abarca 354 cooperativas médicas (individuos y asociaciones) y está institucionalmente representada por Unimed de Brasil - Confederación Nacional de Sindicatos Médicos.

Hoy en día, el sistema cuenta con cerca de 109.000 médicos activos, 106 hospitales propios, 11 hospitales de día, 189 centros de atención rápida, 74 laboratorios y 88 centros de diagnóstico, que sirven alrededor de 19 millones de clientes y alcanzar los 92 millones de consultas, 2 millones de hospitalizaciones y 197 millones de pruebas de laboratorio por año.

Unimed es tal vez la más similar a Coomeva. Tiene un sitio web enfocado a la memoria e historia de la institución, en la que se encuentran biografías de presidentes y personas importantes en el desarrollo de la cooperativa; la historia dividida en ejes temáticos similares a los planteados en el presente proyecto (historia del cooperativismo, consolidación, unidades de desarrollo, futuro), una línea de tiempo, y un buscador del acervo documental (imágenes y videos) de la institución.

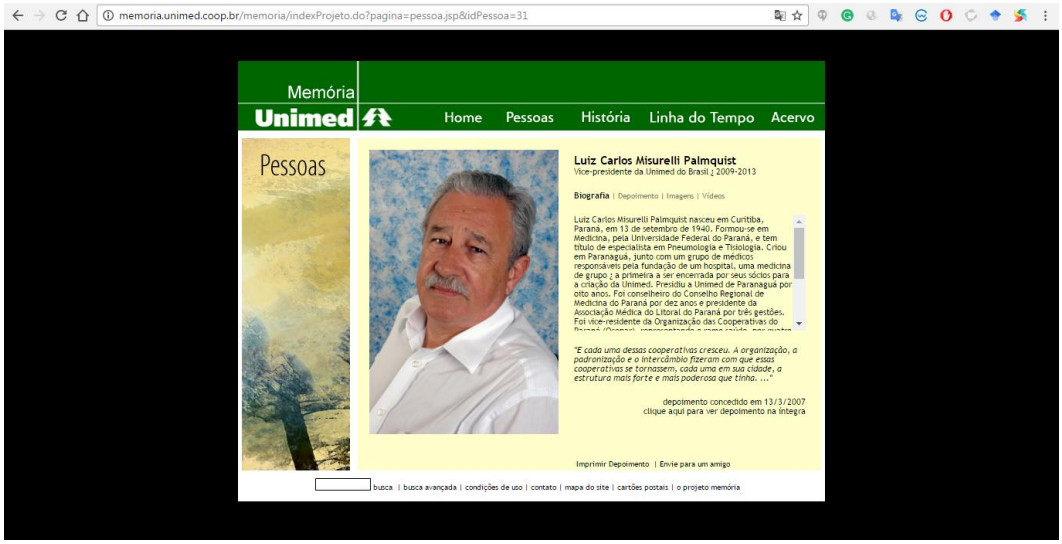

Fig. 8. *Ejemplo de biografía en sitio web dedicado a la memoria de Unimed.*

Sin embargo, el desarrollo de dicha web es radicalmente diferente a lo planteado para el Centro del Pensamiento Coomeva: se trata de un espacio virtual difícil de navegar, con menús y buscadores que solicitan fechas o nombres específicos, lo que hace pensar que está dedicado a mostrar de manera muy delimitada los contenidos, en vez de proponer una experiencia agradable al usuario. Se toma como ejemplo dentro de los referentes para poner en evidencia cómo ***no*** se quiere hacer el espacio virtual del proyecto, a pesar de tener algunos contenidos similares.

4. Maison Alphonse-Desjardins (Quebec, Canadá)

Desjardins es el mayor grupo cooperativo de Canadá. Su Museo, ubicado en la Mansión Alphonse-Desjardins, tiene como objetivo mostrar el origen del Grupo Desjardins y la historia de sus fundadores, la familia Desjardins, que habitó la casa y desde ese lugar gestó la idea de la cooperativa.

[11] http://memoria.unimed.coop.br/memoria/indexProjeto.do?pagina=home.jsp

El grupo empresarial creó una sociedad, para salvaguardar la historia de la Cooperativa y mantener la herencia material de sus fundadores. Es la sociedad la que administra el Museo. La colección cuenta con más de 6.000 piezas, pertenencias de la familia, en las que se destaca una colección de numismática. Además de la exhibición de objetos, se cuenta con un centro de documentación que ofrece al público documentos e información sobre la historia del Grupo. Reciben donación de obras u objetos que pertenezcan a la historia de la cooperativa, y así mismo ofrecen en préstamo sus piezas para exhibiciones temporales a otras instituciones.

La mansión es visitada por cientos de personas al año; además de la visita presencial, se puede hacer un "video tour"[12] Su portal web es totalmente interactivo, la interfaz y los contenidos son novedosos y su línea de tiempo propone un modelo diferente a las habitualmente colgadas en otros portales.

Fig. 9. *Línea de tiempo general. Tomada de https://www.desjardins.com/ca/landing-page/maison-alphonse-desjardins/index.html*

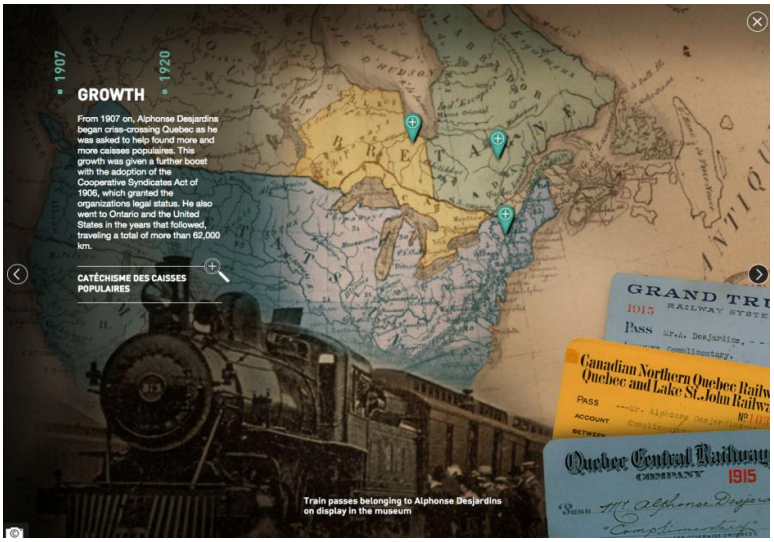

Fig. 10. *Pantallazo de la vista, una vez se selecciona un punto en la línea temporal*

Se puede personalizar la visita, pues son 4 líneas temporales las que se pueden explorar a través de la página: La historia de Alphonse Dejardins, la historia de Dorimène Desjardins, la historia de la Mansión, y la historia completa (que integra las otras tres líneas temporales).

[12] Disponible en https://www.desjardins.com/ca/videos/single.jsp?docName=vid-maison-desjardins-e

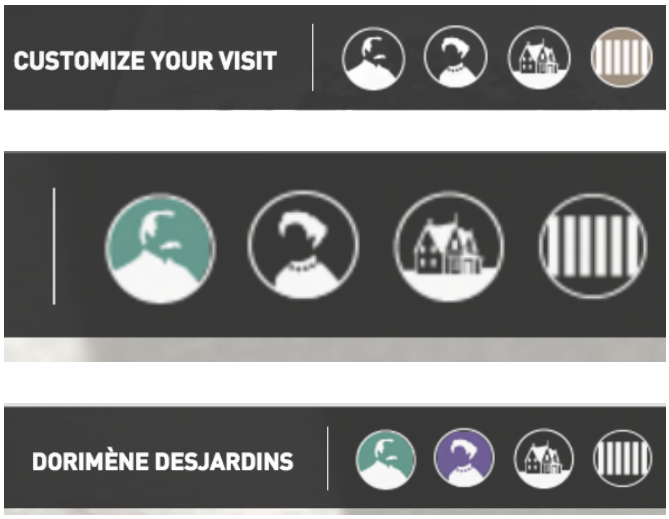

Fig.11. *Botones/Herramientas para interactuar en el Menú del portal*

Este espacio es referente tanto por los temas que aborda, como por la forma en que presenta sus contenidos. Se trata principalmente de una propuesta histórica, que recoge un proceso institucional y fundacional; y para eso se sirve de las nuevas tecnologías, presentando de manera fresca y actual, contenidos de archivo convencionales. Lo que se destaca pues de la experiencia virtual, y que puede ser aplicable al Salón Coomeva, es la capacidad de poder unir y separar al mismo tiempo, la historia institucional y la historia de los fundadores.

b. Espacios de memoria institucional

1. Fundación Mapfre. Museo del Seguro[13] (Madrid, España)

El Museo exhibe una amplia colección de piezas relacionadas con la historia de la actividad aseguradora desde el siglo XVIII hasta nuestros días, placas antiguas que identificaban los edificios asegurados contra el riesgo de incendios por una determinada compañía**,** antiguas ordenanzas de seguros, pólizas, placas publicitarias, carteles y folletos publicitarios**.**

Tiene un interés en la difusión de la cultura aseguradora y por ello, dedican al Museo del Seguro parte de sus instalaciones de la calle Bárbara de Braganza, 14 de Madrid. Para facilitar el acceso de todos los interesados a la colección ofrecen una visita virtual que incluye todas las piezas que constituyen los fondos del Museo, tanto las expuestas en la sala de la exposición permanente (600), como otras que no han podido ser expuestas. En total, se puede acceder a unas 1.300 piezas desde cualquier lugar con sólo acceder a su portal web. Se consulta por categorías (placas, pólizas, etcétera) y por orden alfabético.

[13] https://www.fundacionmapfre.org/fundacion/es_es/exposiciones/museo-del-seguro/

Fig. 12. *Vitrinas de exhibición de documentos. Tomado de https://www.fundacionmapfre.org*

El Museo está abierto de lunes a viernes, pero solo puede visitarse si se agenda cita previamente. Este es, pues, un museo de objetos; un museo con colección: objetos, documentos, libros, placas; exhibidos en sala de manera convencional (paredes, urnas, vitrinas).

Fig. 13. *Vista general de la sala. Tomado de https://www.fundacionmapfre.org*

El Museo del Seguro se convierte en referente por tres motivos. Primero, plantea un ejercicio de memoria institucional que recoge la historia de la Compañía. En segundo lugar, el Museo es un espacio físico pero también propone una experiencia virtual, en la que el visitante del portal web puede acceder a las colecciones a través de un "tour". Y por último, lo que lo hace más pertinente como referencia para el Salón Coomeva, es el enfoque que tiene el Museo, presentándose no como un "museo de Mapfre", sino como un "museo del seguro"; es decir, se supera lo institucional y se propone una mirada más amplia. Esto permite llegar a otros públicos, y libera de egocentrismo el proyecto. El Salón Coomeva se plantea más que presentar la historia de Coomeva como institución, insertar a la Organización en la historia del cooperativismo a nivel nacional y mundial; siendo un espacio de referencia, de documentación, sobre este modelo empresarial.

2. Museo de la Fundación Social (Bogotá, Colombia)

La Fundación Social cuenta con un Museo, el cual está ubicado en la Avenida Jiménez con calle 4ª, allí fue el primer edificio del Círculo de Obreros y de la Caja de Ahorros, fue fundado en marzo de 2013 y tiene como objetivo, despertar y mantener en la mente de los empleados el sentido y el propósito

de la obra iniciada por el Padre José María Campoamor, allí se desarrollan el proceso de inducción, en el momento en que se realiza el proceso de contratación de nuevos empleados, para que desde su ingreso a la Fundación Social y sus empresas, tenga clara su razón de ser, conozcan sus orígenes y el modelo de actuación. Durante 2013 visitaron el museo alrededor de 1.500 colaboradores de todas las empresas de la organización, situadas en diversas regiones del país.[14]

El museo está distribuido en varias áreas temáticas: Padre Campoamor, Círculo de Obreros de San Francisco Javier (Medios para la economía, Medios para la moralidad, Medios para instrucción), Las Marías, Caja de Ahorros del Círculo de Obreros, Villa Javier y el Modelo de intervención hoy. Establece una relación con el espacio a través de la línea cronológica, lo que puede hacerse también en el Salón Coomeva.
El Museo de la Fundación Social es un espacio de reconocimiento de la historia de la Organización, pensado principalmente para los funcionarios como público inmediato; es referente para el Salón Coomeva pues es el lugar al que llegan los nuevos colaboradores para entender el proceso que han vivido y el momento en el que se sitúan. Y una de las premisas del Salón es que por situarse en el edificio Sede Nacional, sea el espacio en el que se reciba tanto a empleados, colaboradores, como a los visitantes de las instalaciones; proponiendo una experiencia más vivencial y reflexiva en los procesos de inducción o de presentación: El Salón presenta a Coomeva.

3. CEDOC, Centro de Documentación, Museo La Tertulia[15] (Cali, Colombia)

Este Centro alberga material bibliográfico y hemerográfico con énfasis en artes visuales desde la década de los sesenta hasta la actualidad. Está abierto para consulta con cita previa, dirigido a investigadores y estudiantes interesados por el arte contemporáneo en Colombia y en la región, y por la historia del Museo La Tertulia.

Fig. 14. Centro de documentación. Tomado de archivo Cedoc.

El Centro surge de la necesidad de hacer memoria institucional, y de la inquietud de investigadores locales por temas de los que solo el Museo tenía archivo. Se cuenta con colección de:

- Planos
- Documentos hemerográficos
- Catálogos
- Afiches
- Revistas

[14] http://www.fundacion-social.com.co/pdf/balance/Balance_%202013.pdf?height=625&width=820&jqmRefresh=false
[15] http://museolatertulia.org/cedoc/

- Libros de arte
- Publicaciones de cine
- Fotografías.

c. Referentes museográficos

1. World of Coca-Cola[16] (Atlanta, Estados Unidos)

World of Coca-Coca es el centro de entretenimiento de esta compañía pero también es el Museo de la misma, dentro de este se ofrece una variedad de actividades, desde visitas guiadas hasta cine en 4D. Su página web también permite tener una experiencia interactiva significativa, desde tour virtual hasta videos y aplicaciones.

El centro ofrece visitas guiadas para grupos, visitas escolares y atención a eventos empresariales. En el complejo se destacan espacios como:

- **Pop culture gallery:** Sala de exposiciones de artistas contemporáneos a partir de la icónica figura de Coca cola. Espacio interactivo para compartir la experiencia Coca Cola, hacerse retratos, jugar.
- **Lobby:** Exhibición de botellas/esculturas.
- **Coca cola portrait Wall:** Mapa interactivo, sensible al movimiento, que presenta experiencias de acción social de Coca Cola en todo el mundo.

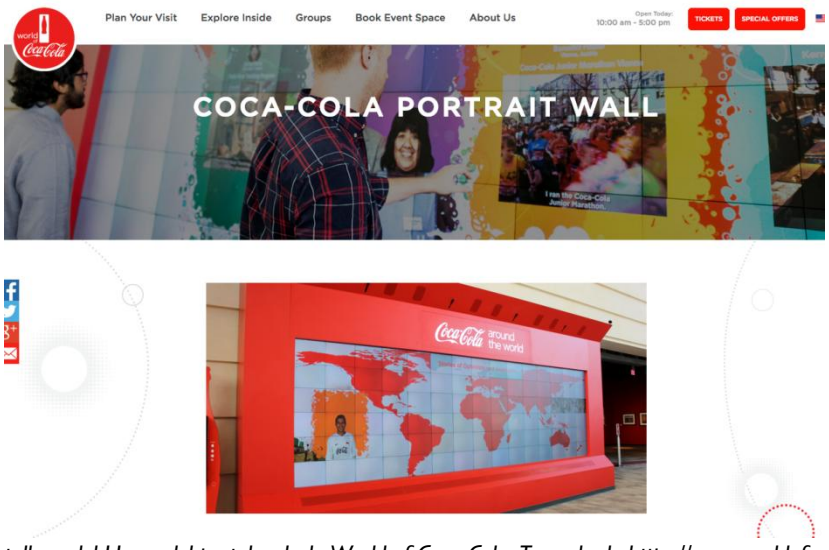

Fig. 15. *Pantallazo del Home del portal web de World of Coca-Cola. Tomado de https://www.worldofcoca-cola.com/*

Este centro es referente por jugar con la ***experiencia expositiva*** y la ***experiencia interactiva***. No se trata sólo de objetos, sino de generar emociones a través de distintos dispositivos. El mapa virtual, por ejemplo, que plantea el "portrait Wall", puede funcionar para presentar contenidos tipo línea de tiempo, o ubicar en el espacio (regionales de Coomeva por ejemplo), iniciativas que se quieran destacar. Igualmente la página web permite un acercamiento virtual a los contenidos. Hay videos que muestran la experiencia de cada sala.

2. Ground Zero Memorial Museum[17] (New York, Estados Unidos)

Inaugurado en mayo de 2014, 13 años después de los trágicos atentados que cambiaron el mundo, el Museo del 11-S (9/11 Memorial Museum) rinde homenaje a las casi 3.000 víctimas del lamentable suceso. El Museo del 11-S nace para preservar la historia y para homenajear a las víctimas de los dos

[16] https://www.worldofcoca-cola.com/
[17] http://www.911memorial.org/

atentados sufridos en el World Trade Center. La colección del museo cuenta con más de 10.000 objetos entre los que se incluyen:

- Narraciones; testimonios de supervivientes
- Fotografías
- Objetos de las víctimas
- Obras de arte construidas en conmemoración
- Material recuperado de los escombros, columnas de las Torres Gemelas.

Fig.16. *Vista interior de una de las salas de exhibición. Tomado de www.911memorial.org*

El Museo hace parte del complejo Ground Zero Memorial, que se encuentra en donde estuvieron las Torres. Su museografía permite tener una variedad amplia de medios para mostrar su colección:

- Vitrinas
- Pantallas
- Documentos
- Líneas de tiempo

También se puede hacer un tour interactivo a través de videos dispuestos en su portal web.

El área del Museo es de diez mil pies cuadrados. Hay exhibiciones permanentes que cuentan la historia de lo que sucedió el 9/11, sus víctimas y victimarios. La exhibición histórica se plantea en tres partes:

- Los eventos del 9/11
- Los eventos previos (causas)
- Los eventos posteriores (cómo cambió el mundo).

Esta forma de dividir la exhibición es referencia para el Salón Coomeva, aunque se trate de otros temas: el pasado organizacional (fundación y primeros años), Coomeva hoy (principios, valores, negocios actuales); y visión a futuro (hacia dónde se apunta).

Fig. 17. *Pantallazo del Home inicial del portal web Tomado de www.911memorial.org*

También hay exposiciones temporales, de artistas que producen obra a partir de este suceso. El tema que ocupa al Museo no es solo la memoria vista como reconstrucción de hechos históricos, sino como proceso constante de reflexión; lo que permite que todo el tiempo se esté alimentando de nuevos productos. Aquí también es clave la posibilidad de un espacio de abrirse a otros artistas, organizaciones, que trabajan temas similares y que están produciendo contenidos (en el caso de Coomeva, otras empresas, otras cooperativas, otros modelos de negocio).

Es un referente por el carácter monumental de la exhibición, y por las emociones que logra despertar entre los visitantes; apelando a distintos medios y soportes para presentar documentos que corresponden a una recuperación de archivo reciente (objetos, testimonios, medios de comunicación, fotografías, etc). El Salón Coomeva debe generar en sus visitantes: emoción, orgullo, motivación.

3. Museo del Real Madrid (Madrid, España)

El Museo del Real Madrid contiene tesoros que serán de interés para todos los fanáticos, su museografía permite tener una experiencia única, empleando:

- Pantallas con tecnología táctil
- Vitrinas de vidrio
- Fotografías, planos e infografías de gran formato (impresas sobre las paredes)

A través de estos medios se presentan: líneas de tiempo y videos sobre los triunfos del club; también se exhiben todos los trofeos ganados y objetos de los futbolistas. Se interactúa también con los perfiles de los principales jugadores de la historia del club.

Fig 18. *Vitrinas con trofeos (Balones de Oro) en orden cronológico. Tomado de www.viptourmadris.com*

Su museografía permite que el espectador esté muy de cerca a los objetos de exhibición.

De manera similar al Memorial de la Zona Cero, este espacio es referente por las emociones que despierta en quien lo visita. Aunque se trate de contenidos y emociones diferentes, en ambos espacios se apela a la experiencia sensible para "transformar" al visitante.

Fig 19. *Vitrina con piezas del Museo. Tomado de www.realmadrid.com*

Fig. 20 *Vitrinas con Balones de Oro en orden cronológico Tomado de www.realmadrid.com*

4. The Siemens MedMuseum[18] (Gebbertstraße, Alemania)

El Siemens Med Museum cuenta la historia de figuras pioneras de equipos y dispositivos médicos y cuenta con piezas seleccionadas que ilustran el desarrollo de estas tecnologías desde sus primeros días hasta la actualidad. Equipado con lupas digitales, los visitantes están invitados a pasear por el museo de 400 metros cuadrados motivados a sumergirse en el fascinante mundo de la tecnología médica.

Fig. 21. *Vitrina de extinción de los diferentes modelos de objetos. Tomado de Instagram.*

[18] https://www.medmuseum.siemens.com/en/exhibit

Es un Museo que presenta objetos, con una apuesta estética que convoca todos los sentidos. Aunque el visitante no sea cercano al tema de la tecnología médica, la Sala le invita a explorar y de manera interactiva se comunica información de marca.

5. Flora Ars+Natura[19] (Bogotá, Colombia)

Este es un espacio de arte contemporáneo, con énfasis en la relación entre arte y naturaleza. FLORA se enfoca en la producción, a partir de comisiones y residencias; en la difusión de los resultados de estos programas, y en la educación.

Fig. 22 *Biblioteca de Flora. Tomado del fan-page Flora de Facebook.*

Tiene una sede en Bogotá y otra en Honda, Tolima. La sede de Honda es el espacio para las residencias artísticas. La sede en Bogotá alberga:

- Espacio de exposiciones
- Biblioteca
- Café
- Tienda
- Espacio de residencias

En el espacio expositivo hay:

- Obras permanentes
- Exhibición de resultados de proyectos
- Gabinete (especie de vitrina que se ve desde la calle y alberga exposiciones de artistas invitados)
- Archivo audible (exposiciones de arte sonoro).

[19] arteflora.org

II. Organización interna

Al momento de hacer el análisis inicial del proyecto, es importante tener en cuenta que el Centro del Pensamiento Coomeva nace de una intención específica por parte del Grupo Coomeva, que cuenta con espacios definidos y con la disposición de destinar recursos para el correcto desarrollo del Centro a mediano y largo plazo; por otro lado, todavía no existe formalmente, y no nace de la necesidad o urgencia de mostrar una colección tangible ya existente.

II.1. Estructura Organizacional

Se propone el Centro del Pensamiento Coomeva como proyecto dependiente de la **Gerencia Nacional de Educación y Democracia** de Coomeva; sin embargo, dadas las temáticas a abordar, puede estar en contacto cercano y permanente con dependencias como la **Fundación Coomeva** y las áreas de **Comunicaciones** y **Recreación y Cultura**.

La Gerencia Nacional de Educación y Democracia es una de las diez gerencias del Grupo Coomeva, encontrándose en las que se enfocan en la ***dimensión asociativa*** de la organización, junto a la Gerencia Corporativa de Comunidad de Asociados. Las otras ocho Gerencias Corporativas se enfocan en funciones corporativas o empresariales: de *Estrategia y Mercadeo*, *Gestión Humana*, *Jurídica*, de *Riesgo*, *Financiera*, de *Operaciones*, *Administrativa* y de *Comunicaciones y Relaciones Públicas*. Si bien el Centro del Pensamiento Coomeva depende directamente de Educación y Democracia, se relaciona también de manera indirecta con las otras Gerencias, siendo la más cercana la de Comunicaciones y Relaciones Públicas.

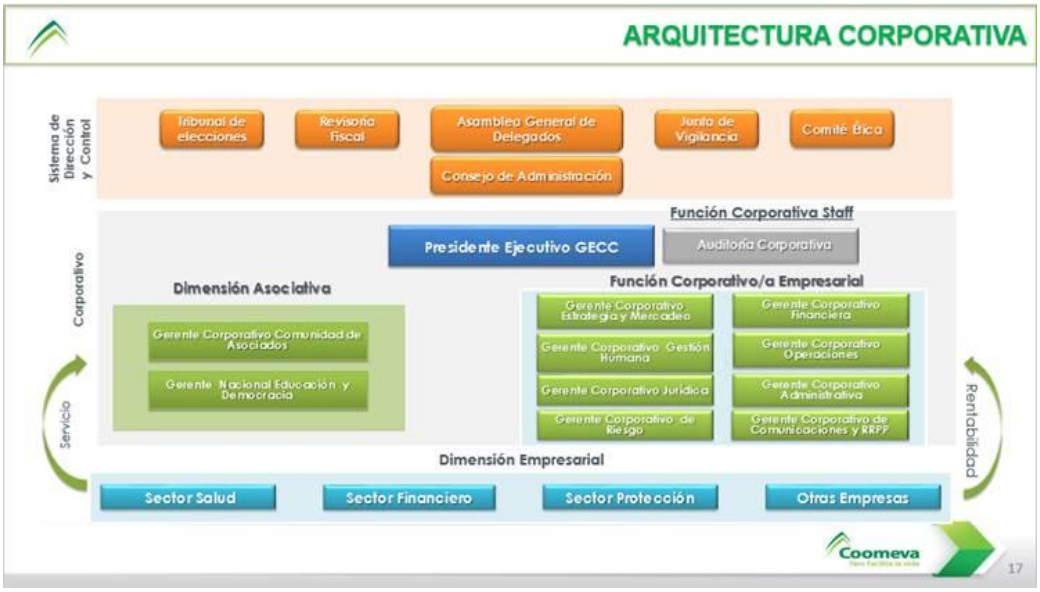

Fig.23. *Arquitectura Corporativa, Grupo Coomeva. Fuente: Arquitectura Empresarial UCO, Coomeva.*

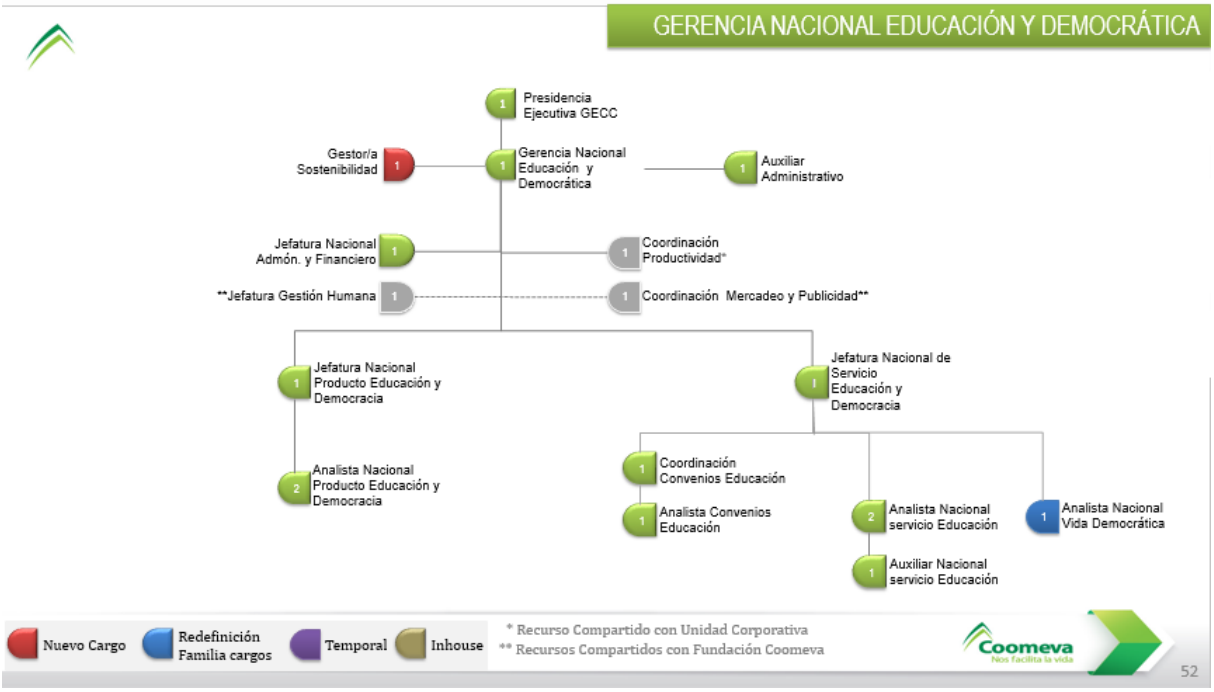

Fig.23a. *Organigrama actual de la Gerencia Nacional de Educación y Cultura. Fuente: Arquitectura Empresarial UCO, Coomeva.*

II.1.1. Junta Administradora

El Centro deberá tener una **Junta Administradora** encargada de liderar el rumbo del Centro del Pensamiento Coomeva; ésta garantizará que las acciones y decisiones que se tomen con respecto al proyecto estén en permanente concordancia con las directrices institucionales de Coomeva, incluyendo sus planes de desarrollo y objetivos estratégicos.

La Junta Administradora deberá estar compuesta por varios miembros, con voz y voto, que puedan hablar desde diversas perspectivas (expositiva/temática, educativa, de comunicación, presupuestal) para guiar la gestión del espacio en términos conceptuales. Es importante y sano para el correcto funcionamiento del espacio que la junta incluya personas externas a Coomeva, expertos en los temas y manejo de proyectos museológicos y expositivos.

Se propone una estructura de gobierno de cinco personas, de las cuales tres puedan ser de Coomeva y dos sean asesores externos: por parte de Coomeva: los tres miembros incluyen al Director/Coordinador general del Centro, el Jefe de la Gerencia de Educación y el Presidente Ejecutivo del GECC; los asesores externos deberán incluir a una persona experta en Proyectos Museológicos y Expositivos, y otra experta en Proyectos Pedagógicos Virtuales/Multimediales.

Se han identificado varios roles a cumplir dentro del espacio físico del Centro. Es importante aclarar que los siguientes no necesariamente se refieren a cargos como tal, sino a ***funciones*** o ***roles*** que deben tener responsables para lograr el funcionamiento ideal del Centro.

II.1.2. Director/Coordinador general del Centro (cargo fijo)

Persona encargada de coordinar las distintas acciones del Centro, tanto en su espacio físico como virtual. Es la pieza que une lo que funciona al interior del mismo con relación a la Gerencia de Educación, área de la que depende, así como de su articulación con otras dependencias de Coomeva (como Comunicación o Infraestructura). Está entre sus funciones plantear propuestas de gestión para el Centro, liderar la creación e implementación de programas (expositivos, pedagógicos); supervisar y evaluar programas y planes, conduciendo a la elaboración de propuestas para las distintas actividades que se desarrollan en los frentes físico y virtual.

Funciones específicas:

- Proponer y diseñar proyectos para el Centro.
- Establecer la programación anual del Centro.
- Evaluar y examinar con el área financiera y jurídica el presupuesto y las actividades económicas del Centro.
- Delegar funciones a cada uno de los trabajadores del Centro.
- Velar por el cumplimiento de los objetivos y la misión propuesta por el museo en su labor diaria.
- Plantear estrategias para la capacitación periódica del personal.
- Gestionar, organizar y dirigir las acciones pedagógicas del Centro
- Elaborar propuestas de programas y eventos educativos en comunicación constante con el Responsable de Exposiciones.
- Decidir, generar y aprobar qué tipo de contenidos deben estar en el portal web del Centro, procurando ampliar cada vez la cercanía de dicha plataforma con los públicos.

II.1.3. Responsable de Exposiciones (cargo fijo)

Dirige las acciones relacionadas a la creación y diseño de exposiciones, principalmente lo que respecta al desarrollo de guiones y está en contacto permanente con el Diseñador en su materialización en el espacio expositivo, siendo el responsable de proponer estrategias para establecer un orden discursivo que permita ser entendido por el público.

Según la evolución y proyección del Centro, así como los intereses de Coomeva frente al mismo, propone y desarrolla proyectos investigativos para la aprehensión de los ejes temáticos y temas de estudio del Centro en conjunción con la Dirección del Centro y el Área de Educación, y acompaña labores investigativas con respecto al tema fuera de la institución para representarla desde la esfera académica.

II.1.4. Encargado del Centro de Documentación (cargo fijo)

Encargado de la catalogación y préstamo en sala de material bibliográfico; deberá pasar informes de la colección, evidenciando vacíos temáticos y sugiriendo títulos para adquisición. Dado que es la persona con estancia permanente en el espacio físico, y teniendo en cuenta que el espacio de Tienda que ahí se incluye es pequeño y no maneja un inventario muy grande, el encargado del Centro de Documentación podrá estar también al frente de la misma. Deberá tener habilidades básicas en atención al público, catalogación y manejo de colecciones (en el caso del centro de documentación), así como manejo básico de inventario y flujo de caja para el caso de la Tienda.

II.1.5. Webmaster (parte de Gerencia de Comunicaciones)

Su función no se reduce a la de un *community manager*, aunque su trabajo se enfoque principalmente en la gestión de contenidos del frente virtual; está en constante comunicación con el Director/Coordinador para la creación de estrategias que permitan hacer del espacio virtual un lugar accesible, amable con el usuario y efectivo en cuanto a la calidad y tipo de contenidos que expone.

II.1.6. Diseñador (parte de Gerencia de Comunicaciones)

Está en contacto permanente con el Responsable de Exposiciones en el desarrollo de las propuestas y piezas museográficas, con el fin de realizar los planes museográficos propuestos para los proyectos expositivos. El diseñador deberá también estar en contacto con los proveedores del Centro, que en su gran mayoría se tratan de contratistas de servicios de impresión, montaje o desarrollo de material especial de exhibición.

II.1.7. Encargado de registro (parte de Gerencia de Comunicaciones)

Es quien se encarga de documentar, en fotografía y en video, todas las actividades que se realizan en el Centro. Esta persona puede hacer parte del Área de Comunicaciones. Trabaja de la mano con el diseñador y el Coordinador del Espacio Virtual en la producción de contenidos para la web.

II.1.8. Mediador (contratista externo)

El mediador ofrece información a los visitantes del Centro y visitas guiadas a grupos, y está a cargo de la realización de informes de afluencia de público y desempeño de los programas propuestos.

II.1.9. Otras funciones

Existen otras funciones que es necesario tener en cuenta y que en su mayoría pueden ser asumidas por cargos ya existentes, como la supervisión del correcto funcionamiento de los equipos, o el apoyo en montaje y desmontaje, que no se trata de una actividad permanente.

II.2. Matriz FODA

El Grupo Coomeva es una institución de larga trayectoria que ha llegado a tener 16 empresas en cuatro sectores diferenciados (salud, recreación, financiero, producción), con presencia en más de 40 ciudades del país; a pesar de su tamaño e influencia, Coomeva es relacionada principalmente con su EPS debido a la presencia (no siempre favorable) que ésta tiene en los medios de comunicación masivos. El Centro del Pensamiento Coomeva es entonces importante en tanto muestra una cara de la cooperativa aún desconocida para la comunidad en general, incluyendo a sus asociados y empleados.

Matriz FODA

	Positivo	**Negativo**
	Fortalezas	***Debilidades***
Interno	**1. Institución** • Coomeva es una institución consolidada y reconocida en el panorama empresarial local y nacional. • Larga trayectoria. • Empresa organizada, con objetivos claros. • Personal dispuesto y calificado. • Recursos económicos y espaciales para el proyecto. • 16 empresas en cuatro sectores diferenciados (salud, recreación, financiero, producción). • Presencia en más de 40 ciudades del país. • Más de 230.000 asociados en todo el territorio nacional. • Capacidad presupuestal de Coomeva para sostener el proyecto a largo plazo. • Más de la tercera parte de los asociados se encuentran en Cali. • Hace parte de redes nacionales e internacionales.	**1. Institución:** • Imagen desfavorable de EPS Coomeva • Muchas personas reconocen únicamente a Coomeva por la EPS. • Afuera de Cali no hay mucho conocimiento de los otros productos de Coomeva.
	2. Colecciones • El Centro no tiene la necesidad de conformar colecciones de objetos patrimoniales. • Coomeva ha desarrollado una lista de publicaciones que pueden constituir una primera colección documental-bibliográfica para consulta y archivo.	**2. Colecciones** • No existen colecciones conformadas • No todas las publicaciones están disponibles tanto en formato digital como impreso.

	3. Arquitectura: • Existe un espacio definido y permanente para el proyecto. • Ubicación privilegiada dentro del edificio. • Espacio amplio (226 metros cuadrados). • Altura suficiente. • Posibilidad de plantear recorridos. • Edificio cuenta con 700 trabajadores, que son el público inmediato del proyecto. • El espacio cuenta con redes eléctricas, de iluminación, de instalación de equipos (TV), comunicaciones.	**3. Arquitectura** • El área está actualmente dividida y necesita una readecuación espacial • No parece haber espacios adecuados para actividades similares en otras sedes regionales de Coomeva.
	4. Exposición • Existe ya la investigación y datos estadísticos sobre la hstoria de Coomeva. • Existen entrevistas ya realizadas a algunos de los creadores de Coomeva.	**4. Exposición** • Los materiales audiovisuales y videos institucionales existentes no son de gran calidad técnica. • Aunque la investigación general existe ya, hay todavía mucha información detallada por construir (por ejemplo, biografías e imágenes de los creadores y directivos de Coomeva en la historia)
	5. Educación • El Centro hace parte del área de Educación de Coomeva, lo cual puede potenciar la actividad que se realice en este frente al interior del mismo. • Programas Educativos que pueden interesar al Centro: Aula Virtual, Red Juvenil Coomeva, Saber Coomeva. • Coomeva tiene convenios con instituciones educativas en todos los niveles de educación superior.	
	6. Difusión/Comunicación • Coomeva tiene una amplia oferta de medios de comunicación y publicaciones para sus asociados. • Coomeva tiene claro quiénes son los públicos del proyecto.	
	7. Recursos humanos • Al no existir un equipo definido para el proyecto, es posible formular los perfiles y puestos específicos necesarios para su correcto funcionamiento.	**7. Recursos humanos** • No existe actualmente un equipo confirmado para el manejo y sostenimiento a largo plazo del proyecto. • Falta personal calificado en el área específica del proyecto (museología, bibliotecología, atención al público).
	8. Recursos económicos • Existe un presupuesto dentro de Coomeva específicamente destinado al proyecto.	
	9. Seguridad • El edificio cuenta con circuito cerrado de vigilancia. • El espacio tiene 3 cámaras instaladas.	
Externo	***Oportunidades***	***Amenazas***

• Colombia se encuentra en un momento histórico al estar *ad portas* de firmar un acuerdo de Paz. • No existen actualmente iniciativas como el Centro del Pensamiento Coomeva en Colombia; es la oportunidad de ser un referente a nivel nacional. • La comunidad de asociados es fuerte, con mecanismos claros de participación y gestión. • Colombia cuenta con un Sector Social desarrollado. • La investigación sobre el Sector Social y cultura cooperativa en Colombia es aún incipiente; esto es una oportunidad para el Centro, al poder convertirse en referente sobre el tema. • Edificio reconocido tanto por la comunidad Coomeva como por la población caleña. • Aunque por fuera de Cali el edificio de la Sede Nacional es menos conocido, esto no afecta al proyecto en tanto está pensado para la comunidad Coomeva. • Afluencia constante de público a la Sede Nacional.	• Que la comunidad visite solamente una vez el Centro. • Que no exista la necesidad de regresar: necesidad de plantear múltiples tipos de experiencias y actividades

Tabla 1. *Matriz FODA, Centro del Pensamiento Coomeva*

II.2.1. Estrategia FO

En la etapa de conceptualización y posterior creación del Centro del Pensamiento Coomeva se propende por explotar al máximo las Fortalezas de la institución y del Centro para así maximizar las Oportunidades que pueden posicionar a este último a nivel local y nacional.

Se busca que en un corto plazo el Centro genere un impacto positivo en la comunidad inmediata que tiene acceso al espacio físico y virtual, como trabajadores, asociados y delegados de otras regiones, con el fin de generar interés y propiciar espacios de colaboración y difusión.

En el mediano y largo plazo, se buscará consolidar el Centro como un referente para la Cultura Cooperativa en el país e idealmente a nivel internacional; esto puede lograrse a través de alianzas institucionales con otras cooperativas para la producción de exposiciones o realización de actividades pedagógicas con grupos invitados eternos a Coomeva.

II.3. Relaciones entre el espacio físico y el espacio virtual

<table>
<tr><th>FRENTE FÍSICO</th><th colspan="2">FRENTE VIRTUAL</th></tr>
<tr><td>Acceso para las personas que estén en Cali</td><td colspan="2">Acceso a las personas que no se encuentran en Cali</td></tr>
<tr><td>Limitación de horarios de atención</td><td colspan="2">Disponibilidad permanente a través de la web</td></tr>
<tr><td>Servicios:
-Visitas grupales
-Visitas especializadas al Centro de Documentación</td><td colspan="2">Posibilidad de hacer solicitudes:
-Visitas Grupales
-Visitas especializadas al Centro de Documentación</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Programación mensual, programa pedagógico:
-Workshops de emprendimiento y cultura cooperativa
-Talleres dirigidos a niños sobre valores cooperativos.</td><td>Inscripción en línea a actividades</td><td>Asociados (Requiere Log In)</td></tr>
<tr><td>Publicación de la Programación del Espacio Físico</td><td>Público</td></tr>
<tr><td>Registro de las actividades y exposiciones del Espacio Físico (Fotos, video)</td><td>Público</td></tr>
</table>

Centro de documentación: -Archivo de acceso público -Archivo de acceso con cita previa.	Acceso a documentos digitalizados del Centro de Documentación	*Asociados (Requiere Log In)*
El acceso al edificio es limitado a la comunidad Coomeva y personas que visitan el área administrativa.	Contenidos exclusivos	*Asociados (Requiere Log In)*
Exposiciones: 1. Exposición de Larga Duración. 2. Exposiciones temporales. 3. Exposiciones itinerantes.	**Exposiciones virtuales:** A partir de las temáticas y contenidos tratados en las exposiciones de larga duración y temporales. **1.** Exposición permanente (historia de Coomeva). **2.** Exposiciones temporales.	*Público*
Estrategias en el espacio expositivo para compartir en redes sociales y acceder a contenidos multimedia del sitio web (ej: uso de códigos QR o dispositivos de realidad aumentada)	Opción de compartir contenidos en redes sociales	*Público*

Tabla 2. *Relaciones y tipos de actividades de los Frentes Físico y Virtual.*

III. Definición y lineamientos de funcionamiento

III.1. Colecciones

III.1.1. Definición

Como se ha mencionado anteriormente en el documento, no existe en la actualidad una colección conformada como tal en Coomeva, sea ésta documental o de piezas patrimoniales. Sin embargo, existen algunas piezas identificadas para hacer parte del acervo del Centro:

- Documentos de Audio
- Documentos Digitales
- Fotografías Digitales
- Documentos y Publicaciones Impresas
- Objetos
- Videos

El marco temático general que se plantea para las propuestas expositivas (sean éstas físicas o virtuales) es ante todo histórico -pasado, presente y futuro de la institución, y antecedentes históricos del cooperativismo-, el cual parte de la investigación y recopilación de la historia institucional plasmada en diversos documentos y publicaciones, además de material audiovisual ya existente; adicionalmente, será necesario completar las narrativas propuestas con material gráfico y audiovisual que aún no existe, y que hará parte de una propuesta de producción de contenidos.

Por otro lado, si bien las exposiciones se basan más en la puesta en escena de información que de objetos, es el centro de documentación el espacio que sí alberga una colección de publicaciones en torno a los temas propuestos; esta colección está conformada en principio por documentos institucionales producidos por Coomeva a través de su historia (publicaciones, revistas), y tendría que ser ampliada paulatinamente con publicaciones que hablen del cooperativismo y la cultura cooperativa desde otras perspectivas externas a Coomeva. Es en este caso que estaríamos hablando de una colección que necesita ser conformada, catalogada, exhibida y ampliada con criterios claros a través de programas de adquisición.

III.1.2. Evaluación, carencias y prioridades

El hecho que no tener colecciones de objetos representa al mismo tiempo una oportunidad y una amenaza para el programa expositivo. El principal reto está en articular las líneas temáticas de manera efectiva, definiendo qué contenidos hay que crear y qué forma deben tomar dentro de la exposición.

En el caso del Centro de Documentación, es necesario crear un programa de **Gestión de colecciones**, que permita establecer criterios de conformación e incremento de las mismas dentro de las líneas temáticas generales, así como procesos de investigación, digitalización y catalogación. Es también importante generar **políticas de difusión y accesibilidad**: esto incluye las normas de acceso de investigadores y parámetros de consulta según el tipo de documentos, visitas guiadas, y difusión web

III.1.3. Lineamientos de funcionamiento dentro del Centro del Pensamiento Coomeva

- **Acceso especializado a las colecciones:** dado que la colección del centro de documentación albergará en algunos casos documentos históricos sobre la institución, es importante permitir el acceso a algunos de ellos solamente a investigadores que demuestren el desarrollo de un proyecto relacionado con la institución o el cooperativismo en el contexto local o internacional, para lo cual deberán ponerse en contacto con el centro y coordinar una visita.

- **Digitalización:** a mediano plazo, una de las metas será establecer qué porcentaje de la documentación existe en formato impreso y en digital, buscando aumentar la cantidad de archivos digitalizados y disponibles al público.
- **Acceso público a las colecciones:** los documentos disponibles en el espacio virtual del Centro del Pensamiento Coomeva pueden incluir el vínculo a la información de gestión de la cooperativa a través de los años (usualmente se encuentra en internet el informe de gestión del año inmediatamente anterior); memorias y publicaciones de las actividades del centro, y catálogos, monografías y revistas relacionadas con la institución.
- **Documentación de actividades y exposiciones del Centro del Centro del Pensamiento Coomeva:** entendiendo que el Centro del Pensamiento Coomeva es principalmente un espacio de memoria institucional, hace parte de las funciones Documentación gráfica de las colecciones, Otros instrumentos documentales (topográficos, control de movimiento de fondos...)
- **Investigación:** Como una estrategia de posicionamiento y generación de conocimiento a largo plazo, se propone buscar la participación en redes de intercambio de profesionales nacionales y/o internacionales, y aprovechar el Centro para ser miembros activos, desde la Gerencia Nacional de Educación y democracia, en la organización de congresos, coloquios, mesas redondas y cursos cortos.

III.2. Arquitectura

II.2.1. Sede Nacional "Uriel Estrada Calderón"

En 1998, con una inversión de 15.000 millones de pesos, se construyó en Cali la sede nacional de Coomeva Uriel Estrada Calderón. El edificio está localizado en la avenida Pasoancho (calle 13 # 57-50) y fue erigido sobre un terreno de ***6.253 metros cuadrados***.

El edificio tiene cuatro pisos y dos sótanos: en él funciona la ***Gerencia Regional*** de Coomeva, las ***Gerencias Nacionales*** y la ***Gerencia General*** de la entidad; también cuenta con 55 consultorios particulares privados, a los que se accede a través de ascensores situados en las esquinas de la plazoleta exterior del edificio. El edificio de Coomeva está dotado con fibra óptica, circuito cerrado de televisión y sistema de detección de incendios.[20]

II.2.2. Definición

a. Área destinada al proyecto

El área destinada al Centro del Pensamiento Coomeva se encuentra en el primer piso del edificio. Se trata de un espacio de 226 metros cuadrados y 2,83 metros de alto, en forma de herradura y dotada con red eléctrica, iluminación fluorescente de dos tipos (ver fig.24), tres cámaras de seguridad, aire acondicionado, censores de humo y rociadores que se activan en caso de emergencia.

El acceso al espacio se da desde el interior del edificio, no tiene salida directa al espacio público. Esto hace que su público inicial sean aquellas personas que van al edificio *a otra cosa*: tal es el caso de los asociados que entran al edificio a hacer solicitudes en algunas de las oficinas, así como de los trabajadores, para quienes la experiencia ligada al Centro se tratará de un tiempo adicional que estas personas invertirán en conocerlo y recorrerlo, bien sea ***al final de su estancia*** en las oficinas, durante los ***tiempos de espera*** o al momento de ***tomar un descanso*** o finalizar la jornada laboral.

Otro tipo de experiencia se propone para los visitantes provenientes de comisiones, bien sea de otras sucursales de Coomeva o de organizaciones de otros países; en estos casos, la visita al centro hace parte de la agenda y busca ***mostrar con más detalle*** los contenidos, procesos e historia de la cooperativa. Esta experiencia es similar para las inducciones que se realizan a los trabajadores nuevos.

[20] Datos obtenidos en http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-680541 (05/09/2016)

En el mediano plazo, se espera que la visita al Centro sea en sí misma una razón para entrar al edificio, pudiendo ser visitado por asociados y sus familias con el fin de hacer parte de programas pedagógicos en torno al cooperativismo; en este caso, será importante desarrollar un lenguaje de fácil comprensión y que tenga en cuenta edades diversas según el tipo de actividad propuesta.

Teniendo en cuenta lo anterior, es vital que el Centro sea de fácil acceso y que ofrezca experiencias diferenciadas para sus distintos públicos, entendiendo que su paso por el espacio requiere diversos niveles de compromiso y atención.

Fig.24. *Iluminación presente en el área del proyecto. Fuente: Área de Infraestructura, Sede Nacional Coomeva.*

b. Intervenciones realizadas

El área destinada al Espacio Físico se encuentra actualmente dividida por paredes falsas, que han servido para parcelar el espacio de trabajo en 17 espacios de trabajo, distribuidos en:

- Dos espacios de trabajo colectivo (con espacio para 11 y 12 personas respectivamente).
- Una sala de juntas (capacidad 4 personas).
- Catorce oficinas con capacidad para tres personas cada una.

Todas estas paredes serán removidas para la adecuación del área como espacio expositivo y de trabajo para el Centro del Pensamiento Coomeva.

c. Área externa

El Centro del Pensamiento Coomeva será lo primero que vea quien entre al edificio de la Sede Nacional, al estar ubicado en el centro del primer piso. Es una gran oportunidad para atraer visitantes. El espacio está también conectado al jardín central del edificio; este jardín es de carácter contemplativo, pues no cuenta con recorridos o espacios de descanso.

Servicios: El edificio cuenta con una cafetería, que únicamente tiene acceso desde afuera y no desde adentro del edificio. Se trata de una cafetería que ofrece distintos tipos de comida preparada, mas no es un restaurante. En este sentido, el café que se propone al interior del Centro del Pensamiento Coomeva se piensa como un espacio social para visitar en espacios de descanso, o para reunirse informalmente.

Auditorio: Existe también en la Sede Nacional un auditorio en donde tienen lugar distintos tipos de eventos culturales, administrativos y académicos; este espacio se alquila también para eventos externos a Coomeva. El auditorio, con capacidad para 280 personas, cuenta con una programación permanente que incluye ciclos de cine, conciertos, obras de teatro y otras artes escénicas como cuenteros o comediantes,

danza, y eventos. Cabe destacar que el público que asiste a todos estos eventos es también susceptible de entrar al Centro, lo cual deberá incluir una estrategia de difusión por parte del mismo en conjunción con el Área de Recreación y Cultura para promover el espacio.

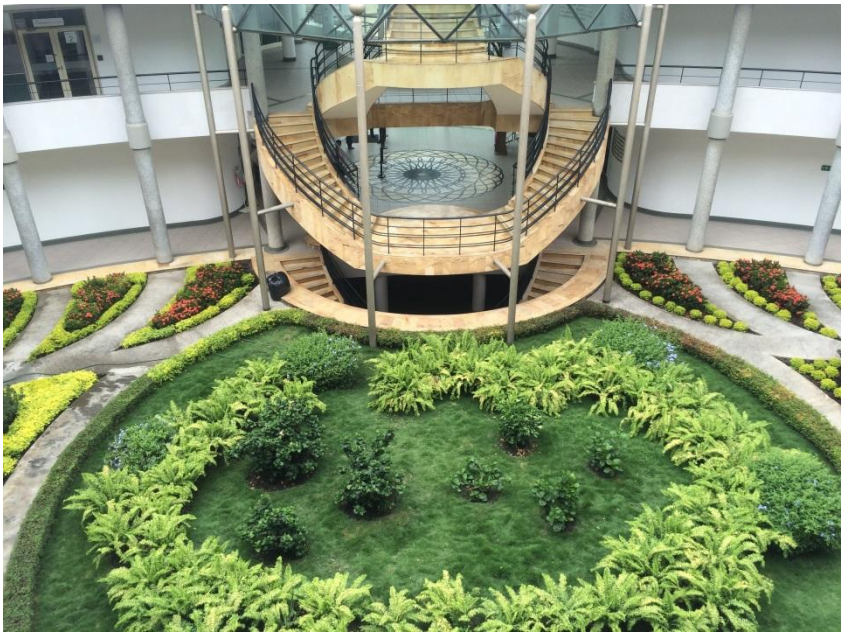

fig. 25. *Jardín central, edificio Sede Nacional de Coomeva.*

II.2.3. Evaluación general

El espacio físico y sus instalaciones hacen parte del Área de Infraestructura de Coomeva, que se encargará en el corto y mediano plazo de establecer lineamientos / proceso de administración y mantenimiento del Centro del Pensamiento Coomeva, estableciendo roles y responsabilidades según sus propias estructuras de trabajo y normatividad, entendiendo que se trata de un espacio de uso diferenciado a las oficinas o espacios de atención al cliente.

a. Áreas administrativas

- **Espacio de trabajo interno:** es necesario que el Centro del Pensamiento Coomeva cuente con un personal dedicado a su gestión y sostenimiento en términos de desarrollo de programas, atención a los visitantes, supervisión y catalogación de los documentos para consulta, entre otros. Es por esto vital que el Centro cuente con un espacio de trabajo exclusivo para que este personal pueda cumplir con sus objetivos a cabalidad. Éste deberá contar con mobiliario y equipos diseñados para las diferentes tipologías de las piezas almacenadas, así como el distinto tipo de funciones que ahí se realizan, como la digitalización, diseño de piezas gráficas, catalogación o consulta bibliográfica.
- **Bodega:** Área necesaria para el almacenamiento de utilería relacionada con el espacio.

b. Áreas de uso expositivo

- **Exposición de larga duración:** las áreas interiores de uso expositivo buscarán estar provistas con equipos tecnológicos y dispositivos museográficos interactivos, que permitan una experiencia activa en el visitante.
- **Exposición temporal:**
- **Sala de proyecciones:** comprende una superficie de proyección y gradería.

c. Áreas de consulta y trabajo pedagógico

- **Centro de Documentación:** Equipamiento específico, acompañado de criterios de ordenación y sectorización del material de consulta.
- **Archivo del Centro de Documentación:** deberá tener en cuenta los distintos tipos de archivos y documentos que ahí se contienen.

- **Sala pedagógica:** Equipado con mobiliario de trabajo y de uso pedagógico como tablero, mesas, bancas, y materiales básicos de trabajo.

d. Áreas de uso social

- **Recepción:** espacio de encuentro e inicio de la exposición de larga duración. Contiene información introductoria y sirve como punto de partida del recorrido general, pensando en que quienes lo realizan puedan venir solos, en grupos pequeños o en grupos de hasta 15 personas.
- **Café y Zona de descanso:** Estación de café pequeña que permite socializar y pasar tiempo en el Centro, sin necesidad de involucrarse activamente con los contenidos de la exposición.
- **Tienda Coomeva:** puesto de exhibición con algunos productos de Coomeva.

III.3. Exposición

III.3.1. Definición

a. Discurso expositivo

Contexto del cooperativismo

- Historia del cooperativismo
- Historia del cooperativismo en Colombia

Historia de la Institución

- Creación de Coomeva: fundadores, líderes y pioneros en el desarrollo de la cooperativa
- Gestación y florecimiento de Coomeva 1964-1980
- Expansión geográfica y estructuración organizacional 1980-1990
- Crecimiento y especialización de actividades 1990-2005

Presente de la Institución

- Focalización, gobernabilidad y creación de valor 2005 y siguientes

Perspectivas a Futuro

- Retos
- Perspectivas

b. Estructuración de las distintas áreas temáticas o partes del discurso según los espacios

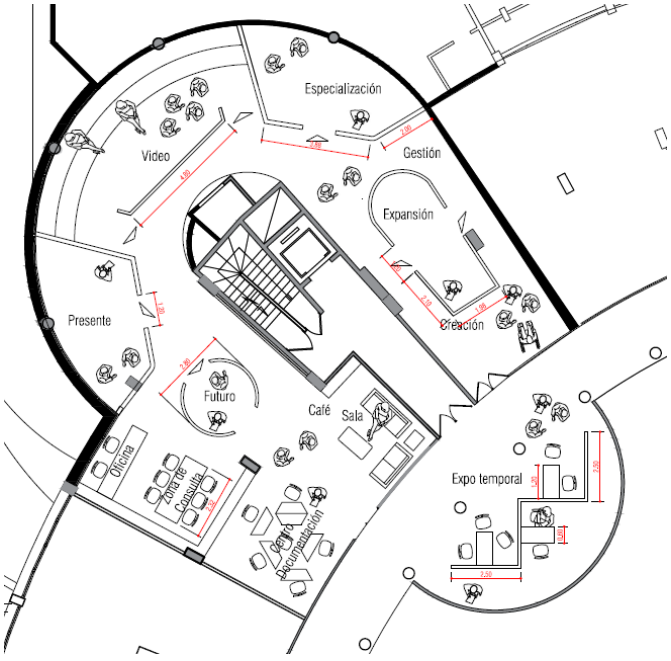

Fig.27. *Esquema básico del Centro del Pensamiento Coomeva.*

El recorrido de la exposición de larga duración se plantea de manera cronológica, buscando narrar la evolución de Coomeva a través del tiempo. La primera mitad de la herradura que forma el área expositiva muestra, a manera de ***introducción***, una sección del contexto general y antecedentes del cooperativismo en Colombia y el mundo, para pasar luego a la ***historia de la institución*** entre 1964 y 2005.

En la curva del espacio hay dos opciones para el visitante: aprovechando la geometría del lugar y para variar el ritmo que se ha mostrado hasta el momento, se ubica en este momento un ***espacio de proyección***, donde pueden estar ubicadas de forma permanente piezas audiovisuales que muestren testimonios o una cara más humana de Coomeva; este espacio servirá también como lugar de reunión y espacio para presentaciones en los procesos de inducción, así como para presentaciones a grupos pequeños (posibilidad de ambiente más personal en comparación con el auditorio que tiene el edificio, que tiene capacidad para 280 personas). Como segunda opción o en caso de que en el espacio de proyección se esté llevando a cabo una reunión, el visitante puede también pasar directamente a la siguiente sección del espacio, donde está exhibida la segunda sección expositiva, que muestra la ***historia de Coomeva del 2005 al presente***, así como los ***retos y perspectivas a futuro*** de la institución.

Al terminar el recorrido cronológico por la historia de la cooperativa, llega el visitante a una zona donde está ubicado el Centro de documentación, que incluye la ***oficina***, el ***archivo*** y un ***espacio de consulta***; En seguida se presenta también un ***espacio pedagógico***, adecuado para hacer pequeñas capacitaciones, cursos cortos o talleres para diversos públicos.

Al lado de la salida el visitante encontrará el ***café*** y la ***tienda***, equipados con una pequeña sala de estar. En la sección exterior del centro, en el espacio que une la exposición interior con el jardín exterior, se presentará un mobiliario de ***exposiciones temporales***.

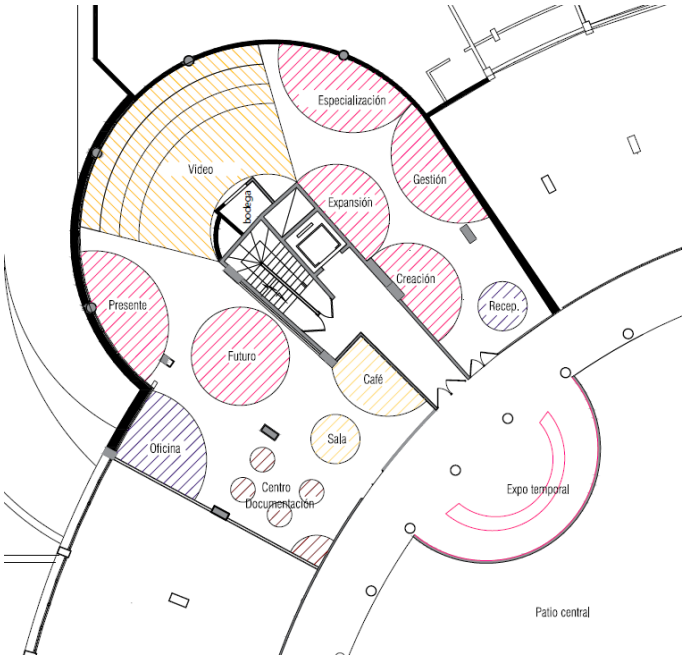

Fig.26. *Primer Acercamiento, Distribución del programa arquitectónico del Centro del Pensamiento Coomeva.*

c. Criterios expositivos y niveles de comunicación

Cabe anotar que el anterior es sólo uno de los recorridos posibles: existe también el caso del visitante que solamente está interesado en visitar el centro de documentación, o las personas cuyo motivo principal de visita es ir a los espacios de reunión y trabajo, como quienes van a una capacitación, curso o inducción.

En el caso de los talleres para niños, que se llevan a cabo también en el espacio de trabajo, los padres pueden hacer un recorrido de manera autónoma por las exposiciones o simplemente esperarlos en el

café. La exposición debe estar diseñada para ser accesible a todo tipo de públicos y no necesitar de un guía para apoyar el recorrido.

Uno de los criterios en el diseño expositivo será el manejo de distintos niveles de información, que tendrá en cuenta mensajes poco complejos y emotivos (como testimonios y entrevistas), así como otros que incluirán datos, líneas de tiempo e infografías; estos últimos, aunque de mayor complejidad en términos del tipo de información que muestran, buscarán ser dinámicos y gráficamente atractivos.

d. Transmisión de la información de la exposición
Las diversas exposiciones desarrollarán materiales de apoyo como:

- **Elementos multimedia:** como piezas audiovisuales, infografías o elementos interactivos o audioguías (estas últimas son pertinentes sobre todo en términos de accesibilidad).
- **Textos**: éstos pueden ser folletos, paneles u hojas de sala. Se buscará siempre que la cantidad de textos sea mínima y en un lenguaje cómodo; la cantidad de impresos adicionales a la exposición debe ser también mínima.
- **Idiomas disponibles:** se buscará, en el corto y mediano plazo, hacer la información disponible tanto en español como en inglés, teniendo en cuenta que en ocasiones llegan visitantes internacionales cuyo idioma principal no es el español. Esto es particularmente importante en el Espacio Web.

e. Accesibilidad
La accesibilidad debe ser uno de los puntos clave en el proceso de desarrollo de contenidos y diseño museográfico, tanto para el espacio físico como el virtual. Esto contempla, entre otros, la disponibilidad de ***contenidos en español e inglés***, así como la inclusión de información en ***audio*** y ***lenguaje braille***.

Se deben plantear estrategias para la accesibilidad de los públicos según el tipo de discapacidad que puedan presentar (Comisión Nacional de los Derechos Humanos. 2016):

- **Discapacidad motriz**: incluir accesos como ***rampas*** cuando sea necesario y tener en cuenta los ***espacios mínimos*** para tránsito y permanencia de sillas de ruedas.
- **Discapacidad sensorial**: incluir ***subtítulos*** en el material audiovisual que se presente en las exposiciones; desarrollar fichas en ***lenguaje braille***, así como ***pistas en audio*** que expliquen piezas visuales cuando sea pertinente.

Adicionalmente, el personal que interactúa con los visitantes debe tener un entrenamiento adecuado para la interacción con personas que tengan discapacidades de tipo **cognitivo-intelectual** o **psicosocial**.

III.3.2. Programas Expositivos

a. Exposición de larga duración
Se trata de la exposición central, definida en pasado, presente y futuro de Coomeva. No se trata de una exposición permanente en tanto los contenidos son susceptibles de evolucionar en el tiempo, por lo que se plantea como un espacio de larga duración pero finito en el tiempo. Esto requiere que los contenidos sean evaluados cada cierto tiempo, valorando la necesidad de renovación o los datos y discursos que surgen en el tiempo y que necesitarán ser incluidos en la narrativa del espacio. Se sugiere una actualización expositiva de esta área cada 5 años como máximo, que permita pensar otras maneras de contar la historia de Coomeva y actualizar dispositivos y piezas audiovisuales.

b. Exposiciones temporales
Además de la historia "central" de Coomeva, existen historias paralelas a su evolución que merecen ser contadas en detalle: tal es el caso de la historia de las sedes regionales o de casos exitosos de cultura cooperativa, tanto al interior como al exterior de Coomeva. Se propone entonces este espacio para

mostrar relatos y testimonios que hablen de la cultura cooperativa de una manera cercana, que permitan ver de cerca cómo estas iniciativas surgen y se consolidan en el tiempo.

Existen varios criterios para el desarrollo temático de las exposiciones temporales del Centro:

- **Historia de las sedes regionales:** comienzos, figuras importantes, procesos de consolidación a nivel regional.
- **Cooperativas invitadas:** se invitará a otras cooperativas a nivel regional y nacional para que hagan parte del espacio, compartiendo sus experiencias, testimonios e historias de éxito. Esto servirá para estrechar vínculos con organizaciones que trabajan los mismos temas en la región y el país, así como para dar aire al espacio, que no debe caer en lógicas autopromocionales.
- **Creación de empresa de Asociados a Coomeva:** casos de éxito de asociados a Coomeva que han creado sus propias empresas bajo los valores del movimiento cooperativo.
- **Productos desarrollados por asociados y colaboradores.** Exposición de libros o producción académica de asociados o de colaboradores de Coomeva en diversos temas (gerentes, jefes, funcionarios).

c. Exposiciones itinerantes

Se plantea la generación de exposiciones itinerantes que por su diseño y temática puedan viajar a otras de las sedes regionales de Coomeva, con el fin de establecer redes de colaboración más fuertes y evitar que el Centro se convierta en un espacio centralizado. Para esto, puede en un mediano plazo establecerse redes de colaboración y creación de contenidos que se encarguen de crear exposiciones en otras de las sedes regionales de Coomeva, bajo parámetros expositivos establecidos que simplifiquen aspectos productivos, de montaje-desmontaje y de itinerancia.

d. Exposiciones virtuales

Si bien se nutren y realizan a partir (aunque no exclusivamente) de los contenidos y temáticas de la exposición de larga duración y las exposiciones temporales, las exposiciones virtuales no se limitan a la actualización del registro o copia de contenidos de lo que sucede en el Espacio Físico. Se trata de experiencias en sí mismas que se dan a través de un diseño que propende por la interactividad entre el usuario y los contenidos. Usa recursos como:

- Contenidos interactivos como infografías o líneas de tiempo.
- Contenidos audiovisuales (videos, grabaciones en audio).
- Contenidos dinámicos en fotografías de época o vistas de 360°.

Exposición virtual - Historia de Coomeva: Exposición sobre las distintas etapas de creación, gestación, crecimiento y consolidación de la cooperativa.
Exposiciones temporales: Exposiciones a partir de las temáticas de las exposiciones temporales o las exposiciones itinerantes.

III.4. Educación

III.4.1. Programa expositivo

El primer dispositivo pedagógico del Centro son las exposiciones, que muestran de manera fácil y gráfica la historia y evolución de Coomeva. De esta forma, podemos decir que el primer programa educativo del museo es el expositivo, esté representado de manera física o virtual, de larga duración o temporal.

III.4.2. Programa de Visitas guiadas

Adicional al montaje museográfico que sustenta los guiones museológicos, el Centro debe contar con al menos una persona capacitada (mediador) en acompañar a los visitantes por el espacio, especialmente si llegan en grupos. Esta persona se convierte en un apoyo adicional a la información ya presentada, además

de ofrecer una posibilidad de retroalimentación y resolución de las dudas que pueden tener los visitantes y que no se resuelven en la exposición. Esta persona, a su vez, debe poder variar su discurso según el público al que se dirige: no usará el mismo lenguaje si se dirige a un público corporativo y especializado que si le habla a una familia de asociados o a un grupo infantil. Todo esto será tenido en cuenta en la construcción de las visitas guiadas, dentro de las que se proponen al menos tres niveles de comunicación diferenciados, que deben ser contemplados también en la construcción de los guiones y desarrollo de contenidos para las exposiciones:

a. Visita especializada
Dirigido a trabajadores, dirigentes y personas que conocen a profundidad el tema del cooperativismo y/o la historia de Coomeva. Este discurso deberá incluir términos especializados, demostrar competencia y comprensión de los valores y las estructuras organizacionales que caracterizan al cooperativismo; conocimiento detallado de la historia de la institución con datos específicos como nombres propios y cifras.

b. Visita no especializada
Dirigido a los asociados de Coomeva. Este discurso debe tener en cuenta también los distintos tipos de asociados y prever el tipo de información que le puede interesar a cada uno.

c. Visita familiar o escolar
Dirigido a grupos escolares y familias. En este caso no será necesario hablar de cifras o datos especializados y organizacionales, sino apelar a los valores cooperativos y la manera en que éstos impactan la sociedad a distintos niveles, no sólo en entornos corporativos sino en la convivencia diaria familiar, laboral o ciudadana.

Las visitas guiadas pueden ser solicitadas con antelación, sea presencialmente, o a través del Espacio Virtual, donde estarán disponibles los formularios digitales de solicitud.

III.4.3. Visitas especializadas al Centro de Documentación

El Centro de Documentación es de acceso abierto en el caso de la mayoría de las publicaciones que alberga; sin embargo, existen documentos que no son de acceso público y que están reservados a la consulta por parte de personas pertenecientes a la organización, o a investigadores se encuentren en procesos de investigación avalados por instituciones educativas. En ese caso, será necesaria la coordinación de una visita al Centro de Documentación solicitándolo a través del Espacio Virtual.

III.4.4. Programación Pedagógica en el espacio Físico

El Centro buscará generar una programación mensual, dedicada principalmente a actividades pedagógicas que giren en torno a los valores del cooperativismo, a las exposiciones temporales o permanentes. En este punto será muy importante la alianza que el Centro establezca con la Fundación Coomeva en temas como emprendimiento, innovación y cultura cooperativa; a través de una convocatoria a distintas dependencias donde se ofrezca el espacio y se invite a proponer invitados o programas pedagógicos y de capacitación para empleados y asociados, siempre que estén en sintonía con los valores y objetivos del Centro del Pensamiento Coomeva. También se pueden aprovechar espacios que Coomeva ha creado anteriormente para la difusión de la programación, como la ***Red Juvenil***[21] y el programa ***Saber Coomeva***.[22]

Así, se pueden diferenciar al menos cuatro tipo de actividades pedagógicas, que pueden ser más según las propuestas y planes de acción que desarrolle el Centro a través del tiempo:

---

21 http://redjuvenilcoomeva.com/redjuvenil/
22 http://www.coomeva.com.co/sabercoomeva

- **Cursos cortos y capacitaciones:** Cursos de varias sesiones.
- **Talleres infantiles:** Talleres de una sola sesión, preferiblemente los fines de semana, donde se aborden temas básicos relacionados a los valores del cooperativismo.
- **Workshops:** Similares en sus temáticas a los cursos cortos pero con un menor alcance, buscarán principalmente proponer reflexiones en torno a los temas de estudio del Centro.
- **Charlas y conversatorios:** sus temas girarán principal pero no exclusivamente alrededor de los contenidos de las exposiciones, donde se buscarán personas que puedan examinar con mayor detalle las temáticas manejadas por éstas y que no son discernibles a través del formato expositivo o los contenidos del Centro de Documentación.

En cualquiera de los casos, será necesario inscribirse y la actividad sólo se llevará a cabo si cumple con un número mínimo de inscritos que garantice su correcto desarrollo y viabilidad. Esta inscripción podrá realizarse presencialmente o a través del Espacio Virtual.

III.5. Difusión y comunicación

II.5.1. Definición

a. Tipos de servicios que se prestan en el edificio y actividades principales de la sede
En el edificio de la Sede Nacional ubicado en Cali se llevan a cabo principalmente actividades administrativas; además de las oficinas de la Sede Nacional y la Sede Regional, se encuentra la Agencia de viajes Coomeva y Bancoomeva, que atienden constantemente nuevo público. Están también ubicados 55 Consultorios médicos cuyo acceso es diferenciado y no está conectado al resto del edificio; por último, uno de los espacios más activos en términos de afluencia de público externo al personal que trabaja en los espacios institucionales es el Auditorio, que tiene una programación mensual coordinada por la Gerencia Nacional de Recreación y Cultura, además de ser alquilado para eventos académicos y corporativos.

b. Medios de comunicación
Coomeva tiene un amplio catálogo de productos de comunicación por distintos medios, lo cual representa una oportunidad para el Centro. Dentro de los medios de comunicación que maneja Coomeva desde la ***Gerencia Corporativa de Comunicaciones y Relaciones Públicas*** (ver página 18), se han podido identificar algunos que serán muy útiles tanto para la difusión y comunicación del Centro con la comunidad Coomeva como para la construcción de contenidos:

Medios de Comunicación impresos o virtuales:
- Revista Coomeva (circulación bimestral, virtual e impresa)
- Boletín Lógralo (Circulación Mensual)
- Boletines Electrónicos (Circulación semanal)
- Portal Corporativo y sitios web (Permanente)
- Redes Sociales (Permanente)

Audiovisuales y multimedia:
- Radiocoomevatv (Permanente)
- Videos (Según requerimiento)
- Podcasts (Permanente)

Merchandising y piezas impresas:
- Piezas impresas: Afiches, folletos, plegables, cuadernos, calendarios, manuales, informes, otros (según requerimiento).

III.5.2. Posibles aliados institucionales

Además de los aliados institucionales internos que ya han sido mencionados con anterioridad en el documento (como la Fundación Coomeva o la Gerencia Corporativa de Comunicaciones y Relaciones Públicas), el Centro del Pensamiento Coomeva puede establecer a mediano plazo relaciones o alianzas

institucionales específicas a nivel regional o local. Las primeras y más cercanas pueden ser justamente otras organizaciones cooperativas como **Confecoop**, cuyo ***Programa Cooperativas para Colombia 2016-2020*** busca integrar los propósitos particulares de cada actor del sistema cooperativo con el fin de potenciar el impacto de los esfuerzos y los recursos que se las entidades despliegan, a través de –entre otras- la Estrategia de Formación de Cultura Cooperativa, que incluye educación cooperativa, educomunicación y un componente de investigación y construcción de conocimiento. [23]

Aunque no es necesario limitarse a esto, a través de dicho programa es posible, a largo plazo, establecer alianzas con otras redes de investigación en economía solidaria y cooperativa, universidades o centros de investigación e innovación.

III.6. Conclusiones generales para el desarrollo del Centro del Pensamiento Coomeva

A partir de lo escrito a lo largo de este documento, mediante los procesos de investigación, análisis y desarrollo conceptual, es posible identificar varios momentos de desarrollo para el Centro del Pensamiento Coomeva:

Corto plazo:

- Realizar levantamiento de modelo operativo y documento de gobierno.
- Incluir estructura documental como parte de un proceso para garantizar la continuidad en la gestión.
- Puesta en marcha del Centro del Pensamiento Coomeva.
- Generar un impacto positivo en la comunidad inmediata que tiene acceso al espacio físico y virtual, como trabajadores, asociados y delegados de otras regiones, con el fin de generar interés y propiciar espacios de colaboración y difusión.

Mediano plazo:

- Se espera que la visita al Centro sea en sí misma una razón para entrar al edificio, pudiendo ser visitado por asociados y sus familias con el fin de hacer parte de programas pedagógicos en torno al cooperativismo.
- Información disponible tanto en español como en inglés, teniendo en cuenta que en ocasiones llegan visitantes internacionales cuyo idioma principal no es el español. Esto es particularmente importante en el Espacio Web.
- Establecer qué porcentaje de la documentación existe en formato impreso y en digital, buscando aumentar la cantidad de archivos digitalizados y disponibles al público.
- Establecer a mediano plazo relaciones o alianzas institucionales específicas a nivel regional o local.
- Consolidar el Centro como un referente para la Cultura Cooperativa en el país e idealmente a nivel internacional.
- Plantear y desarrollar exposiciones itinerantes que por su diseño y temática puedan viajar a otras de las sedes regionales de Coomeva, con el fin de establecer redes de colaboración más fuertes y evitar que el Centro se convierta en un espacio centralizado. Para esto, puede en un mediano plazo establecerse redes de colaboración y creación de contenidos que se encarguen de crear exposiciones en otras de las sedes regionales de Coomeva, bajo parámetros expositivos establecidos que simplifiquen aspectos productivos, de montaje-desmontaje y de itinerancia.

Largo plazo:

- Buscar la participación en redes de intercambio de profesionales nacionales y/o internacionales, y aprovechar el Centro para ser miembros activos, desde la Gerencia Nacional de Educación y democracia, en la organización de congresos, coloquios, mesas redondas y cursos cortos.
- Establecer alianzas con otras redes de investigación en economía solidaria y cooperativa, universidades o centros de investigación e innovación.

[23] Confederación de Cooperativas de Colombia, "Cultura Cooperativa". Recuperado de http://confecoop.coop/cultura-cooperativa/

IV. Bibliografía

IV.1. Fuentes Institucionales

- Cartilla de formación Cooperativa para Colaboradores de Coomeva 2016 (documento de trabajo)
- Coomeva 50 años 2014.
- Estudio de segmentación por ciclo de vida Coomeva 2016.
- Estudio Antropológico Coomeva 2015.

IV.1.1. Recursos electrónicos

- Dirigencia Coomeva. Recuperado en septiembre de 2016 en: http://www.clinicafarallones.com.co/publicaciones.php?id=42785
- Fundación Coomeva. Recuperado en septiembre de 2016 en: http://fundacion.coomeva.com.co/publicaciones.php?id=9407
- Revista Coomeva. Recuperado en septiembre 2016 en http://revista.coomeva.com.co/uriel-estrada-calderonel-gestor-de-un-segurito-que-se-convirtio-en-la-cooperativa-mas-grande-de-colombia/

IV.2. Bibliografía adicional

- Bretones, F. D., & Román, M. J. (2009). ¿ Existe una cultura cooperativa organizacional en trabajadores cooperativistas y no cooperativistas?.*REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, *97*, 44-57.
- Jaramillo, M. A. (2005). Manual de cooperativismo y economía solidaria. U. Cooperativa de Colombia.
- Rodriguez, J. F. Á., & Uribe, R. S. (2006). Estructuras de integración del cooperativismo y la economía solidaria en Colombia. *CAYAPA Revista Venezolana de Economía Social*, *6*(11).
- Tobar, P. L. H., & Calderón, D. M. A. (2013). La importancia de la cultura cooperativa y la comunicación como factores de éxito para las cooperativas de ahorro y crédito en Neiva (Huila). Cooperativismo & Desarrollo, 21(102), 57-68.
- Vargas Sánchez, A., & Vaca Acosta, R. M. (2005). Responsabilidad Social Corporativa y cooperativismo: Vínculos y potencialidades.
- Velasco, A. A. (2012). *Estudio de caso del Grupo Coomeva desde las perspectivas estratégica y de gobierno corporativo y sus impactos en resultados* (Doctoral dissertation, Uniandes).

IV.2.1. Recursos electrónicos

- Asociación colombiana de Cooperativas, Ascoop. Reseña del Cooperativismo en Colombia. Recuperado en septiembre de 2016 en: http://www.ascoop.coop/cooperativismo-siempre/cooperativismo-colombiano/resena-del-cooperativismo-en-colombia
- Biblioteca Luis Ángel Arango. La cooperación. Recuperado en septiembre de 2016 en: http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ciencias/sena/cooperativismo/generalidades-del-cooperativismo/generali1.htm
- Comisión Nacional de los Derechos Humanos México. Tipos de Discapacidad. Recuperado en septiembre de 2016 en : http://www.cndh.org.mx/Discapacidad_Tipos
- Data Base Ideas. Reflexiones sobre el aporte social y económico del sector cooperativo colombiano. Recuperado en septiembre de 2016 en: https://ideas.repec.org/p/col/000439/012714.html
- El Tiempo. Coomeva se transforma en grupo empresarial. Recuperado en septiembre de 2016 en : http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-680541
- Revista Dinero. La reforma tributaria el desafío más grande para Coomeva. Recuperado en septiembre de 2016 en: http://www.dinero.com/edicion-impresa/caratula/articulo/la-reforma-tributaria-desafio-mas-grande-para-coomeva-2016/217258.
- Revista de economía institucional. Associated worker cooperatives in colombia: public policies balance 2002-2007. Recuperado en septiembre de 2016 en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0124-59962008000100011