

19-20-21 OCTUBRE 2016 AUDITORIO CIUDAD DE LEÓN

V CONGRESO COOPERATIVAS AGRARIAS CASTILLA Y LEÓN

Creamos valor compartido



PONENCIA: COMUNICACIÓN EXTERIOR DEL ORGULLO DE LA EMPRESA COOPERATIVA Y DE SUS SOCIOS.

PONENTE: JAVIER PEREZ ANDRES. Periodista.

MODERA: MARCELIANO NAVARRO CASAS. Consejero de Urcacyl.

En boca de Javier Pérez de Andrés, Castilla y León es un auténtico paraíso, somos la región más grande de Europa, con una enorme diversidad social, ambiental y cultural, el turismo rural es un referente, pero todo esto no se corresponde con una valorización y comercio del producto local, y es precisamente en ese aspecto donde las cooperativas agrarias juegan un papel fundamental, ya que unen y vinculan toda esa diversidad con nuestros productos: pera, manzana, leche, queso, carne, embutidos, jamones, legumbres, vino, hortalizas, miel, piñones, y un largo etcétera.

En ocasiones las propias cooperativas son bastante autocríticas, pero sus deficiencias y problemas son comunes con el resto de entidades públicas o privadas. Pero posiblemente una de las cosas que les cuesta más a las cooperativas es precisamente decir y comunicar que son cooperativas, que vinculan al territorio con la persona en pasado, en presente y en futuro, la gran mayoría de las personas tienen pueblo, tienen un vínculo familiar y emocional, más cercano o lejano con el medio rural, y esa relación va acompañada siempre de la cooperativa del pueblo.

En una época de continuo cambio y de enormes dificultades para llegar a acuerdos, ***“las cooperativas sí que son realmente una revolución social”***, agricultores y ganaderos capaces de ponerse de acuerdo para producir y comercializar sus productos.

Pero a las cooperativas les cuesta comunicar estas bondades, no solo en los canales tradicionales sino en las redes sociales, las cuales en la actualidad tienen mayor repercusión que la prensa escrita, la radio o la televisión. Las cooperativas tienen que aprovechar esta nueva forma de comunicarse en la que el factor humano adquiere una importancia relevante y en eso las cooperativas son líderes. A veces la noticia no está en los datos de producción o facturación sino en aspectos más cotidianos de la cooperativa y de los socios.

Todavía hay periodistas que no conocen ni saben que es una cooperativa, pero también es responsabilidad de las propias cooperativas contar que son y lo que hacen. La comunicación exterior siempre es necesaria independientemente de la dimensión y en función de las posibilidades de cada cooperativa es muy conveniente un departamento de comunicación o un periodista que ejerza esa labor de comunicación.

Hay que hacer valer los aspectos humanos y sociales de las cooperativas y hacer ver al consumidor y a la opinión pública que detrás de sus productos hay cientos de ganaderos y agricultores, que viven en el medio rural y que velan por el medio ambiente.

Se pueden extraer tres conclusiones:

1.- Las cooperativas agrarias juegan un papel fundamental, ya que unen y vinculan la enorme diversidad social, ambiental y cultural, en nuestro caso de Castilla y León, con los pueblos y sus producciones alimentarias.

2.- Las cooperativas son verdaderamente una revolución social y todos estamos unidos a ellas emocionalmente, aspecto que no se produce en las grandes empresas. Pero a las cooperativas les cuesta contar esa ventaja competitiva.

3.- Todavía hay periodistas que no conocen ni saben que es una cooperativa, pero también es responsabilidad de las propias cooperativas contar lo que son y lo que hacen, no solo datos económicos sino también aspectos más cotidianos de la cooperativa y de los socios, en esa labor nos puede ayudar las nuevas tecnologías y las redes sociales.