

**INFORMACIÓN SOCIAL DIVULGADA POR COOPERATIVAS DEL SECTOR
AGRÍCOLA, COMO OPORTUNIDAD DE NEGOCIO**

Diana Milena Cortés
Universidad Cooperativa de Colombia
dianami.cortes@campusucc.edu.co

Maria Evelyn Cubillos Villamil
Universidad Cooperativa de Colombia
maria.cubillosv@campusucc.edu.co

Ybeth Dayana Hernández Barbosa
Universidad Cooperativa de Colombia
ybeth.hernandezb@campusucc.edu.co

Asesor
Elizabeth Oviedo
Universidad Cooperativa de Colombia
elizabeth.oviedo@campusucc.edu.co

UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA

PROGRAMA CONTADURIA PUBLICA

BOGOTA

2019



Resumen

Este trabajo busca evidencia empírica sobre la divulgación de información social a través de medios de difusión masiva por parte de las cooperativas del sector agrícola en Colombia. Se encuentra que a pesar de la existencia de normas que obligan a estas organizaciones a divulgar no solo información financiera sino también información que dé cuenta de las relaciones sociales, la distribución de sus excedentes y el uso de los recursos al interior de estas, no todas hacen uso de los medios de difusión masiva de información.

A partir de los métodos cuantitativos descriptivos utilizados sobre los datos de la Superintendencia de Economía Solidaria y la revisión documental se encuentra que existe una gran oportunidad para divulgar información de los diferentes beneficios otorgados a sus asociados para captar la atención de grupos de interés y llegar a ellos mediante las diferentes redes sociales como estrategia de negocio y como oportunidad de crecimiento del número de asociados. Algunas cooperativas dejan de publicar su información social, dejando solo datos básicos como lo son teléfonos y correos para que las personas interesadas puedan comunicarse, olvidando que las mismas, se desenvuelven en el mundo de la actualización y de la información que incluye redes sociales y divulgación en medios masivos.

Palabras clave: divulgación, información social, agrícola, agropecuario, empleo, capacitación, redes sociales, beneficios.

Abstract

This work seeks empirical evidence on the dissemination of social information through mass media by cooperatives in the agricultural sector in Colombia. It is found that despite the existence of regulations that force these organizations to disclose not only financial information but also information that accounts for social relations, the distribution of their surpluses and the use of resources within these, not all they make use of the mass media of information.

From the descriptive quantitative methods used on the data of the Superintendency of Solidarity Economy and the documentary review it is found that there is a great opportunity to disseminate information on the different benefits granted to its associates to attract the attention of interest groups and reach them through the different social networks as a business strategy and as an opportunity for growth in the number of associates. Some cooperatives stop publishing their social information, leaving only basic data such as telephones and emails so that interested people can communicate, forgetting that they are developed in the world of updating and information that includes social networks and dissemination in mass media.

Keywords:

Divulgarion, social information, agricultural, job, training, social networks, benefits.

Introducción

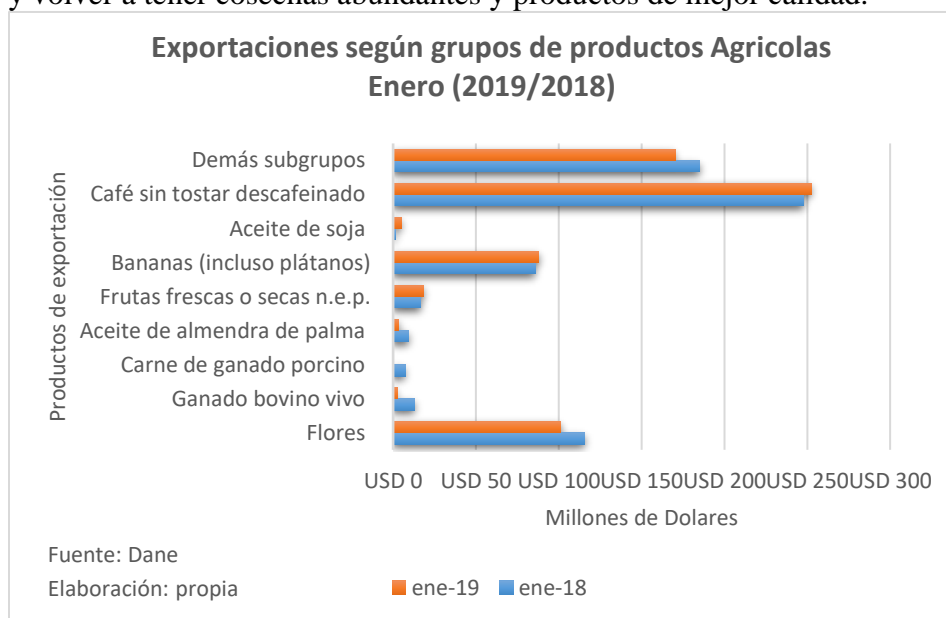
La información divulgada por las empresas puede ser de carácter social, económico, financiero, ambiental; o de acuerdo a la teoría de los Stakeholders, en la cual se habla sobre los nuevos paradigmas empresariales, sobreentendiendo que la empresa hoy día no solo la conforman propietarios ni personas que trabajan para las organizaciones sino también aquellos que tienen relaciones con las mismas ya sean proveedores, clientes entre otros. Concibiendo que en las organizaciones empresariales no solo se hable de ámbitos económicos, por el contrario de ámbitos morales y de la existencia de la responsabilidad social.

Para nuestro estudio es importante hablar del sector agrícola, puesto que es fundamental en la economía colombiana que a su vez no es tan valorado y aprovechado pues esto no lo demuestran los paros nacionales y manifestaciones hechas por nuestros campesinos. De acuerdo al informe Dirección Administrativa Nacional de Estadística (www.dane.gov.co, 2019), el sector agropecuario tuvo un crecimiento del 2% en el Producto Interno Bruto (PIB) para el 2018, el sector es protagonista económicamente en el país aportando siempre cifras positivas al PIB (Ministerio de Agricultura, 2019). Si bien, no es aprovechado por los altos costos incurridos, por los pocos beneficios entregados por parte del gobierno, por industrialización y químicos que hacen que el sector se vea afectado en sus cosechas, así mismo su comercialización nacional e internacional, la mano de obra, el área sembrada y los diferentes aspectos que hace que el agricultor deje su oficio en el campo y se dirija a la ciudad en busca de nuevas oportunidades con el objetivo de aumentar sus ingresos y cubrimiento de sus necesidades, sometidos a desempeñar cualquier clase de oficio que le dé mejor rentabilidad.

Por otra parte, mencionamos que en Colombia se cultiva gran variedad de productos agrícolas, ya que contamos con todos los pisos térmicos, con tierra fértil en diferentes regiones del país, por

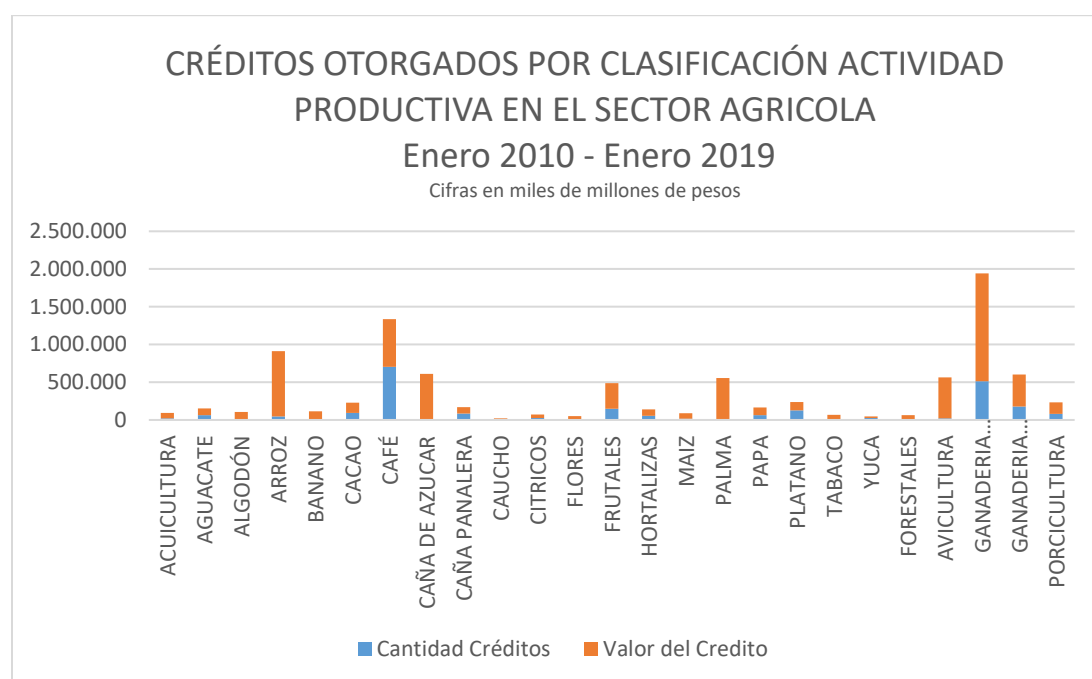
ende, cada una de las regiones aportan variedades de productos y de alta calidad. El suelo en Colombia en las regiones cafeteras, produce uno de los mejores granos de café tipo exportación a nivel mundial, por lo cual hace que en Colombia mediante el respaldo de la marca Juan Valdez haya sido reconocida a nivel mundial, y a su vez preservada por la Asociación Nacional de Cafeteros.

Se precisa que, entre otros productos agrícolas populares a nivel internacional, Colombia se encuentra en el noveno lugar (Procolombia, 2019) como el país exportador de frutas frescas o secas, café, flores, ganado bovino vivo, carne de ganado porcino, aceite de almendra, bananas, aceite de soja (Estadística, Boletín Técnico Exportaciones (EXOPO) Enero 2019, 2019), productos que son apetecidos por los extranjeros por sus diferentes colores, olores y sabores. Y como producto predilecto el café a nivel mundial, con un crecimiento significativo en enero de 2019 con respecto al mismo mes de 2018. Se debe tener en cuenta que otros productos significativos en la tabla mostraron una disminución en tema de exportación con la misma relación del periodo, y es donde el sector agropecuario debe ser estudiado y analizado buscando esos factores que llevaron a esta disminución, y encontrando esos mecanismos para beneficiar a productores y volver a tener cosechas abundantes y productos de mejor calidad.



Referente a como se muestra en la tabla 1. Exportaciones según grupos de productos agrícolas enero 2019/2018, a partir de Dane (2019) en el boletín comparativo de exportaciones realizadas entre el mes de enero de 2018 y 2019, el café sigue siendo el pionero en tema de exportación, y aunque no se muestre un incremento en otros productos, estos igual siguen haciendo parte importante del sector agrícola y el sector como parte fundamental del PIB.

Según información publicada por el Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario (Agropecuario, 2019), las actividades del sector agrario a las cuales se les ha otorgado créditos, y los cuales han influenciado en los últimos nueve años el crecimiento de este sector ha sido, la ganadería, leche y carne, avicultura, la palma, la caña de azúcar, el café y el arroz principales actividades productivas tal como se muestra en la tabla 2. Créditos otorgados por la clasificación de la actividad productiva en el sector agrícola.



Fuente: Finagro (2019) Elaboración; propia

Teniendo en cuenta que estas actividades son el principal motor del sector agrario, es donde el gobierno debe centrar su atención y brindar beneficios económicos, ya que se tendría a favor la generación de empleo, incrementos en la producción; así mismo, disminuiría el desplazamiento a la ciudad, generaría confianza al sector agrario para que otras actividades se involucren para generar un aumento considerable en el PIB, entre otras ventajas que se podrían obtener al invertir y favorecer cada actividad agraria.

En el boletín “Principales indicadores del mercado laboral” presentado el 28 de febrero de 2019 por el Dane (Estadística, Boletín Técnico Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) Enero 2019, 2019) en cuanto a ocupación de empleo muestra la agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca con mayor número de personas ocupadas es ocupando el tercer puesto con un 17% de distribución, en el total nacional de población ocupada entre Noviembre de 2018 y Enero de 2019, en segundo puesto se encuentra los servicios comunales, sociales y personales con un 18.9% y en primer lugar el comercio, hoteles y restaurantes con un 26.6%, como se muestra en el siguiente gráfico 8.

Gráfico 8. Distribución porcentual, variación porcentual y contribución a la variación de la población ocupada según rama de actividad^

Total nacional

Noviembre - enero (2019/2018)

Rama de actividad	Distribución (%)	Variación (%)	Contribución (p.p)
Total nacional	100,0	-0,1	-0,1
Construcción	6,8	8,0	0,5
Servicios comunales, sociales y personales	18,9	2,7	0,5
Industria manufacturera	12,1	2,5	0,3
Otras ramas*	2,8	6,0	0,2
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	8,1	1,5	0,1
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	17,0	-0,4	-0,1
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	7,8	-6,1	-0,5
Comercio, hoteles y restaurantes	26,6	-3,8	-1,0

Fuente: DANE, GEIH.

Se evidencia que el sector agrícola en Colombia, aporta empleo en un porcentaje considerable a nivel nacional, por lo cual las diferentes cooperativas pueden ser una oportunidad de negocio para mucho de nuestros campesinos, trayendo consigo las mejoras para varias regiones del país y bajando los índices de pobreza con los que ha manejado el país desde hace muchos años atrás. Por tal motivo en este trabajo queremos dar respuesta a la pregunta; ¿De qué depende que las empresas del sector solidario con enfoque agropecuario en Colombia divulguen información social a los grupos de interés a través de la web como estrategia de negocio?

Referentes teóricos

Según Serafeim y Loannou (2011), el divulgar información conduce a la existencia en la disminución del soborno u en actos ilícitos, a una tarea más eficiente de la administración y a su vez en la revisión del desempeño dentro de la organización, así mismo la importancia de capacitar a los empleados; por último, a un incremento de la responsabilidad social de los empresarios. El análisis dado por Brammer y Pavelin (2004) Ahmad et ál. (2003), Tenser (2006), demostró que la información no debe limitarse por lo contrario debe exponerse cualquiera sea el medio de comunicación para que la comunidad la conozca.

Por otra parte, lo mencionado por Beyer et al (2010) los inversores racionales detectan que los administradores divulgan información voluntaria siempre y cuando esta los beneficie, es decir que la divulgan esperando algo a cambio de los receptores de la información; tal es el caso en la información financiera: reportar utilidades de la organización para incrementar la compra de acciones.

Mientras tanto, Rahman (2012) busca entender las razones de los administradores para revelar la información privada de forma voluntaria mediante unos principios; solo divulgar lo que es favorable ya que se ha incurrido en unos costos para su elaboración, cuando se asume que una organización no divulga información es sinónimo de desfavorable que algo está pasando con la compañía o portadores de malas noticias siempre y cuando los receptores de la información sepan que los administradores están siendo dueños de ella, cuando nadie que quiera comprometer a la divulgación de información voluntaria.

En relación con una de las características estipuladas en el artículo 359 del estatuto tributario, en Colombia las entidades sin ánimo de lucro y que así mismo puedan pertenecer al régimen especial tributario, es que cumpla con el numeral 9 de dicho artículo, esto para nuestro caso; donde nos dice que son entidades sin ánimo de lucro aquellas que tengan como objeto social actividades de desarrollo empresarial, y definido en la por la ley 1014 de 2006 (Estatuto Nacional Tributario , 2019). Esta ley es titulada como Fomento a la cultura del emprendimiento; según el congreso de Colombia el objetivo de esta ley es la creación de nuevas empresas, crecimiento de micro y pequeñas empresas, mediante el espíritu emprendedor en pro del desarrollo para un mejor país, creando nuevas oportunidades a la sociedad, para llevar a cabo esta ley el Estado se comprometió a buscar alternativas en varios enfoques como el de capacitación al personal, la asignación de recursos públicos, acuerdos con las entidades financieras para que los nuevos proyectos de los emprendedores sean garantía para aprobación de créditos.

En este caso es importante mencionar, que existen grandes beneficios para las entidades que pertenecen al régimen tributario especial, los cuales están plasmados en el estatuto tributario; ya sea en el artículo diecinueve, y a los artículos que nos conlleva este. Uno de estos grandes

beneficios es la tarifa única especial del veinte por ciento (20%) tributados sobre los beneficios netos o excedentes, cuando una empresa comercial está obligada a tributar para el caso del año 2019 al treinta y tres por ciento (33%), así mismo las entidades mencionadas no están obligadas a realizar cálculo de renta presuntiva esto lo contempla el artículo 191 es ventaja ya que solo tributaria por el valor que liquiden sus excedentes; por otro lado solo se puede realizar retención en la fuente por los conceptos sobre rendimientos financieros siempre y cuando no vendan productos de actividades industriales y de mercadeo y sobre loterías.

De acuerdo a las disposiciones especiales vistas en la ley 79 de 1988, ley que pretende integrar al sector cooperativo como parte fundamental de la economía del país y así mismo fortalecer el valor de la solidaridad y la economía social; en su artículo ochenta y cinco las entidades sin ánimo de lucro con énfasis agropecuario podrán llevar a cabo su objeto social haciendo uso de la tierra y todo lo que esté vinculado a ella.

Razones, amenazas y oportunidades del sector agropecuario

En el Plan Nacional de desarrollo 2014 a 2018, se planteó programas de protección y promulgación social, los cuales se podrían llevar a cabo con el trabajo en el sector agropecuario como oportunidad de mejoras para el sector rural y levantamiento de la pobreza en Colombia; estas ideas han estado establecidas no solo en el Plan Nacional de Desarrollo sino en varios como estrategia socioeconómica. La “Misión para la Transformación del Campo” (2015) señaló que se debe analizar las zonas rurales, siendo este el punto de partida para el diseño de las políticas que puedan proteger las amenazas a las que están expuestos la población rural. El Sistema de información para la Gestión Integral de Riesgos Agropecuarios (SIGRA), siendo un aspecto necesario para responder por el crecimiento sostenido y restar las brechas sociales que hoy existen en Colombia, dicho aspecto contempla el manejo de los riesgos que inciden en el sector

de manera negativa, aquel ente realizó estudios de los factores externos e internos que intervienen en el resultado del sector agropecuario en la parte económica y productiva; estos riesgos se dividen en tres tipos; riesgos de contexto, riesgos de producción y riesgos de mercado; el primero nos habla sobre las difíciles situaciones por las que atraviesa el sector agropecuario, soportando diversos cambios como por ejemplo la violencia en varios territorios del país, normativas ambientales o legales, cambios notables en el gobierno; por otro lado el riesgo de producción nos indica la falencia con la que cuenta el sector agropecuario en Colombia como la aparición de nuevas enfermedades o plagas tanto para los cultivos como para los animales, pertenece a este riesgo también la falta de mano de obra, situación derivada de la violencia por la que ha vivido el país por varios años, acá también se clasifica la falta de insumos a los que no pueden adquirir los campesinos, los cambios climáticos como la sequía o el exceso de lluvia que provoca los deslizamientos, inundaciones; el último tipo de riesgo que nombro SIGRA es el mercado, estipulando las falencias de demanda y ofertas de los productos cosechados o producidos, a la vez los altos y bajos precios que generan dicha producción, la dificultad de comercializarlos y así mismo la restricción de acceder a los créditos financieros (Buitrago A. & Valdivia Z., 2019).

Otros factores prioritarios, brindados por la herramienta encontrada en la página de My Coop que debemos analizar; es el entorno a los cuales están expuestas las cooperativas; y como estrategia de negocio es el llamado análisis PESTAL siendo un estudio sobre las amenazas u oportunidades que no precisamente son responsabilidad de la organización sino por el contrario son situaciones externas, pero de las que las organizaciones no deben desconocer ni mucho menos dar a entender que es un tema ajeno a ellas (Jos & Mwanika , 2019).

Las razones de los agricultores del porque incluirse a una cooperativa del sector agropecuario en Colombia son varias; vamos a nombrar a continuación las más relevantes que permiten que los campesinos obtengan beneficios favoreciendo el crecimiento en sus familias y satisfacciones de acuerdo a sus necesidades.

Esta razón tiene como influencia la parte económica, puesto que es de obtener a menores precios los insumos casi al costo; esto lo maneja la cooperativa ya que ella realiza compras al por mayor, luego llega a una negociación con su asociado a un costo asequible para ellos, de tal manera que puedan tener fácil acceso a los insumos, brindando disponibilidad de los mismos en cercanía a su producción agropecuaria y comprando en conjunta o colectivamente insumos de mejor calidad ya sea con personas o empresas que realicen directamente la producción del insumo.

Unos de los objetivos que tienen las cooperativas agrícolas es crear seguridad en sus asociados ya que ofrecen servicios para sus cosechas y evitar niveles de perdidas elevados, además que sus productos llegan a ser competitivos, por lo que pasan por procesos establecidos en cada una de las cooperativas para poder entrar al mercado. Otra razón del porque pertenecer a una cooperativa del sector agrícola es que pueden acceder a educación mediante capacitaciones sobre temas de su interés; estas capacitaciones pueden ser dadas por los acreedores de dichas cooperativas o por alianzas de las mismas.

Sobre este espacio hablaremos de la información divulgada por las cooperativas que están inspeccionadas, vigiladas y controladas por la superintendencia de la economía solidaria de Colombia que pertenecen al sector agrícola, ya que cumplen con la reglamentación vigente impuesta por la entidad reguladora, asegurando al Estado el cumplimiento de su objeto social por el que ha sido creada cada una de estas entidades.

En este sentido, la Superintendencia de la Economía Solidaria (SES) se encarga de supervisar las actividades financieras de las empresas del sector cooperativo, de fondos y asociaciones mutuales, así mismo sus actividades relacionadas al ahorro y crédito enmarcadas en un nivel más alto de supervisión, también acobija, pero en un nivel medio las que posean activos inferiores a 1.500 millones de pesos, y dentro del nivel bajo entran las cooperativas pequeñas a las cuales solo se le hace seguimiento en su registro.

Es de anotar que, supervisar, según la real academia de la lengua española se refiere a la inspección superior que se realiza a los trabajos realizados, y para mayor claridad, las normas internacionales de control de calidad, ratifican que la inspección comprende todo procedimiento capaz de proporcionar evidencia que demuestre el cumplimiento.

En Colombia las entidades de la economía solidaria se encuentran bajo supervisión estricta del Estado bajo las directrices del artículo 35 de la ley 454 del año 1998, pero las que no son abarcadas por esta ley, el presidente de la República puede determinar por medio de acto general a qué otras entidades cooperativas, debe supervisar la SES.

Las entidades del sector solidario, están sujetas a vigilancia por parte de este organismo, con el fin de evitar cualquier tipo de fraudes o conductas que atenten contra la integridad del Estado, y contra los objetivos del sector solidario, entre ellos la contribución al mejoramiento de la calidad de vida y la generación de confianza de sus actividades, que por medio de prácticas solidarias se abre cada día más campo en el mercado, demostrando que este sector cada día es más consolidado, ya que actualmente representa el 4% del PIB y mueve unos 33 billones de pesos en activos, según cifras de la Superintendencia solidaria.

Adicionalmente, este organismo cumple también la función de controlar, que abarca los dos términos anteriores, es decir supervisión y vigilancia, pero ya en un rango macro, porque con ello regula todo el sistema, teniendo en cuenta que implementar un sistema de control interno para las empresas del sector solidario es tedioso y no se hace en su totalidad al no ser un requisito legal generando entonces que por ello no haya un control previo que garantice el cumplimiento de las normas y procedimientos, como los casos por ejemplo al otorgar créditos, porque no se rigen al procedimiento de verificar temas como la capacidad de endeudamiento y al otorgarlo a ojo se está arriesgando a que se incumpla con la obligación por parte del acreedor.

Es muy importante la labor de la SES, teniendo en cuenta que vela porque el sector solidario cumpla sus funciones de carácter social y económico, es por esto que en la labor del control no solo deben participar los organismos estatales, sino que debe ir de primera mano por las directivas y los asociados porque así es como velan por sus recursos, que sean destinados de manera correcta y oportuna.

Tal control debe ser también eficaz, ya que muchas veces hay que detener procesos o entorpecerlos para poder aplicar los controles, haciendo que éste se vea de forma molesta, pero no, el verdadero sentido de él es lograr optimizar los procedimientos para que la organización crezca sin riesgos.

Los controles se deben aplicar oportunamente, y pueden ser de tipo ocular que se refiere a la observación, de forma verbal que implica la comunicación con los involucrados en los procesos, de forma escrita donde se permite el análisis de lo confirmado textualmente o confirmando la documentación, y de forma física que compromete directamente la labor de la inspección.

Todo lo anterior, contribuye a lograr las metas propuestas, ser claros con su objeto social reflejándose en más beneficios para los asociados al redistribuir las utilidades, y a cumplir con la legislación nacional para aportar al crecimiento del país (Superintendencia de la Economía Solidaria , 2019).

No todas las cooperativas agrícolas inspeccionadas, vigiladas y controladas por parte de la superintendencia solidaria de Colombia cuenta con página web, y si cuentan con ella no necesariamente está actualizada, así mismo no todas divulgan la misma información, sobre esta parte les vamos a hablar de las cooperativas que divulgan los beneficios con los que cuentan sus asociados independientemente la finalidad de los mismos, ya que no todas las cooperativas los publican. Las cooperativas de las cuales analizamos los beneficios son todas ellas del área cafetera, de diferentes departamentos o zonas del país como lo son de Quindío, Cauca, Antioquia, Tolima y Manizales, como se mencionó en principio de este documento encontramos que el producto del café es el que nos representa ante los demás países, igualmente por el alto nivel de exportación ante los demás productos que se cosechan en Colombia.

Es importante mencionar que las cooperativas piensan siempre en la seguridad de todos sus asociados en distintos temas por los cuales podrían versen necesitados, encontramos que son varios los beneficios en común que otorgan las cooperativas para sus asociados; cada cooperativa con beneficios que marca la diferencia frente a otras cooperativas, aquellos beneficios expuestos en las páginas web; son como por ejemplo, las afiliaciones a los seguros funerarios tanto para el asociado como para su familia, sobre el pago de dicho servicio ya sea en una parte o cobertura total de la cuota; el servicio gratuito de salud donde incluye exámenes de laboratorio, consulta de medicina general, tratamientos odontológicos, consulta con médicos especialistas; este servicio

gratuito lo realizan mediante jornadas o brigadas de salud; u otros beneficios son como del disfrutar con su familia en celebraciones de integración que realizan las cooperativas por ejemplo la celebración de fechas especiales o enmarcadas por la sociedad, como lo es el día de la familia, de la madre etc, donde buscan el compartir y vivir más momentos en familia; el subsidio en las pensiones, para que sus asociados planifiquen su futuro mediante un ahorro programado con programas dados desde el Gobierno Nacional, programa antes Colombia Mayor hoy día llamado BEPS (Beneficios Económicos Periódicos) manejado por el fondo de pensiones COLPENSIONES; los auxilios educativos para el asociado y su núcleo familiar como esposo(a), hijos y hasta nietos tendrán derecho a dicho subsidio para que puedan llevar acabo sus estudios universitarios, educación básica y secundaria siempre y cuando se den los soportes para desembolsar el auxilio educativo.

Otro plus dado por estas cooperativas cafeteras es sobre la línea de créditos para sus asociados de acuerdo a las políticas internas establecidas por cada una de las ellas, donde se acorde para los créditos sus plazos, monto, tasa de intereses, ya sea que estos créditos tenga como fin financiar sus cultivos o como para diferentes tipos de casos como es en especial el de la Cooperativa de Caficultores del departamento de Manizales que otorga un crédito de solidaridad para el asociado cuando ha sufrido una calamidad domestica siempre y cuando esta esté comprobada.

No obstante, uno de los beneficios dados directamente por las cooperativas a su integrantes son las capacitaciones o seminarios donde tratan temas referente a los cultivos, con influencia a los tratamientos que debe dárseles, al uso o aplicación de los insumos que adquieran o no, con la cooperativa pero que sean de mejoras para su cultivo, sobre el control de plagas y enfermedades

que puedan atacar a sus cultivos, al mismo tiempo sin escapar los temas de cooperativismo, incluyendo el programa de gestión o rendición de cuentas de la cooperativa a la cual pertenecen, y todo aquello que conlleve entre la relación de la cooperativa y el asociado, y precisamente sobre el tema del poder tener un producto bajos los estándares impuestos por cada cooperativa para que sea competitivo y este producto ingrese de manera fácil a los demás mercados. Recordemos que la creación de una cooperativa ayuda al crecimiento de las regiones de un país puesto, que se trabaja para un solo objetivo y aunque sea una de las maneras más complicadas de aprender y más de poderlas manejar en la práctica y de poder desarrollar las actividades junto con otras personas (Olaz Capitan Angel Jose.)

Resultados

Teniendo como definición el concepto de una cooperativa, “Una cooperativa es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad colectiva y democráticamente controlada”. (My.Coop Colombia 2019), teniendo en cuenta la definición, podríamos mencionar que para el agricultor independiente es difícil sacar su cosecha adelante solo por diferentes clases de carencias o dificultades que lo llevan a unirse o vincularse a una cooperativa que le pueda brindar los beneficios donde generan un respaldo a esas necesidades y que le ayuden a forjar un buen producto para la venta. Así mismo, las cooperativas con los diversos beneficios y servicios permiten que la población se conserve en dichos territorios y no exista la posibilidad de verse forzados a migrar en busca de mejores oportunidades a ciudades, que hoy día están sobrepobladas.

Existen en Colombia miles de cooperativas a nivel nacional, buscando beneficiar los diferentes proyectos y personas que influyen y hacen parte de los sectores de la economía, buscando atraer de diferentes formas la atención de asociados por medio de publicidad, páginas web y el voz a voz para que se vinculen y accedan a los servicios prestados según cada necesidad.

La información a divulgar por las cooperativas que se enfocan en el sector agrario son su tipo de actividad, su misión, su visión, programas, incentivos y beneficios por ser asociado, capacitación, bienestar, actividades culturales, sociales y económicas, información de ahorro, de crédito, con que empresas del sector tiene convenios información de ubicación, oficina y horarios de atención a sus asociados, aunque es un requisito, no todas las cooperativas presentan informes de gestión e informes financieros, además noticias y demás. Por temas como los anteriores, es importante para este tipo de empresas tener diferentes medios de comunicación e información clara que pueda llegar a las personas posiblemente interesadas.

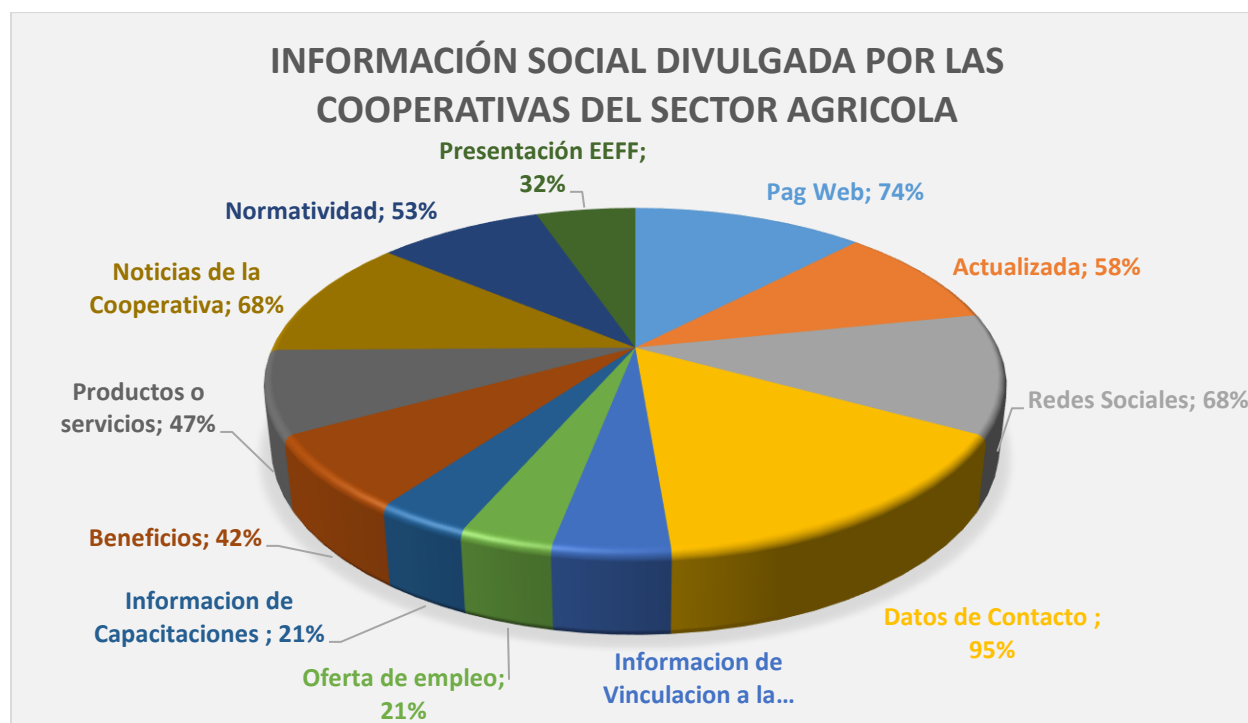
Aunque el voz a voz y las redes sociales son los mecanismos de comunicación más eficientes, otro de los mejores medios para transmitir información son las páginas web, siempre y cuando estén actualizadas con el mensaje a transmitir ya que una página desactualizada no atrae nuevos asociados pues no se interesarían en pertenecer a una entidad así, pues no les transmitirá confianza.

Los datos suministrados en la página deben ser verídicos y concordar con la realidad, en la parte económica la cooperativa debe informar por cualquier canal de comunicación las tasas de interés, los montos posibles de créditos otorgados, y los requisitos requeridos para los postulantes y a su vez las líneas de ahorro con las que cuentan, el valor del interés y el tiempo.

En la información de capacitación se debe dar a conocer los programas virtuales o presenciales de capacitación, duración, valor, tiempo y si tienen convenios con instituciones educativas, con el SENA u otros establecimientos de educación e informar los tipos de cursos a ofertar.

Por otra parte, cabe resaltar que, según la circular básica jurídica del año 2015 vigente actualmente en Colombia, las cooperativas solo están obligadas a reportar: 1. El formulario oficial de rendición de cuentas, 2. La información financiera de cierre de ejercicio incluyendo estados financieros y notas anexas, 3. Tasa de contribución si poseen activos superiores a \$242.2497.074 para el año 2018 y 4. Control de legalidad.

A continuación, se muestra el tipo de información social divulgada por las cooperativas del sector agrícola, de acuerdo a la muestra que se realizó por medio investigación realizada en la página de la SES, con corte a febrero del 2019, donde se tomaron los datos base para la investigación.



La información divulgada y compartida en redes sociales y páginas web por las cooperativas del sector agrario en Colombia objeto de nuestro estudio; se encuentran actualizadas en un 58% teniendo en cuenta que la muestra se tomó con un corte de actualización a 31 de diciembre de 2018, donde dan a conocer sus diferentes beneficios como por ejemplo capacitaciones a sus beneficiarios y las vacantes disponibles de empleo para una comunidad en general. Por otro lado, solo el 32% de este tipo de entidades reportan informes como estados financieros e informes de gestión, lo que puede poner en duda la credibilidad y estabilidad económica frente a los grupos de interés. Información tan importante y esencial como la forma de vinculación a estas cooperativas no son mencionadas en sus páginas web ni en sus redes sociales, solo lo hacen un 26% de las mismas, aunque se destaca que el 95% publican datos de contacto como teléfonos, dirección, y dan a conocer otros medios de comunicación como correo electrónico para tener contacto con las personas interesadas en obtener más información de su actividad.

Conclusiones

Con el auge de la globalización, las cooperativas del sector agrario deben ir a la par con los avances tecnológicos, el principal es el del acercamiento a los grupos de interés por medio del internet, ya que es una necesidad estar visible ante los demás ya que gran parte del negocio depende de ello y viéndolo como oportunidad de negocio ya que su número de asociados crecerá así mismo podrán generar beneficios comunes para cada uno de ellos.

Una de las mejores formas para que una cooperativa obtenga más asociados y a su vez tenga crecimiento económico, es poder brindar información actualizada de sus productos y servicios, atrayendo a los diferentes grupos de interés por medio de los diferentes medios de comunicación,

como lo son las redes sociales y canales de comunicación; contando con su propia página web, que hoy día no son tan difíciles de crear; por lo que se cuenta con herramientas que han diseñado otras personas encargadas a ese oficio y de fácil comprensión para quienes deseen acceder a la creación de ellas; no podemos desmeritar a los campesinos de nuestro país y decir que para ellos es imposible e inadecuado tener una página web, ya que en este tiempo es más fácil entregar información a una comunidad. Es importante que la página web de la cooperativa del sector agrícola sea diseñada de forma llamativa, comprensible, creativa e innovadora siendo fácil para los stakeholders encontrar información actualizada mínimo, los datos básicos de contacto como correo electrónico, números teléfonos, sin obviar un área de servicio al cliente para darle la oportunidad a las personas interesadas de las cooperativas del sector agrícola de atender sus consultas en el menor tiempo posible.

Referencias

Referencias

- Agropecuario, F. p. (28 de Febrero de 2019). *Finagro*. Obtenido de www.finagro.com.co
- Buitrago A., S., & Valdivia Z., P. (19 de Abril de 2019). *Estrategia de Política Pública para la gestión Integral de Riesgos Agropecuarios en Colombia*. Obtenido de Estrategia de Política Pública para la gestión Integral de Riesgos Agropecuarios en Colombia:
<https://www.minagricultura.gov.co/Documents/LIBRO%20ESTRATEGIA%20VERSION%20FINAL.pdf>
- Estadística, D. A. (25 de Febrero de 2019). *Boletín Técnico Exportaciones (EXOPO) Enero 2019*.
- Estadística, D. A. (4 de Marzo de 2019). *Boletín Técnico Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) Enero 2019*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>
- Estatuto Nacional Tributario* . (15 de Febrero de 2019). Obtenido de Estatuto Nacional Tributario :
<https://estatuto.co/?e=608&w=libro-tercero>
- Jos , B., & Mwanika , F. (21 de Marzo de 2019). *My Coop* . Obtenido de My Coop :
<https://www.orgsolidarias.gov.co/educaci%C3%B3n-solidaria/herramientas-educativas/herramientas-virtuales/metodolog%C3%ADa-mycoop-cooperativas-agropecuarias>
- Ministerio de Agricultura. (30 de Marzo de 2019). *Ministerio de Agricultura*. Obtenido de www.minagricultura.gov.co
- Olaz Capitan Murca , A. J. (2003). *ANÁLISIS DE LOS PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN EN LAS CUALIDADES PROFESIONALES DE LOS TRABAJADORES EN EL SECTOR FINANCIERO*. Murcia, España .
- Procolombia. (16 de Abril de 2019). *Procolombia*. Obtenido de <http://www.procolombia.co/>
- republica, C. d. (2018). *Estatuto Tributario Nacional* . La casa .
- Superintendencia de la Economía Solidaria* . (19 de Abril de 2019). Obtenido de Superintendencia de la Economía Solidaria : <http://www.supersolidaria.gov.co/>
- www.dane.gov.co. (19 de MARZO de 2019). Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales>
- Ioannou, I., y Serafeim, G. (2011). The consequences of mandatory corporate sustainability reporting. Working Paper 11-110. Harvard Business School
- Brammer, S., y Pavelin, S. (2004). Building a «good» reputation. *European Management Journal*, 22(6),704–713

Tenser, J. (2006). The New Samaritans. *Advertising Age*, 77(24), S1

Beyer, A., Cohen, D.A., Lys, T.Z., y Walther, B.R. (2010). The financial reporting environment: Review of the recent litera[i]ture. *Journal of Accounting and Economics*, 50(2–3), 296–343

Rahman, S. (2012). A Review of Firms' Voluntary Disclosure Decisions With a Focus on Cheap Talk Models. *BRAND. Broad Research in Accounting, Negotiation, and Distribution*, 3(3), 64–73
(Olaz Capitan Murca , 2003)