UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA

TESIS DOCTORAL

TÍTULO:

Medición del Capital Social en las Cooperativas Agroalimentarias de Extremadura.

NOMBRE Y APELLIDOS DEL AUTOR:

Carlos Manuel Aguilar Yuste.

PROGRAMA DE DOCTORADO:

Economía y Empresa.

Conformidad de la Directora Dra. Dª. María Isabel Sánchez Hernández (Universidad de Extremadura) y Coodirector Dr. D. Ángel Hermilio Iglesias Alonso (Universidad Rey Juan Carlos).

Esta tesis cuenta con la autorización de la directora y del coodirector de la misma y de la Comisión Académica del programa. Dichas autorizaciones constan en el Servicio de la Escuela Internacional de Doctorado de la Universidad de Extremadura.

AÑO DE LECTURA: 2022.

ÍNDICE

OBJETO DE ESTUDIO Y OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN. 1

1. Motivos y justificación de la elección del tema. 6
2. Objetivos de la Investigación 8

2.1. Objetivo General: 8

2.2. Objetivos Específicos: 9

3. Preguntas de investigación. 10

CAPÍTULO 1. EL CAPITAL SOCIAL COMO MARCO CONCEPTUAL Y ANALÍTICO. 11

1. El capital social: concepto y evolución. 11

1.1. Qué se entiende por capital social. 15

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). 25

Banco Mundial. 27

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). 30

1.2 Orígenes y diversas teorías del capital social. 34

El capital social desde una perspectiva sociológica. 38

Pierre Bourdieu. 38

James Coleman. 40

Mark Granovetter. 43

Nan Lin. 45

El capital social desde una perspectiva ciencia-política. 47

Francis Fukuyama. 56

El capital social desde la Economía. 59

El capital social desde la visión de los Organismos Internacionales. 66

1.3 Evolución. 69

2 Capital Social y Responsabilidad Social Empresarial (RSE). 75

2.1. Concepto y evolución de la RSE. 77

2.2. La dimensión social de la RSE y el capital social. 90

CAPÍTULO 2: HIPÓTESIS. 94

CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA. 96

1. Método Exploratorio: 98

2. Método Descriptivo: 98

CAPÍTULO 4: COOPERATIVAS Y CAPITAL SOCIAL. 112

1. El cooperativismo en la perspectiva histórica. 112

• Saint Simón: 117

• Charles Fourier: 118

• William King: 119

• Phillipe Buchez: 120

• Robert Owen: 120

• Los "Pioneros de Rochdale": 121

• Friedrich Raiffeisen: 124

• Charles Gide: 125

1.1 Orígenes del Cooperativismo en España. 130

1.2 Orígenes del Cooperativismo en Extremadura. 132

Las tipologías edificatorias de los pueblos. 135

El Plan Badajoz. Las tierras de las vegas del Guadiana. 136

El Plan Cáceres. La Cuenca del Tajo en Extremadura. 137

2. El Movimiento Cooperativo Agroalimentario en Extremadura. 138

2.1. Cooperativas Agroalimentarias de Extremadura. 140

3. Los principios y los valores cooperativos. 144

3.1. Los principios cooperativos. 145

3.2. Los valores cooperativos. 165

4. Las cooperativas y su relación con el capital. 172

4.1. Las cooperativas y el capital social. 175

4.2. La creación del capital social en las cooperativas: organización interna. 186

5. El rol de las cooperativas como elementos de cohesión social. 194

CAPÍTULO 5: EL COOPERATIVISMO: ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS..... 200

1. Evolución del Cooperativismo. 200

CAPÍTULO 6. PROPUESTA PARA UN MODELO DE MEDICIÓN DEL CAPITAL SOCIAL. 227

1. La medición del capital social: el modelo teórico. 227

1.1. La medición del capital social según Bourdieu, Coleman y Putnam. 234

2. La medición del capital social: el modelo empírico. 239

2.1. Análisis de datos. 240

3. Principales características del capital social. 241

4. Dimensiones del capital social. 244

4.1. La dimensión estructural del capital social. 245

4.2. La dimensión relacional del capital social. 247

4.3. La dimensión cognitiva del capital social. 249

5. El capital social y el desarrollo económico. 252

CAPÍTULO 7: ESTUDIO DE MEDICIÓN DEL CAPITAL SOCIAL EN LAS COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS DE EXTREMADURA. 259

1. Participación. 263

2. Confianza. 264

3. Satisfacción. 270

4. Lealtad. 271
5. Identificación Social. 272
5.1. Pertenencia. 273
5.2. Membresía. 273
5.3. Afectividad. 273
5.4. Redes. 274
5.5. Justicia distributiva. 277
6. Objetivos y metas. 277
7. Información compartida. 279
8. Innovación. 280
9. Internacionalización. 282
10. Éxito competitivo. 287
CAPÍTULO 8: ESTUDIO SOCIOMÉTRICO DE LA MEDICIÓN DEL CAPITAL SOCIAL EN LAS COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS DE EXTREMADURA. 297
1. Contrastes y test utilizados. 299
- Test Chi Cuadrado. 299
- Alfa de Cronbach. 299
- Coeficiente correlación de Pearson. 300
2. Población y descripción de la muestra. 300
3. Resultados. 304
3.1. Descripción de la muestra – Variables Datos Censales. 304
3.1.1. Descripción de la muestra – Variables Referencias Códigos Cooperativas. 307
3.2. Descriptiva de los parámetros recogidos. 310
3.2.1. Participación. 310

3.2.1.1. Resultados generales..... 310
3.2.1.2. Según tipo de cargo en la cooperativa. 313
3.2.1.3. Según la antigüedad en la cooperativa. 321
3.2.1.4. Según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.321
3.2.2. Confianza. 325
3.2.2.1. Resultados generales..... 325
3.2.2.2. Según tipo de cargo en la cooperativa. 330
3.2.2.3. Según pertenencia en la Comarca de Vegas Altas del Guadiana. 335
3.2.3. Satisfacción. 340
3.2.3.1. Resultados generales..... 340
3.2.3.2. Según tipo de cargo en la cooperativa. 342
3.2.3.3. Según pertenencia Comarca de Vegas Altas del Guadiana. 344
3.2.4. Lealtad..... 346
3.2.4.1. Resultados generales..... 346
3.2.4.2. Según tipo de cargo en la cooperativa. 348
3.2.4.3. Según pertenencia en la Comarca de Vegas Altas del Guadiana. 350
3.2.5. Identificación social..... 352
3.2.5.1. Resultados generales..... 352
3.2.5.2. Según tipo de cargo en la cooperativa. 358
3.2.5.3. Según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.363
3.2.6. Objetivos..... 368
3.2.6.1. Resultados generales..... 368
3.2.6.2. Según tipo de cargo en la cooperativa. 371

3.2.6.3. Según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana. 373
3.2.7. Información compartida. 375
3.2.7.1. Resultados generales. 375
3.2.7.2. Según tipo de cargo en la cooperativa. 377
3.2.7.3. Según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana. 379
3.2.8. Innovación. 381
3.2.8.1. Resultados generales. 381
3.2.8.2. Según tipo de cargo en la cooperativa. 388
3.2.8.3. Según pertenencia en la Comarca de Vegas Altas del Guadiana. 395
3.2.9. Internacional. 401
3.2.9.1. Resultados generales. 401
3.2.9.2. Según tipo de cargo en la cooperativa. 407
3.2.9.3. Según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana. 413
3.2.10. Éxito competitivo. 420
3.2.10.1. Resultados generales. 420
3.2.10.2. Según tipo de cargo en la cooperativa. 426
3.2.10.3. Según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana. 433
4. Hipótesis objeto de estudio. 439
4.1. Hipótesis 1. Principios cooperativos. 439
4.1.1. Análisis factorial. 440
4.1.2. Cálculo de correlaciones e ítems seleccionados. 441
4.1.3. Principio Cooperativo 1 “Adhesión voluntaria y abierta” y 2 “Gestión democrática”. 446

4.1.3.1. Segmentación pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana. 448

4.1.4. Principio Cooperativo 3 – Participación económica por parte de los socios. 451

4.1.4.1. Segmentación pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana. 452

4.1.5. Principio Cooperativo 4 “Autonomía e independencia”. 453

4.1.5.1. Segmentación pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana. 455

4.1.6. Principio Cooperativo 5 “Educación, formación e información”. 456

4.1.6.1. Segmentación pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana. 457

4.1.7. Principio Cooperativo 6 “Intercooperación”. 459

4.1.7.1. Segmentación pertenencia a la Comarca. 461

4.1.8. Principio Cooperativo “7 Interés por la comunidad donde están implantadas”. 463

4.1.8.1. Segmentación pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana. 465

4.2. Hipótesis 2. Valores cooperativos. 467

4.2.1. Análisis factorial. 469

4.2.2. Calculo correlaciones ítems seleccionados. 470

4.2.3. Valores Operativos – 1 “Autoayuda”. 473

4.2.3.1. Segmentación pertenencia a la Comarca. 475

4.2.4. Valores Operativos – 2 “Autorresponsabilidad”. 476

4.2.4.1. Segmentación pertenencia a la Comarca. 478

4.2.5. Valores Operativos – 3 “Democracia” y 4. “Igualdad”. 479

4.2.5.1. Segmentación pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana. 481
4.2.6. Valores Operativos – 5 “Equidad”. 483
4.2.6.1. Segmentación pertenencia a la Comarca. 484
4.2.7. Valores Operativos – 6 “Solidaridad”. 486
4.2.7.1. Segmentación pertenencia a la Comarca. 487
4.2.8. Valores Éticos – 7 “Honestidad”. 489
4.2.8.1. Segmentación pertenencia a la Comarca. 490
4.2.9. Valores Éticos – 8 “Transparencia”. 491
4.2.9.1. Segmentación pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana. 493
4.2.10. Valores Operativos – 9 “Responsabilidad Social”. 494
4.2.10.1. Segmentación pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana. 495
4.2.11. Valores Operativos – 10 “Vocación social”. 496
4.2.11.1. Segmentación pertenencia a la Comarca. 498
4.3. Hipótesis 3. 500
CAPÍTULO 9: CONCLUIONES FINALES DEL ESTUDIO. 501
1. Resultados generales de las Hipótesis. 501
2. Recapitulación de los resultados obtenidos. 504
3. Limitaciones del estudio. 513
4. Futuras líneas de investigación. 517
BIBLIOGRAFÍA. 520
ANEXO 1. Cuestionario Inicial. 587
ANEXO 2. Validación de Cuestionario – Ficha de Expertos/as. 605
ANEXO 3. Cuestionario final. 612

OBJETO DE ESTUDIO Y OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN.

La gestión basada en el capital social es una concepción teórica relativamente nueva y que va evolucionando constantemente, convirtiéndose en un enfoque de competitividad con reconocimiento internacional. Actualmente se pretende aplicar y hacerla extensiva a los diferentes sectores económicos y empresariales, por lo que se hace necesario aclarar cuál es el concepto y naturaleza del capital social, entendiendo que ya se considera un factor de éxito en las organizaciones, a la vez que se relaciona con el compromiso ético de la empresa para con la sociedad y con la Responsabilidad Social Empresarial o Corporativa (RSE/C).

Aunque el capital social es inherente al cooperativismo, se ha transformado, en general, en una nueva forma de gestionar las organizaciones y de llevar adelante los negocios. Así, las organizaciones empresariales cada vez se preocupan más por la sostenibilidad de sus operaciones y de sus gestiones, tal y como se pone de manifiesto en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Agenda 2030) en los distintos aspectos como el económico, el social y el ambiental, teniendo en consideración los intereses de los distintos *stakeholders* (o terceros que se relacionan con ella), cuidando el medio ambiente y la sostenibilidad ecológica para las futuras generaciones. En definitiva, se trata de contar con una visión de los negocios integrando el respeto al individuo, a la sociedad, a los valores éticos y al cuidado del ecosistema, con la gestión misma de la cooperativa e independientemente de su tamaño, de los productos o servicios que pudiera ofrecer y del sector o nacionalidad a la que pertenezca.

El término capital social se ha ido desarrollando con enfoques teóricos diversos y ha puesto su interés en entender cómo las relaciones sociales

compartidas entre sujetos, se convierten en un dispositivo productor (o inhibidor) de beneficios sociales. Aunque ha sido asociado a conceptos tales como cooperación, competencia, altruismo o reciprocidad, esta concepción parte del supuesto de que los sujetos más que unidos, se hallan determinados por su pertenencia a redes sociales.

De esta manera, el capital social, tal y como aquí se defiende, consiste en una serie de recursos que los individuos pueden obtener a partir de las estructuras de las redes sociales. Este concepto pone el acento sobre varios factores que no son nuevos, pero que, generalmente, como bien explica Nieto (2014), fueron pasados por alto durante el auge de la economía neoclásica y las teorías de la elección racional: confianza y normas de reciprocidad, redes y formas de participación civil, y reglas o instituciones tanto formales como informales.

A medida que fue evolucionando el concepto de capital social, se fue comprendiendo cada vez mejor el importante papel que desempeñan las organizaciones empresariales en la economía y en el desarrollo nacional. Por este motivo, el estudio sobre el capital social en las organizaciones (empresariales, sociales, sindicales, gubernamentales, académicas, culturales, industriales, etc.) puede entrar en la agenda de las políticas públicas de los gobiernos y de las administraciones públicas, Gestión y Administración Pública, para establecer herramientas que les ayuden a instaurar procesos de mejora continua. Esta es, en definitiva, una de las reflexiones que se va a intentar elaborar en el presente trabajo de investigación, esto es, en las organizaciones cooperativas.

La gestión basada en el capital social, ayuda a alcanzar las metas económicas y es una de las formas apropiadas para incluir a los trabajadores y lograr que se sientan parte del proceso de mejora del desarrollo socioeconómico. Si bien

para toda empresa son importantes los resultados económicos, dado que constituyen la base para el desarrollo socioeconómico equilibrado, del mismo modo, el éxito sostenido y perdurable depende en gran medida, del clima dentro de las organizaciones. En este sentido, el capital social va más allá, dado que representa una nueva manera de hacer negocios, bajo la consigna de que un negocio sólo puede ser bueno en la medida que lo sea para sus clientes, proveedores, trabajadores, la sociedad, el medio ambiente, y por supuesto, para la propia empresa, tradicional o cooperativa.

Observamos que, en los últimos cincuenta años, el sector agroalimentario ha sido la base productiva de la economía de la región de Extremadura, y el sector cooperativo el motor y pieza clave de este factor en la economía de la Comunidad Autónoma de Extremadura. Creemos interesante, y dentro del marco descrito anteriormente, poder analizar los sistemas y procesos cooperativos desde el punto de vista del capital humano de las Cooperativas Agroalimentarias de Extremadura, en definitiva, de su capital social.

La noción de capital social que se utiliza para el análisis de estas cooperativas se sustenta en la perspectiva teórica de Pierre Bourdieu (1986), la que permite contemplar las relaciones de poder y conflicto constitutivos del cooperativismo. En este sentido, el concepto de capital social sostenido desde la perspectiva *bourdieusiana,* constituye una herramienta fundamental y superadora de otras perspectivas teóricas. A la vez, se consideran otras aportaciones de autores que han influido en el desarrollo actual del concepto de capital social, tales como Granovettery (1985), North (1990), Coleman (1994), y más recientes como Robert Putnam (1993, 2000) y Porter (2006), que han desarrollado definiciones más detalladas del capital social en comparación con los autores de décadas anteriores. Ellos han reelaborado y extendido las ideas preexistentes sobre el capital social.

El presente trabajo pretende por tanto, abordar en particular, los aspectos relacionados con el capital social en las Cooperativas Agroalimentarias de Extremadura. Las cooperativas, en general, pueden orientar sus acciones responsables tanto hacia el interior como al exterior de la misma. En cada caso, habrá distintos grupos interesados hacia dónde focalizar las acciones.

Teniendo en cuenta lo anterior, el propósito principal de esta investigación será estudiar la realidad heterogénea y compleja de las cooperativas agroalimentarias de la región mencionada, en materia de vertebración social a través de las asociaciones, para analizar los distintos tipos de capital social que se generan y su contribución al desarrollo rural. Todo ello con el fin de valorar la excelencia empresarial cooperativa y el impacto socioeconómico de las cooperativas agroalimentarias de la región de Extremadura.

A su vez, y como problema de investigación, se realizará una evaluación de las cooperativas como organizaciones que promueven la formación y el fortalecimiento del capital social, a la vez que contribuyen al desarrollo sostenible local como un reflejo de su responsabilidad social. Tenemos que tener en cuenta que, los estudios en esta materia son pocos, y las evidencias empíricas prácticamente inexistentes.

Los beneficiarios de esta investigación son las propias empresas cooperativas del sector agroalimentario de Extremadura, sus organismos de dirección y administración, y sus destinatarios, los socios cooperativistas.

Para ello será necesario, en un primer momento y desde una postura exploratoria y posteriormente descriptiva, analizar correctamente desde una visión crítica, la literatura existente acerca del capital social en su enfoque actual.

Así, en la primera parte, se presenta el concepto y sus antecedentes partiendo del contexto teórico en que surgió, remarcando los momentos que se consideran relevantes de la discusión. Se enuncia, además, la confusión conceptual existente debido al enfoque inicial del término, como así también, se realiza un análisis crítico de las estrategias para definir cuál es el campo de aplicación del capital social. Posteriormente, se enuncian sus componentes básicos y los hitos importantes que han caracterizado su desarrollo. Finalmente, se elaboran las conclusiones junto a las consideraciones generales sobre el tema.

Concomitantemente y en función de nuestro objeto de estudio, se abordará también el estudio del cooperativismo, para lo cual tendremos en cuenta la peculiaridad de este movimiento social, empresarial y económico, así como su metodología funcional, su filosofía y sus principios y valores. El cooperativismo es un modelo empresarial que sitúa a la persona como centro de la actividad económica.

Tras haber realizado los análisis mencionados desde el plano teórico, fundamentalmente con el fin de ver cómo el capital social influye en las cooperativas agroalimentarias para fomentar la participación, el nivel de confianza, el grado de satisfacción, lealtad, e identificación social (*pertenencia, membresía, afectividad, redes, justicia distributiva*), los objetivos y metas, la calidad de información compartida, innovación e internacionalización y el éxito competitivo, en un segundo momento, y ya desde el plano empírico, será objetivo de esta investigación analizar cómo se mide el capital social, es decir, qué metodología y qué herramientas de evaluación tenemos que usar. Y más específicamente, aproximarnos a los sistemas de gestión y de medición del capital social, así como la responsabilidad social de las cooperativas extremeñas del sector agroalimentario.

En este cometido, partimos de un escenario inicial, tal como lo han señalado varios autores, que el capital social es complicado y difícil de medir. A pesar de las investigaciones, del recorrido del concepto y de la abundante literatura sobre el tema, todavía no existe suficiente evidencia que nos permita entender claramente cómo se crea el capital social y qué factores o mecanismos afectan a su generación (Borzaga y Sforzi, 2014), además de cómo medirlo.

No obstante por ello, y para concluir, la finalidad será la realización de una investigación referente a la variable de capital social y al cooperativismo (sector agroalimentario), así como una investigación de campo para conocer si la cooperativa como institución, contribuye al desarrollo local y al fortalecimiento del capital social entre sus socios cooperativistas, a través de los métodos documental y exploratorio aplicados al estudio del caso y, con la elaboración de un modelo de medición o evaluación apropiado.

En definitiva, esta nueva forma de hacer negocios que señalamos y explicitamos en este trabajo de investigación, y que se manifiesta en una toma de conciencia y en la adopción de un compromiso permanente con la sociedad y el medio ambiente por parte de las organizaciones, junto con una postura activa y responsable sobre el impacto que sus operaciones generan, creemos que es lo que les asegurará la permanencia en el largo plazo y su crecimiento económico, a la vez, su contribución positiva a la sociedad les garantizará competitividad.

1. Motivos y justificación de la elección del tema.

Tal como hemos expuesto en la introducción, durante los últimos cincuenta años, el sector agroalimentario ha sido la base productiva de la economía en el territorio de Extremadura, y el sector cooperativo el motor y pieza clave en la economía de la región. Por este motivo, resulta interesante poder analizar los

sistemas y procesos cooperativos desde el punto de vista del capital social y humano de las cooperativas agroalimentarias de Extremadura, que son, en definitiva, su capital social.

La elevada productividad que se ha observado en el sector agrícola y ganadero extremeño en los últimos años, debe interpretarse con cautela, dado que el mismo está influenciado por un comportamiento excepcional de la producción, que se ha visto influenciada por condiciones climáticas favorables, que generaron, a su vez, un aumento en el nivel de empleo en este sector. Así, la relevancia del cooperativismo en las políticas de desarrollo se destaca desde la perspectiva del capital social, al considerarlas como consecuencia de la confianza, el clima laboral, la disposición y los esfuerzos colectivos para emprender proyectos que sean beneficiosos para toda la comunidad.

Cuando se lleva adelante una conducción socialmente responsable en la empresa, se generan mejores decisiones, se logra fidelidad de los empleados y clientes, se mejora la imagen y todo ello, en conjunto, favorece, la rentabilidad de la empresa.

El motivo de llevar a cabo este estudio e investigación, viene dado por el interés personal en conocer las relaciones entre los agentes participantes de la red social cooperativa, sus capacidades, relaciones sociales y acciones que promueven el cooperativismo, para así, tomar contacto personal y directo con el “alma” del cooperativismo: su capital social.

2. Objetivos de la Investigación.

2.1. Objetivo General:

Analizar la relevancia que tiene para las cooperativas el concepto de capital social y cómo afecta en la gestión integral organizacional, aportando para ello un modelo de medición apropiado.

2.2. Objetivos Específicos:

- Analizar el concepto de capital social y su evolución.
- Identificar las diversas teorías comprendidas en el campo de la gestión basada en el capital social.
- Relacionar la concepción del capital social con el desarrollo económico y la desigualdad.
- Comprender y analizar el sistema cooperativo en general y específicamente en la región de Extremadura (España).
- Examinar las razones y los beneficios por lo que las cooperativas deben basar su desarrollo en la noción de capital social.
- Describir y analizar las áreas en las que las cooperativas pueden focalizar sus acciones para desarrollar el capital social.
- Analizar la realidad diversa y compleja de las Cooperativas Agroalimentarias de Extremadura en materia de vertebración social.
- Particularmente, analizar los sistemas y procesos cooperativos desde el punto de vista del capital humano de las Cooperativas Agroalimentarias de Extremadura.
- Aproximarnos a los modelos de medición del capital social y, principalmente, aportar un diseño propio de medición del capital social en las cooperativas que incluya entre sus indicadores a los principios y valores del cooperativismo.
- Describir los aportes y contribuciones que genera el capital social de las cooperativas agroalimentarias de la región de Extremadura, tanto para el progreso económico y social de sus asociados, como para el entorno y desarrollo rural de la región.

3. Preguntas de investigación.

El capital social que genera el cooperativismo demuestra un elevado nivel de aceptación e integración social. Ahora bien, para dar respuesta a esta y otras cuestiones planteadas anteriormente, se formulan las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Cuáles son las principales características y dimensiones del capital social?

2. ¿Cuál es la relación entre el capital social y el desarrollo económico?

3. ¿Cómo se puede medir el capital social? ¿Qué modelos teóricos se pueden aplicar a dicha medición, y cuáles son los beneficios para construir un modelo de evaluación apropiado para el estudio del capital social de las cooperativas?

4. ¿Contribuyen las cooperativas en el progreso de sus asociados en las dimensiones económica y social?

5. ¿Qué valor genera el capital social de las cooperativas agroalimentarias de Extremadura en el entorno y desarrollo rural de la región?

Para ello, se tendrán en cuenta las dimensiones cualitativa y cuantitativa en la investigación, en el contexto de las 189 cooperativas agroalimentarias pertenecientes a Cooperativas Agroalimentarias Extremadura, Organización Empresarial Cooperativa que representa desde el punto de vista asociativo, al sector en la región de Extremadura.

CAPÍTULO 1. EL CAPITAL SOCIAL COMO MARCO CONCEPTUAL Y ANALÍTICO.

1. El capital social: concepto y evolución.

La idea de capital[1] y el significado etimológico de la palabra, cuenta con una vasta atención en la literatura teórica aplicada a las Ciencias Sociales que, si bien contribuyen a avanzar dentro del marco teórico, muestra áreas de acuerdo y desacuerdo, y determina que aún queda mucho por hacer.

El concepto de capital social, desde sus orígenes, está vinculado con tres aspectos, y son:

a) investigaciones de desarrollo económico;

b) investigaciones de las ciencias políticas; y

c) aspectos que afectan a la problemática social.

a) Desarrollo económico: Para el Banco Mundial (2000, 2001) son todas las normas y relaciones incorporadas en las estructuras sociales vigentes, que habilitan a las personas para llevar a cabo una acción coordinada que esté orientada al logro de los objetivos de ese colectivo. A este respecto, tal y como

[1] El término capital hace referencia a los recursos que se invierten para obtener beneficios. Según Karl Marx (1933), el capital emerge en las relaciones sociales de explotación entre capitalistas y trabajadores. En el esquema marxiano, la clase explotadora recoge el valor añadido generado por el trabajo proporcionado por la clase explotada; así pues, los burgueses, que poseen los medios de producción, pueden acumular capital, mientras que los proletarios no. Sin embargo, para Adam Smith (1937) el capital incluye todas las habilidades prácticas y adquiridas por parte de los individuos; desde esta perspectiva, el capital no sólo recae en los capitalistas sino también entre los trabajadores. Por tanto, los trabajadores se han convertido también en capitalistas no porque posean medios de producción, sino por tener habilidades y conocimientos de valor económico. Se puede distinguir, entonces, un "capital físico" –que puede rastrearse hasta los análisis de Marx-, y un "capital humano" –cuyos orígenes se remontan a la obra de Smith-. En este esquema, el capital humano puede ser concebido como un conjunto de recursos que se invierten en los actores individuales con el deseo de obtener beneficios, distinguiéndose de este modo del capital social, el que puede ser definido como una serie de recursos que se invierten en relaciones sociales con la esperanza de adquirir ciertas ventajas individuos (Lin y Nugent, 1995).

indica García (2014), el índice del capital social de un país es una medida para evaluar el mayor o menor riesgo al que se enfrenta para responder a sus eventuales compromisos.

b) Ciencias políticas: en este contexto, el capital social se refiere a aquellos elementos de las organizaciones sociales, tales como redes, normas, y la confianza social, que facilitan la coordinación y la cooperación para beneficio mutuo (Putnam, 1995). El autor también afirma que las prácticas institucionales, la confianza, las relaciones de reciprocidad, el apego a la ley, y el respeto hacia la comunidad son, tan importantes para el Estado como lo son sus recursos materiales.

c) Problemática social: la Sociología ha asociado este concepto con las características de los individuos y grupos sociales; pero, con el paso del tiempo, ha ido evolucionando, y se encuentra un cambio de enfoque más orientado en lo social y colectivo y cada vez menos en lo particular. En esta misma mirada, Coleman (1994) ha manifestado la relevancia que tienen las estructuras sociales cuando se estudia el capital humano, dejando de lado las tendencias individualistas.

Profundizando en el estudio del concepto de capital social se observa, además, un acelerado debate sobre la gran cantidad de aspectos que comprende el término y sobre su validez como teoría o paradigma. Uno de estos temas de controversia, lo aporta la posible existencia de una forma “comunitaria” o “colectiva” de capital social, independientemente de su uso en las relaciones de familiaridad o confianza y correspondencia entre distintos individuos, unidos por redes interpersonales.

Siguiendo con Coleman (1994), éste afirma que ninguna inversión generará retornos significativos si los esfuerzos están centrados exclusivamente en las

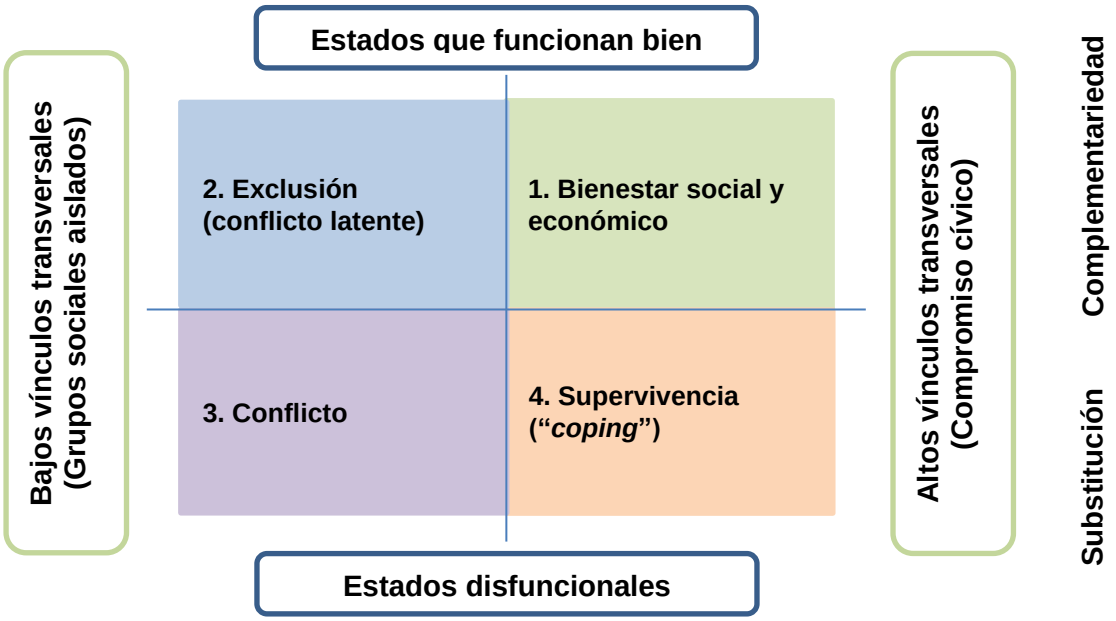
personas, sin tener en consideración las redes o grupos a los cuales pertenecen. Los sociólogos se centran más en el sentido colectivo de las relaciones humanas, como una forma de comprender mejor el capital social y su función en las organizaciones.

En este trabajo se analizan las principales discrepancias entre distintos autores, investigadores y especialistas sobre qué entienden por capital social, y se plantea la presencia de distintos aspectos o roles del capital social, una de las cuales es el “capital social cooperativo”. Es decir, después de estudiar los diversos enfoques, se profundiza en la relación existente entre las dinámicas propias del capital social del individuo y las del cooperativismo, donde el concepto adopta la forma de una institucionalidad sociocultural con características de sistema complejo adaptativo.

En definitiva, se lleva adelante una revisión de las distintas definiciones de capital social, específicamente en el marco de las cooperativas, con la factibilidad de construir capital social cooperativo de modo intencional. En este contexto, el capital social, significa un conjunto de recursos que las personas pueden obtener gracias a las estructuras de las redes sociales en el marco de las cooperativas del sector agroalimentario de Extremadura, que son motivo de estudio, análisis e investigación.

Los análisis relacionados con el Banco Mundial, son los que intentan un enfoque, como se dijo, que trascienda lo individual para enfocarse en los aspectos institucionales. En esta línea, se encuentra el trabajo de Narayan (1999) que se ocupa de las relaciones del capital social con el Estado. De este modo, toma dos ejes que se cruzan entre sí: “funcionamiento del Estado” y “vínculos sociales”, generando a partir de ello, distintos escenarios como los que se reflejan en el gráfico 1.

Gráfico 1. Interrelación entre el capital social y el Estado.



Fuente: A partir de Narayan (1999)

En el extremo superior derecho, se encuentran las sociedades con altos vínculos transversales e individuos con compromiso cívico. En este caso, el Estado complementa los esfuerzos que lleva a cabo *per se* la sociedad civil y se logran niveles de bienestar tanto social como económico.

En el cuadrante opuesto, si bien el Estado presenta indicadores de desempeño altos, su control está en manos de ciertos estratos sociales, que excluyen a otros, tanto para la incorporación al poder, como el acceso a los beneficios.

Los cuadrantes 3 y 4 presentan la "dinámica de sustitución", dado que el Estado está ausente, y son los propios ciudadanos los que deben lograr satisfacer sus necesidades básicas (por ejemplo, salud, educación y vivienda).

La idea del autor mencionado, es analizar los vínculos existentes entre los elementos planteados, y son las interacciones entre las instituciones informales y el Estado a través de sus organizaciones formales las que permite la interacción y sinergia y enfoque en el Cuadrante 1. De esta manera, capital social serían "los atributos inherentes al estado en cuanto a la capacidad y coherencia". Serían los factores de desarrollo de la sociedad o conocer los motivos por los cuales no se estarían logrando.

1.1. Qué se entiende por capital social.

El término capital social se ha utilizado para abordar características de una relación como la confianza, las normas y las redes. Este concepto caracteriza la calidad de las relaciones, y puede colaborar a mejorar la certidumbre de las relaciones económicas (Spear, 2000).

De todos los autores que han elaborado diversos conceptos de capital social (Coleman, Bourdieu, Woolcock, Fukuyama entre otros), la definición más común es la que lo considera como *"características de la organización social, tales como redes, normas y confianza social que facilitan la coordinación y la cooperación para el beneficio mutuo"* (Putnam, 1995, p. 67).

Analizando esta definición, se puede extraer que la organización cooperativa representa a un ejemplo de institución especial, basada en el capital social. En este sentido, *"el capital social es el principal recurso de las organizaciones gobernadas sobre la base de principios cooperativos"*, como señala Valentinov, (2004, p. 16). La razón fundamental se encuentra en la doble naturaleza de estas organizaciones las que, por un lado, son grupos o corporaciones de individuos y, por el otro, son empresas de propiedad de dichos miembros del

grupo. Este sustento social de la cooperación brinda un carácter democrático y está enfocado hacia la persona, lo cual lo convierte en un elemento clave para distinguir a la cooperativa de la organización capitalista (Valentinov, 2004).

En el contexto de las cooperativas, es posible considerar los valores y principios cooperativos como tal capital social. Este capital social se comparte entre los miembros, reemplazando otros incentivos como el precio o la autoridad formal. Por lo tanto, este capital social constituye la fuerza unificadora de esta forma organizativa (Valentinov, 2007).

Como se mencionó en esta investigación, se parte del concepto de capital social como un todo, analizándolo en sus distintas acepciones como contabilidad, leyes y finanzas (Patrimonio, bienes, obligaciones y rentabilidad), las que difieren del uso en Sociología y Economía (Personas - Medios de producción). Al respecto, Ibarra y García (2016) expresan que cualquier empresa usa tres factores de producción para la fabricación de bienes y/o servicios, y son: capital, trabajo y materias primas.

Para la obtención de dichos bienes o servicios, el capital debe estar en combinación con distintos factores de la producción. En este contexto, el capital también contempla a los recursos financieros que se deben invertir en todo proyecto para la elaboración o venta de servicios, los beneficios producto de los intereses u otros resultados financieros.

El concepto de capital social pone el foco sobre diversos aspectos que no son novedosos, pero que por varios motivos fueron dejados de lado, durante el apogeo de la economía neoclásica y las teorías de la elección racional, y estos aspectos son: confianza y normas de reciprocidad, redes, la participación civil y reglas o instituciones tanto formales como informales.

Una hipótesis que explica la popularización del concepto de capital social y de que se haya vuelto tan utilizado, es porque pone en debate un conjunto de temas que han sido invisibles por las políticas y teorías dominantes, y sugiere de una manera muy explícita:

> *"…que la dimensión social de la existencia humana puede ser tan importante como la dimensión económica; que lo social subyace a cualquier otra acción económica o política (es decir, que todo está integrado); y que lo social constituye una dimensión de la calidad de vida tan importante como la económica"*, como bien expresa Bebbington (2002, p. 802).

Otra contribución que realiza el término capital social consiste, como afirma Nieto (2014), en que incorpora estos factores, que en teoría carecen de relación en una sola línea estratégica de ideas, que persigue el logro de los objetivos previstos en la misión y visión de la organización. La perspectiva del capital social ayuda a acelerar el progreso económico y la gobernabilidad democrática. Del mismo modo, esta perspectiva exige a los teóricos que se aparten del razonamiento puro y tengan en cuenta aspectos de políticas públicas que conllevan importancia práctica, y propone a los generadores de agendas políticas que amplíen sus puntos de vista.

Sin embargo, sus críticos, entre ellos Strandberg (2017) argumenta que:

1) El concepto al ser demasiado ambicioso, se vuelve ambiguo.

2) Sólo coloca una nueva etiqueta a ideas ya conocidas.

3) No existe una elaboración acerca de cómo afecta cada forma de capital social al desempeño económico y político.

El presente proyecto de investigación, se basa también en una revisión de la historia del concepto y su uso actual. La teoría y los orígenes del capital social

provienen de diversas tradiciones teóricas, de las que se pretende brindar un recorrido histórico pero meramente introductorio.

Cronológicamente podemos afirmar que la idea del concepto de capital social surge y se utiliza desde la Antigua Sociología, pero a finales del siglo XIX, Émile Durkheim (1883) resaltaba la importancia del papel que juegan los vínculos sociales en la cohesión y la cooperación social como fuente esencial de la solidaridad en las sociedades modernas, y la idea de capital social focalizada en el término de solidaridad social, definiéndolo como el conjunto de normas, creencias y valores que integran a las personas en una comunidad (Durkheim, 1893, citado en Puga et al., 2007).

Una diferencia importante entre el capital social y algunas otras formas de capital, es que el capital social existe en una relación social. Por el contrario, el capital humano puede residir solo en el individuo. Esto no quiere decir que la creación de capital humano no sea colectiva; incluso el capital físico es, en gran parte, un fenómeno colectivo, como enfatizó Veblen (1908). Este autor, nunca mencionó al capital social explícitamente en ninguna de sus obras, aunque tenía una visión sobre el conocimiento, las habilidades y las prácticas en una comunidad en el sentido de “activos intangibles”, que hacen referencia a una especie de capital social. En Marx, el agente productivo en la vida económica es el trabajo; en Veblen, es la experiencia acumulada y la iniciativa de la raza, técnicas creadas por el hombre para uso humano, es decir, Veblen concebiría al capital social como la experiencia tecnológica e industrial acumulada de la comunidad (Faucher, 2018).

Posteriormente, como señalan Solís et al. (2013, p. 190), en 1916 Lyda Judson Hanifan es el precursor que acuña el término de capital social con el objeto de destacar la importancia del compromiso comunitario en la democracia y el desarrollo, definiendo el capital social como:

> *"[...] esas sustancias tangibles con que cuentan la mayoría de las personas en la vida diaria, es decir, la buena voluntad, el compañerismo, la simpatía mutua y las relaciones sociales entre un grupo de personas y familias que forman una unidad social […] En la construcción de la comunidad como en la organización empresarial […] debe haber una acumulación de capital de un gran número de personas. [...] Las personas se benefician al tener estos productos y comodidades disponibles para sus necesidades diarias […]"* (Hanifan, 1916, p. 130).

El planteamiento del autor fue que los problemas sociales, económicos y políticos de las comunidades en las cuales trabajaba, solo podían ser resueltos mediante la protección de las redes de solidaridad entre los ciudadanos, partiendo de la idea de que son las propias características de socialización de los individuos, las que les permiten obtener recursos que satisfacen sus necesidades día a día (Solís y Limas, 2013).

Años más tarde, en 1944, se le atribuye a Weber (1944) el término de acción social, un concepto asociado al de capital social, donde relaciona la acción social con el capital social para la obtención de recursos o beneficios. Vincula el capital social con relaciones formales e informales y con valores compartidos, y relaciona el capital social con la acción social asociada a las relaciones de cotidianidad (costumbres) en una empresa o comunidad.

En un periodo más reciente, y con la intención de aportar conocimientos teóricos y empíricos al concepto de cambio social, derivadas por el declive en la sociedad, el civismo y la vida política desde 1960, Putnam utiliza el término de capital social para analizar el desempeño de los gobiernos de las regiones en Italia, y describir el civismo en los Estados Unidos (Putnam, 1995), no solo reorientando el concepto hacia un enfoque político y científico, sino destacando que el *"capital social se refiere a las características de la*

organización social como redes, normas y confianza social que facilitan la coordinación y la cooperación para beneficio mutuo" (Putnam, 1995, p. 66).

Por lo tanto, para este autor, el capital está integrado por el grado de confianza entre los actores sociales, las normas de comportamiento cívico y el nivel de asociatividad que caracteriza a una determinada sociedad. Esto lleva al fortalecimiento de la confianza social, lo que alimenta a su vez, las redes sociales que hacen posible esas diversas formas de participación de la ciudadanía.

Los economistas utilizan el término capital de dos formas muy distintas. Hablan de capital financiero y bienes de capital, como sucede en la definición de Smithson, el capital es *"una mercancía en sí misma utilizada en la producción de otros bienes y servicios. Es un bien/recurso creado por el hombre, como una planta o equipo, creado para permitir una mayor producción en el futuro"* (Smithson, 1982, p. 111). En este sentido, el capital representa una acumulación de consumo rehusado, una cantidad ahorrada para su uso posterior. La metáfora del capital se ha extendido al capital humano, el capital organizacional y el capital cultural. El capital humano tiene muchas de las mismas propiedades que el capital físico, fundamentalmente, el capital humano enfatiza una plusvalía y representa una inversión en educación y habilidades que reside en los individuos (Schultz, 1961) (Becker, 1964). El capital humano no se destruye con el uso y cuando se combina con otros bienes de capital, transforma los recursos en productos.

Una definición de capital social consistente con la definición de Smithson, generalmente aceptada por los economistas, sustituiría por "mercancía" la palabra simpatía, y así, resaltaría el motivo como base del concepto de capital social, es decir, el capital social es la simpatía de una persona o grupo hacia otra persona o grupo que puede producir un beneficio potencial, ventaja y trato

preferencial para otra persona o grupo de personas más allá de lo esperado en una relación de intercambio. Esta definición separa lo que es (simpatía) de lo que hace (beneficio potencial), y se centra en la capacidad transformadora del capital que reside (encarna) en las relaciones humanas, lo que constituye un motivo que se diferencia de la codicia. Adam Smith, quien escribió *La riqueza de las naciones*, presagió el concepto de capital social cuando empleó "la simpatía" para diferenciar las preferencias sociales. Este autor escribió que:

> "*Cada hombre siente sus propios placeres y sus propios dolores con más sensatez que los de otras personas… Después de él, los miembros de su propia familia, los que habitualmente viven en la misma casa con él, sus padres, sus hijos, sus hermanos y hermanas…, son naturalmente el objeto de su más cálido afecto*" (Smith, 1759. p. 395).

Loury (1977) argumenta que el contexto social en el que se produce la maduración individual condiciona, fuertemente con lo que una persona puede lograr, citado en Lesser (2000, p. 46). Esta idea, influyó en otro de los autores que podemos enmarcar en lo que se denominó padres del capital social, que es Pierre Bourdieu, quien en la década de 1980 define este concepto como:

> *"[…] el conjunto de los recursos reales o potenciales ligados a la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de conocimiento y reconocimiento mutuos, en otras palabras, a la afiliación a un grupo, como conjunto de agentes que no están solamente dotados de propiedades comunes […] sino que están también unidos por lazos permanentes y útiles"* (Coleman, 1980, citado en Caracciolo y Foti, 2003, p. 36).

A su vez, para este sociólogo, la red de relaciones, es el producto de estrategias de inversión social consciente o inconscientemente orientadas hacia la institución o reproducción de relaciones sociales directamente utilizables, tanto a corto como a largo plazo. Es decir, hacia la transformación

de relaciones contingentes como las de vecinazgo, de trabajo o incluso de parentesco, en relaciones a la vez necesarias y electivas que implican obligaciones duraderas subjetivamente sentidas, como el sentimiento de reconocimiento, de respeto, de amistad, etc. (Bourdieu, 1980).

El tratamiento del concepto de capital social que hace Bourdieu se enmarca, en palabras de Arriagada (2005, p.14), en una *"filosofía relacional"*, desde el momento que otorga primacía a las *"relaciones sociales"* en un doble sentido: *"relaciones objetivas o de campos sociales" y las "estructuras incorporadas"*, es decir, la de los hábitos o las disposiciones de los sujetos. Postula, también, la creación deliberada de sociabilidad con el objeto de generar aquellos recursos derivados de la participación en grupos y redes sociales.

Bourdieu es, a su vez, quien menciona el término capital como una energía social (o sinergia) que produce efectos de competencia en la misma sociedad (Alonso, 2003), y quien aplica este concepto como un instrumento que permite a los individuos obtener beneficios al pertenecer a un grupo, llegando incluso a señalar que el capital social tiene en esencia dos elementos: uno, la relación social que permite a los individuos acopiarse de recursos de los asociados y dos, la cantidad y calidad implícitos en dichos recursos, tal como explica Portes (1999).

En esta concepción de capital social elaborada por Bourdieu, la novedad se centra en destacar que la existencia de una red de relaciones, el intercambio de recursos, un grado de institucionalización, la pertenencia y permanencia a un grupo, constituyen elementos que al girar en torno a un propósito o beneficio, puede fomentar lazos afectivos por periodos prolongados.

Por su parte, Coleman define capital social de acuerdo a su función, y afirma que: *"no es un ente aislado, sino más bien una variedad de entes diferentes*

con dos elementos en común: consisten en algunos aspectos de las estructuras sociales y facilitan ciertas acciones de los actores en la estructura" (Coleman 1990, p. 302). De esta manera, para este autor, el capital social serán los *"recursos estructurales que constituyen un activo de capital para el individuo y que facilitan ciertas acciones de individuos que están dentro de esa estructura"*, como también señala Coleman (1990, p. 303).

De lo anteriormente expuesto, Coleman afirma que debido a la complejidad del concepto de capital social, éste *"puede tener elementos positivos pero puede generar situaciones negativas; al igual que otras formas de capital, al ser productivo, hace posible el logro de ciertos fines, los que serían inalcanzables en su ausencia"* (Coleman, 1990, p. 302).

Por otro lado, Burt (1992) definió el capital social como *"una relación de amigos, colegas y contactos más generales a través de los cuales reciben oportunidades para utilizar otras formas de capital"*, como así lo recogen Robison y Ritchie (2019, p. 23). De esta definición de capital social, podemos combinar una relación entre dónde reside el capital social (con amigos, colegas y contactos más generales), con lo que puede usarse para lograr su objetivo (recibir oportunidades para usar otras formas de capital).

Portes y Sensenbrenner (1993, p. 1336), relacionan lo que es el capital social (una variedad de estructuras) con su utilidad o lo que puede lograrse con él: *"facilitar ciertas acciones de los miembros individuales del grupo donde se define el grupo, por algún aspecto de la estructura social"*.

Otro ejemplo de una definición que combina una declaración de qué es el capital social con dónde reside, es la que desarrolla Portes (1995), quien definió el capital social como *"la capacidad de los individuos para controlar recursos escasos en virtud de su pertenencia a redes o estructuras sociales*

más amplias", tal y como indican López y Barajas (2013, p. 16). Esta definición, también se puede dividir en una declaración de lo que es el capital social (la capacidad de los individuos para controlar recursos escasos), con una declaración de dónde reside el capital social (redes o estructuras sociales más amplias).

Narayan y Pritchett (1997) definen "capital" como algo acumulado que contribuye a mayores ingresos o mejores resultados. El "algo", haciendo un resumen, sólo se describe como conexiones y vínculos horizontales sin una definición más amplia. Posteriormente enumeran cinco procesos en los que el capital social cambia los resultados para mejorar, al facilitar una mayor cooperación; es decir, argumentan primero que el aumento del capital social mejora los gobiernos; en segundo lugar, que el aumento del capital social conduce a un aumento de la acción cooperativa comunitaria y resuelve los problemas de "propiedad común" local; en tercer lugar, el aumento del capital social fortalece los vínculos entre los individuos que acelera la difusión de innovaciones; en cuarto lugar, un mayor capital social mejora la cantidad y calidad de los flujos de información y reduce los costes de transacción; y por último, un mayor capital social agrupa los riesgos y permite a los hogares realizar actividades más arriesgadas y de mayor rentabilidad.

En base a este postulado, Woolcock (1998) investiga el capital social en el contexto de la política de desarrollo económico, y sugiere que el desarrollo de abajo hacia arriba dependa de los lazos intracomunitarios etiquetados como "integración", y las redes extracomunitarias etiquetadas como "vínculos". El desarrollo de arriba hacia abajo implica relaciones entre el Estado y la sociedad, denominadas "sinergia", y coherencia, competencia y capacidad institucionales se denominan "integridad organizativa". Este último, está relacionado con lo que otros llaman capital organizacional, y esta concepción implica una mezcla de lo que es el capital y dónde reside.

Sin embargo, para O'Hara (1998), el capital social se crea en colectividades institucionalizadas como corporaciones, universidades, gobiernos y asociaciones informales de personas en las que se forman, y transfieren conocimientos y visiones.

Desde los Organismos Internacionales, también han aportado y trabajado la variable de capital social en esta cuestión, y se han dado las siguientes definiciones de la misma:

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

En el año 1999, John Durston -Oficial de Asuntos Sociales de la División de Desarrollo CEPAL-, lo definía diciendo que:

> *"Por capital social se entiende el conjunto de normas, instituciones y organizaciones que promueven la confianza y la cooperación entre las personas, en las comunidades y en la sociedad en su conjunto. En aquellas formulaciones del paradigma del capital social (y del neoinstitucionalismo económico en que éstas se basan en parte) que se concentran en sus manifestaciones colectivas, se plantea que las relaciones estables de confianza y cooperación pueden reducir los costes de transacción, producir bienes públicos y facilitar la constitución de actores sociales o incluso de sociedades civiles saludables"* (Durston, 2000, p. 103).

También desde la órbita de la CEPAL, Francis Fukuyama (1995) define el capital social como las normas y valores compartidos que promueven la cooperación social. Según el autor, el capital social es indispensable para que las sociedades sean capaces de crear instituciones y hacer cumplir la ley; y es

un puntal indispensable de la democracia, que es la fuente de legitimidad y el marco político en que se da el desarrollo.

Por su parte, Raúl Atria (2003), Consultor División de Desarrollo Social del organismo, observando diversos trabajos que se elaboraron para la ocasión y dar contenido para la Conferencia (CEPAL, 2001), sostiene que hay dos dimensiones o ejes principales donde se pueden alinear las distintas formas de abordar la definición del concepto de capital social. La primera, se refiere al capital social entendido como una capacidad específica de movilización de determinados recursos por parte de un grupo; la segunda dimensión, se remite a la disponibilidad de redes de relaciones sociales. En torno a la capacidad de movilización convergen dos nociones importantes, como son el liderazgo y su contrapartida, y el empoderamiento. En la dimensión de los recursos, continúa el citado autor, aparecen implicados la noción de asociatividad y el carácter de horizontalidad o verticalidad de las redes sociales.

En relación a lo expuesto, definen al capital social de un grupo social como la *"capacidad efectiva de movilizar productivamente y en beneficio del conjunto, los recursos asociativos que radican en las distintas redes sociales a las que tienen acceso los miembros del grupo en cuestión"*, como así lo reflejan Atria et al. (2003, p. 108). Así, los recursos asociativos que importan para dimensionar el capital social de un grupo o comunidad son: las relaciones de confianza, la reciprocidad y la cooperación.

Citando a Durston (2001), Atria et al. (2003) explican cada uno de esos factores. De este modo, la "confianza", sería el resultado de la iteración de interacciones con otras personas, que demuestran en la experiencia acumulada que responderán con un *quid pro quo* a un acto de generosidad, alimentando un vínculo que combina la aceptación del riesgo con un sentimiento de afectividad o identidad ampliada. La "reciprocidad", se ha

entendido como el principio rector de una lógica de interacción ajena a la lógica de mercado, que involucra intercambios basados en obsequios[2]. Y la "cooperación", es la acción complementaria orientada al logro de objetivos compartidos de un emprendimiento común.

En el año 2003, también desde la CEPAL, se intenta justificar al capital social como una metáfora, y se plantea con las siguientes afirmaciones: Los recursos son instrumentos que pueden ser aplicadas a la consecución de ciertos fines. En cuanto tales, son acumulables, transferibles, y aplicables a fines productivos. Es la noción de "recurso" lo que fundamenta la metáfora de la asociatividad tratada como "capital"." Es decir, lo que se entendería por capital social serían recursos, lo que hace que el capital social sea diferente al capital financiero y al capital de recursos materiales.

Banco Mundial.

Según este Organismo Internacional (Banco Mundial, 2001), el capital social se refiere a las instituciones, relaciones y normas que conforman la calidad y cantidad de interacciones sociales de una sociedad. A lo que agregan, que *"no es solo la suma de las instituciones que configuran una sociedad, sino es la materia que las mantiene juntas"*, como lo cita Mota (2002, p. 45).

Siguiendo con la visión del Banco Mundial sobre el concepto en revisión, dentro de esta Institución, analistas sociales han propugnado que la participación social no es algo meramente "agradable", sino que sirve al

[2] A fin de precisar a qué hace referencia la palabra "obsequios", se hace necesario remitirnos al texto de Durston (2000, p. 9), quien citando al antropólogo Marcel Mauss, particularmente en su ensayo sobre el "Don", hace referencia al concepto de "reciprocidad" a la que define como un principio regidor de las relaciones institucionales formales e informales a nivel de comunidad. Partiendo de ese concepto, Mauss describe cómo en las sociedades premercantiles operaban sistemas de intercambios basados en obsequios, que funcionaban como una compensación de carácter obligatorio recibida por un favor, y que consistían en objetos, ayuda, o bien, otro favor. Tales relaciones, de acuerdo con este antropólogo, tenían lugar en todos los ámbitos e instituciones de la vida humana: el religioso, el político, el jurídico, el familiar y el económico.

proceso de desarrollo como un recurso de inversión, y también para reformar las instituciones. Según esta corriente a favor de la participación social y postulada dentro del Banco Mundial por Bebbington et al. (2004), las relaciones sociales entre las personas con bajos recursos económicos pueden ser un recurso contra la pobreza. Esto es, en virtud, de que a finales de la década de los noventa, la noción de capital social pasó a constituir un elemento de importancia en los nuevos diagnósticos del Banco, trasladándose a sus recomendaciones para reducir la pobreza, como por ejemplo en América Latina. Así, desde la concepción del Organismo Internacional, el capital social permite una ampliación de las estrategias de desarrollo.

Es importante destacar los aportes de Woolkcock y Narayan (2000) desde el ámbito del Banco Mundial. Ellos expresan que la investigación sobre capital social y desarrollo económico se puede clasificar en virtud de cuatro perspectivas: visión comunitaria, visión de redes, visión institucional y visión de sinergia.

La *visión comunitaria*, identifica el capital social con organizaciones, tales como asociaciones, clubes, grupos cívicos, etc. Desde esta perspectiva es importante que exista una gran cantidad de estos grupos en una comunidad, ya que esto permitiría contribuir a superar situaciones de pobreza. La *visión de redes*, resalta la importancia de las asociaciones, sean éstas verticales u horizontales. En este sentido, consideran que para que el capital social sea eficaz para una comunidad, es necesario que la misma cuente con fuertes lazos intracomunitarios y redes intercomunitarias. Por su parte, la *visión institucional* sostiene que el capital social de una comunidad es una variable dependiente de su contexto político, legal e institucional. En esta línea, aquellos países que cuenten con altos índices de corrupción, retrasos burocráticos, desigualdades, conflictos étnicos y ausencia de libertades étnicas, poseen grandes impedimentos para prosperar. Por último, desde la *visión sinérgica*, se pretende integrar los enfoques institucional y de redes. Se

relaciona con las complementariedades *intra* e *interorganizacionales*, tanto públicas, privadas como civiles que se consideran necesarias para la promoción de un desarrollo sostenible. Desde esta perspectiva, se deben identificar las instituciones formales, las relaciones sociales y sus interacciones en una comunidad, desarrollar estrategias institucionales basadas en relaciones sociales y determinar de qué manera el capital social, a través de la cooperación, la confianza y la eficacia institucional puede compensar el sectarismo, el aislacionismo y la corrupción (Woolkcock y Narayan, 2000).

Avanzando con los documentos del Organismo Internacional, y observando el trabajo titulado *Juntos podemos. Niveles y determinaciones del capital social en Argentina* del año 2001, se pueden extraer una serie de presupuestos de los que parte, en general, el Banco Mundial a raíz del estudio de esta temática. Así, surge de la lectura del mencionado documento, en primer lugar, que las sociedades que tengan altos niveles de capital social gozarán de importantes ventajas para disminuir y luchar contra la pobreza. También surge, que al igual que otras formas de capital, el capital social se agota, es renovable, requiere inversión y produce beneficios.

En línea teórica con Putnam, el capital social es definido en el citado Informe del Organismo Internacional, como *"las redes, asociaciones, normas y valores que permiten a las personas actuar de una forma colectiva, para producir una externalidad positiva a favor de las mismas o de la comunidad"*, como se hace referencia en Banco Mundial (2001, p. 5). Siguiendo este documento, los niveles micro de capital social (participación y confianza interpersonal) son puestos en relación con las características del marco institucional, ya que se presupone la existencia de una fuerte relación entre el capital social y su entorno. Esto importa asumir que el capital social no se desarrolla en vacíos políticos-institucionales, y que las características institucionales pueden generar tanto ambientes favorables para el desarrollo del capital social o convertirse en obstáculos para su formación.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

Para este Organismo Internacional, el capital social son:

> *Varias formas de organización social han existido a lo largo de la historia, y han sido utilizadas por generaciones para movilizar recursos y servir a propósitos sociales, económicos y políticos. Incluye instituciones comunitarias, autoridades tradicionales, redes sociales y vecinales, organizaciones de carácter religioso para un servicio social, y otras formas de asociaciones voluntarias sin ánimo de lucro y de autoayuda. Todos estos medios organizativos son parte de la riqueza cultural y social de los pueblos del continente, y representan un importante acervo de capital social para la construcción de las economías competitivas, sistemas políticos democráticos y sociedades más solidarias, sin pobreza y exclusión* (BID, 2000, pp. 8 y 9).

No obstante, se pueden señalar dos grandes vías de acercamiento al tema del capital social en los últimos años en el BID, es decir: las contribuciones conceptuales sobre los vínculos entre el capital social, valores éticos y cultura, por un lado; y el fortalecimiento de la participación, por otro.

Esto surge de uno de los primeros aportes conceptuales del Organismo sobre el tema del capital social, realizados en la Conferencia Internacional convocada en su Cuadragésima Asamblea Anual de Gobernadores del año 1999. En el libro *Capital social y cultura: claves estratégicas para el desarrollo* (compilado por Bernardo Kliksberg y Luciano Tomassini en 2000) se recolectaron las más importantes contribuciones surgidas de la mencionada conferencia. El aporte central, es la reflexión sobre el aspecto de los valores en torno al capital social y su contribución al desarrollo. Además se consideró, que la cultura se refiere fundamentalmente a los valores que inspiran la estructura y comportamiento de una sociedad y de sus distintos miembros. A

su vez estos valores inciden en la generación de aquel conjunto de tradiciones, prácticas e instituciones que conforman el capital social. Por último, se puso el énfasis en la participación de la comunidad como el gran constructor de capital social. Dirá Kliksberg (2000) al respecto, que la participación es un derecho básico del ser humano, que eleva su dignidad y le abre posibilidades de desarrollo y realización. La participación es el instrumento que utiliza provechosamente el capital social existente, y a su vez lo estimula.

Llegados a este punto, consideramos que del análisis del conjunto de las definiciones aquí expuestas, pueden identificarse algunos elementos, características y funciones importantes que permiten conceptualizar el término de capital social y, resumimos en la siguiente tabla:

Tabla 1. Conceptualización del término capital social.

Capital social consiste en / reside en	**Función**	**Autor**
Conjunto de normas - creencias - valores. Vínculos sociales.	Cohesión y cooperación social como fuente de solidaridad.	Durkheim (1893).
Mercancía. (Metáfora aplicada al capital social).	Producción de otros bienes y servicios.	Economistas. (Smithson (1892), Schultz (1963), Becker (1964)).
Activos intangibles como el conocimiento, las habilidades y las prácticas en una comunidad.	Factor de producción.	Veblen (1908).
Sustancias tangibles (buena voluntad, compañerismo, simpatía mutua y relaciones sociales).	Resolución de problemas sociales, económicos y políticos.	Hanifan (1916).
Redes de solidaridad.	Beneficios materiales y simbólicos Posibilita la existencia de grupos.	Bourdieu (2011)

Acción social.	Obtención de recursos o beneficios.	Weber (1944).
Relaciones formales e informales. Valores compartidos.	Facilita la movilidad social orientada a intereses particulares Constituyen una unidad social de autogobierno, con un sentimiento de pertenencia.	Putnam (1993) Mitchell (1968)
Capital – Relaciones humanas.	Capacidad transformadora.	Adam Smith (1976).
Relación social/red de relaciones. Pertenencia y permanencia en un grupo. Intercambio de recursos. Cierto grado de institucionalización.	Permite a los individuos acopiarse de recursos. Fomenta lazos por periodos prolongados. Obtención de beneficios – Asegurar un conjunto de recursos actuales y potenciales.	Bourdieu (1980).
Energía social o sinergia.	Produce efectos de competencia en la sociedad.	Bourdieu (1980)
Medio o recurso – aquello que es productivo e Inherente a la estructura de las relaciones sociales.	Facilita a los individuos la consecución de sus propios intereses.	Coleman (1990).
Reside en amigos, colegas y contactos más generales,	Recibir oportunidades para usar otras formas de capital,	Burt (1992).
Variedad de estructuras.	Facilitar acciones de los miembros individuales del grupo donde se define el grupo por algún aspecto de la estructura social.	Portes y Sensenbrenner (1993).
Características de las relaciones sociales como redes, normas y confianza social.	Facilitar la coordinación y la cooperación para el beneficio mutuo.	Putnam (1995).
Redes o estructuras sociales más amplias.	Capacidad de los individuos para controlar recursos escasos.	Portes (1995).
	Contribuye a mayores ingresos y mejores resultados. Mejora los gobiernos. Aumenta la acción cooperativa comunitaria.	

Conexiones y vínculos horizontales.	Resuelve los problemas de propiedad común. Fortalece los vínculos entre los individuos. Acelera la difusión de las innovaciones. Mejora la cantidad y calidad de los flujos de información. Reduce los costes de transacción. Agrupa los riesgos. Permite a los hogares realizar actividades de riesgo y de mayor rentabilidad.	Narayan y Pritehett (1997).
Lazos intracomunitarios (integración)/ Redes extracomunitarias (vínculos). Relaciones entre el Estado y la sociedad (sinergia).	Permite el desarrollo de abajo hacia arriba. Permite el desarrollo de arriba hacia abajo.	Woolcock (1998).
Colectividad institucionalizada (corporaciones, universidades, gobierno y asociaciones informales de personas).	Formar y transferir conocimientos y visiones.	O' Hara (1998).
Variadas formas de organización social (Instituciones comunitarias, autoridades tradicionales, redes de parentesco, asociaciones voluntarias, etc.).	Movilizar recursos y atender fines de orden social, económico y político. Construir economías competitivas, sistemas políticos democráticos y sociedades más solidarias. Contribuir al desarrollo.	Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2000).
Conjunto de normas, instituciones y organizaciones. Redes de relaciones sociales. Normas y valores compartidos. Capacidad de movilización de determinados recursos por parte de un grupo.	Crear relaciones de confianza y de cooperación social. Ayudar a que las sociedades sean capaces de crear instituciones y hacer cumplir la ley. Contribuir al desarrollo.	CEPAL (Durston, 2000; Fukuyama, 1999; Atria, 2003).

Recursos asociativos (confianza, reciprocidad y cooperación).		
Instituciones, redes y relaciones sociales. Normas y valores.	Contribuir al proceso de desarrollo como un recurso de inversión. Reformar las instituciones. Generar recursos contra la pobreza.	Banco Mundial (2001).

Fuente: Elaboración propia

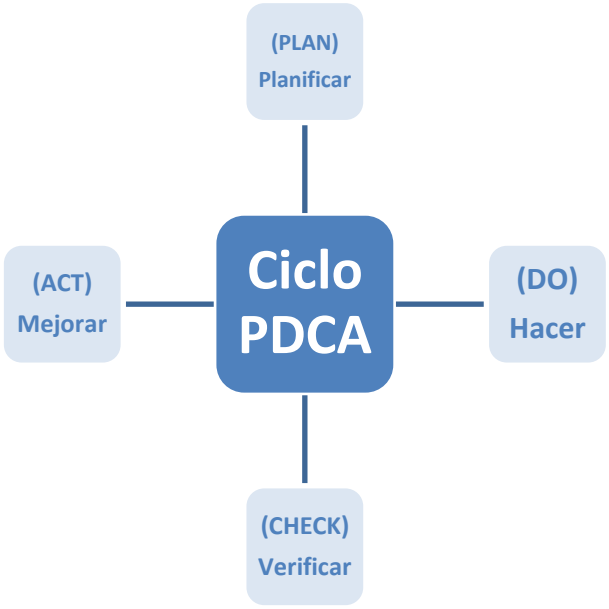
1.2. Orígenes y diversas teorías del capital social.

Existen muchas aportaciones de conocimiento en materia de capital social: unas desde un punto de vista teórico, otras que se han incorporado en la última década desde un punto de vista empírico, pero existen vagas aportaciones desde el punto de vista de la medición. Como decía William Pepperell Montague (1873-1953)[3]: "de acuerdo con la nueva física, lo que no se puede medir no existe físicamente" (cita que se extrae de la conocida *"lo que no se puede medir, no se puede gestionar"*). O como expresaba Peter Drucker (1909-2005)[4]: *"lo que se mide, se puede mejorar"* (Cohen, 2008, p. 283). En definitiva, para conocer el estado de ciertas variables claves en cualquier tipo de organización social y/o empresarial, es necesario medirlas.

Y esto en función de que la medición es imprescindible en la gestión. Como afirma Ruiza et al. (2004), forma parte del proceso administrativo y es fundamental en la aplicación del ciclo PDCA de mejora continua, ciclo formulado por Henry Fayol, cuyas siglas significan PLAN (Planificar); DO (Hacer); CHECK (Verificar) y ACT (Mejorar) (Ruiza et al., 2004).

[3] https://www.sintetia.com/lo-que-no-se-puede-medir-no-se-puede-gestionar
[4] https://www.entrepreneur.com/article/267406

Figura 1. Ciclo PDCA de Mejora Continua.



Fuente: Elaboración propia a partir de la Metodología formulado por Henri Fayol (1971).

El origen de lo que en la actualidad se denomina capital social, se remonta a autores como Smith y Ricardo, quienes no hicieron mención específica a esa denominación, pero comenzaron a exponer argumentos basados en que, la productividad y el crecimiento, son influenciados positivamente por las relaciones sociales, principalmente cuando son basadas en la confianza, y son duraderas.

La literatura, en general, se le atribuye a Hanifan haber utilizado la expresión de capital social en el año 1920, como se indica a continuación:

> *"Hanifan acuñó este concepto para explicar la importancia que posee el compromiso comunitario en la satisfacción de las necesidades sociales de los individuos. Destacaba que las redes sociales y las normas de reciprocidad podían facilitar la cooperación en beneficio mutuo. A su vez, observó que los graves problemas sociales, económicos y políticos de las comunidades podían también resolverse reforzando estas redes de*

solidaridad entre sus ciudadanos", según señalan López-Fernández et al. (2007, p. 1062).

Después de este aporte de Hanifan, el concepto desapareció de la literatura, hasta los años 70, cuando los estudios científicos los trajeron nuevamente. Así, se encuentran posteriores definiciones que se acercan más a los conceptos que se utilizan actualmente, por ejemplo, los de Portela et al. (2000) que aluden a que el capital social es el resultado de un proceso de "interacción dinámica"[5]; pero es a partir de los trabajos de James Coleman (1998) en Sociología de la Educación y de Robert Putnam (1993, 1996) en el campo de las Ciencias Políticas cuando la expresión capital social toma una mayor relevancia.

Hemos visto ya que, en general, se puede concebir al capital social como una serie de recursos disponibles para los individuos derivados de su participación en redes sociales (Lin y Nugent, 1995). Esto, en virtud de dos aspectos esenciales del capital social, de los cuales partimos en esta investigación, que son: la información que recorre la estructura de las redes sociales y las obligaciones de reciprocidad que pueden generarse de la confianza mutua entre los individuos pertenecientes a la misma estructura de red, específicamente aquellas que se pudieran dar en el marco del cooperativismo. Los sujetos no pueden acceder a dichos recursos de capital social si no participan de alguna manera en redes sociales. Así pues, un individuo aislado,

[5] Sostienen los autores Portela et al. (2000, pp. 446-447): "El capital social es un recurso en el cual se pueden invertir otros recursos con la expectativa de beneficios futuros, pudiendo constituirse en un sustituto o un complemento de los mismos. Como sustituto los agentes pueden compensar la carencia de capital financiero o humano mediante el establecimiento de buenas relaciones. El capital social es también complementario con otras formas de capital puesto que por sí solo no es suficiente para el desarrollo. Existen, no obstante, algunas características propias del capital social que lo hacen distinto al capital físico como que el primero no es tan fácil de encontrar, ver y medir como el segundo y que es mucho más difícil de construir a través de intervenciones externas, ya que su desarrollo requiere de una infraestructura social que opere eficientemente y un gran conocimiento de las prácticas locales. Así podemos afirmar que el capital social es el resultado de un proceso de interacción dinámica: se crea, se mantiene y se destruye (de forma intencionada o no) y requiere de una inversión constante".

que no participe en ninguna red social, no podrá disfrutar de los recursos del capital social.

No obstante, cabe aclarar en este punto, que no todos los autores comparten esta definición de capital social. Ciertos autores no sostienen una definición estructural del capital social, como la descrita anteriormente, sino una definición culturalista (Lin y Nugent, 1995). Así, mientras que desde el punto de vista estructural el capital social puede ser un fenómeno objetivo y medible, desde la perspectiva culturalista es un fenómeno subjetivo y difícilmente medible constituido *por "un conjunto de valores y actitudes que poseen los ciudadanos y que determinan cómo se comportan unos con otros"* (Collier, 1998; citado por Herreros, 2002, p. 22). Esta serie de valores se refieren a virtudes cívicas, tales como la fraternidad, la confianza generalizada o la cooperación, por ejemplo. *"Una sociedad cuya ciudadanía posea dichas actitudes, será una sociedad más sana y más abierta que otra que no las posea"*, como así lo indica Herreros (2002, p. 35).

Desde esta perspectiva culturalista, el capital social es, de este modo, una serie de valores y actitudes que poseen los individuos y que tienen consecuencias beneficiosas tanto para los individuos particulares como para el resto de la sociedad (Cardona, 2011). Definiciones de este tipo, la encontramos en Hanifan (1916), autor al que ya nos hemos referido y que alude más a un conjunto de valores que a una serie de recursos, por lo que parece estar más cerca de una definición culturalista del capital social que de una concepción estructuralista.

Hechas estas aclaraciones previas y a fin de hacer una exposición más ordenada de las teorías sobre el capital social, vamos a desarrollar las mismas a partir de los autores más representativos que se ocuparon del tema desde la Sociología, las Ciencias Políticas y la Economía, no sin antes destacar, que

hay autores que se inscriben en definiciones estructuralistas mientas que otros lo hacen desde el culturalismo.

El capital social desde una perspectiva sociológica.

Desde esta dimensión, el capital social es analizado a través de las redes de relaciones interpersonales. Como teóricos más representativos de esta rama de la ciencia y en relación a su concepción del capital social, podemos citar a Bourdieu (1980, 1986), Coleman (1988,1990), Granovetter (1973, 1985) y Lin (1998, 1999, 2001, 2002).

- ***Pierre Bourdieu.***

Este sociólogo francés concibe el capital social como una forma de capital poseído por los miembros de una red social, y, a través de las conexiones sociales, dichos miembros de la red, se puede hacer uso de tal capital. Además, para Bourdieu, el capital social es un mero disfraz del capital económico, capital este último que es la raíz de todos los otros tipos de capital, y todos los tipos de capital son reductibles en última instancia al capital económico (Bourdieu, 1986).

El mencionado autor, lo define también como *"el agregado de los recursos reales o potenciales ligados a la posesión de una red durable de relaciones más o menos institucionalizadas de reconocimiento mutuo*" (Bourdieu, 1986, p. 249), colocando el análisis del capital social a nivel individual. En este sentido, la persona utiliza un bien colectivo (las relaciones sociales) para alcanzar sus objetivos. La disponibilidad previa de otras formas de capital favorece al individuo en la construcción de su trayectoria social.

Así, desde su obra, *Teoría de las trayectorias sociales*, Bourdieu (1986) afirma que los individuos no se mueven casualmente al interior del espacio social, sino según sus trayectorias específicas. A un determinado volumen de capital social heredado y poseído, le corresponde una gama de trayectorias casi igualmente probables, que llevan a posiciones diferentes en la jerarquía de la estratificación social. De todas maneras, también pueden darse transiciones de una trayectoria social a otra, transiciones que emancipan a los individuos de las fuerzas que conforman su campo social, permitiéndoles así, en algunos casos, alcanzar posiciones finales muy distintas a las iniciales. Para conseguir tal objetivo, el individuo moviliza directamente su red de relaciones personales, persiguiendo sus propios fines y mejorando su posición social. Con el fin de acumular capital social, se revelan como fundamentales dos factores: la red de relaciones que cada individuo tiene, y la dotación de otras formas de capital, en particular el cultural y el económico, como bien explica Pisani (2019).

El volumen de capital social que posee un agente particular depende, sostendrá Bourdieu (2011), de la extensión de la red de los vínculos que puede efectivamente movilizar y del volumen del capital (económico, cultural o simbólico) que posee cada uno de aquellos con quienes está vinculado. Esto significa que, por relativamente irreductible que sea al capital económico o cultural poseído por un agente determinado, o aun por el conjunto de los agentes con los cuales está vinculado; el capital social nunca es completamente independiente del hecho de que los intercambios que instituyen el *interconocimiento* suponen el reconocimiento de un mínimo de homogeneidad “objetiva”, y ejercen un efecto multiplicador sobre el capital poseído en propiedad.

En la concepción *bourdieusiana*, los beneficios que facilita la pertenencia a un grupo son “cimiento de la solidaridad” que los vuelve posibles. Esto no significa que conscientemente se los persiga como tales, aun en el caso de grupos que

están expresamente dispuestos a concentrar el capital social, y de esta manera obtener el beneficio pleno del efecto multiplicador implicado en la concentración y asegurar así, los beneficios procurados por la pertenencia: beneficios materiales, como todas las variedades de "servicios" asegurados por relaciones útiles, y beneficios simbólicos, tales como los asociados a la participación en un grupo selecto y prestigioso (Bourdieu, 2011).

Así, para Bourdieu (2011), la existencia de una red de vínculos no es un dato natural, ni siquiera un "dato social", constituido de una vez y para siempre por un acto social como *institución* (representado, en el caso del grupo familiar, por la definición "genealógica" de las relaciones de parentesco que es característica de una formación social), sino producto del trabajo de la instauración y del mantenimiento necesario para producir y reproducir vínculos duraderos y útiles, adecuados para procurar beneficios materiales o simbólicos. En otros términos, la red de vínculos es producto de estrategias de inversión social consciente o inconscientemente orientadas hacia la institución o la reproducción de relaciones sociales de utilidad directa, a corto o a largo plazo; es decir, hacia la transformación de relaciones contingentes, como las relaciones entre vecinos, laborales o incluso de parentesco, en relaciones simultáneamente necesarias y electivas, que implican obligaciones durables subjetivamente percibidas (sentimientos de gratitud, de respeto, de amistad, etc.) como comunicación que supone y produce el conocimiento y el reconocimiento mutuos.

- ***James Coleman.***

La obra de Bourdieu ha sido revisada por James Coleman en su obra principal *Foundations of Social Theory* (1990) -Fundamentos de Teoría Social-, elaborando una definición funcional de capital social. Así, el citado autor consideró que:

> *"el capital social se define por su función. No es una sola entidad, sino una variedad de distintas entidades que tienen dos características en común: todas consisten de algún aspecto de una estructura social y facilitan ciertas acciones de los individuos que están dentro de la estructura"* (Coleman, 1990, p. 301).

Situado en la *Teoría de la Elección Racional*, extrapolada de la teoría económica y expandida en el ámbito de lo social, sostuvo que, si se empieza con una teoría de este tipo, cada actor tiene el control sobre ciertos recursos y sucesos, entonces el capital se constituirá en un tipo particular de recurso disponible para un actor (Coleman, 1988). De este modo, inscribir la teoría de la acción racional en el análisis del sistema social, le facilita a Coleman introducir la racionalidad individual en el plano de la acción, y, además, mantener firme el contexto de la acción: la organización social. Será precisamente el concepto de capital social el que le permitirá hacer esta operación, vinculando al mismo tiempo los planos micro y macro de la sociedad.

Coleman (2011) asemejó el capital social con la capacidad que despliegan las personas para trabajar en grupos, basados en las normas y los valores que comparten. Además, lo consideró como *"parte de la productividad de una nación, lo que permite el enriquecimiento de un país"*. Afirmó también, que *existen "tres puntos que florecen con el planteamiento de capital social: las interacciones que generan un vínculo, la interdependencia y el grado de dependencia entre ellos, sumado con la coordinación y cooperación"*, y así lo ponen de manifiesto González et al. (2008, p. 322).

En este sentido, el autor ha expresado en el análisis, lo siguiente:

> *"En general, el capital social no radica en las relaciones sociales, si no en la estructura que tiene la red en la cual están los individuos. Es el valor que tiene para los actores, aquellos aspectos de la estructura social, como los recursos que pueden utilizar para perseguir sus intereses"* (Coleman, 1990, p. 305).

Lo que Coleman resalta en su análisis es que el capital social está basado en una estructura social, que facilita a los individuos las acciones dentro de dicha estructura, la presencia de acciones de reciprocidad y la aplicación de normas que regulan estas conductas. Para él, el capital social es un medio o recurso que facilita a los individuos la consecución de sus propios intereses. Además, es "productivo", permitiendo el logro de ciertos fines que no serían posibles en su ausencia.

Desde esta perspectiva, las redes se explican a través de interacciones concretas y reales entre individuos. Es la interacción, de este modo, la que en una primera instancia dispone un vínculo, y será la estructura de esta interacción la que contenga en un principio, elementos que pueden constituir al capital social, porque presupone cooperación y coordinación. La acción de las personas ocurre en el contexto de las instituciones que regulan y dan permanencia a las interacciones. Cuando aquellas se apropian de estos elementos, se constituye el capital social (Coleman, 1990).

Se pueden identificar, además, algunos elementos centrales de la teoría del capital social en Coleman. El primero de ellos, es que la acción social está conformada mediante interacciones; el segundo, que las relaciones generan interdependencia de los actores. La interacción genera una especie de estructura para los participantes en ella, y ese plano va más allá del actor aislado. Así, es la interacción la que, en primera instancia, dispone un vínculo y, por lo tanto, es la estructura de esa interacción la que contiene elementos

que pueden constituir, en principio, al capital social, porque presupone cooperación y coordinación. La estabilización del vínculo se dará en un segundo momento, dado que la acción de los individuos ocurre en contextos institucionalizados que regulan y dan permanencia a las interacciones. Cuando los individuos se apropian de estos elementos, se constituye el capital social, según la concepción de Coleman.

- ***Mark Granovetter.***

Relata González (2009), que en 1973, el sociólogo Mark Granovetter, publicó en el *American Journal of Sociology,* el ensayo *The strength of weal ties* -La fuerza de los lazos débiles-. El artículo enseguida se convirtió en un clásico, al abordar el tema de la forma en que los sujetos aprovechan o desperdician las oportunidades potenciales contenidas en las relaciones sociales y la producción de recursos informales.

Conforme lo plantea Granovetter (1973) en su obra, los lazos débiles pueden ser comprendidos como una combinación de cercanía social, voluntad, multiplicidad (relación de múltiples roles) y contactos frecuentes. Por otro lado, los lazos fuertes están representados por aquellas relaciones a las que solemos denominar como cercanas, tales como las de parentesco o los vínculos de amistad íntima. Así, según su tesis, los lazos fuertes son menos importantes que los lazos débiles para sostener la acción colectiva y en este sentido, no son fuentes primarias de capital social. Esto sucede, porque las redes personales de lazos fuertes son redes densamente cerradas, donde la información compartida es muy pobre y poco tendientes a capturar novedades no naturales de ese entorno. Esta característica es positiva, por ejemplo, al momento de difundir alguna innovación social, pero muy negativa a la hora de compartir muchos otros recursos y, producir las principales formas de capital social.

Granovetter, de este modo, ha explorado la importancia de las redes de contactos del actor económico, centrando sus estudios en el análisis de las redes sociales, pero sin mencionar explícitamente el capital social. Sostiene que la conducta económica del individuo aparece como estrictamente vinculada a las redes de relaciones interpersonales.

A través de sus estudios, el mencionado autor demuestra que los procesos de mercado no son ajenos al análisis sociológico, anticipando el rol explicativo del capital social en relación a las conductas aparentemente irracionales. Específicamente, y en apoyo a su tesis, alega el rol de la confianza y la moralidad en la elección de los actores al realizar una transacción arriesgada, o bien en reducir el coste de una transacción.

De este modo, Granovetter, desde la perspectiva de la sociología económica, enriqueció el trabajo de los economistas neoinstitucionalistas como North[6] con su análisis de la manera en el que el mundo real, y no en los modelos económicos, los actores económicos no son átomos aislados sino que sus interacciones económicas están incrustadas, enraizadas, inmersas o imbricadas en relaciones, redes y estructuras sociales.

Las implicaciones de la concepción de este autor forman parte actualmente del concepto de capital social, en relación a la racionalidad de los objetivos no económicos de los individuos y en torno a la idea central donde las relaciones sociales constituyen activos económicos importantes de los individuos y de los grupos. Así, en su visión, el comportamiento racional de las personas abarca no sólo objetivos económicos, sino también la sociabilidad, la aprobación,

[6] La contribución de Douglas North sobre el capital social ha sido considerablemente mayor a lo que se suele reconocer. Para North (1990), las instituciones “son conjuntos de normas y valores que facilitan la confianza entre los actores”. Son abstractas, mientras que las organizaciones son expresiones concretas de cooperación basadas en la confianza. A pesar de que North, como economista (no sociólogo ni politólogo), se refiere a “instituciones” y no puntualmente, a capital social, el marco teórico del capital social ya estaba presente en sus escritos y es por ello que debe ocupar un lugar entre los principales fundadores del concepto del capital social.

estatus y poder; y a la inversa, las relaciones sociales y la estructura social juegan un papel central en el comportamiento económico (Granovetter, 1985).

- ***Nan Lin.***

La especificidad del capital social para Lin (2001), consiste en ser un capital adquirido por medio de relaciones sociales. Lin entiende que el capital social debe ser concebido como recursos accesibles a través de lazos sociales que ocupan lugares estratégicos; o bien, posiciones organizativas significativas. Operacionalmente, el capital social puede ser definido como los recursos arraigados en redes sociales a los que unos actores acceden y lo usan para ciertas acciones, citado en Millán y Gordon (2004).

Según este autor, hay cuatro factores que explican por qué los actores se emplean e invierten en las redes, y por qué pueden esperar que esa acción les brinde retornos. En primer lugar, para Lin (2001), las redes facilitan el flujo de información, característica que compensa situaciones de mercado imperfecto, por lo que el individuo puede aprovechar oportunidades. En segundo lugar, los lazos en las redes sociales pueden ubicarnos en posiciones valoradas con relación a los agentes que desempeñan un rol importante en la toma de decisiones y, en distintos ámbitos de la organización. En tercer lugar, los lazos sociales de un individuo pueden ser concebidos por la organización en la que se dan esos lazos o por sus agentes como credenciales, las que expresarán los recursos que se poseen a través de las redes y relaciones. En cuarto y último lugar, las relaciones sociales refuerzan la identidad y el reconocimiento, y ser reconocido garantiza el mantenimiento de ciertos recursos (Lin 2001).

Lin (2001), también analiza cuatro factores o indicadores que pueden ayudar a determinar quiénes tienen más posibilidades de acceder al capital social, como así lo reflejan en sus estudios Millán y Gordon (2004) y Rivera y Guillén (2015).

El primero, es la *fuerza de la posición estructural del individuo*, su proximidad con las posiciones más altas de la jerarquía. En este sentido, este indicador permite analizar cómo cuanto más cerca de la jerarquía se está, mejor posicionado se encuentra el individuo para acceder a recursos.

El segundo indicador, alude a la *fuerza del lazo en la red*. A este respecto, Lin distingue entre posibilidades ofrecidas por los lazos fuertes y los lazos débiles. Por un lado, cuanto más fuerte es el lazo y cuanta más cercanía haya entre individuos, mayor confianza, reciprocidad y obligación mutua se da. No obstante, el autor destaca también las ventajas de los lazos débiles. Estos se caracterizan por tener poca confianza, intimidad, intensidad, obligación y reciprocidad; además acontecen entre individuos específicos con una frecuencia menor que los lazos fuertes. Pero a su vez, son altamente positivos porque se generan entre individuos de ámbitos amplios y por lo tanto, permiten acceder a información y recursos diversos. Así, los lazos débiles posibilitan un nivel de conexión con círculos distintos a los que se pertenece, y amplían el marco de posibilidades del individuo.

El tercer factor alude a la *posición en las redes*, y más específicamente a lo que Lin denomina “posición de puente social”, la que define como la relación que se establece entre dos individuos en posiciones claves en una red social de diferentes grupos. La posición es clave cuando su ausencia rompe la conexión entre dos grupos distintos. A su vez, el autor en el análisis, considera que un grupo se ve como una unidad formada por dos o más individuos. Los puentes, de este modo, ofrecen la ventaja de hacer accesible para diversos individuos los recursos existentes en dos o más grupos distintos, recursos que se complementan entre sí. Por lo tanto, los *puentes en la red* funcionan como elementos vinculantes de información y recursos complementarios. Cuanto más cerca esté un individuo de un puente de la red, mejor será su acceso al capital social, concluirá Lin (2001).

El último indicador, hace referencia a los *efectos de la conjunción* de los tres factores presentados: de la fuerza de la posición estructural; de la fuerza del lazo en la red (en sus dos vertientes fuerte y débil) y de la posición en las redes. La unión de estos tres elementos será la que ayude a determinar los resultados finales con respecto al acceso al capital social de un individuo, tal como expresa Lin (2001) en su obra.

Podemos considerar importante el trabajo de Lin, desde el momento en el que ofrece una perspectiva de análisis de redes, como así también, por la operacionalidad del concepto de capital social que se desprende de sus escritos.

El capital social desde una perspectiva ciencia-política.

Desde esta perspectiva, puede destacarse la obra del politólogo Robert Putnam (1993), cuya teoría se distingue por su punto de partida: su actor es un ciudadano y su unidad de observación la sociedad, que describe principalmente por las características de las relaciones interindividuales (Urteaga, 2013). Putnam se inspira en la concepción de Coleman, pero su teoría se fundamenta principalmente en la obra de Tocqueville sobre el rol de las asociaciones, complementada por las nociones de “cultura cívica” y de “familiarismo amoral”. Posteriormente y tomando a Coleman, sustituirá la noción de cultura cívica por la de capital social.

Tal como ya se ha señalado oportunamente, Putnam et al. (1993), define al capital social como:

> *“la confianza, las normas de reciprocidad que regulan la convivencia y las redes de asociacionismo cívico, elementos que mejoran la eficiencia de la organización social, facilitando la coordinación de las acciones*

individuales y promoviendo iniciativas tomadas de común acuerdo", como señala Bagnasco (2003, p. 12).

Introduce, de este modo, el concepto de capital social a partir de una investigación sobre los factores que determinan los resultados democráticos de las sociedades.

Para Putnam (1995), el capital social se basa en las "redes de contactos" que se forman en las sociedades gracias a los compromisos cívicos, la reciprocidad, la confianza, y la asociatividad; y esto a su vez, produce beneficios para quienes forman parte de dicha red y para los individuos que mantienen una determinada relación con ésta.

Putnam (1995) tiene una perspectiva similar a la de Coleman (1990), pero analizando sus postulados, se puede observar que plantea al capital social como un atributo de las comunidades y no ya como un recurso de carácter individual. La confianza, la reciprocidad, las redes sociales y el compromiso cívico, son para el citado autor, dimensiones del fenómeno que pueden explicar por qué ciertas comunidades alcanzan mayores niveles de desarrollo económico y democrático en detrimento de otras. Es por eso que se ha dicho que mientras para Coleman el capital social consiste fundamentalmente en recursos incluidos en las estructuras de relaciones sociales, para Putnam el acento está puesto en la confianza, en las normas de reciprocidad y en el compromiso cívico, como dimensiones más específicamente relacionadas con los actores sociales como lo recoge Gutiérrez (2008).

Yendo más profundamente a la obra de Putnam (1993) y a los trabajos de Arboleda et al. (2008), se observa que la confianza, las normas de reciprocidad y redes de asociacionismo cívico se refuerzan mutuamente, sobre todo si la confianza es de tipo generalizado, es decir, corresponde a obligaciones de

reciprocidad indefinidas en el tiempo y en los contenidos. El intercambio se convierte, de este modo, en una inversión para el futuro. Además, una sociedad caracterizada por las relaciones de reciprocidad generalizadas, se vuelve más eficiente que una sociedad donde impera la desconfianza, ya que en esta última situación, disminuyen los incentivos para adoptar conductas socialmente y económicamente incorrectas y oportunistas.

En trabajos posteriores, Putnam sostendrá de manera más explícita que el capital social está estrechamente vinculado al concepto de "sentido cívico"[7], entendiendo que las redes sociales caracterizadas por el compromiso hacia la comunidad, generan solidas normas de reciprocidad. En este sentido, expresará que el capital social es la clave que abre las puertas de la democracia, volviendo más eficientes las acciones de las instituciones y del sistema económico.

A su vez, el compromiso cívico de los ciudadanos traducido como el interés de los mismos por los asuntos públicos, explica la importancia que el autor otorga a las "asociaciones" en estos estudios y análisis. Para Putnam, de las asociaciones emergen las normas de reciprocidad que permiten a las sociedades funcionar correctamente; mientras que, las redes a las que hace alusión el autor en su definición, hacen referencia fundamentalmente a las asociaciones voluntarias.

Su enfoque sobre las asociaciones, no obstante, difiere ligeramente de su inspirador Tocvequille, quien veía en ellas la salvación de la democracia, pero también un antídoto a la tiranía de la mayoría, y la posibilidad de que se opongan unas a otras. Para Tocqueville:

7 Putnam (2002, p.176) encuentra en la obra de Tocqueville su principal hipótesis: "Cuando Tocqueville ha permanecido en Estados Unidos durante los años 1830, le ha llamado la atención la propensión de los norteamericanos por la 'asociación cívica' como factor clave de su capacidad sin precedentes para hacer funcionar una democracia".

> *"la igualdad de condiciones propias de la democracia (en oposición a los privilegios de la aristocracia durante el Antiguo Régimen), corre el riesgo, abriendo a los individuos unas posibilidades de ascenso social impensables anteriormente, de desembocar en una sociedad de personas individualistas preocupadas exclusivamente por la promoción de sus intereses personales, replegadas a sus familias y amigos, socialmente y políticamente apáticas, excepto en su demanda creciente de tranquilidad pública. Motivados únicamente por sus intereses privados, perderán el interés por los asuntos públicos"*, como bien explica Urteaga (2013, p. 46).

A esta potencial situación descrita de individuos aislados con efectos debilitantes para la democracia, Tocqueville oponía como amparo las "asociaciones permanentes de la democracia local" y las "asociaciones civiles". Para él, la participación en la democracia local permite vincular el interés privado con el interés general, como así también, las asociaciones voluntarias, tanto políticas como civiles, y entre estas últimas las comerciales, posibilitan a los individuos movilizar el poder o los medios que no poseen aisladamente.

Los trabajos de Putnam, que lo llevarán a su teoría sobre el capital social se inician en 1970, y toman como objeto de análisis las nuevas regiones administrativas que acababan de ser creadas en Italia en el marco de la descentralización, siendo su fin estudiar las diferencias de resultado de las instituciones democráticas. El análisis parcial, ya que solo comprende un número pequeño de regiones de Italia, es presentado en la obra *Making Democracy work: Civic traditions in modern* Italy (Putnam et al., 1993) -Hacer que la Democracia funcione: Tradiciones de participación cívica en la Italia moderna-. Diez años después, Putnam presentará los resultados completos de su investigación, tomando en consideración todas las regiones y los resultados institucionales, en un estudio que incluye entre sus indicadores de vida asociativa, por ejemplo, los coros, los círculos literarios y los clubes de futbol.

De este estudio realizado por Putnam et al. (1993) se desprende principalmente, la oposición entre regiones de Italia, ya que las regiones prósperas, situadas en el Norte y Centro de Italia, son precisamente aquellas en las que observa un fuerte compromiso cívico, oponiéndose a regiones "incívicas" localizadas en la región del sur. La democracia funciona y las instituciones son más eficaces en el norte y centro. Relatará en sus resultados que:

> *"algunas regiones de Italia tienen grupos corales, equipos de futbol y clubes de observadores de pájaros. La mayoría de los ciudadanos de esas regiones leen en la prensa diaria los asuntos comunitarios, no participan en busca de una política personalista o clientelar, sino por los asuntos públicos. Los habitantes confían en que todos procederán con justicia y obedecerán a las leyes (…) Tanto los ciudadanos como los líderes aceptan de buena fe la igualdad. Las redes sociales y políticas están organizadas horizontal y no jerárquicamente. La comunidad valora la solidaridad, la participación cívica, la cooperación y la honestidad: el gobierno funciona"*, y así lo señalan Putnam y Pharr (2000, pp. 141-142).

En cuanto a las regiones "no cívicas", a las que denomina utilizando el término francés *incivisme*, las describe de la siguiente manera:

> *"pocas personas aspiran a formar parte en las deliberaciones sobre el bien común, y se les presentan pocas oportunidades para hacerlo. La participación política es producto de la dependencia personal o de la codicia privada y no de los fines colectivos. La participación en las asociaciones sociales y culturales es pobre. La propiedad privada sustituye al propósito público. La corrupción es ampliamente considerada como la norma, incluso por los mismos políticos, los cuales son cínicos con los principios democráticos. La palabra "compromiso", entendida*

como "componenda, acuerdo", solo tiene insinuaciones negativas. Las leyes (casi todos están de acuerdo) se hacen para ser violadas, pero por temor al desenfreno de otros, la gente exige una disciplina más severa. Atrapados en esta red de círculos viciosos, casi todos se sienten impotentes, explotados e infelices", y de este modo, Putnam y Pharr (2000, pp. 142-143) lo recogieron en su estudio.

Partiendo de este cuadro de situación, estos autores irán extrayendo una serie de conclusiones, tales como:

"es en las regiones en las cuales cooperativas y coros se han desarrollado lo más a menudo (…) que se encuentra hoy en día a los ciudadanos más deseosos de utilizar sus derechos de ciudadano (…). En el Sur, al contrario, la apatía y los rasgos de antiguos vínculos verticales de clientelismo restringen el compromiso cívico e inhiben el desarrollo de una solidaridad social horizontal", y así lo ponen de manifiesto Putnam y Pharr (2000, p. 149).

Sobre la base de estas comprobaciones, Putnam introdujo, siguiendo a Coleman, el concepto de capital social de forma tardía en el último capítulo de la citada obra del año 1993. La diferencia esencial entre las regiones cívicas e incívicas estará dada por la capacidad de cooperación de los individuos, que se fundamenta en la existencia de redes y de normas de reciprocidad, que se desarrollan en su seno y se generalizan, creando capital social.

Putnam, adaptó el concepto de Coleman en base a la constatación de la existencia de dos tipos de vínculos sociales: los horizontales (entre actores iguales), y los verticales (entre actores cuyos poderes son desiguales) en unas relaciones jerárquicas. En cuanto a los primeros, son los que se forman en las asociaciones voluntarias, como por ejemplo los coros, y que favorecen las normas de reciprocidad. La confianza favorece el intercambio, la reciprocidad y

el compromiso colectivo, y el éxito de las cooperaciones pasadas refuerza el compromiso colectivo, desarrollando el gusto por la cooperación[8]. Así, la densidad de las asociaciones es suficiente para que estas disposiciones se generalicen por "desbordamiento". Se pone de manifiesto en su trabajo, *que "si las asociaciones voluntarias proliferan en la comunidad cívica, las pertenencias se cruzan y la participación se expande en múltiples ámbitos de la vida de la comunidad"*, señalado así en Putnam y Pharr (2000 p. 182).

Las estructuras verticales, por el contrario, encierran a los individuos en unas situaciones de explotación mutua. En las mismas, la corrupción es la norma, y los actores siguen estando eternamente animados por su avidez o su interés personal inmediato, creando y manteniendo unos comportamientos egoístas contras los cuales nadie puede elevarse.

En Putnam, la norma de "reciprocidad generalizada" es una propensión general para hacer un favor al otro por anticipación del servicio o recompensa, permite aproximar intereses individuales e intereses colectivos por una serie de encadenamientos positivos. O bien, expresado de otra forma, es la propensión a adoptar desde el inicio un comportamiento cooperativo. Putnam, de esta forma, "*se apoya en la hipótesis del desbordamiento para cambiar de nivel, transponiendo las propiedades de las relaciones entre individuos a una red, cuyas propiedades son relacionales entre individuos que pertenecen a varias redes y que se fundan, por lo tanto, en una sola"*, como así lo destaca Urteaga (2013, p. 49).

[8] Sostendrán Putnam et al. (2000, p. 174) en su obra "Para hacer que la democracia funcione…" (1993): "En el corazón de las sociedades de ayuda mutua estaba la reciprocidad práctica: yo te ayudo si tu me ayudas; vamos a enfrentar juntos estos problemas que cada uno de nosotros, por su cuenta, no puede resolver. En este sentido, estas nuevas formas de sociabilidad eran una reminiscencia directa de las comunidades medievales, formadas más de siete siglos atrás, con su tejido de acción colectiva organizada para socorrerse mutuamente. Así, como las primeras asociaciones de autoayuda medievales habían representado la cooperación voluntaria para enfrentar la elemental inseguridad de su época (la amenaza de la violencia física) así también las sociedades de ayuda mutua representaron la solidaridad colectiva frente a las inseguridades económicas típicas de la edad moderna. Casi al mismo tiempo, ya menudo bajo la égida de las sociedades de ayuda mutua, también las organizaciones cooperativas comenzaron a florecer entre productores y consumidores".

Putnam también utilizará en su teoría la noción de “familiarismo amoral”, la que toma de Edward C. Banfield, sociólogo norteamericano, quien ha adherido a los enfoques culturalistas en los años 1930. En su obra *The moral bases of a backward society* (1958), Banfield considera como un principio el hecho de que los individuos velan, sobre todo, o sólo, por ellos mismos y su familia, y cualquier cosa que hagan en beneficio propio o de los parientes próximos, será moralmente positivo y reconocido como tal. En consecuencia, explica Banfield (1958), en una sociedad de “familistas amorales”, nadie procurará el interés de grupo o de la comunidad excepto, si encuentra alguna ventaja privada. Desde esta visión, las relaciones sociales son imposibilitadas como consecuencia de comportamientos que aspiran a maximizar las ventajas materiales de la familia a corto plazo, y de la idea de que todos los demás hacen lo mismo: *“todos los que no forman parte del círculo restringido de la familia son percibidos a priori como competidores y, por lo tanto, como enemigos potenciales”*, como lo señala Banfield (1958, p. 111).

Este sociólogo norteamericano, basó su análisis en el estudio de un pueblo del Sur de Italia, Montegrano, caracterizado por el retraso y la pobreza como consecuencia de los valores que conducen a la incapacidad de desarrollar unas relaciones de confianza.

En 1995, Putnam publica otra obra titulada *Bowling alone: America’s declining social capital*, en el que reafirma su tesis, con la idea de que la vida es más fácil en una comunidad dotada de un stock sustancial de capital social. En este sentido sostendrá:

> *“Si estamos dispuestos a creer que el capital social beneficia a individuos y comunidades, debemos entender antes como realiza su magia dicho capital. Unos elevados niveles de confianza y participación ciudadana, actúan a través de múltiples mecanismos para producir resultados socialmente deseables. Los mecanismos activos obviamente variaran en*

> *función de la circunstancia y el resultado en cuestión. Pero en general, el capital social tiene muchas características que ayudan a la gente a convertir sus aspiraciones en realidades"*, y así lo refleja Putnam (2002, p. 388).

No obstante, por sus valiosas aportaciones, Putnam será cuestionado desde varios puntos de vista, como por ejemplo, la escasa articulación, la confusión, la ambigüedad y la circularidad del concepteo de capital social. Tanto historiadores, como politólogos, sociólogos y economistas se extrañaron de la debilidad de su tesis. Por ejemplo, Newton (1997) puso en cuestión si debe considerarse si son las redes sociales las que generan la confianza, o, por el contrario, si es la confianza la que posibilita el desarrollo de las mismas. Por su parte, Portes (1998) como Durlauf (1999) (citados por Urteaga, 2013), señalan que el capital social conlleva también una faz negativa, ya que los vínculos entre los miembros de una comunidad pueden constituir barreras a la entrada de los *no-miembros*, es decir, los grupos que se constituyen sobre unos criterios discriminatorios que pueden crear o reforzar fenómenos de hostilidad intergrupal. En este sentido, el capital social puede convertirse en un refugio que encierra especialmente, en el caso de grupos que se constituyen sobre la base del rechazo, como único proyecto colectivo.

También, las críticas se han dirigido hacia la medición del capital social desde la teoría de Putnam. Partha Dasgupta (2000) ha marcado al respecto, la dificultad de medir el capital social desde el momento que hace referencia a las redes sociales, a las normas y a la confianza. Para este autor, la definición dada por Putnam de capital social, conduce a confundir elementos inconmensurables, es decir, creencias, reglas de comportamiento y formas variadas de activos de capital, tales como las redes informales, sin dar el más mínimo indicio de la forma o manera en que conviene fusionarlas, así lo indica Dasgupta (2000).

Por último, Urteaga (2013) destaca el hecho de que la tesis de Putnam no ofrece ninguna explicación a la generalización de los comportamientos cooperativos. Citando a Boix y Posner (1996) y a Portes (1998), puntualiza que los "círculos virtuosos" solo demuestran la circularidad que va del capital social a las asociaciones y de las asociaciones al capital social, sin explicar cómo se pasa de la participación asociativa a la cooperación y de la cooperación al resultado gubernamental. En este sentido, puede decirse que Putnam considera que efectivamente, el acto de asociarse es fundamental y no la razón por la cual se produce; por lo tanto, no contempla ninguna relación entre el motivo de una asociación y sus consecuencias, tanto para los miembros del grupo como para el conjunto de la sociedad, y solo se interesa, de alguna manera, por el volumen asociativo. Además, las personas no se asocian por casualidad y nada permite sostener que los comportamientos cooperativos observados en un entorno se producirán en todos los contextos, como así también, que en los grupos el interés individual desaparece y se confunde con el interés colectivo.

- ***Francis Fukuyama.***

Fukuyama describe al capital social de la siguiente manera:

> *"El capital social es la capacidad que nace a partir del predominio de la confianza en una sociedad o en determinados sectores de ésta. Puede estar personificado en el grupo más pequeño y básico de la sociedad, la familia, así como en el grupo más grande de todos, la nación, y en todos sus grupos intermedios. El capital social difiere de otras formas de capital humano en cuanto que, en general, es creado y transmitido mediante mecanismos culturales, como la religión, la tradición o los hábitos históricos"* como así lo indica Fukuyama (1996, p. 42).

De este modo, dicho autor también analiza la relación entre capital social y confianza. Sin duda, la confianza es vital para la conformación de asociaciones

sociales. Para él, el capital social está relacionado con la capacidad de las personas de trabajar en grupos y organizaciones, para alcanzar objetivos comunes, capacidad colaborativa que depende de la confianza, entendida como la expectativa que nace del interior de una comunidad desde una conducta predecible, correcta y cooperativa, basada en normas generalmente compartidas por sus miembros (Fukuyama, 1996).

Fukuyama expresa en su obra *La confianza* o *Trust*, que capital social y confianza son creados y transmitidos a través de mecanismos culturales de larga duración, basados en sistemas éticos y morales, en creencias religiosas y costumbres sociales traspasados históricamente. Considera a la confianza como un efecto secundario de acciones racionales y no racionales dirigidas hacia otros fines, representando el producto de un proceso evolutivo complejo que lleva a la cooperación, pero sin ser necesariamente su pre-condición. No obstante, una vez establecida, puede funcionar como estabilizadora de las relaciones cooperativas (Fukuyama, 1996).

El mencionado autor, afirma que aquellas asociaciones que surgen de la confianza entre los individuos, dejando de lado el marco legal, y que se sustentan en valores éticos, son más eficientes que cualquier otra forma de organización. La mayor eficiencia derivada del capital social, se apoya en el hecho de que las formas organizativas que se originan por él, basadas en la confianza, no requieren de un marco legal para sostenerse. Contrariamente, en una sociedad en donde no existe la confianza entre los individuos que la conforman, la gente se asocia sólo bajo un sistema de normas y regulaciones que tienen que ser negociadas, acordadas, litigadas e implementadas a veces, en forma coercitiva. En este sentido, también consideró Fukuyama, que las organizaciones tradicionales, basadas en un marco jurídico extenso son menos eficientes porque su relación coste - beneficio es más desventajosa que la de aquellas organizaciones que dependen menos del sistema legal, como lo analiza Fukuyama (1996).

También, sostendrá que la confianza en una sociedad permite reducir, en gran medida, los costes de transacción y de negociación, logrando con ello, que esa sociedad sea más eficiente en comparación con otra que es desconfiada. Sin embargo, cuando esa confianza se deteriora, acarrea el aumento de los costes que, en última instancia, puede afectar el crecimiento económico.

La mejor y más productiva fuente de capital social, o la más representativa para este autor, es la *"sociabilidad espontánea"*, es decir, como señala Fukuyama (1996, p. 35), la habilidad de los extraños (sin parentesco o vínculo familiar) para confiar en otros y trabajar juntos en nuevas y flexibles formas de organización. No obstante, para el autor en análisis, también es fuente primaria la familia, que ha sido productiva en algunas sociedades. Expondrá en este sentido, que:

> *"en algunas culturas, como las de China y las de ciertas regiones de Italia, la familia tiene una importancia mucho mayor que cualquier otra forma de asociación. Este hecho produce un impacto notable sobre la vida industrial, como lo indica el desarrollo extraordinariamente acelerado durante los últimos años de muchas economías chinas e italianas, el familismo (solidaridad familiar) en sí no constituye una barrera ni para la industrialización, ni para el rápido crecimiento si los demás valores culturales se hallan en equilibrio"*, como así también lo refleja Fukuyama (1996, p. 85).

Por último mencionamos el hecho de que para Fukuyama, el capital social depende, en gran medida, de factores no racionales, como la cultura, la religión, la tradición, entre otros, que tornan complejo el fenómeno. Por lo tanto, el citado autor duda del efecto que pueda producir cualquier política pública que tenga como objetivo acrecentar o revitalizar el capital social. Sin embargo, este autor no ha negado por completo el accionar de la política pública en lo que corresponde al fortalecimiento y acumulación del capital

social; por el contrario, *"le reserva un puesto importante a la política gubernamental cuando ésta es llevada a cabo por un Estado democrático, legítimo y transparente"* (Fukuyama, 1996, p. 96).

El capital social desde la Economía.

Desde mediados de los noventa, el concepto de capital social comenzó a tener una gran acogida desde las distintas disciplinas, pero muy particularmente desde la Economía. Tal es así, que se hace imperioso hacer una breve revisión, llegados a este punto, de las publicaciones económicas que citan y aplican el concepto de capital social, en particular, las investigaciones sobre el crecimiento económico, la pobreza, el comportamiento de las empresas y los mercados, las economías en transición, los problemas de acción colectiva, el desempeño económico de los inmigrantes, la salud pública y la educación (Hatak et al., 2016).

En general, la mayoría de los autores de las publicaciones a las que haremos referencia, toman como punto de partida alguna de las definiciones ya analizadas en el presente estudio, aunque se observa que cada uno la interpreta y opera a su manera, con el objeto de referirse a un aspecto particular de la organización social que considera relevante para los fenómenos económicos de su interés. En consecuencia, el significado concreto del concepto de capital social varía entre una y otra publicación.

En primer lugar, analizamos que la mayoría de la literatura revisada adopta la definición de Putnam (1993; citado por Vargas 2002, p. 75), es decir, se refieren al *"nivel de participación social en organizaciones voluntarias de pequeña escala y poco jerarquizadas"*, y suponen que estas contribuyen al buen gobierno y al progreso económico. Esta definición es la que mejor se ajusta a la noción del cooperativismo moderno. Por ejemplo, tomando

nuevamente la obra de Helliwell y Putnam (1995), los mismos midieron el número de organizaciones culturales y deportivas de veinte regiones italianas para construir un índice de civismo, que mostró una correlación positiva con el PIB per cápita de dichas regiones. También, Narayan y Pritchett (1999) encontraron que la participación campesina en grupos y organizaciones locales estaba correlacionada con incrementos en los ingresos de los hogares de los campesinos y de los hogares de los asentamientos en donde existían dichos grupos. Por otro lado, Katz (2000) encontró que la participación en asociaciones cívicas en los diferentes estados de los Estados Unidos se correlacionaba positivamente con la expectativa de vida y negativamente con las tasas de mortalidad.

En esta línea, diversos estos estudios han probado la existencia de correlaciones, pero no de relaciones de causalidad entre las variables de interés. Además, en varios trabajos no se encuentra dicha correlación o tiene signo opuesto al esperado. Knack y Philip (1997), por ejemplo, no encontraron relación alguna entre la densidad de la actividad asociativa (*density of associational activity*).

Posteriormente, contamos con las publicaciones que identifican el capital social con la "confianza y la reputación". Bajo esta perspectiva Ostrom (2000, 2003) planteó, que la confianza y la reciprocidad son formas de capital social útiles en la construcción de *"arreglos institucionales efectivos" para manejar recursos comunes*, citado por Rodríguez (2010, p. 373). Asimismo, Paldam y Tinggaard (1999, pp. 4 y 5) definieron el capital social como el *"nivel de confianza mutua existente en un grupo, que puede extenderse al resto de la sociedad"*, y subrayaron que el capital social se refiere a normas y valores cuyo cumplimiento es vigilado y sancionado de manera difusa por los miembros de un grupo y no por terceros. En este orden, Knack y Philip (1997) tomaron los resultados de una encuesta que preguntaba a los entrevistados si consideraban que, en general, se puede confiar en la mayoría de las personas

o si es mejor ser cauteloso, y encontraron que esta variable se correlacionaba positivamente con el crecimiento del PIB per cápita entre 1980 y 1992 en un amplio grupo de países. A su vez, los mencionados autores encontraron, que la correlación es más alta en los países con menor PIB per cápita. Otro ejemplo serían Leana y Van Buren (1999), quienes encuestaron a 790 comerciantes agrícolas de Madagascar, donde encontraron que el éxito de sus negocios dependía en gran medida de la reputación y de los lazos de confianza que establecen con sus clientes y pares.

En tercer lugar, podemos situar las publicaciones que conciben el capital social como “redes sociales informales”. En este sentido, Rose (1998) realizó encuestas en Rusia y encontró que quienes tenían más amigos que juzgaban confiables, obtenían ingresos mayores y más estables. Igualmente, Rausser (1999) mostró que el comercio internacional de productos diferenciados no ocurre en un mercado perfecto, sino que los compradores y vendedores buscan información sobre las características de sus mercancías mediante redes étnicas y familiares. Particularmente Lyon (2000) estudió la importancia de las redes sociales formales e informales en Ghana y concluyó que son un requisito para conformar un sector agrícola microempresarial eficaz. En este sentido, Burt (1997) estudió las redes sociales informales de dos grandes empresas norteamericanas, y encontró que la posición de los empleados sénior en dichas redes influía en el valor de los bonos que recibían y en la posibilidad de promoción a cargos superiores.

Hemos señalado ya, que la importancia de las redes está ligada a la posibilidad de que sean una fuente de confianza entre las personas. Esto, entre otras cosas, reduce los costes de transacción de la economía; sin embargo, algunas investigaciones han mostrado que el papel de las redes es ambiguo. En este sentido, Waldinger (1995) documentó la formación de grupos de presión de obreros de la construcción, que influyen en la contratación de nuevos obreros por factores raciales, segregando a los que no tienen el mismo

origen étnico. Rose (1998) planteó que las redes sociales construidas en Rusia durante el régimen soviético han servido a muchos habitantes para sortear la crisis económica en medio de la transición y, a la vez, han impedido la formación de organizaciones públicas y privadas impersonales y burocráticas dificultando el cambio institucional.

Hay otros estudios que se relacionan con los anteriores, pero que son menos comunes, en el que pusieron en evidencia la importancia del capital social para el desempeño económico medible, utilizando indicadores de confianza y normas cívicas, en una muestra de veintinueve economías de mercado. En este análisis, el capital social considerado es sustancialmente coincidente con el nivel de confianza, siguiendo la línea teórica de Putnam y Fukuyama.

De este modo, Knack y Keefer (1997), desde la macroeconomía, realizaron un estudio *cross-country* (orientado a medir el nivel de confianza) afirmando que: 1) la confianza y la cooperación cívica están asociadas a mejores rendimientos económicos e institucionales, como ya definido por Putnam; 2) la actividad asociativa no está en correlación a performances económicas, contrariamente a los resultados del estudio de Putnam sobre las regiones italianas; 3) la confianza y las normas cívicas son más fuertes en países con instituciones formales que protegen efectivamente los derechos de propiedad y de contrato, así como en los países donde hay menor desigualdad de clase y étnica; 4) el impacto de la confianza en el crecimiento podría ser más elevado en los países más pobres, donde el sistema legal es poco eficiente y donde el acceso a las fuentes formales de crédito es más limitado, debido a la existencia de un sector financiero poco desarrollado; por otro lado, la confianza reduciría más los costes de transacción de los países ricos que de los pobres, porque en los primeros son más frecuentes las transacciones entre desconocidos, tal y como señala Pisani (2019).

Tras su estudio, Keefer y Knack (1997) encontraron que las densas redes horizontales, medidas por la pertenencia a grupos, no están relacionadas con la confianza y las normas cívicas y el desempeño económico. Esto, a diferencia de Putnam (1993) y Putnam y Kristin (2002), que ha sugerido que las mismas refuerzan la confianza y las normas cívicas. Los autores sugirieron en este sentido, que, si la disminución del capital social tiene implicaciones adversas para el crecimiento, son la erosión de la confianza y la cooperación cívica las de mayor preocupación, en lugar del declive en la vida asociativa enfatizado por Putnam (1995). Conforme a los hallazgos de Keefer y Knack (1997), la formación y participación en grupos puede ser contraproducente, mientras que las membresías grupales no estarían directamente relacionadas con el desempeño económico, ni tampoco con la confianza.

Sanders y Nee (1996), por su parte, consideran a la familia como una fuente de capital social, y encuentran que ciertas características de la estructura familiar de los inmigrantes asiáticos e hispanos en los Estados Unidos, están asociadas a mayores ingresos y menor probabilidad de estar desempleado.

Podemos mencionar también en esta breve sistematización de la literatura sobre el tema en análisis, y siempre desde la disciplina económica, los autores Skurnik y Vihriälä (1999). Para estos autores, el capital físico, el humano y el social constituyen tres fuentes fundamentales de información que generan ventajas económicas y de productividad. El capital físico (recursos relacionados con el dinero), forma parte de los activos materiales que se utilizan para mejorar las fuentes de ingresos futuros; el capital humano, alude a las habilidades y conocimientos que las personas utilizan para resolver problemas y, el capital social es el que utilizan los Recursos Humanos para mejorar el flujo de información y generar ingresos (Skurnik, 2002).

Tsai y Ghoshal (1998), en su trabajo sobre una empresa transnacional[9], definen que la interacción social y la confianza facilitan el intercambio de recursos entre las diferentes unidades operativas de la empresa, determinando un efecto significativo sobre la innovación del producto. En el ámbito productivo, el capital social no es un simple *input* de la función de producción, sino un factor con capacidad de reforzar la eficiencia de toda la producción, innovación, aprendizaje y crecimiento de la productividad.

Frente a la pregunta de investigación de cómo se crea y acumula el capital social dentro de una organización, los autores mencionados sugieren y demuestran que cada dimensión del capital social refuerza la creación de las otras dimensiones. Claramente hay otros factores que influyen en la creación y acumulación de tal capital. Estudios posteriores, podrán explorar otras variables, tales como los atributos organizacionales para avanzar en la teoría sobre el capital social en los entornos organizacionales.

Para los autores Puusa, et al. (2013, p. 10), el capital social genera interés en el capital físico y humano. En este caso, el capital social se define como *"los sistemas que fomentan las comunicaciones entre las personas"*. En opinión de Puusa, et al. (2016, p. 26), el capital social podría *"mejorar el desempeño administrativo y el avance financiero, así como los déficits en el capital social pueden provocar la disminución de la participación social, y sus impactos económicos pueden ser tan sorprendentes como aquellos relacionados con el dinero y las personas"*. Los citados autores afirman, a su vez, que el capital social ciertamente no es un sustituto de una política pública exitosa, sino más bien un requisito para ella y, hasta cierto punto, un resultado de ella.

[9] En el resumen de su obra, Tsai y Ghoshal (1998) explican: "Utilizando datos recopilados de múltiples encuestados en todas las unidades de negocio de una gran empresa multinacional de electrónica, examinamos las relaciones entre las dimensiones estructural, relacional y cognitiva del capital social y entre esas dimensiones y los patrones de intercambio de recursos e innovación de productos dentro de la región. empresa. La interacción social, una manifestación de la dimensión estructural del capital social, y la confianza, una manifestación de su dimensión relacional, se relacionaron significativamente con el grado de intercambio de recursos entre unidades, que a su vez tuvo un efecto significativo en la innovación de productos".

Por último, encontramos algunos autores que usan el concepto de capital social con una connotación bastante amplia. Pantoja (1999), por ejemplo, incluye en ese concepto a la familia, los parientes, las redes sociales, las asociaciones locales, las formas de relación entre el Estado y la sociedad, el marco institucional formal (constitución, leyes, regulación, políticas), las normas sociales y los valores. Grootaert (1998) identifica el concepto de capital social con el de instituciones, argumentando que esta definición amplia *"es preferible para entender mejor la dinámica del desarrollo económico"* (Grootaert, 1998, p. 6). En esta perspectiva, el capital social incluye las organizaciones de todo tipo, como las redes sociales, las normas, el gobierno, el régimen político y el sistema judicial.

Por su parte, Krishna y Uphoff (1999) lo identifican con distintas formas de interacción social que clasifican en estructurales, relativa a los roles, redes, reglas cognitivas, concerniente a las normas, valores, actitudes y creencias, que constituyen capital en cuanto producen un flujo de acción colectiva mutuamente beneficiosa. Ostrom (2000) lo define como un conjunto compartido de conocimientos, normas, reglas y expectativas acerca de los patrones de interacción de los individuos y lo diferencia de otras formas de capital: el capital social no se consume con el uso, desaparece con el desuso, no se puede identificar ni medir fácilmente y es difícil construirlo mediante intervenciones externas; incluso, éstas pueden destruir el capital social existente y generar efectos indeseables. Asimismo, Stiglitz (2000) identifica cuatro formas del capital social: el conocimiento tácito compartido, el conjunto de redes sociales, la agregación de las reputaciones individuales y el capital organizacional creado por quienes lo gestionan.

Finalmente, Collier (1998), lo identifica con ciertas formas de interacción social que hacen posible la operación de mecanismos, como la confianza y las normas, y que por cierto, producen externalidades. Este autor comienza su obra *Social Capital and Poverty* (1998) -Capital Social y Pobreza-, diciendo que desde una perspectiva económica, el capital social es "social" porque

genera externalidades que surgen de la interacción social. Ambos, la interacción social y sus consecuencias, generan efectos que no se internalizan en el cálculo de decisiones de cada agente. El capital social es “capital” sólo si sus efectos persisten. La persistencia puede ser ya sea porque la interacción social en sí tiene alguna característica que la hace persistente, o porque los efectos son capaces de durar más que la interacción que la causó.

Collier (1998), sugiere que el capital social es económicamente beneficioso, porque la interacción social genera una u otra de tres externalidades: facilita la transmisión de conocimientos sobre el comportamiento de los demás y esto reduce el problema del oportunismo; facilita la transmisión de conocimiento sobre tecnología y mercados, esto reduce las deficiencias del mercado en información, y reduce el problema del *free-rider* (persona o empresa que obtienen una ventaja sin pagarla), facilitando de esta forma la acción colectiva (Collier, 1998). Por lo tanto, para este autor, el capital puede ser social porque surge de alguna interacción de agentes ajenos al mercado, pero, sin embargo, tiene efectos económicos. La interacción social tiene un efecto económico que no está mediado por el mercado. Por lo general, este efecto económico no es el principal propósito de la interacción social, pero es incidental o incluso involuntaria (Collier, 1998).

El capital social desde la visión de los Organismos Internacionales.

Hemos visto hasta el momento que el concepto de capital social ha sido reconocido y retomado por algunas instituciones internacionales. Así, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), ha impulsado reflexiones sobre el desarrollo, que incluyen la perspectiva sociológica de las relaciones sociales como partícipes directos en los procesos productivos. En este sentido, el citado organismo puso el énfasis en las relaciones entre personas, a diferencia de otras formas de capital que residen en los objetos,

como es el caso del capital físico, o en los individuos, como es el caso del capital humano (PNUD, 2008).

Es por eso que, en su visión del capital social, el PNUD hace referencia a las relaciones interpersonales que pueden ser utilizadas en la producción de bienes y servicios. Este tipo de relaciones, tiene un interesante potencial como factor productivo, pero también amplía las posibilidades de las personas de poder elegir al poner en juego la acción de los individuos como agentes de su propio desarrollo (PNUD, 2008). Por lo tanto, desde esta concepción, las oportunidades se amplían cuando hay relación con otros; el capital social altera la producción y el intercambio de bienes y servicios, como así también modifica la disponibilidad de recursos para la generación de capacidades. En definitiva, se sostiene desde este Organismo Internacional de las Naciones Unidas, que se habla de capital social cuando los vínculos conforman una red relativamente sólida y activa de confianza y cooperación (PNUD, 2008).

Por su parte, la concepción de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) sobre el capital social, supone un efecto positivo en la reducción de la pobreza, la desigualdad y demás problemas sociales. De igual manera, la reducción de la pobreza y la desigualdad influirán de manera positiva en el aumento del capital social, dado que en este contexto se incentiva la cohesión social. Es por eso que el trabajo de la Comisión se ha centrado en la inversión en el capital social, poniendo el acento en la inclusión de los individuos en posición de desigualdad y en la gestación de instituciones formales de asociación y participación (CEPAL, 2003).

En cuanto al Banco Interamericano de Desarrollo (BID), hemos consignado ya que su visión sobre el capital social se da fundamentalmente en dos sentidos. Por un lado, los vínculos entre el capital social, los valores éticos y la cultura; por otro, el fortalecimiento de la participación. Se incluyen también el clima de

confianza, el grado de asociatividad, la conciencia cívica, los valores éticos y la cultura, entendida esta última como la *"manera de vivir juntos"* (Kliksberg, 1999, p. 99).

El BID también destaca distintas formas de organización social como las instituciones comunitarias, las autoridades tradicionales, las redes de parentesco y vecinos, las organizaciones religiosas y otras asociaciones voluntarias y de autoayuda que, a través de los años y por generaciones, han sido usadas por la población para movilizar recursos y atender fines de orden social, económico y político. Todos estos medios organizativos son parte de la riqueza de los pueblos y representan un acervo importante de capital social para la construcción de economías competitivas, sistemas políticos democráticos y sociedades más solidarias, sin pobreza y exclusión (BID, 2000).

En cuanto al Banco Mundial, este Organismo Internacional también concibe al capital social como vinculado a las normas de confianza, a los valores, las actitudes y redes entre las personas e instituciones en un marco de asociatividad y de acciones colectivas y de cooperación (Banco Mundial, 2000).

No obstante, no se revisa bien el modelo mantenido por los Organismos Internacionales en torno al capital social, se puede observar que los vínculos de poder quedan excluidos de las prácticas sociales. Es decir, el enfoque se concentra en el orden y el funcionamiento armonioso de las personas y su entorno colectivo. Quedan totalmente ausentes herramientas que analicen las fuentes de poder y de conflicto. En oposición a estas teorías, tenemos la noción de capital social que se ha utilizado en el estudio y análisis de las cooperativas agroalimentarias de Extremadura, para tener presente, y estudiar las relaciones de poder y conflicto. Así, el concepto de capital social mantenido

desde el punto de vista de Pierre Bourdieu, establece un instrumento fundamental y superador de otras perspectivas teóricas.

Con todo ello, la perspectiva de Bourdieu, acerca de este concepto, puede sintetizarse sabiendo que:

> *"el capital social opera como un multiplicador que hace en forma instrumental y directa a las probabilidades de valorización de las otras especies de capital; funcionando como un capital simbólico, el capital social concurre "por procuración" a producir la unidad interna de la clase dominante; y, correlativamente, a reforzar su distinción respecto del resto del universo social; finalmente, el capital social existe también bajo la forma de la capacidad incorporada, para entablar y mantener relaciones"*, como así se recogen en palabras de Baranger (2004, p. 214).

Por último, cabe agregar que el énfasis por potenciar el capital social en los Organismos Internacionales, donde han sido analizados durante tres décadas, tiende a eludir el problema central de "las personas con escasos recursos": el núcleo duro de la superación de la desigualdad y la pobreza pasa centralmente por la disminución del desempleo, la precarización laboral y por una verdadera redistribución de la riqueza.

1.3. Evolución.

Las distintas concepciones de capital social, llevadas a cabo en los años ochenta, coinciden en dos aspectos, se refieren al capital social como un recurso (o una forma de obtener recursos), y que, combinados con otros factores, permite alcanzar beneficios para los que lo poseen (Rubio y Mazon, 2017). Esta forma concreta de capital habita en las relaciones sociales.

Otro autor prestigioso que marcó su influencia en el desarrollo del concepto de capital social, y al que ya hemos hecho referencia, fue Granovetter (1985), quien engrandeció el trabajo ya realizado por economistas como North con su análisis del modo en que, en el universo real los actores económicos no se encuentran aislados, sino que sus interacciones económicas están inmersas o afianzadas en las relaciones, en sus redes y en las estructuras sociales.

Para Granovetter (1985), la conducta racional de los individuos abarca, *"no sólo objetivos económicos, sino también la sociabilidad, la aprobación, el status y el poder"*, como indica Alcalá (2012, p. 146). Del mismo modo, pero en sentido inverso, las relaciones sociales y la estructura social desempeñan un papel fundamental en el comportamiento económico. La concepción propuesta por este autor forma parte del concepto actual de capital social, cuando se refiere a que la lógica de los objetivos no económicos de las personas, y la idea que las relaciones sociales componen activos económicos importantes de los individuos y de los grupos a los que pertenecen.

En las últimas dos décadas, la expresión capital social ha comenzado a incrementar el interés de varias disciplinas. Ostrom y James (2003), afirman que el capital social, se ha interesado por entender cómo las relaciones que comparten los distintos sujetos, se convierten en un instrumento productor (o inhibidor) de beneficios sociales. Esta nueva contribución, aunque ha sido asociado a conceptos como cooperación, altruismo o reciprocidad, difiere de todas ellas en algo: mientras que aquellas parten de la suposición de que los individuos, aún vistos en grupo, se encuentran atomizados, considera que se hallan determinados por su pertenencia a redes de relaciones sociales.

Por su parte, académicos, consultores y funcionarios, le han atribuido diversas funciones, al extremo de entender que es fundamental para explicar y promover el desarrollo económico, optimizar el funcionamiento del sector

público, conservar la permanencia de los sistemas democráticos y superar la pobreza (Torsvik, 2000).

Desde el punto de vista de la organización empresarial, con la irrupción y posterior evolución del concepto de capital social, se ha puesto de manifiesto la necesidad de un nuevo modelo de gobierno empresarial. La empresa en la actualidad, presenta rasgos tales como: la internacionalización de las actividades productivas, comerciales y financieras; la internacionalización de la dirección y la transculturalidad de sus equipos gestores; la existencia de contratos explícitos y relacionales, o implícitos que configuran la concepción de la organización y sus relaciones con el entorno; la importancia de las alianzas y la cooperación con otras empresas a nivel local, regional, nacional e internacional; la relevancia de los cibernegocios como característica de la sociedad en red, lo que lleva a las empresas a la necesidad de potenciar las actividades en el entorno *e-business* y *e-commerce*; la gestión del conocimiento, del talento, como así también, del aprendizaje organizativo, que la conduce a un rediseño estructural y funcional de su organización; por último, la importancia de los valores relacionales basados en la confianza, la solidaridad, la transparencia, la responsabilidad, el compromiso social y la ética (Bueno, 2002).

Estos rasgos descritos anteriormente por Bueno (2002), culminan con la necesidad de una nueva empresa basada en el conocimiento, en el talento de sus empleados y en las relaciones con el resto de los partícipes y agentes sociales, configurando lo que se ha denominado “organización nexo o red”. En este contexto, la empresa pasa a ser un nexo de contratos explícitos e implícitos en el que cobra importancia el capital humano y el capital organizativo, consecuentes con la existencia de contratos relacionales. En cuanto al sistema relacional que caracteriza al capital social de la organización en la sociedad del conocimiento actual, se presentan seis elementos que constituyen dicho sistema, los cuales provocan un conjunto diferenciado de

relaciones contractuales con la organización que crean los valores intangibles que integran el concepto de capital social, como bien explica Bueno (2002).

El capital social en la empresa de la actualidad, de este modo, se compone de relaciones con otros agentes y con sus procesos de negocio y recursos identificados en cada elemento básico relacional, a saber:

> *"1) solidaridad y cohesión con los ciudadanos y unidades sociales integrantes del sistema social; 2) desarrollo económico del entorno de referencia; 3) compromiso de buen gobierno respecto a los agentes del sistema; 4) desarrollo científico y tecnológico de su entorno; 5) defensa del ecosistema o aceptación de cierta responsabilidad medioambiental; 6) defensa de la cultura y del patrimonio artístico de su sistema social de referencia. Así, cada una de estas relaciones y sus interacciones irán creando un determinado valor en la organización para todos los partícipes de aquella, tanto interno como externo, y no solo para el accionista, valor que es definido como capital social"*, como así lo señala Bueno (2002. p. 168).

En otro enfoque, Raghuram y Zingales (2000) lo han denominado "modelo estratégico-social", enfoque que parte de la visión de la empresa como organización o como proyecto comunitario, en el que todos los partícipes pretenden cierta utilidad. La organización se presenta, por lo tanto, como una "red, nexo o sistema de relaciones y de inversiones", de unos y otros partícipes (como los *stakeholders*), que se transforman en recursos, entre los que se hallan en la actualidad no solo los tangibles, sino también los intangibles o basados en el conocimiento. Estos recursos, a su vez, se sustentan en unos contratos relacionales o implícitos, que influyen en el valor de la empresa al crear el denominado capital social como parte importante del capital intelectual (Bueno, 1999).

Bajo esta perspectiva y en relación a las organizaciones empresariales, el capital social actúa como innovador y dinamizador, facilitando que las mismas logren sus objetivos a largo plazo de una forma sostenible. La creación de valor a largo plazo para todos sus partícipes, se basa en un conjunto de contratos relacionales o implícitos generadores de activos intangibles que operan como recursos a partir de la presencia de los valores que caracterizan dichos contratos y al propio capital social, como son la confianza, la lealtad, la sinceridad, la transparencia, el compromiso, la solidaridad, la responsabilidad, la honestidad y la ética en las relaciones con los distintos agentes sociales.

En lo que respecta a la literatura existente sobre capital social y empresas cooperativas, el capital social ha sido visto como una condición para el desarrollo organizacional, y un resultado potencial de comportamientos cooperativos dentro de las organizaciones de una manera que se refuerza mutuamente, donde *"la confianza fomenta la cooperación, y la cooperación en sí misma genera confianza*" (Putnam, 1993, p. 171).

En cuanto al capital social como un resultado de comportamientos pro-sociales dentro de las organizaciones cooperativas, se ha argumentado que los contactos directos y frecuentes en las mismas, fomentan el desarrollo del capital social y las normas de confianza (Birch y Whittam 2008).

Hatak et al. (2016) sostienen que la orientación hacia el beneficio mutuo o público, está asociada con diferentes tipos de capital social. Más precisamente, se dice que las cooperativas de beneficio mutuo dependen de una estructura de red cerrada asociada con fuertes vínculos entre los miembros y la confianza específica del grupo. A la inversa, se supone que las cooperativas de beneficio público se construyen sobre una estructura de red abierta, asociada con lazos débiles entre los miembros y la confianza generalizada.

Por su parte Arando et al. (2012), expresan que parece lógico que los efectos positivos del capital social organizacional no se limiten a la organización en sí misma, sino que se extiendan a la sociedad, fomentando lo que se ha denominado "capital social comunitario". Las personas que trabajan en organizaciones con un alto grado de capital social organizacional, provocan allí donde viven, relaciones sociales distintas, tanto en la calidad como en la cantidad, creando un capital social comunitario diferente. Existen en este sentido, diversos estudios que analizan la relación entre el capital social y el capital social comunitario, relacionándolos a través del cooperativismo. Tenemos que decir, de los autores citados anteriormente, que el colectivo cooperativista:

> *"a través de sus mecanismos de participación en el capital, en los resultados y en la gestión, crean relaciones organizacionales basadas en la confianza, transparencia y responsabilidad individual y social, creando un capital social que a posteriori tiene efectos positivos en los resultados económicos y psico-sociales de la organización. Las cooperativas, allí donde se ubican, y los cooperativistas, allí donde viven, crean unas relaciones sociales diferentes que parten de ese comportamiento distinto experimentado en sus empresas"*, como lo indican Arando et al. (2012, p. 43).

El cooperativismo es reconocido en la actualidad como un modelo empresarial que genera capital social, tanto organizacional como comunitario. Ya Cooke y Morgan (1998), presentaban el caso de las cooperativas de la Corporación Mondragón como un paradigma de desarrollo regional basado en el capital social. Más recientemente, se ha analizado la experiencia cooperativa en el País Vasco y sus aportaciones al capital social (Mugarra, 2005; citado por Arando et al., 2012), haciéndose una revisión de los principios y valores cooperativos, y encontrándose claras referencias a elementos del capital social, como las actitudes y valores compartidos, la participación y la

solidaridad, la cooperación y la ayuda mutua, el compromiso con la comunidad y la responsabilidad social.

En ese mismo año, relacionan el capital social con el desarrollo regional, llegando a la conclusión de que las economías con un gran capital social, consiguen grandes niveles de desarrollo regional; autores que también toman en cuenta en su análisis el caso Mondragón y sus aportes a la economía vasca, demostrando los altos niveles de desarrollo local conseguidos. De esta forma, relacionan también capital social con cooperativismo (Irizar y Lizarralde, 2005; citados por Arando et al., 2012).

2 Capital Social y Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Escribe Adam Smith en su libro *La Teoría de los sentimientos morales* (1759) que el filósofo británico Thomas Hobbes[10] sostenía que el hombre, un ser en esencia egoísta, se ve impulsado a refugiarse en la sociedad, no por ningún amor natural hacia sus semejantes sino porque, faltándole la colaboración de los otros, es incapaz de subsistir holgadamente a la protección de todo peligro. Contrariando a Hobbes, Smith entendía que esa actitud egocéntrica del ser humano no elimina la idea de que *"existen evidentemente en su naturaleza algunos principios que le hacen interesarse por la suerte de otros, y hacen que la felicidad de éstos le resulte necesaria, aunque no derive de ella nada más que el placer de contemplarla"*, como así lo afirma Smith (1997, p. 49).

[10] Thomas Hobbes (1588-1679), fue un filósofo inglés. En particular en su libro Leviathan, postula que en "estado de naturaleza", es decir "fuera" o "antes" de la sociedad, en ausencia de todo poder de coerción, los hombres -condicionados y determinados por los movimientos de los cuerpos y los estímulos- se ven inclinados a desarrollar una guerra de todos contra todos en defensa de sus propios deseos e inclinaciones. "El hombre es el lobo del hombre" (homo homini lupus est), afirmaba Hobbes, y por ello, en función de alcanzar alguna seguridad, los hombres establecen entre ellos un contrato civil por el cual la fuerza, que es común a todos, es transferida a un "poder soberano" cuya tarea es instaurar y mantener la paz. Para Hobbes, ese contrato no es consentido, sino impuesto por la necesidad. El Estado -un monstruo de muchas cabezas: el Leviatán- que de ello resulta -Hobbes es un ferviente defensor de la monarquía, y se opone a cualquier división de poderes- es opuesto a la naturaleza humana, pero debe aceptárselo por garantizar, a cambio de una pérdida de libertad, la supervivencia de todos.

La virtud para Smith, sería el gran sostén, el vicio y el gran perturbador de la sociedad humana: la primera, por lo tanto, le resultaba “aceptable”, y el segundo “ofensivo” para todos los hombres, puesto que de la una prevé la prosperidad y del otro la ruina y confusión de todo lo que tan necesario es para la comodidad y seguridad de su existencia.

Sin lugar a dudas, el economista inglés, padre del libre comercio, fundador de la economía política, sentó en ese texto los principios de lo que hoy damos en llamar “capital humano”, un concepto al que inclusive pretende delimitar, aunque denominándolo con otros términos: “Principio de aprobación”, teoría de las emociones y los sentimientos que deberían guiar el quehacer del hombre de negocios.

No previó, sin embargo, doscientos años antes de que sucediera, que la globalización de la economía se iba a convertir en un temible obstáculo para la integración social. Castells (1998) afirma en este sentido, que el ascenso del capitalismo informacional trajo consigo el aumento de la desigualdad y la exclusión en todo el mundo. Define la exclusión social como:

> *“Un proceso por el cual, a ciertos individuos y grupos se les impide sistemáticamente el acceso a posiciones que les permitirían una subsistencia autónoma dentro de los niveles sociales determinados por las instituciones y valores en un contexto dado. La exclusión social y la concentración de la riqueza, acusa en un velado ataque a las corporaciones y a las empresas que se desinteresan del bienestar social, es un proceso, no una condición. Por lo tanto, sus fronteras cambian, y quien es excluido puede variar con el tiempo, dependiendo de la educación, las características demográficas, los prejuicios sociales, las prácticas empresariales y las políticas públicas. Es más, aunque la falta de trabajo regular como fuente de ingreso es, en última instancia, el mecanismo clave en la exclusión social; son muy variadas las vías que*

conducen a la indigencia y que colocan a los individuos y grupos en una situación de dificultad/imposibilidad estructural para conseguirse el sustento. No es sólo una cuestión de falta de preparación o de no ser capaz de encontrar un empleo. Además, el proceso de exclusión en la sociedad informática, afecta tanto a personas como a territorios, de suerte que, en ciertas condiciones, países, regiones, ciudades y barrios enteros quedan excluidos, abarcando en esta exclusión a la mayoría o a toda su población", como así lo indica Castells (1998, pp. 98 y 99).

Queda claro que ninguna empresa puede abordar y resolver todos los problemas de una sociedad, ni asumir el coste de hacerlo. Pero es indudable que una mayor atención corporativa a la RSE, puede convertirse en cualquier lugar del mundo, y sobre todo en los países en vías de desarrollo, ya sea de Asia, África o de América latina, en una fuente de enorme progreso social a medida que las empresas apliquen sus inmensos recursos, experiencia y conocimientos a actividades que no solamente las beneficien económicamente sino que también redunden en un beneficio social comunitario.

2.1. Concepto y evolución de la RSE.

El estudio del fenómeno de la RSE, ha sido abordado tanto por la teoría económica convencional como por las disciplinas relacionadas con la administración de empresas. Concretamente, el constructo responsabilidad social se vinculó, en un principio, a la empresa privada; sin embargo, en la actualidad se hace extensible a todo tipo de organizaciones. En esencia, se define un nuevo paradigma para las organizaciones, con la finalidad de integrar las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones, prevenir y mitigar

los impactos adversos de sus modelos de negocio, y maximizar la creación de valor compartido para todos sus *stakeholders* (Comisión Europea, 2001)[11].

En la literatura académica, la Responsabilidad Social tiene muchos significados y enfoques, de hecho, los académicos han propuesto una gran cantidad de expresiones para referirse a la RSE. Algunos de estos incluyen sostenibilidad corporativa, ciudadanía corporativa, emprendimiento sostenible, ética corporativa, ética empresarial y desempeño social corporativo (Van Marrewijk 2003; Dahlsrud 2006; Aguinis 2011).

A finales de los años 50, desde que aparecieran en forma explícita las primeras contribuciones en la materia, la perplejidad y la falta de certidumbre sobre la naturaleza de este fenómeno, ha llevado a una polarización de los estudios en la materia en dos extremos: por un lado, aquellos basados en consideraciones de orden moral o filantrópico, atemporal, ahistóricos desde el momento de realizar una abstracción de la realidad concreta. Por el otro, los centrados en el registro estadístico de variables e indicadores relacionados con la RSE y que caen en el más plano empirismo, ocupándose de su aislada descripción y, por vía de consecuencia, haciendo abstracción de la necesidad de la teoría para la interpretación adecuada de la realidad, como bien nos indica Solís González (2008).

Sostienen Abreu y Badii (2006), que la responsabilidad social se refiere a la obligación que las empresas tienen hacia la sociedad. Hasta ahora esto no es controversial, pero sí existe un debate sobre el contenido que debe dársele al concepto. El mismo ha sido enmarcado en dos visiones contrapuestas del rol de la empresa en la sociedad: la clásica o visión del mercado libre, o visión estrecha, y la visión socioeconómica o amplia. De acuerdo a la primera concepción atribuida a Friedman (1979, citado por Abreu y Badii, 2006), la

11 Información extraída del Website Oficial de la Comisión Europea. Disponible en https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/DOC_01_9

única responsabilidad social de las empresas es maximizar sus ganancias. La maximización de las ganancias es restringida por las “reglas del juego”, la cual requiere el cumplimiento de las leyes y otras normas sociales, por ende, son las que identifican las responsabilidades sociales de la empresa.

Levitt (1958, citado por Abreu y Badii, 2006), identifica a la responsabilidad social como el modo de actuar honestamente y con buena fe, pudiendo constituirse esta visión como un enfoque mínimo en responsabilidad social. Así, las empresas tienen que atender una responsabilidad que es demandada por la sociedad y nada más.

La visión socioeconómica ofrece una amplia consideración de la responsabilidad social. De acuerdo a esta concepción, las empresas tienen obligaciones que van más allá de buscar ganancias, e incluye proteger y mejorar a la sociedad (Robbins et al., 2000; Shaw y Barry, 2001; citados por Abreu y Badii, 2006). Por su parte Boatright (2000, citado por Abreu y Abadii, 2006) resume su posición, diciendo que el concepto de RSE alude a la adopción voluntaria de responsabilidades que van más allá de las responsabilidades meramente económicas y legales de las empresas.

Buontempo (2012) identifica el concepto de RSE con el rol que le toca jugar a las empresas a favor del desarrollo sostenible, es decir, a favor del equilibrio entre el crecimiento económico, el bienestar social, el aprovechamiento de los recursos naturales y el medio ambiente. Ese equilibrio, argumenta el citado autor, es vital para la operación de los negocios. Las empresas deben pasar a formar parte activa de la solución de los retos que tenemos como sociedad por su propio interés de tener un entorno más estable y próspero. En este sentido, la empresa puede orientar sus prácticas responsables hacia su interior o hacia el exterior de la empresa. En cada caso, ya sea interno o externo, existen diferentes públicos interesados hacia dónde puede focalizar su acción.

Delimitar el impacto interno y externo que tiene la empresa es fundamental para este autor.

De George (2010), ya alertaba respecto al hecho de que lo que la sociedad espera o cree que las empresas deben hacer, o cómo deben comportarse, se está volviendo cada vez más exigente. En el mismo sentido, Leal Carretero (2007, p. 508) sostiene que el ideal de RSE, como todos los ideales políticos y sociales, comienza a *"inflarse y a abarcar más cosas del tal manera que es claro que ninguna empresa podría jamás satisfacer la hidra axiológica resultante"*. No obstante, lo que comenzó como la adopción voluntaria por parte de algunas empresas de este tipo de prácticas en un contexto de prosperidad y abundancia, está tendiendo en cierta medida a convertirse en normas de observancia no discrecional y obligatoria en la mayoría de las economías desarrolladas (Solís, 2008).

Cabe preguntarse entonces, frente a las diferentes actitudes empresariales, cuál sería la opción realmente ética que en su momento planteara Adam Smith y si, como también acusan Castells y otros autores, no hay que entender que la ética de una empresa aparece hoy como forma manifiesta o encubierta para obtener una legitimidad social, la cual, para conseguirla, cada empresa debe lograr a la vez, *"producir los bienes que de ella se esperan y respetar los derechos reconocidos por la sociedad en la que vive y los valores que esa sociedad comparte"*, como lo pone de manifiesto Cortina (1994, p. 81).

Esta visión aporta a la discusión desde dos ámbitos: el primero es comprendiendo a la empresa como una entidad o, más aún, como un "ciudadano corporativo", quien posee como tales derechos y obligaciones; y, segundo, tomando el contexto de valor social particular en la que la empresa se incluya. Cortina señala, que la RSE, nace de la comprensión de que la

empresa es una *"institución socioeconómica que tiene una seria responsabilidad moral con la sociedad"* (Cortina, 1994, p. 82).

Roitter (1996), por su parte, afirma que la empresa, además de sus contratos económicos, establece otros contratos bajo un nuevo concepto de razón social, a través del cual, *"la empresa adquiriría su razón de existencia para el medio social en que se desenvuelve"* (Roitter, 1996, p. 3). Señala este autor que, en principio, la corporación debe mirarse a sí misma y satisfacer las expectativas de sus *stakeholders*, definiendo a estos como partes interesadas, o partícipes, entendiéndose que se trata, en un sentido amplio, de cualquier individuo, grupo u organización que puede afectar o puede resultar afectado por las actividades de la empresa. En una versión más estricta, Lafuente (2001, p. 9) los define como *"aquellos individuos, grupos o entidades identificables y relevantes de los que depende la firma para su supervivencia"*.

Aludiendo ahora brevemente, a la evolución del concepto en análisis, podemos tomar en primer lugar a Friedman (1970, pp. 32 - 33), quien no se caracterizó precisamente por un lenguaje conciliador, y se pregunta por la SRE en los siguientes términos, y con las siguientes preguntas: *"¿Los ejecutivos de una corporación pueden sentirse excusados en defender la idea de la responsabilidad social de la empresa de la cual son agentes?"*. Su respuesta, como no podía ser de otra manera, es rotundamente negativa. Para él, los hombres de negocios que pretendieran defender la idea de una responsabilidad social de sus empresas serían *"títeres inconscientes de las fuerzas intelectuales que han estado minando la base de una sociedad* libre", y añade, estarían "predicando sin adulteración un socialismo puro".

Este es el Friedman "dogmático", que sustentaba la idea de que las corporaciones no podían asumir ninguna responsabilidad social, ya que solamente las personas en forma individual tenían capacidad y derechos para

intentarlo, en otros trabajos le adjudica a la corporación el carácter casi opuesto de ser "persona artificial" con responsabilidades artificiales, es decir, responsabilidades no genuinas, aunque nunca explica con claridad qué significan, a su entender, los conceptos de responsabilidad o responsabilidad social artificial y cuál sería la genuina, términos que utiliza constantemente y de manera indiferenciada. Tampoco los diferencia del concepto de responsabilidad moral. Por otro lado, parece reconocer que hay algún tipo de actitud ética (es decir: responsabilidad moral) cuando señala que las acciones de las empresas deben ajustarse a las costumbres éticas de la sociedad. En realidad, limita la responsabilidad corporativa de los accionistas a preservar los intereses de los *stakeholders* y *shareholders*, *"cuando se refiere al hecho de que, por intereses de tipo social, los directivos deben ser auditados para evitar que gasten el dinero de accionistas, clientes o trabajadores"*, como nos señala Friedman (1970, p. 122 y p. 126).

Poco más de una década antes, en 1958, Theodore Levitt de la Universidad de Harvard sostenía que *"la función de los negocios es producir ganancias sustanciales y sostenidas; el Bienestar General y la sociedad no son parte de los negocios de una corporación. Su negocio está en ganar dinero y no en la dulce música"* (Levitt, 1958, p. 43).

Este argumento de Levitt, uno de los principales editores de *Harvard Business Review*, tanto como los conceptos de Friedman, fueron rebatidos por otro laureado premio Nobel, Kenneth Arrow, quien airadamente rechaza la postura de que la única responsabilidad social de las empresas consistiría en maximizar beneficios, por cuanto esa definición sólo puede tener cierta validez en el caso de mercados altamente competitivos (Arrow, 1973), que no son precisamente aquellos donde actúan las corporaciones, dedicadas a maximizar sus ganancias en los mercados imperfectos propicios para los monopolios.

En defensa de la responsabilidad social corporativa, considerada por los economistas ortodoxos como una teoría irracional, Arrow, que se considera a sí mismo ferviente defensor de la teoría del bienestar, en otro texto notable se pregunta y responde:

> *"Si no soy para mí, entonces, ¿quién es para mí? Y si no soy para los otros, entonces, ¿quién soy? Y si no es ahora, ¿cuándo? He aquí, en tres interrogantes sucesivas, la tensión que existe entre la individualidad y el profundo sentimiento de lo propio, y la acción a la que nos impulsa nuestra conciencia social*" como señala Arrow (1978, p. 13).

De forma constante, Arrow señala que resulta deseable la presencia de cierta idea de responsabilidad social, sea ésta ética, moral o legal. En razón de que entiende que dicha idea no habrá de surgir en forma espontánea, considera conveniente institucionalizar dicha responsabilidad social a través de regulaciones, impuestos, normas legales o códigos de ética.

En sus escritos ya están presentes los fundamentos del concepto de responsabilidad social de las empresas que finalmente, en los años noventa, tuvo la difusión que él propició y terminó por generar profundos cambios en las relaciones entre las empresas, los gobiernos, las organizaciones no económicas, las organizaciones sin fines de lucro, las fundaciones de origen empresarial y los individuos; una nueva especie de "contrato social" en el que podría reconocerse el espíritu rousseauniano, aquel Rousseau que en el contrato original escribiera *"el impulso de los apetitos es esclavitud y la obediencia a las leyes que cada cual se prescribe, libertad"* (Rousseau, 1948, p. 20).

El punto de partida del liberalismo político se origina en las teorías del contrato social, tal como fueron desarrolladas en el siglo XVII, en particular por Thomas Hobbes cuestionado por Smith. Basadas en una fuerte defensa del

individualismo, armadas de un componente racionalista que las llevó muchas veces a enfrentarse duramente con la Iglesia, por su reclamo a favor del laicismo de la educación y del Estado, las corrientes liberales se originan básicamente en los postulados defendidos por John Locke, empirista inglés del siglo XVII. Locke toma apoyo en ideas desarrolladas por Hobbes, en particular en su *Leviathan.* Nada diferente de lo que exigía en la última década del siglo XX Kenneth Arrow. Pero Locke, que sostiene que todas nuestras ideas derivan de la experiencia, y para quien el estado de naturaleza no es una simple hipótesis de trabajo sino una verdad histórica, afirma que el pacto social no suprime los "derechos naturales" de los individuos. Es más, basado en una visión optimista de ese "estado de naturaleza", considera que, lejos de generar la anarquía y la guerra, en él reina la armonía. Los hombres son allí libres e iguales, y obedecen a la ley natural, que les es revelada por la razón. La libertad consiste en respetar las obligaciones planteadas por la ley natural. Al acatarlas, el hombre actúa de acuerdo a su naturaleza y sus intereses. Los derechos naturales (a la vida, a la libertad, y al disfrute de sus bienes) definen un campo intangible: al ser naturales no pueden ser desconocidos por convención humana alguna. La propiedad privada, considerada por Locke una "extensión" de la persona, es necesaria para la conservación de la vida y el ejercicio de la dignidad humana. Existe para él, sin embargo, un límite al derecho inviolable a la propiedad individual: un propietario tiene el deber de ceder los bienes inútiles a su subsistencia si esos pueden ayudar a los desposeídos (Locke, 1660-1662). Esa, nada menos, es la raíz histórica de la actual Responsabilidad Social Corporativa.

En la década de 1960, algunos autores incluían a la RSE dentro de las decisiones y acciones empresarias puestas en práctica por el empresariado, cuyas motivaciones iban más allá de lo meramente económico.

En 1975, será el autor Keith Davis el primero en reconocer, a partir de los debates y polémicas que se habían venido produciendo, que la opinión pública

de forma creciente estaba planteando demandas de tipo social a las organizaciones, en particular a las empresas. En relación con las mismas, sostenía que la responsabilidad social se deriva del poder social que detentan las corporaciones, que con sus acciones están afectando los intereses de otros sectores de la sociedad (Davis, 1975). Esta es la denominada "Ley de oro de la Responsabilidad", y es la primera de sus cinco proposiciones. La segunda refiere a la transparencia comercial. Señala que toda operación de negocios debe ser pública y transparente, y que a través de los medios correspondientes, el público en general tiene derecho a acceder a esa información. La tercera propuesta indica que los costes sociales, así como los beneficios de una actividad, producto o servicio, deben ser completamente calculados y tenidos en cuenta como inversión o gasto. La cuarta proposición complementa a la anterior, donde Davis afirma que los costes sociales de cada actividad, producto o servicio, deben tener su precio para que el consumidor (o usuario) también aporte con su consumo al bienestar social. Por último, la quinta proposición, establece que más allá de los gastos sociales las empresas, así como también los individuos, tienen que asumir su responsabilidad en el desarrollo social, cada cual en sus áreas de competencia apuntando allí donde mayores sean las necesidades sociales. Esta última proposición es quizá, aunque no la primera, una de las ideas iniciales en las que se puede percibir que la responsabilidad social es claramente un acto de ciudadanía corporativa, acción que no solamente debe servir los intereses propios de la empresa, sino que también debe proteger y mejorar los intereses de la sociedad en la que opera (Davis, 1975).

A finales del siglo XX, se produjo un suceso que es simbólico y clave para entender la importancia que las ideas de la RSE van a tener en el próximo siglo. Siguiendo a Perdiguero (2003), este autor relata que el 26 de junio de 1995, la compañía petrolera anglo-holandesa Shell anunció el abandono de la operación de hundimiento de la plataforma petrolera *Brent Spar* en el Mar del Norte. Esta decisión ponía fin al conflicto que había enfrentado a dicha

compañía con la organización internacional ecológica *Greenpeace*, con un *boicot* a las gasolineras de Shell en varios países europeos, y con cuantiosas pérdidas económicas. Como resultado de esta confrontación, la empresa Shell hizo pública la aceptación de sus errores en sus relaciones con las organizaciones de derechos humanos y el movimiento ecologista, presentando un informe donde comunicó su deseo de ser responsable con los interlocutores, los socios del negocio y con la sociedad en general.

Hoy, el significado más aceptado de la RSE se refiere al logro del éxito comercial, de modo que se respeten los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. Así por ejemplo, lo ha expresado el Foro de la Empresa y la Responsabilidad Social en las Américas:

> *"Aunque no existe una definición única de la Responsabilidad Social Empresarial, ésta generalmente se refiere a una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. La RSE es vista como un amplio set de políticas, prácticas y programas integrales en la operación empresarial que soportan el proceso de toma de decisiones y son premiados por la administración"*, citado por Rodríguez et al. (2008, p. 312).

Otras definiciones que se han brindado y que queremos destacar, son por ejemplo, la de los autores De la Cuesta et al. (2003. p. 311) para quienes la RSE se puede definir como:

> *"el conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos, nacionales e internacionales, con los grupos de interés, que se derivan de los impactos que la actividad y operaciones de las organizaciones producen en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los Derechos Humanos"*.

O bien la de la *Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas* (AECA, 2004. p. 7), que la describe como:

> *"Compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su esencia social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes interactúa"*.

La OIT, por su parte, ha declarado al respecto que:

> *"La responsabilidad social de la empresa (RSE) es el reflejo de la manera en que las empresas toman en consideración las repercusiones que tienen sus actividades sobre la sociedad, y en la afirman los principio y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario y que solo depende de la empresa, y se refiere a actividades que se considera rebasan el mero cumplimiento de la legislación"* (OIT, 2006. p. 5).

No obstante, tal como señalan Ferrell et al. (2000), el concepto de RSE no debe ser confundido con el de "ética en los negocios". Mientras ésta se ocupa de definir los principios y estándares que deben guiar el comportamiento en los negocios, la responsabilidad social se refiere a la obligación de la empresa de maximizar su impacto positivo y minimizar su impacto negativo sobre los *stakeholders*.

Además, los citados autores, mencionan cuatro componentes fundamentales de la responsabilidad social[12]. Son estos, la responsabilidad legal (obviamente

[12] Los aportes de los autores Ferrell et al. (2000) están basados en la llamada "Pirámide de la Responsabilidad Social" que aportara Carroll en 1991. Este autor, en clara oposición al pensamiento de Milton Friedman, define los cuatro niveles de la RSE, clasificando la misma en función de una secuencia jerárquica que va de lo legal a lo discrecional o voluntario. Según Archie B. Carroll, la primera y más importante de las responsabilidades empresarias es la "económica". Esta deviene de su propia naturaleza y objetivos. En segundo lugar se encuentran las "responsabilidades legales", entendiéndose por tales la necesidad de cumplir con las leyes

vinculada con el cumplimiento de las leyes y normas comerciales); la responsabilidad ética (básicamente hacia los *stakeholders*, tiene el sentido de hacer lo correcto y lo equitativo más allá de lo que la ley requiere); la responsabilidad económica (central en el planteo, con el objetivo de maximizar las ganancias de los *stakeholders*) y la responsabilidad filantrópica (obviamente dirigida a mejorar la calidad de vida y el bienestar de la comunidad en la que operan las empresas) (Ferrell et al., 2000).

Por su parte, el Instituto ETHOS de Empresas y Responsabilidad Social de Brasil (ETHOS, 2006) como así también el *Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria* (IARSE) en Argentina, han elaborado siete indicadores, que a la vez hacen de dimensiones de la RSE (IARSE, 2007), y que han sido destacados como las "Siete directrices de la RSE". Las mismas son las siguientes:

> *"1) Valores y transparencia; 2) Público interno; 3) Medio Ambiente; 4) Socios y Proveedores; 5) Consumidores y clientes; 6) Comunidad y 7) Gobierno y Sociedad. Estas instituciones señaladas entienden, de este modo, que la Responsabilidad Social Empresarial estará reflejada en diversas relaciones que mantenga la empresa u organización: en la "transparencia" con que ella afrontará sus obligaciones; en la forma como tratará a sus empleados, o sea, a su "publico interno"; en el modo en el que cuidará al planeta, es decir, al "medio ambiente"; en el tipo de relación que tendrá con sus "proveedores y clientes"; en la clase de vínculo que buscará establecer con sus vecinos, su ciudad y en líneas generales la "comunidad" a la cual pertenece; y finalmente, en el tipo de contribución que brindará para organizar la sociedad e influir en el "gobierno" y en la "sociedad"*, como así lo señala Foznar (2015, p. 114).

vigentes. En tercer y cuarto lugar Carroll ubica a las "responsabilidades éticas y filantrópicas". Asimismo entiende que éstas exceden el mero cumplimiento de la ley (Carroll, 1991).

La relación de las organizaciones empresariales con la comunidad es fundamental, como así también, el punto de partida de muchas de las acciones de la RSE. En este sentido, deberán respetarse los aspectos culturales y colaborar en proyectos de carácter educativo, apoyar a las organizaciones no gubernamentales (ONG), como así también, realizar otros actos que beneficien y se inclinen por el desarrollo, tanto de la comunidad como del capital social.

En este sentido, MacMillan (2006) sostiene que el capital social es la "parte blanda de los negocios", es decir, las redes informales, el *know-how* acumulado, los acuerdos mutuos y la confianza, que hacen efectivas a las organizaciones. Etkin (2007), por su parte, relaciona este tema con el concepto de "gerencia social", expresando a modo de:

> *"modelos de organización, formas de gestión y políticas de dirección, cuyo objetivo es el desarrollo sostenible basado en principios de equidad, valores éticos y responsabilidad social en sus relaciones con la comunidad. Es un sistema de ideas que involucra los fines y necesidades del conjunto de actores internos y externos, no una forma de entender los intereses del grupo dominante"*, como bien lo refleja Etkin (2007, p. 117).

El enfoque de la gerencia social, al decir de Etkin (2007), se ha construido a través del tiempo, mediante propuestas tales como el *"management cooperativista"*, la *"dirección por valores"*, la *"administración de instituciones sin fines de lucro"*, la *"responsabilidad social corporativa"*, la *"inteligencia social aplicada"*, las *"estrategias de capital humano*" y la *"gestión del capital social"*. Aportes todos estos que se sustentan en una filosofía que va más allá de las técnicas de administración eficaces, integrándose con "*valores sociales*", tales como la solidaridad, la equidad y la confiabilidad; *"criterios políticos*", como la participación y la conducción democrática; y *"principios de economía"*, como la planificación interactiva y la justicia distributiva (Etkin, 2007, p. 118).

La RSE, en la actualidad, se ha convertido en un aspecto esencial para la subsistencia de cualquier organización, en una cuestión inevitable independientemente del tamaño o sector de las mismas. En el marco del cooperativismo y del asociacionismo, los antecedentes de la RSE se remontan al Siglo XIX, buscando conciliar la eficacia empresarial con los principios sociales de la democracia, autoayuda, apoyo a la comunidad y justicia distributiva. En el caso de las empresas cooperativas, el concepto de RSE permite profundizar un estilo de gestión que posibilita renovar su compromiso con la comunidad, con el medio ambiente y con su público de interés. En definitiva, el concepto de RSE en el ámbito cooperativo conlleva la profundización de la propia naturaleza solidaria de las empresas cooperativas, entendiendo a los siete principios del cooperativismo en un sentido amplio y en total relación con las dimensiones que hemos señalado anteriormente, y que dan forma a la RSE. Un estilo de gestión, que basado en la fortaleza y los principios del cooperativismo, refuerza su compromiso con la democracia, la transparencia, el cuidado de las personas y del ambiente, atravesando toda la cadena de valor, aportando la construcción de un nuevo modelo de gobierno y sociedad.

2.2. La dimensión social de la RSE y el capital social.

La dimensión social de la RSE en las organizaciones alude directamente al capital social. Una mirada más profunda y amplia que la económica, llama a considerar también la dimensión humana y cultural en las organizaciones, y, por ende, a poner el foco en el capital social. Esto incluye el compromiso de los integrantes con los proyectos compartidos; la capacidad de colaborar y trabajar en equipo; la formación de redes; el ambiente resultante del consenso, la confianza y la credibilidad en los comportamientos; el clima de estabilidad en el empleo; el respeto a los principios y valores éticos como criterios a la hora de pensar y tomar decisiones; la satisfacción de las necesidades de orden afectivo y la equidad en las políticas de retribución del trabajo; las

relaciones democráticas en los procesos grupales; el acceso a la educación y a la posibilidad de desarrollo personal en la organización; como así también la transparencia en las comunicaciones, tanto sobre el estado actual como sobre el futuro de la organización (Etkin, 2007).

La dimensión social de la RSE apunta al concepto de capital social como una capacidad de actuar y pensar bajo pautas y actitudes de colaboración, solidaridad, confianza, transparencia, equidad y valores éticos. Conlleva, de este modo, una filosofía de gestión y política empresarial pensada para una organización sostenible en el tiempo, con alto grado de asociatividad, que compromete e integra esfuerzos en pos de proyectos compartidos. Surge de los acuerdos, la comunicación y la construcción en conjunto.

El capital social, como dimensión comunitaria y corporativa de la RSE, se asume desde lo individual a través de la educación, el diálogo y los procesos de significación que influyen en la motivación y en la subjetivación de la realidad, la que se traduce en actitudes, por ejemplo, de indiferencia o compromiso hacia la organización:

> *"La relación colaborativa, de confianza y compromiso que está en la base del capital social no se degrada ni consume con el tiempo, sino que la cooperación adopta la forma de círculos virtuosos que hacen al desarrollo humano continuo y al crecimiento de la organización, al tiempo que mejora sus servicios a la comunidad"*, como bien explica Etkin (2007, p. 10).

Por su parte, Piselli et al. (2003) caracteriza el concepto de capital social como "situacional y dinámico", que no puede ser encasillado en definiciones rígidas y está influenciado por los cambios en el contexto de las redes sociales. Para este autor, genera beneficios para sus miembros, por eso es capital, y es social porque refiere a la cohesión en los grupos y al desarrollo de conjunto.

No es un activo determinado, sino que también refleja un “potencial de cambio”, no alude a pautas rígidas sino a redes para el diálogo frente a sucesos imprevistos o nuevas necesidades. Finalmente, el capital social tiene rasgos de bien público, los resultados no solo sirven a quienes ayudan a lograrlos, sino que se extienden a los demás integrantes de la red y del contexto.

Para finalizar, cabe destacar en este punto en análisis que la dimensión social de la RSE en una organización, no se trata simplemente de satisfacer necesidades sociales, porque eso sería solo una manifestación de la responsabilidad de la empresa, sino que como política, apunta a las decisiones destinadas a cohesionar y movilizar el activo humano de la organización. La fuerza vital está constituida, de este modo, por una asociación de voluntades y es volcada en los procesos de interacción social. Surge de las coincidencias entre los integrantes para avanzar en un proyecto compartido, bajo ciertos valores éticos y sociales.

Ahora bien, cuáles son las medidas que desde el gobierno de una organización o empresa permiten impulsar la formación del capital social. En este sentido, destacamos las más importantes, a saber: el consenso sobre los objetivos, para que no surjan de una imposición; las formas democráticas que permitan la representación y participación en las decisiones de política; los procesos educativos sobre la utilización de valores en las relaciones y acciones; las formas de trabajo en equipo, basadas en relaciones solidarias; las redes de comunicación que aseguren la transparencia en las decisiones; el reconocimiento de los procesos y relaciones informales pero eficaces; la divulgación y educación sobre los principios y valores de la organización; los sistemas de retribución equitativos y que reconozcan el esfuerzo del grupo; los mecanismos de justicia para resolver reclamos laborales; las bases de legitimidad para las designaciones en las posiciones de conducción; la evaluación del impacto de las decisiones sobre el ambiente y los actores

sociales; la definición de cargos y tareas con adecuados márgenes de libertad y espacio para la creatividad; los procesos de delegación y confianza en individuos y grupos responsables de la operación; y la representación de los intereses de grupos diversos, de modo que el capital no presione como criterio excluyente en las decisiones de política. Todas estas medidas hacen al buen gobierno de la organización, a una gestión responsable y que tiene como premisa sostener la identidad y los principios compartidos. Se trata, entonces, de lograr acuerdos y fomentar una actitud de colaboración hacia propósitos compartidos, y no de imponerlos. En este entorno, el capital social sale fortalecido y pasa a formar parte de una de las consignas de la gestión, la gestión en la política, en la empresa, en la Administración Pública y en la sociedad.

CAPÍTULO 2: HIPÓTESIS.

Hace más de un siglo, en EEUU se comenzaron a poner los cimientos sobre la RSE, con la conocida Ley Antimonopolio Sherman, publicada el 2 de julio de 1890, que surge como consecuencia de la necesidad de regular y controlar las acciones en el entorno corporativo, así como para brindar protección a los intereses individuales y colectivos de la sociedad. La meritada Ley, expone que "todo contrato o combinación en la forma de *trust* o colusión, en restricción del intercambio o libre comercio entre los diversos estados o con naciones extranjeras, es declarado ilegal" (Ley Sherman Antitrust, 1890; y Orozco et al., 2014).

En este mismo sentido, a raíz de la crisis económica de la década de 1930, surge el concepto de RSE, en medio de un entorno ambiental y social de posguerra. Los Estados se encuentran en la obligación de sancionar leyes y regulaciones, tendientes al cuidado y recuperación del medioambiente, con la finalidad de controlar y disminuir los daños ambientales causados por los seres humanos (Raufflet, 2010).

En la década de 1980, bajo un entorno de crecimiento y desarrollo basado en un alto consumismo, la internacionalización de la economía, un alto intercambio comercial en el mundo, políticas de liberación y desregulación que implicaban que cualquier impacto que provocaran las organizaciones no fueran solo locales, sino globales y afectaran de distinto modo los espacios donde estaban presentes las empresas, surge un concepto de "RSE voluntaria" (Reich, 1998). El mismo, nace ante la necesidad de dar respuestas a las exigencias de la sociedad, adoptando medidas voluntarias que ayuden a mejorar la calidad de vida de un grupo social específico, como así también, con el fin de que quede plasmado en actitudes concretas y resultados

positivos, cómo influyen las consecuencias de las decisiones y actos empresariales.

En este contexto, la gestión basada en el capital social es un concepto del cual se habla en diferentes foros y ámbitos académicos en los últimos años, pero sin tener claro aún, sus características fundamentales. De ahí la importancia de conocer más profundamente el origen del mismo y cómo ha sido su evolución en el tiempo.

Por todo ello, y con motivo de que en este trabajo partimos de la hipótesis que la concepción de la gestión está basada en el capital social, al resultar relevante para la sociedad, el cooperativismo y el Estado de Bienestar, y sabiendo que aporta beneficios a las organizaciones y a los diferentes grupos de interés con que se relaciona e interactúa, expondremos tres hipótesis en este Estudio de Investigación:

Hipótesis 1.

Existe una correlación positiva, efectiva y sólida entre el capital social y los principios cooperativos.

Hipótesis 2.

Existe una relación de idoneidad, resistente y verdadera entre el capital social y los valores cooperativos.

Hipótesis 3.

Se puede desarrollar un instrumento de medición que testee el dinamismo y el estado de salud de una cooperativa y sea, por tanto, útil para su gestión.

CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA.

Partiendo de los objetivos marcados, se realiza una investigación bibliográfica referida al capital social y al cooperativismo, así como una investigación de campo para conocer si la cooperativa, como organización empresarial, contribuye al desarrollo local y al fortalecimiento del capital social entre sus socios y socias cooperativistas.

El método científico es la vía para llegar al conocimiento objetivo o científico. Etimológicamente, método proviene del griego *methodos*, de *meta*, (más allá, después), y *hodos*, (camino, ruta, vía). Se trata, entonces, de un modo razonado de indagación, de un procedimiento planificado, de una estrategia, para llegar al objetivo de conocer el fenómeno en los aspectos que nos hemos propuesto. Mendicoa (2003), dice que es una secuencia racional e inteligente para resolver lo que nos intriga, o dar respuesta a los problemas de manera que se comprenda su naturaleza y sus probables causas, tratando además de conocer las relaciones establecidas entre ellas. De este modo, la metodología que nos permite desarrollar el trabajo final. Se explicará, qué tipo de investigación, técnica y procedimiento se ha de seguir para alcanzar el fin propuesto, que en el caso de la ciencia será la producción de conocimiento, pero no cualquier conocimiento, sino conocimiento científico (Yuni y Urbano, 2006).

Actualmente predomina la concepción que defiende el pluralismo metodológico, lo que implica la coexistencia de múltiples métodos para producir conocimiento científico. Este pluralismo se justifica, en primer lugar, por la existencia de diferentes objetos de estudio que requieren de procedimientos metodológicos diferentes y, en segundo lugar, porque los paradigmas y/o tradiciones de investigación imponen a sus seguidores patrones metodológicos considerados como modos legítimos de hacer ciencia. De esta manera, el método científico englobaría la multiplicidad metodológica.

El problema planteado predefine y moviliza toda la investigación, al establecer los alcances y ordenar los elementos de la indagación. Este trabajo, que tiene como objeto de estudio a las cooperativas agroalimentarias de Extremadura, propone analizar los sistemas y procesos cooperativos desde el punto de vista del capital humano de las mismas, en definitiva, de su capital social, teniendo en cuenta para ello las relaciones entre los agentes participantes de la red social cooperativa, sus capacidades, relaciones sociales y acciones que promueve el cooperativismo. Todo ello con el fin último de valorar la excelencia empresarial cooperativa, el impacto socioeconómico de las cooperativas mencionadas y su aporte al desarrollo de las zonas rurales.

Siendo el problema planteado el eje de los tipos de investigación a desarrollar, los que van desde el descubrimiento y exploración de las variables involucradas en el objeto de estudio, hasta la comprobación de relaciones causales, esta investigación que se lleva a cabo es, en su primera parte, documental y los tipos de estudio o investigación que se utilizarán son el exploratorio, en un primer momento, y en una instancia ulterior el descriptivo aplicados al “estudio de caso”. De este modo, es necesario:

1) Analizar la literatura existente acerca del capital social en su enfoque actual, sus antecedentes, contexto histórico de su surgimiento, componentes básicos e hitos importantes que han caracterizado su desarrollo (tal y como ya se ha expuesto en el capítulo anterior), así como las dimensiones analíticas utilizadas en la investigación empírica realizada en una segunda parte de este trabajo.

2) Abordar el estudio del cooperativismo, teniendo en cuenta sus orígenes, filosofía y principios y valores que lo caracterizan.

3) Exponer la conjunción de intereses a través de la entidad Cooperativas Agroalimentarias Extremadura y, a su vez, analizar los distintos tipos de capital social generados en el transcurso del tiempo.

Pasamos a describir brevemente sobre los métodos utilizados:

1. **Método Exploratorio:**

Según los autores Yuni y Urbano (2006), el objetivo en este tipo de estudio es explorar un fenómeno sobre el cual no se conoce demasiado, sirviendo para aumentar el grado de familiaridad con el mismo y para obtener información acerca de la posibilidad de realizar una investigación más completa. Este método se caracteriza por establecer tendencias e identificar relaciones potenciales entre variables.

Una vez descrito el problema o fenómeno y delimitado el mismo, será necesario abordarlo desde una perspectiva exploratoria, para así poder cumplir con los objetivos que hemos planteado, como por ejemplo: analizar el concepto de capital social y su evolución; identificar las diversas teorías comprendidas en el campo de la gestión basada en el capital social; comprender y analizar el sistema cooperativo en general y específicamente en España; examinar las razones y los beneficios por lo que las cooperativas deben basar su desarrollo en la noción de capital social; analizar la realidad diversa y compleja de las cooperativas agroalimentarias de Extremadura en materia de vertebración social y aproximarnos a los sistemas de medición del capital social, entre otros.

2. **Método Descriptivo:**

Este tipo de estudio, apunta a hacer una descripción del fenómeno bajo estudio, mediante la caracterización de sus rasgos generales, como señalan Yuni y Urbano (2006). De igual manera, Tamayo (2003, p. 46) lo define como la *"descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos"*; es decir, trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta. Mientras que Danhke (1989; citado por Rivadeneira, 2015, p. 176) sostiene que los estudios de tipo descriptivo, son *"los que buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de*

personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis".

La metodología descriptiva es necesaria para lograr una correcta comprensión del tema analizado a partir de la descripción y delimitación del mismo, en este caso, el objetivo general es profundizar sobre la importancia que tiene para las cooperativas el concepto de capital social y, cómo afecta en la gestión integral organizacional.

Esta investigación nos permitirá conocer con mayor profundidad la realidad de las cooperativas agroindustriales de Extremadura, enfocando el estudio y la medición de su capital social y considerando los valores y principios cooperativos como integrantes de ese capital social.

La investigación científica es una actividad que siempre pretende ampliar las fronteras de lo conocido, y que supone una actitud de escepticismo crítico del investigador, tal como expresa Sirvent (2006) y Yuni y Urbano (2006). En este caso, la hipótesis o afirmación de que la gestión basada en el capital social resulta relevante para la sociedad, el cooperativismo y el territorio, aportando beneficios a las organizaciones y a los diferentes grupos de interés con que se relaciona e interactúa, se ve cuestionada, dado que de por sí, el concepto de capital social no es un término pacífico en la literatura y porque además, se ve atravesada por diversas variables que son tomadas en cuenta en este trabajo para llevarlo a cabo, a saber: la participación, la confianza, el nivel de satisfacción, la lealtad y la identificación social de los integrantes, así como también, los objetivos en común, la información compartida, la innovación, la internacionalización de la organización y el éxito competitivo.

Siguiendo también al autor Villabella (2015) en su clasificación, esta investigación tiene a su vez un enfoque "cualitativo", la cual se caracteriza por

un diseño flexible, que responde a la esencia fenomenológica, subjetiva y casuística de los objetos que estudia y determina su carácter emergente. Sus objetos de estudio, por otra parte, son el ser humano y los procesos sociales de los que forma parte. En la misma, se aborda el objeto desde una perspectiva natural, estudiándolo en el entorno en el que se desenvuelve, con una visión intrínseca, desde el marco de referencia de éste, a través de una perspectiva histórica que no lo segmenta. Además, persigue un fin descriptivo y omnicomprensivo del fenómeno en estudio, para el cual son importantes los detalles aparentemente menores, los motivos subyacentes y las intenciones de los participantes. Por lo tanto, requiere de métodos de investigación que permitan describir, comprender y evaluar el objeto que se estudia.

Esta lógica cualitativa de investigación, nos permitirá identificar las fuentes del problema y los antecedentes teóricos con los que se habrá de construir un modelo conceptual que dé cuenta de los rasgos relevantes del objeto de estudio. Respecto de las fuentes, podemos decir que aluden a todo material significativo para el investigador, el que se seleccionará en función de los objetivos planteados. La revisión de las mismas, es un trabajo sistemático y organizado que se debe realizar con el objeto de conocer con cierta profundidad las investigaciones realizadas, los modelos teóricos utilizados, el tipo de variables o campos temáticos involucrados, las técnicas e instrumentos de recolección de datos utilizadas y los hallazgos de información realizados.

Se distinguen dos tipos de fuentes: las “fuentes primarias”, que son aquellas en las que los autores informan directamente de los resultados de sus estudios, a través de libros, artículos en revistas especializadas, monografías e incluso tesis; y las “fuentes secundarias”, denominadas de este modo ya que someten a un proceso de reelaboración a las fuentes primarias. Son de utilidad porque permiten tener rápidamente una visión del estado actual del debate sobre un tema determinado y detectar a los autores y hallazgos relevantes. En síntesis, son publicaciones en la que los autores informan de trabajos

realizados por otros autores (libros, manuales, enciclopedias, anuarios, artículos de revisión) (Yuni y Urbano, 2006).

En la presente investigación, se utilizan como "fuentes primarias" bibliografía específica de autores respecto de los temas centrales partiendo de conceptos claves, tales como: capital social, desarrollo rural, cooperativismo, cooperativas, RSE, entre otros. Así, se apelará a las obras de autores como Veblen (1908), Smithson (1982), Hanifan (1916), Weber (1944), Schultz (1961), Becker (1964), Pierre Bourdeau (1980), Adam Smith (1976), Coleman (1990), Putnam (1995), Portes (1993), Narayan (1997), O'Hara (1998).

También son fuentes primarias las normas vigentes en España que alcanzan a las cooperativas agroalimentarias de Extremadura, como por ejemplo, la Ley Nº 9/2018[13] y la Ley Nº 8/2006[14] de Sociedades Cooperativas de Extremadura; regulación que se complementa con el Decreto 172/2002[15] por el que se aprueba el Registro de Sociedades Cooperativas de Extremadura, reformado por Decreto Nº 46/2006.

Como fuentes secundarias, se pueden mencionar trabajos previos, tanto sobre la RSE como en relación al capital social. Podemos citar, por ejemplo, el llevado a cabo por Cardona (2011) en una investigación bibliográfica titulada *La responsabilidad social empresarial. Concepto, evolución y tendencias*. En dicho estudio se establecen las bases teóricas para delimitar el concepto, la evolución del término y ciertas diferencias perceptivas entre diferentes autores, partiendo desde la noción de la responsabilidad social en las organizaciones

[13] Ley Nº 9/2018 de 30 de octubre de Sociedades Cooperativas de Extremadura, Referencia BOE-A-2018-16345. Disponible en: https://boe.es/buscar/pdf/2018/BOE-A-2018-16345-consolidado.pdf

[14] Ley Nº 8/2006 de 23 de diciembre de Sociedades Cooperativas Especiales de Extremadura. Referencia BOE-A-2007-1724. Disponible en https://www.boe.es/buscar/pdf/2007/BOE-A-2007-1724-consolidado.pdf

[15] Decreto 172/2002 de 17 de diciembre, se aprueba el Reglamento del Registro de Sociedades Cooperativas de Extremadura y se modifica el artículo 21 del Decreto 129/2002 de 24 de septiembre. Disponible en https://doe.vlex.es/vid/cooperativas-secciones-16054162

empresariales. Además, se destacan los beneficios de la aplicación sostenida y coherente del concepto de responsabilidad social en la planificación estratégica de las organizaciones, de cara a la satisfacción de los grupos de interés, entre los cuales destacan, la sociedad misma, el gobierno, el medio ambiente y las empresas.

En este sentido, Cardona (2011) concibe el concepto de responsabilidad social como una concepción cambiante y de alcance internacional que promueve la competitividad empresarial y económica vinculada a las necesidades de los grupos de interés, conjugando el compromiso ético de las organizaciones con el medio que las rodea. Atendiendo al rol importante del concepto de responsabilidad social en las prácticas de gestión modernas, es necesario esclarecer los aspectos teóricos en torno a este estilo de gestión con el propósito de proporcionar las herramientas necesarias para que las organizaciones establezcan procesos de mejora continua. Según este autor, para el análisis de los aspectos generales del concepto, es necesario considerar los casos de éxito económico, el proceso de construcción del capital social y las prácticas laborales y ambientales relacionadas a este modelo de gestión. En la investigación realizada por Cardona, se distingue el avance de la responsabilidad social como modelo de gestión en las empresas, partiendo desde la necesidad de reconocimiento de las organizaciones por parte de los clientes y la comunidad, sin embargo, advierte que aún falta mucho recorrido en cuanto a la exactitud del término y las prácticas empresariales asociadas al mismo.

En este orden de ideas, el autor sostiene que *“la RSE ayuda a cumplir las metas económicas y es también la forma adecuada para involucrar a los colaboradores en el trabajo, hacerles sentirse parte del proceso de mejora del desarrollo socioeconómico”*, como así lo indica Cardona (2011, p. 2); al mismo tiempo, sentencia que para las organizaciones modernas los resultados económicos son indispensables en la evaluación de la efectividad y

rendimiento del modelo de gestión, y se sustentan en el desarrollo socioeconómico equilibrado, no obstante, también deben valorarse aspectos como la cultura organizacional.

También se puede tomar en cuenta, el trabajo del autor Cajiga (2013) titulado *El concepto de responsabilidad social empresarial.* Básicamente este autor expone, que se ha incrementado el número de organizaciones empresariales que comienzan a percibir la concepción de RSE como un cuerpo referencial que no está restringido a las acciones sociales y ambientales realizadas por la empresa en beneficio de la sociedad, sino que abarca el dialogo y la interpretación con los grupos de interés vinculados con la organización. De esta forma, como manifiesta este autor, para que una organización sea socialmente responsable desde una perspectiva sistémica y amplia, es imperativo la inclusión del concepto *"a sus procesos de gestión y, por lo tanto, que pase a formar parte integral de sus estrategias de negocio y de su sistema de planeación interna"*, como así lo señala Cajiga (2013, p. 2).

Por su parte Presuttari (2016), dedicando su obra al estudio de la RSE, argumenta que el concepto cobra valor cuando se toma conciencia sobre la influencia de las organizaciones en la promoción y consecución de modelos de desarrollo sostenible, lo cual es pertinente al orientar la planificación estratégica de las empresas al favorecimiento del crecimiento económico, la protección del medio ambiente, el desarrollo tecnológico y social, entre otros. Bajo la interpretación de Presuttari (2016, p. 9), las organizaciones son conscientes de que *"pueden contribuir al desarrollo sostenible orientando sus operaciones a fin de favorecer el crecimiento económico y adquirir diferentes beneficios, al tiempo que garantizan la protección del medio ambiente y fomentan la responsabilidad social"*. De esta forma, se puede sostener que el grado de compromiso de las empresas con la sociedad está íntimamente relacionado al grado de asimilación, por parte de las empresas, de las premisas fundamentales de la RSE.

Rodríguez-Modroño (2012) se aboca al estudio del capital social. En su trabajo titulado *Análisis relacional del capital social y el desarrollo de los sistemas productivos regionales*, argumenta que las perspectivas tradicionales sobre el desarrollo social y económico regional han dado paso a visiones más integrales que incluyen factores como las interacciones entre los agentes, la especificidad de los territorios, las normas culturales que rigen las relaciones humanas y el papel que las instituciones pueden desempeñar. De ahí que para esta autora, el fenómeno del capital social, en el cual se incluye la capacidad de formar y alimentar redes entre los actores regionales, de propiciar una cultura basada en la confianza y en valores cooperativos y de fortalecer las instituciones políticas públicas eficaces y transparentes, representa un importante activo para la consecución de un desarrollo sostenible. Los resultados de esta investigación mostraron la contribución del capital social al mejor funcionamiento del tejido productivo y del sistema de innovación regional.

Se puede mencionar también la tesis doctoral del autor De Lorenzo (2015), cuyo título es *Vínculos sociales e integración. Estudio intergeneracional sobre el capital social e integración*. El autor plantea en este trabajo una revisión del concepto capital social. Lo considera un término “polisémico”, que resulta suficientemente vasto como para incorporar gran cantidad de factores vinculados entre sí, pero de diferente naturaleza.

De Lorenzo (2015), inicia su trabajo afirmando que hay una “metáfora incuestionable” acerca del término objeto de estudio, ya que remite a elementos cotidianos que juegan un papel clave a la hora de explicar determinados procesos ascendentes o descendentes en términos de desarrollo económico. Por lo tanto, sostiene que existe una gran producción bibliográfica que se adentra en el concepto de capital social hasta situarlo en el panorama intelectual internacional de manera consolidada, gracias a los esfuerzos dedicados por sociólogos de prestigio como Pierre Bourdieu, James Coleman,

Robert Putnam o Alejandro Portes. El objeto de su trabajo radica sobre una pregunta que lo ha acompañado desde que comenzara a trabajar sobre el tema: ¿Se parte de un mismo concepto o en realidad se está hablando de fenómenos diferentes? Esto, porque considera que existen aspectos que están en la base de fenómenos "macro" vinculados al compromiso cívico y de otros "micro" como son el acceso privilegiado a información relevante. Además, son muchas las dimensiones y las posibles consecuencias de contar con una "red social".

Tras una primera fase de análisis y reelaboración conceptual, resulta imprescindible llevar a cabo la aplicación del concepto sobre una realidad concreta, ya que a través de su aplicabilidad el concepto podrá ser depurado, y sólo así podrá cumplir una función que vaya más allá de su capacidad metafórica o de su virtud polisémica.

Otras obras que se pueden citar, e integran este esquema de fuentes secundarias para la realización de este estudio, son las tesis: *Capital Social. Un intento de Medición* de Agurto Adrianzén (2004), Universidad de PIURA (Perú), en la que se profundiza en el concepto a fin de determinar qué es el capital social, porqué es importante para el desarrollo social y económico y cómo se puede evaluar o medir este capital en una comunidad o zona rural; y también, el estudio denominado *Capital social y cooperativismo agropecuario: una evaluación del funcionamiento de la cooperativa COPACOL* (Paraná. Brasil), realizado por los autores Da Silva y Salanek (2009). El objetivo del mismo fue evaluar concretamente si las cooperativas son las organizaciones que promueven la formación y el fortalecimiento del capital social y contribuyen al desarrollo sostenible local. Para ello los autores realizaron tanto una investigación bibliográfica como de campo con el fin de determinar el nivel de capital social desarrollado entre los cooperativistas de COPACOL.

Tras la consideración de las fuentes primarias y secundarias mencionadas anteriormente, estaremos en condiciones de focalizarnos en el problema de investigación planteado oportunamente, a fin de, en una instancia ulterior, poder brindar las conclusiones sobre el tema abordado, que nos llevarán a ponderar el capital social de las cooperativas agroalimentarias de Extremadura, en función de sus aportes y contribuciones al desarrollo y progreso local desde esta perspectiva de análisis propuesta.

Así, se mostrarán las distintas tipologías, las diversas teorías, las diferentes dimensiones de capital social vinculado al sector cooperativo, poniendo en valor el análisis de la organización interna que existe en las cooperativas agroalimentarias de Extremadura. Es por eso, que la segunda etapa de este trabajo, se basa en un estudio o investigación de campo, teniendo como propósito indagar en los fenómenos sociales con el objeto de comprender o descubrir relaciones desconocidas entre los hechos examinados (Quintana, 2007). El estudio de campo es aquel en el que se recogen los datos directamente de la realidad, por lo cual los denominamos “primarios”. Su valor radica en que permite cerciorarse de las verdaderas condiciones en que se han obtenido los datos, facilitando su revisión o modificación en caso de dudas.

En este sentido, en el estudio se reunió información de fuentes primarias, a través de cuestionarios que permiten describir y analizar las áreas en las que las cooperativas pueden focalizar sus acciones para desarrollar el capital social.

Al efecto de no limitar la investigación, el estudio de campo se realizará a través de un cuestionario como patrón de un modelo de medición del capital social, para que de los socios y las socias cooperativistas se pueda obtener información relevante de las empresas cooperativas, con el fin de proporcionar

información suficiente que dé apoyo, sustento y cobertura a las políticas regionales que se estén llevando a cabo en la Administración en esta materia.

El ámbito geográfico de la investigación se desarrollará en todo el territorio de la región de Extremadura, lugar donde se encuentran las 189 cooperativas agroalimentarias motivo de estudio y análisis. Entre las mismas, se tomó una muestra para facilitar y agilizar el volumen de la información en base a criterios como la provincialidad, el número de socios, la facturación, la territorialidad (zona urbana o rural), la actividad y el subsector entre otros.

La recolección de datos primarios en esta investigación se realizó por el método de observación directa, encuestas y/o entrevistas a los sujetos de estudio. Estas últimas se llevó a cabo entre los socios y las socias, trabajadores y trabajadoras de cada cooperativa, y para ello, se realizará un estudio previo de cada cooperativa, dado que algunas cuentan con más de 4.000 personas y ello, dificultaría el desarrollo del estudio.

El principal indicador de la búsqueda fueron aquellas carencias que en materia de desarrollo personal se generan en la propia cooperativa. Durante los últimos años, determinados factores han venido provocando el cierre de varias empresas cooperativas en la región extremeña; ya fuera por quiebra, corrupción y/o mala gestión, pudiendo comprobar que los cooperativistas no contaban con información detallada relativa a la gestión de la propia organización, ni respecto a los datos de su contabilidad. Este hecho hace pensar que los socios cooperativistas carecían de cultura emprendedora, formación básica, conocimientos cooperativos, etc., sin embargo, sí han contado con un alto conocimiento y producción respecto al sector agrícola.

Para la recolección de datos, se elaboró una encuesta. Los pasos para la elaboración de la misma fueron los siguientes:

1. Definir el objeto de la encuesta, para lo cual se deben precisar los objetivos que se pretenden conseguir, detallando el problema, eliminando contenidos superfluos y enfocando el contenido de la encuesta.

2. Formular el cuestionario.

3. Organizar y desarrollar el trabajo de campo, que radica en la obtención de los datos. Para ello, previamente, habrá que seleccionar a las personas que realizarán las entrevistas, capacitarlas y asignarles de forma uniforme sus tareas.

Una vez concluidas las entrevistas será necesario preparar, procesar, codificar y tabular el material (los resultados) para poder realizar el análisis cuantitativo y cualitativo. Por lo tanto, al finalizar la jornada, se debe llenar la bitácora o diario de campo, volcando las anotaciones, reflexiones, observaciones, conclusiones preliminares, e inquietudes, así como ejemplos vivenciales, anécdotas y experiencias de las personas que han participado en el muestreo. La fuente de base, documentación y contacto es la entidad Cooperativas Agroalimentarias Extremadura.

Algunos de los experimentos cognitivos que pueden salir de la investigación son el del liderazgo y el del conocimiento cooperativo; ello provocará obtener entre otros resultados, la existencia o no de la excelencia, el éxito o el fracaso cooperativo.

El estudio culminará con la aplicación del método de medición del capital social diseñado en este trabajo.

Siguiendo a Putnam (2000, p. 19), *“el capital social se refiere a las conexiones entre individuos, las redes sociales y las normas de reciprocidad y confianza que surgen de ellas”*. También, y siguiendo al citado autor, “el capital social

hace referencia a las características de la organización social tales como las redes, las normas y la confianza que facilitan la coordinación y la cooperación para el beneficio mutuo".

El cooperativismo ha sabido adaptarse a lo largo del tiempo, ampliando actividades, ámbitos geográficos, incorporando nuevos miembros cooperativistas, socios y socias, creando incluso nuevas empresas no cooperativas, sin perder ni los principios, ni la finalidad por la que fueron creadas en su día. De esta forma, los *Siete Principios de la Alianza Cooperativa Internacional*, siguen plenamente vigentes y arraigados en el cooperativismo actual y en particular, en el agroalimentario, a saber:

> *"1) Adhesión voluntaria y abierta; 2) gestión democrática; 3) participación económica por parte de los socios; 4) autonomía e independencia; 5) educación, formación e información; 6) intercooperación; y 7) interés por la comunidad donde están implantadas"* (ACI, 1995, citado en Marcuello y Saz, 2008, p. 62).

Estos principios y valores comunes en la cooperativa refuerzan la cohesión e identidad entre los miembros de la misma, su naturaleza orientada hacia las personas, así como sus estructuras organizativas abiertas, plurales y democráticas, favorecen que sus miembros construyan lazos y puentes con otras redes sociales, tanto en el interior de la comunidad, como fuera de ella (Borzaga y Sforzi, 2014). Esto es, las cooperativas tienen capacidad para generar capital social en las tres dimensiones que mencionábamos anteriormente.

En virtud de lo expuesto y con el objeto de establecer un estudio sobre la medición del capital social en las cooperativas agroalimentarias de Extremadura, nos apoyaremos en tres modelos de evaluación, análisis y encuestación. Para ello, tomaremos como referencia los estudios de diferentes

autores, entre ellos, Feng et al. (2016), que utiliza cuatro dimensiones: participación, confianza, satisfacción y lealtad; Bauwens et al. (2017), que revela distintas dimensiones indicadores tales como la confianza, la pertenencia (identificación social), los vínculos (membresía y afectividad), las relaciones (redes) y la justicia distributiva; así como también los aportes de Xu et al. (2018), que miden, por medio de tres variables, el intercambio de información, la confianza, y las metas (objetivos comunes), del capital social de la empresa cooperativa.

Por último, sólo nos resta mencionar a modo de resumen, que para llevar a cabo el modelo de evaluación propuesto, nos apoyamos en diez indicadores, que denominamos *Tetraktys del Capital Social*, integrado por los siguientes: participación, confianza, satisfacción, lealtad, identificación social, objetivos y metas, información compartida, innovación, internacionalización y éxito competitivo (ver Tabla 2). A su vez, cada uno de estos conceptos fue aplicado a una o más preguntas en el cuestionario, con un total de cincuenta y ocho preguntas (ver Tabla 12 ó 13), y siendo las respuestas en escala Likert (escala de siete puntos).

El objetivo de este estudio es explorar las diferencias en el capital social en la membresía de las cooperativas que ofrecen los mismos tipos de servicios a sus miembros, pero que difieren en términos de tamaño y complejidad.

Tabla 2: Variables e indicadores del capital social utilizado.

Constructo
Participación.
Confianza.
Satisfacción.
Lealtad.
Identificación Social: (*Pertenencia, membresía, afectividad, redes, justicia distributiva).*
Objetivos y metas.
Información compartida.
Innovación.
Internacionalización.
Éxito Competitivo.

`

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO 4: COOPERATIVAS Y CAPITAL SOCIAL.

1. El cooperativismo en la perspectiva histórica.

La cooperación como idea y práctica aparece en las primeras etapas de la civilización. Responde a la búsqueda de protección y amparo frente a las fuerzas de la naturaleza, como así también a la acción de otros hombres y mujeres. Ambos, de este modo, *coopera* desde tiempos remotos como una necesidad de su existencia. Como señala Izquierdo Albert, (2005, p. 8), *"la cooperación es la base fundamental de la cultura de la humanidad y forma parte de su esencia, lo que hace de ella un factor de transformación dialéctica y de culturización constante"*.

Así, es importante mencionar algunas manifestaciones de cooperación en la historia antigua: los *undestabings* en Babilonia, término que proviene del vocablo alemán "stab" que significa "vara, palo, varilla" y que hace referencia a las formas de intercambio que había en ese momento histórico de la humanidad, para el intercambio de productos agrícolas; las sociedades de beneficio para el culto de los muertos en Atenas; los llamados *collegia* en Roma que ejercían una actividad comercial conjunta (Ramírez et al., 2016). Los *collegia*, eran instituciones romanas con un papel fundamental en el Derecho Romano y que representaban a las asociaciones privadas que ayudaban económicamente a las personas, a las cuales el Estado romano no alcanzaba a proteger (Ramírez et al., 2016).

En Egipto, los artesanos de los faraones tenían un comercio muy desarrollado. Esto llevó también a la configuración de asociaciones encargadas de la regulación de las actividades en la búsqueda de amparar intereses comunes.

En Roma y en Atenas (siglos V a.c. a III d.c.), existía una estrecha relación de cooperación entre agricultores y artesanos en sociedades de beneficios mutuos, así como también, en el culto de los muertos. De igual modo, en China (s. XII), se

crearon asociaciones cooperativas de ahorro y crédito en la Dinastía Chou (Lambert, 1970).

Si nos dirigimos a la América precolombina, los Mayas, los Aztecas e Incas fueron quienes dieron mayor valor a la propiedad y al trabajo colectivo, combinados con la propiedad familiar y el trabajo individual. Existieron, también, medidas de previsión social fortalecidas por el principio de solidaridad (Lambert, 1970).

En 1950, durante el dominio español se crearon, por parte de la Corona española, los "resguardos indígenas" o tierras comunitarias como una *encomienda* para catequizar, evangelizar y proteger a los nativos de la esclavitud. En los mismos, los indígenas pedían explotar la tierra y residir en ella, aunque no tenían ningún derecho de propiedad sobre las mismas. La *encomienda* fue una institución social y económica durante el período de colonización española en América, mediante la cual, buscaba que un grupo de individuos debía retribuir a otro en trabajo, especie o por otro medio, para disfrutar de un bien o una prestación (préstamo que se hubiese recibido). También se creó en esa época la *mita*, que representó una institución tradicional de las sociedades indígenas como medio de colaboración comunitaria (Ramírez et al., 2016).

En el siglo XVII, Peter Cornelius Plocboy, holandés nacido en el año 1620, propuso la creación de asociaciones de trabajadores para evitar la explotación laboral y lograr la distribución de los beneficios entre la clase trabajadora. En el siglo XVIII, aparecen las primeras manifestaciones del cooperativismo en Nueva Holanda (Estados Unidos de Norteamérica), con la creación de la cooperativa americana "Pleckhoy" en 1730, introduciéndose de este modo un sistema de participación en la zona pesquera o pesquerías. Seguidamente, nace la "Sociedad Mutual contra Incendios" en Estados Unidos de Norteamérica, en el

año 1750, y en el año 1816 se crea el primer “Banco de Ahorro Mutuo”, también en dicho país (Ramírez et al., 2016).

Este es un periodo de “utopismo con base religiosa” que ha sido categorizado como “precooperativismo”, por el motivo de que las primeras formulaciones (siglo XVII), fueron de simple asociacionismo económico y surgieron de manera natural cuando las familias campesinas decidieron emigrar a las ciudades y crearon las primeras colectividades de ayuda mutua, prácticas de asistencia colectiva que evolucionaron posteriormente en “sociedades de socorros mutuos”. Pensadores como el ya mencionado Peter Cornelius Plockboy, George Fox o John Bellers defendieron el establecimiento de este tipo de colectividades de ayuda mutua sobre bases religiosas. Eran las “Sociedades de Amigos” de Fox, las “Repúblicas de la Cooperación” de Plockboy o las “Asociaciones de Trabajo” de Bellers (Gaminde Egia, 2018).

En consecuencia, puede decirse que Fox, Plockboy y Bellers son los antecedentes remotos del cooperativismo moderno, conteniendo una base religiosa y solidaria importante, dado que concibieron sus asociaciones como entidades que defienden revivir las experiencias comunitarias del cristianismo primitivo.

Si tuviéramos que tomar una periodización del desarrollo del movimiento cooperativo, Joaniquet (1965) es claro en señalar las siguientes etapas:

1) La de las *reformas sociales, ideológicas y utopistas*. Por imperativo de las preocupaciones sociales (obreras y proletarias, resultado del individualismo liberal y de la concentración capitalista, fruto del maquinismo), desde la primera mitad del siglo XIX, los reformadores sociales, ideólogos y utopistas intentan hallar fórmulas superadoras. Así, los franceses Saint Simon, Charles Fourier, Phillip Buchez y Lous Blanch, entre otros, lo intentan mediante la

asociación de obreros para producir en común. A su vez, los ingleses Robert Owen y Guillermo King lo harán mediante la solidaridad de los desheredados, para crear asociaciones de obreros y conseguir el ahorro social.

2) La de los *realizadores prácticos*. Éstos son asociacionistas que intentan experiencias realizables. El cooperativismo de Rochdale y todo el movimiento internacional de consumo aparece en este período. Más tarde, la Escuela de Nimes y su fundador, Charles Gide, lo elevan a categoría omnicomprensiva: el predominio del consumidor en el campo de la economía social.

3) La del *cooperativismo coexistente o abierto*. En esta etapa, la sociedad y el Estado ven a la cooperación como un instrumento de aumento del nivel de vida. Se dictan las primeras leyes favorables al cooperativismo. Éste a su vez se enriquece con la aportación de los propagandistas confesionales, promotores del neo gremialismo agrario y artesano. En este período, se desarrolla la cooperación del crédito, el sindicato agrario y las cooperativas agrarias.

4) La etapa de la *técnica democrática en la economía*. En la misma, las sociedades cooperativas descansan en una capacidad mecánica y en un método técnico. No es, en palabras de Joaniquet (1965), una filosofía o sociología abstracta y utópica, sino que es una calidad económica basada en la autoayuda, la responsabilidad común y la co-gestión.

A fin de profundizar más en las raíces de este movimiento, a continuación analizaremos más detenidamente esta breve evolución descrita anteriormente, así como también las ideas de los principales precursores del cooperativismo.

El período comprendido entre los siglos XVIII y XIX, fue importante para el contexto histórico en el que se desarrollaron las ideas del cooperativismo, logando cambios significativos en la actividad industrial. Así, la aparición de la máquina a vapor (1776), la producción de ácido sulfúrico (1746), la fotografía (1826), el telégrafo (1844), el teléfono (1876) y el motor de combustión interna (1885), fueron posibles por el progreso del capitalismo. El proceso de acumulación capitalista produjo cambios trascendentales, aumentando exageradamente las ganancias de unos, los capitalistas, en detrimento de la ruina de otros, los trabajadores. Además, el aumento del capital produjo una menor demanda de fuerza de trabajo, lo que dio lugar a un aumento del desempleo, iniciándose un proceso que conllevó al empobrecimiento de millones de trabajadores. Como bien explica Izquierdo Albert:

> *"La revolución industrial fortaleció al capitalismo y con ella la polarización social. En este contexto surge el cooperativismo, como respuesta a la convulsión económica y social imperante, como expresión de un comportamiento, de un enfrentamiento de la realidad, apoyado en la cooperación, la solidaridad y la ayuda mutua",* como así lo indica Izquierdo (2005, p. 6).

Resulta importante también resaltar en este proceso, la influencia de la Revolución Francesa, con sus aportaciones en el campo social y la forma de precisar la justicia, la libertad, la equidad, la fraternidad, la igualdad y la racionalidad científica.

Sostienen los seguidores de los movimientos cooperativos que el nacimiento del cooperativismo, como sistema socio-económico, tiene lugar en el siglo XIX con la creación de la Cooperativa de Tejedores de Rochdale en el año 1844, hecho al que nos referiremos posteriormente. Antes de ello, haremos un breve repaso de las figuras precursoras del cooperativismo y sus ideas, entre ellos los socialistas utópicos, dado que sentaron las bases de este movimiento.

John Bellers, por ejemplo, propuso en el año 1895 la creación de cooperativas de trabajo formadas por medio de donaciones. Los fondos serían destinados a cubrir las necesidades de los socios y a la ampliación y fortalecimiento de la organización. En su concepción, este precursor del cooperativismo, consideró al trabajo y no al dinero como la verdadera riqueza de una nación (Mladenat, 1980).

Entre los denominados “socialistas utópicos”, quienes se pronunciaron contra la explotación y, que además, fueron considerados como los precursores del cooperativismo moderno, se pueden destacar los siguientes: Saint Simón, Charles Fourier, Robert Owen, William King, Philippe Buchez y Charles Gide. Sus ideas contribuyeron a formar una concepción cooperativa y, a precisar, los principios que son los cimientos de toda organización cooperativa.

Para los socialistas utópicos, la cooperación y el cooperativismo surgen como producto de la falta de correspondencia del capitalismo con los intereses de las amplias masas de población, de la necesidad de la naturaleza de hombres y mujeres, de sus ideales del bien y de la justicia. Entre ellos había una conciencia de las insatisfacciones que facilitaba el capitalismo, de su irracionalidad e injusticias económicas y sociales, tal como señala Izquierdo (2005).

Llegados a este punto del trabajo, haremos alusión a las contribuciones de cada uno de los mencionados precursores del cooperativismo.

- ***Saint Simón:***

Francés, nacido en 1760, partidario de una nueva sociedad económica a la que denominó “República cooperativa”, en la que el propietario de la producción no fuera el empresario, sino la colectividad; y a su vez, en la que cada uno recibiera una remuneración económica en función de la capacidad laboral desplegada.

Creó una escuela económica que defendía:

> *"una reforma de la organización social de la época, proponiendo la previa toma del poder y la incautación de los medios de producción, suprimiendo el derecho hereditario, el libre emprendimiento y las libertades religiosas, por considerar a la religión como el germen de la resignación ante las desigualdades sociales"* (Gaminde, 2018, p. 42).

- ***Charles Fourier:***

Filósofo francés nacido en Besanzón en el año 1772 y figura importante del socialismo moderno, además de crítico del capitalismo y de la economía de mercado. Consideraba que las personas debían buscar su felicidad en aquello que les procurara placer y satisfacción particular, buscando su felicidad, como así también, la de una sociedad basada en la cooperación mutua y en la ampliación de las relaciones sociales que evitarán tanto la monotonía, como el conformismo. Esto lo extrapolaba, además, a la defensa del libre desarrollo de la personalidad a través de la armonía de las pasiones, a partir de un modelo distributivo para alcanzar la superación de los conflictos que se generan en la sociedad (Ramírez et al., 2016).

La armonía entre las personas fue su principio fundamental, debiendo agruparse en asociaciones, a las que denominó *falanges cooperativas*. En las pequeñas comunidades ("falansterios") de Fourier, cada trabajador tenía derecho a elegir el trabajo que quisiera de acuerdo a sus necesidades. Las comunidades, a su vez, debían cumplir una serie de requisitos: un número ideal de mil seiscientas personas, con una determinada cantidad de tierras a explotar; un sistema de educación que permita que la infancia siga naturalmente sus inclinaciones; vida tan común como las familias quisieran, lo que habilitaba la propiedad privada. A su vez, se dirigirían democráticamente y se formarían en base a la voluntariedad y la armonía de las diferentes clases sociales. El salario sería reemplazado por el trabajo asociado. No obstante, a lo largo de su vida, Fourier nunca recibió apoyo económico para fundar estas comunidades. De hecho, los primeros "falansterios"

se desarrollaron en Norteamérica por impulso de Albert Brisbane, quien logró fundar junto con otros discípulos de Fourier algunos de éstos, pero sin mayores éxitos (Izquierdo, 2005).

- ***William King:***

Este socialista utópico fue un médico británico nacido en 1786, quien fundó en el primer tercio del siglo XIX *cooperativas de consumo* y escuelas de educación, a fin de que pudieran ser un paliativo a la situación de crisis que vivían las personas asalariadas. Sus ideales se basaron en la importancia del trabajo y del esfuerzo desplegado por los miembros de la cooperativa.

Postuló también la creación de *cooperativas de producción*, en las cuales la actividad fundamental recaería en la figura de los "trabajadores asociados". Lógicamente esto tendría que tener como base la adquisición del capital por parte de los trabajadores, cosa que se consideraba utópico pero según King, no imposible. Para él, el trabajador podría fácilmente convertirse en propietario del capital porque todo capital es producto del trabajo.

La primera cooperativa de este tipo fue creada en 1828 en Brighton (Gran Bretaña) su ciudad natal. Los artículos se vendían de acuerdo con el principio de *reciprocidad asociativa*. Además, este precursor del cooperativismo fue un gran impulsor de cooperativas de *"magazines literarios, periódicos y otras actividades que redundaron en la construcción del trabajo asociado para su época, como así también de sindicatos, mutuales y otras formas de asociación de la clase trabajadora"*, tal y como expone Pineda (1994, p. 400).

Del papel que desempeñó William King como precursor del movimiento cooperativista, pueden destacarse los siguientes aspectos: realzó la importancia del propio esfuerzo de los asociados para proporcionarse los capitales necesarios y solucionar sus problemas comunes; señaló la trascendencia de las cooperativas

de consumo como posible base de la transformación de la sociedad y, destacó su proyección hacia las actividades productivas; *"advirtiendo la influencia no solo económica sino espiritual del cooperativismo, por cuento confió en que los intereses comunes determinarían relaciones humanas más cordiales*" (Drimer y Drimer, 1981, p. 46).

- ***Phillipe Buchez:***

Fue un historiador y político francés nacido en 1796 y apodado padre del movimiento cooperativo de Francia. Fue el precursor del "principio democrático" de los socios de la empresa, como así también, defensor del reparto de capital en función del trabajo realizado por cada miembro de la entidad. El criterio sostenido por Buchez, era que los trabajadores debían ayudarse entre sí y el Estado no debía intervenir, ya que con una buena conducción de la empresa, ésta crecería y obtendría excedentes hasta formar un fondo común para realizar transformaciones en beneficio de la clase obrera. A su vez, sostenía la idea de un Banco Central del Estado para administrar fondos y transformar la sociedad sobre una base cooperativa (Barrientos et al*.,* 2004; citados por Izquierdo, 2005).

Fundó la "Carbonería Francesa", que llegó a contar con ochenta mil miembros, iniciando así su trabajo social que lo llevaría con posterioridad a crear organizaciones sociales con una mirada cooperativista. Buchez, de este modo, organizó las primeras cooperativas de trabajo en Francia, que tuvieron como sustento principal a la clase obrera y que se opusieron a las creadas por otros precursores como Robert Owen, de corte marcadamente comunista, y Saint Simón, de corte individual.

- ***Robert Owen:***

Es considerado el teórico más importante del cooperativismo. Nació en 1771 en Inglaterra, y fue quien propuso el término "comunidades autónomas". Al ver en primera persona las consecuencias de la Revolución Industrial, este autor pensó

en una alternativa para contrarrestar este fenómeno y creó así la idea del “trabajo asociado”, esto es, la cooperativa.

Es importante destacar, que las industrias creadas hasta ese momento, exigían personas trabajadoras asalariadas o un proletariado que dedicara más de dieciséis horas de trabajo, incluso hasta veinte, a la producción de productos y servicios, dejando para su descanso un escaso número de horas.

En su origen, la idea de este precursor del cooperativismo, se fundó en que es posible desarrollar un sistema económico alternativo que sustituya el sistema económico imperante y avasallador, el capitalismo. Las cooperativas pasarían a ser grupos humanos de trabajo asociados con la calidad de vida para sus integrantes, es decir, “comunidades autónomas” (Pineda, 1994).

Para Owen, la base de la producción debía ser individual y agrícola. Se destaca también su idea de creación de una “bolsa nacional”, donde se intercambien los productos por medio de “billetes-monedas de trabajo”, idea que posteriormente resurgiría con fuerza. En general, sus pensamientos y propuestas se popularizaron en el periódico *El economista* (1821) donde se utiliza por primera vez el término “cooperativa”, y en la Revista *Crisis* (1832) que exalta la idea de cooperación. De este modo, a partir de estas ideas y experiencias prácticas, los propios obreros intentarían como solución a la problemática social llevarlas a cabo, organizándose para ello en cooperativas de diversa tipología y (más de quinientas en toda Inglaterra), congresos y reuniones con el objetivo de promover estas entidades a nivel internacional (Izquierdo, 2005).

- ***Los “Pioneros de Rochdale”:***

Llegados a este punto de esta breve descripción de la evolución histórica del cooperativismo, resaltamos un hecho que constituyó un hito dentro de este

proceso, y que consistió en la puesta en práctica del conjunto de ideas que los precursores habían aportado hasta ese momento. Esta es una etapa de evolución posterior del cooperativismo, que se destaca por la fijación y concreción de los caracteres jurídicos del estatuto cooperativo, es decir, su reglamentación científica a través de los Estatutos de la Sociedad de Rochdale.

En 1844, un grupo de obreros textiles de Rochdale y seguidores de Owen y otros pensadores, crearon una sociedad para constituir un almacén de ventas y fundaron la *Rochdale Society of Equitables Pioneers* que abrió sus puertas el 21 de diciembre de ese año con veintiocho socios fundadores. Transcribe Nasarre (1973), en su Prólogo a la obra de Holyoake (1973, p. 5):

> *"La actuación de aquellos hombres casi parece una leyenda. No eran sino unos pocos obreros, en su mayor parte tejedores, abrumados por el problema de los bajos salarios y la carestía de la subsistencia. No poseían sino una instrucción elemental y, alguno de ellos, la cultura y la vocación social que habían adquirido con las lecturas de Robert Owen, aquel sugestivo y un tanto extraño reformador de la sociedad. Mediante el pago de cuotas de dos o tres peniques semanales, crearon un fondo que les permitió abrir una tienda de comestibles y artículos de consumo domésticos, a fin de satisfacer por sí mismos las necesidades que sentían como consumidores, sin tener que comprar los productos en los comercios. Su base, que contaba desde luego con algunos precedentes, consistía en administrar el establecimiento democráticamente, con dirigentes elegidos por ellos mismos, y abonar un interés limitado a cada socio por el capital aportado, así como distribuir los beneficios entre todos en proporción a las compras efectuadas por cada uno".*

De esta forma, quedaba constituida y fundada la primera cooperativa que se conoce como tal, y en sus estatutos recogía la mayor parte de lo que luego se

han considerado como “Principios de Rochdale” y que han servido para poner en marcha el movimiento cooperativo universal, tal y como explica Blanco (1985).

Los pioneros se inspiraron tanto en las ideas de Owen como de William King. Uno de sus principios fue establecer que la sociedad tiene por fin establecer un beneficio económico y de mejorar las condiciones domésticas y sociales de sus miembros por medio del ahorro. El programa desarrollado por los pioneros contenía, además, reglas y principios teóricos muy prácticos, sencillos, de la vida cotidiana, aceptados por el común de los ciudadanos y de fácil cumplimiento.

El programa que usaron como punto de partida, señalaba lo siguiente (Mladenatz, 1996, p. 63):

> *“La sociedad tiene por fin y objeto la obtención de un beneficio pecuniario y de mejorar las condiciones domésticas y sociales de sus miembros por medio del ahorro de un capital dividido en acciones de una libra (25 francos oro), a fin de llevar a la práctica los siguientes planes: abrir un almacén para la venta de aprovisionamiento, vestimenta, etc. Adquirir o edificar cierto número de casas para destinarlas a los miembros que deseen ayudarse mutuamente para mejorar su condición doméstica y social. Iniciar la manufactura de los productos que la institución considere convenientes para su uso por los miembros que se hallaren sin trabajo, o los que tuvieron reducciones respetables en sus salarios.*
>
> *Con el fin de dar a sus miembros más seguridad y bienestar, la sociedad tomará en arrendamiento una tierra, la cual será cultivada por los miembros sin trabajo, o cuyo trabajo esté mal remunerado. Cuando sea posible, la sociedad procederá a organizar las fuerzas de la producción, la distribución, la educación y su propio gobierno; en otros términos, establecerá una colonia de naturales de la región, la que se sostendrá por sus propios medios y en la cual los intereses serán comunes. La sociedad acudirá en ayuda de otras sociedades cooperativas para establecer colonias semejantes”.*

Posteriormente, los Pioneros de Rochdale desarrollarán los siete principios cooperativos (adhesión libre; control democrático; devolución o bonificación sobre las compras; interés limitado al capital; neutralidad política y religiosa; ventas al contado y fomento de la enseñanza), principios que han prevalecido en el tiempo, que se han vuelto universales y aplicables en el desarrollo del cooperativismo a nivel mundial.

- ***Friedrich Raiffeisen:***

Fue un economista alemán nacido en 1818 que fundó varias instituciones, entre ellas, un banco al que llamó "Cajas comunales de crédito" (1864). El objetivo principal de esta entidad fue la concesión de créditos a corto, mediano y largo plazo. A su vez, las instituciones creadas por Raiffeisen se basaban en la responsabilidad, trabajo, confianza y amistad de los socios. Todos los beneficios que se obtenían se destinaban a obras sociales y ayudas a otras cooperativas.

Respecto de esta figura clave del movimiento cooperativo, sostuvo Jean-Louis Bancel, vicepresidente de la ACI, en una entrevista que se recoje en BIC (2008, p. 11), afirma lo siguiente: "*El logro de Raiffeisen fue luchar por la creación de bancos cooperativos sin capital inicial. Para él, era una forma de romper el monopolio de la actividad bancaria a manos de los ricos".* Su éxito es dejar claro que, incluso en el campo de las finanzas, la lealtad de los miembros es un activo real. Permite la acumulación de activos, en forma de reservas indivisibles, por lo que pueden crear servicios para satisfacer las necesidades de los miembros (ACI, 2018).

Raiffeisen postuló también los principios de "autoayuda", "auto responsabilidad" y "auto administración", principios e ideas que continúan vigentes en varios países del mundo. En 1866 produjo un libro con ideas para un banco cooperativo agrícola. El modelo se impuso con la creación de bancos similares en los Países Bajos a partir de 1895.

- ***Charles Gide:***

Este profesor de Economía Política nació en Francia en 1847. Entre sus cargos sobresale el haber sido representante del cooperativismo francés en diversos congresos internacionales. Uno de sus principales logros fue consolidar las bases y doctrinas para posicionar la cooperativa Rochdale. Se le ha considerado como líder del cooperativismo mundial. Entre sus aportes destacan: propiciar la unidad del cooperativismo; aconsejar sobre los colores de la bandera multicolor adoptada por el cooperativismo mundial; fundar la escuela *Nimes* que difundió su pensamiento; sistematizar las reglas del cooperativismo inglés, especialmente de Rochdale, y redactar diversos libros y publicaciones relacionadas con la economía solidaria y el cooperativismo, tal como describen Ramírez et al. (2016).

Su programa de cooperativismo planteó el desarrollo por etapas. Inicialmente se debían establecer los "almacenes de consumo" (conquista de la industria comercial); posteriormente era necesario producir todo lo que fuera requerido por la sociedad en su conjunto (conquista de la industria empresarial); y, finalmente, dominar la producción agrícola (conquista de la industria agrícola).

Según Grela (1965), Charles Gide idealizaba a las cooperativas. Así, en una conferencia pronunciada en 1888 y en presencia de la casi totalidad de delegados de las sociedades cooperativas de París, decía:

> *"Puede afirmarse, en homenaje a la naturaleza humana, que los pueblos no se agitan sino por las ideas que se hallan por encima de las finalidades prácticas, y que ellos no entregan su corazón y su fe sino a lo que representa un ideal". Seguidamente se preguntaba: "¿Existe este ideal en la asociación cooperativa? Yo pienso que sí. Creo que ella debe ser considerada como una forma de organización superior al actual régimen económico y destinado a reemplazarlo"* (Citado por Grela, 1965, p. 66).

A lo que agregó:

> *"Les mostraré un fin inmediato y presente: la educación económica de la clase obrera por la asociación cooperativa; y un fin más distante: la emancipación de la clase operaria por la transformación del salario"* (Citado por Grela, 1965, p. 67).

Gide también ha dejado en su obra el análisis de los distintos tipos de cooperativas, los rasgos comunes que a su criterio las distinguen. En este sentido, sostuvo que *"tienen por fin la emancipación económica de ciertas categorías de personas, con el objeto de que puedan ahorrarse las intermediaciones y bastarse a sí mismas"*. También, que sustituyen la competencia por solidaridad; *"que no producen la abolición de la propiedad individual sino que la generalizan haciéndola asequible a todos, creando paralelamente una propiedad colectiva; y, por último, tienen un gran valor educativo"* (Gide, 1958, pp. 80 y ss.).

Tras Rochdale, la autora Gaminde Egia (2018), sostiene que comenzó una fase de "practicismo mercantilista" (segunda mitad del Siglo XIX), a la que se puede considerar como una opción real para la resolución de los problemas económicos y en la que se reconoce a la cooperativa como una empresa, es decir, como una fórmula societaria mercantil. A partir de este momento, el cooperativismo se abre camino durante el siglo XX como una empresa liberal pero no capitalista, sino participativa y solidaria, que entra en el juego de la competencia comercial con las sociedades de tipo capitalistas.

Buena parte de los principios que forman la base del movimiento cooperativo moderno, están en las ideas de los precursores del mismo. De la valoración de sus ideas, podemos considerar que ya desde épocas pasadas han contribuido a esclarecer cuestiones como las siguientes:

- La idea de ayudarse a sí mismo que tienen los sectores más necesitados de la población a fin de lograr una vida más digna y humana;
- El logro de dicha ayuda por medio de la unión de pequeñas fuerzas económicas, formando de este modo asociaciones libres;
- La estructura democrática de dichas asociaciones;
- La idea de supresión de los intermediarios que son útiles en el engranaje de la vida económica. El beneficio de éstos queda para el productor útil.
- Relaciones orgánicas tanto para la industria y la agricultura como para la producción y el consumo.
- La idea de asociación en sí misma, dado que la cooperación concreta la unión de las fuerzas económicas por la persecución de un objetivo común;
- La cooperación es una acción emancipadora de la clase trabajadora, que parte de la idea de la organización de los intereses del trabajo. Esta acción emancipadora de clases trabajadoras se hace por iniciativa de los interesados, porque además se trata de una acción de autoasistencia;
- La cooperación hace un llamamiento a las personas para que se asocien con sus semejantes. El capital pasa a ser un medio para alcanzar los objetivos de la institución. La cooperación no tiene como único objetivo el beneficio económico, sino servir a los asociados y a las asociadas;
- La cooperativa representa una economía colectiva, que pasa a formar parte de una empresa en común. Además, cada unidad cooperativa no es considerada como un hecho aislado sino como una gran organización o un movimiento social puesto al servicio del interés general;
- Se persigue la formación de fondos colectivos que en el futuro servirán al desarrollo del movimiento.

Siguiendo con la cronología en esta evolución del cooperativismo a nivel mundial, después de Rochdale, en el año 1869, se realizó un Congreso de cooperativas en Gran Bretaña, en el que se planteó la necesidad de establecer un nuevo marco doctrinario, a fin de que la acción cooperativa logre tener un modelo asociativo de carácter integral. Este evento permitió el surgimiento de la ACI, la que mantuvo

los principios originales de Rochdale pero con ligeras reformas, entre ellas, la devolución sobre las compras, que pasa a denominarse "distribución de excedentes a los asociados en proporción a las operaciones con la cooperativa".

En el Congreso de París del año 1937, quedaron sentadas las bases doctrinarias de los "principios cooperativos" que consolidaron el movimiento cooperativo mundial, y a los que dividieron en *"esenciales y recomendados"* o también, en *"primarios y secundarios"*. Se determinaron en dicho Congreso como principios esenciales o primarios (debido a que van a identificar la entidad cooperativa y servir de prerrequisito para la afiliación de los nuevos miembros): la *"adhesión libre"*, *"el control democrático"*, la *"distribución de excedentes en proporción a las operaciones"*, y el *"interés limitado al capital"*. Los principios recomendados o secundarios serían: *"neutralidad política y religiosa", "venta al contado" y "fomento de la enseñanza"*. El Comité Central de la Alianza ha considerado estos últimos *principios "más como métodos esenciales de acción y organización que como reglas cuyo no cumplimiento destruiría el carácter cooperativo de una sociedad"* (De Miranda, 2014, pp. 154 y 155).

La ACI es entendida como una organización no gubernamental que reúne, representa, defiende, promueve y apoya a todas las cooperativas del mundo. Como bien explican López et al. (2018, p. 53), *"es de las pocas organizaciones que lograron sobrevivir a la Primera y Segunda Guerra Mundial, debido a su carácter democrático y político de naturaleza independiente"*.

Los principios en los que basan la razón de ser de las cooperativas, han sufrido revisiones a lo largo de su desarrollo histórico. La primera, ya mencionada, en el año 1937, la segunda en el año 1966 y la tercera en el año 1995, año en el que se incorporó el séptimo y último principio, denominado "de interés por la comunidad".

En esta ocasión, en el Congreso de Manchester, se aprobó una "Declaración sobre la Identidad Cooperativa" en la que se incluyó una definición de las cooperativas, una lista de valores claves para el cooperativismo, como así también los denominados principios del cooperativismo. La finalidad de este documento fue guiar a las organizaciones cooperativas en los comienzos del siglo XXI[16].

No hay una única raíz de la cual surjan todos los tipos de cooperativas. Éstas existen en el mundo de diversas formas, atendiendo a las diferentes necesidades y floreciendo en distintas sociedades. Uno de los objetivos principales para la preparación de este documento sobre la "identidad cooperativa" en el año 1995, ha sido reflejar esa variedad de tipos cooperativos y establecer las normas que deberían prevalecer en las cooperativas, independientemente de lo que hacen y de los lugares donde se encuentran establecidas. En particular, esta Declaración de Manchester brinda una base común sobre la que podrían prosperar las principales tradiciones cooperativas. Asimismo, este documento ha ofrecido un marco general dentro del cual podrían funcionar todos los tipos de cooperativas, como así también, ha reconocido implícitamente que *"el movimiento internacional ha dispuesto de una oportunidad única para colaborar en la armonización de intereses entre grupos de personas organizadas como consumidores de bienes y servicios, como ahorristas e inversores y como productores y trabajadores"* (IDELCOOP, 1996, p. 10).

El cooperativismo es el movimiento y la doctrina socio-económica que impulsan la promoción y la organización de cooperativas; sociedades autónomas cuyos

[16] Las razones que reclamaban la reforma –conforme explican los autores Juliá Igual y Gallego Sevilla (2000, pp. 131-132)-, eran principalmente las derivadas de la necesidad de adaptación a un nuevo escenario económico mundial (expansión de la economía de mercado, liberalización del mercado de capitales, desaparición de ayudas gubernamentales, cambios tecnológicos, etc.), la exigencia de una mayor competitividad (posición preeminente de grandes firmas transnacionales), y la existencia de una serie de retos globales que la humanidad debe afrontar en el futuro inmediato (dificultades demográficas, sociales y medioambientales). El objetivo que se planteaba, de este modo y según los mencionados autores, era hacer compatibles los valores históricos del cooperativismo con la rentabilidad económica y el éxito empresarial, en un escenario económico competitivo y sujeto a rápidas transformaciones.

integrantes buscan satisfacer una necesidad en común, afianzar los recursos y mejorar la situación de las personas que forman parte de ese proyecto. Su principal objetivo no es el lucro sino brindar un servicio, y su ley fundamental es la igualdad entre sus miembros, pues todos tienen los mismos deberes y derechos. La unión de voluntades y la colaboración entre las personas es la piedra angular para asegurar una sociedad basada en el bienestar de la ciudadanía (FAECTA, 2012).

Una cooperativa es una asociación autónoma de personas que se han unido de forma voluntaria para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática (ACI, 1995).

Las cooperativas fueron creadas por la necesidad y fue una invención popular, de tal modo, afirma Gide (1974, p. 62) que *"el sistema cooperativo no salió de la mente de ningún sabio o reformador, sino de las propias entrañas del pueblo"*.

1.1 Orígenes del Cooperativismo en España.

El movimiento cooperativo español está repleto de interesantes experiencias que fueron reflejo de los diferentes períodos políticos por los que pasó el país, y son muchos los autores que han escrito sobre el movimiento cooperativo en España; su avance hacia un movimiento socialista, republicano y anarquista por un lado, y hacia un movimiento controlado por un Estado conservador aliado a la Iglesia Católica, por otro, definiendo así a este movimiento económico y social.

Zaar (2010), recoge en un estudio, los orígenes de la cooperación española y del movimiento cooperativo en España, analizándolo a partir de las primeras manifestaciones asociativas y utópicas que se produjeron desde mediados del

XIX, tras la aprobación del derecho de asociación por las Cortes de Cádiz en 1812 y la llegada a España de las corrientes utópicas europeas.

Hay una gran cantidad de obras que tratan de la vertiente utópica del inicio del siglo XIX en el mundo occidental, del proyecto de comunas o de asociaciones de Robert Owen y Saint-Simon, de utopías "revolucionarias", y de las primeras leyes agrarias, así como del papel de la Iglesia en la formación de los sindicatos agrícolas católicos, de un lado, y de la labor de socialistas, republicanos y anarcosindicalistas para organizar los trabajadores agrícolas, de otro, además de cómo el movimiento se vio reducido durante el período de la Guerra Civil, y período dictatorial.

Por lo tanto, esa utopía fue transformándose en ideas sociales engendradas durante la Revolución Francesa, dando lugar a nuevos conceptos de libertad de trabajo, surgimiento de asociaciones obreras, que más tarde se transformaron en movimientos cooperativistas, abocando a la desaparición de los antiguos gremios y dando paso a una nueva "manera de hacer", el pensamiento cooperativista moderno.

Todo ello bajo el amparo de las leyes específicas, siendo en las Cortes de Cádiz, en mayo de 1813, cuando se aprobó la Ley de Libertad de Industria y el derecho general de asociación, ocasión en que se dio un nuevo impulso al proceso de industrialización.

Debemos tener en consideración las formas comunitarias de aprovechamiento de la propiedad tanto entre agricultores y ganaderos, como entre artesanos de diferentes oficios, y el empresariado industrial privado en la vertiente agroganadera, que era prácticamente testimonial, y el movimiento cooperativo que era incipiente y sin la estructura necesaria para promover la industria agroalimentaria, limitándose su actividad a la compra de *inputs* y venta de

productos sin transformar, aunque no se parecían en nada a los actuales preceptos igualitarios y democráticos que rigen el cooperativismo moderno.

El origen del cooperativismo en España, así como en otros países europeos, se sitúa en la segunda mitad del siglo XIX. Dejando de lado los debates sobre si la asociación gremial y la cooperación moderna poseen los mismos rasgos y características, lo que está claro es que las primeras manifestaciones de cooperación las podemos observar al estudiar la vida económica de los gremios (Zaar 2010), y el cooperativismo y la cooperación agraria también estuvieron muy extendidos en la sociedad preindustrial (Méndez 1981).

1.2 Orígenes del Cooperativismo en Extremadura.

Con estos antecedentes, el ideal, principios y valores de los Pioneros de Rochdale, con la cultura cooperativa de Mondragón, de la mano del padre José Mª Arizmendiarrieta (padre del movimiento cooperativo de Mondragón); el proceso de estructuración del medio rural en España, a raíz de la llamada *Ley de Colonización*, a nivel nacional, y del llamado *Plan Badajoz*, a nivel regional, dio lugar al origen y surgimiento del cooperativismo en Extremadura.

Con el reinado de Alfonso XIII y la cartera de Fomento en manos del Ministro Besada, se promulga la Ley de Colonización[17], cuyo artículo primero recuperaba el concepto paternalista y moralista que anteriores leyes agrícolas habían desarrollado, la de 1866 constituía una excepción, de manera que se pretendía *"[…] arraigar en la nación a las familias desprovistas de medios de trabajo o de capital para subvenir a las necesidades de la vida, disminuir la emigración, poblar el campo y cultivar tierras incultas o deficientemente explotadas.*", aunque es evidente que marcaba un carácter práctico con la búsqueda de la mejora de las

[17] Ley de Colonización de 30 de agosto de 1907, publicada el 8 de septiembre de 1907 en la Gaceta de Madrid nº 251

explotaciones. La ley, con el criterio de procurar el asentamiento y arraigo de los desfavorecidos, repartía entre los pobres la propiedad de los terrenos y montes públicos "*incultos*", siguiendo el procedimiento que el propio texto marcaba, aunque con evidente carácter ensayístico, era solamente aplicable a los suelos públicos de "*ciertas zonas*" declarados enajenables, lo que pone de manifiesto la inseguridad que tenía el legislador a la hora de iniciar un proceso de estas características, tal vez por los fracasos anteriores de las legislaciones orientadas a reformas agrarias. La ley en su artículo cuarto, señalaba como beneficiarios de la misma, a las familias con mayor número de hijos "*aptos para las labores del campo*", incentivando, en primera instancia, las economías agrícolas familiares de subsistencia. Esta situación se veía acrecentada con las condiciones de cesión de los terrenos en los que, al igual que ocurrirá durante el proceso de colonización de la posguerra, se fija un período de tutela durante el cual se debían cumplir una serie de requisitos que pasaban fundamentalmente por el establecimiento del tipo de cultivo. La ley buscaba, de otra parte, evitar la segregación como consecuencia de ventas, herencias, etc. durante al menos los primeros diez años tras la cesión y, en el supuesto de que después de ese período se pudiese producir, se ejercería un derecho de tanteo y retracto por parte de las cooperativas que la propia ley fomentaba.

Curiosamente, de manos del Vizconde de Eza[18], personaje clave en esta etapa de la historia de la colonización previa al franquismo, cuya iniciativa hizo posible la propagación del concepto *cooperativista en el campo* (Monclús et al., 1988) y elaboración de una serie de principios publicados en la Real Orden de 25 de agosto de 1917[19], que pretendían convertirse en Ley, pero que, como consecuencia de la caída del Gobierno, no pudo llevarse a cabo, a pesar de que constituyó la base de un reglamento pormenorizado y de los proyectos desarrollados de 1919 y 1921. Se establecía en esos principios la posibilidad, al

[18] Luis de Marichalar y Monrela, vizconde de Eza, fue nombrado Vocal de la JCCRI a petición del Instituto de Reformas Sociales, por el Real Decreto de 10 de octubre de 1907. Fue nombrado posteriormente Ministro de Fomento del 11 de junio de 1907 al 1 de noviembre de 1907.

[19] Real Orden de 25 de agosto de 1917, publicada en la Gaceta de Madrid número 239 de 27 de agosto de 1917.

amparo de la Junta Central de Colonización y Repoblación Interior (JCCRI), de la creación de un organismo de *"[…] elevada condición social administrativa*." que propone denominar "*Instituto Nacional de Colonización interior*", dotado de autonomía para ejecutar las acciones necesarias en el agro español para el *"[…] fomento de la riqueza pública y de firme garantía del orden jurídico y de la estabilidad social*".

Si la base de la Ley de 1907 estaba constituida sobre la propiedad, la familia y la cooperación, su Reglamento de 23 de octubre de 1918[20], establecía las bases del cooperativismo, fundamentada en esas colonias como base moralizante de la sociedad agrícola que la JCCRI promulgaba y que se pretendían transformar en la solución de las familias del campo y buscaba establecer nuevos hábitos de trabajo, inculcar el ahorro, crear escuelas, viviendas, iglesias y espacios de reunión para los comunes. Estas colonias que dotaban de servicios básicos a sus "*colonos*", comenzaron a gestarse a raíz del Plan General de Colonización de 1914 con diferentes Planes Generales de Colonias por distintas regiones españolas. El objetivo, como se ha indicado, era fundamentalmente social y con una componente moralizante muy alta. Se buscaba, en cierto sentido, el aislamiento de las familias dedicadas al campo que quedaban en dichas colonias desvinculadas de los núcleos de población y constituían un dispositivo creador de nuevo orden con base en la cooperativa. Este Reglamento establecía una definición paramétrica, con un programa específico para las colonias que debían contener viviendas para colonos, con la dote de los mismos, una capilla, la casa del capellán, una escuela, la casa de los maestros, una sala de juntas, una cantina, tiendas, etc. Se trataba de un programa funcional que se adaptaba al tamaño de la colonia. Lo importante del caso, además de la estructura referida, es que se trataba de un tipo edificatorio cuya base funcional sería constitutiva de los futuros poblados de colonización, a pesar de que su estructura tipológica difería mucho de la de los futuros pueblos de colonización.

[20] Real Decreto de 23 de octubre de 1918, publicado en la Gaceta de Madrid número 303 de 30 de octubre de 1918.

La arquitectura de los pueblos vino condicionada por su programa funcional, que asociado a la transformación agraria del territorio mediante la puesta en riesgo, creó una serie de servicios e infraestructuras supramunicipales como caminos, carreteras, acequias, redes eléctricas y ferroviarias que civilizaba y mantenían la conexión de los poblados con el resto del territorio. En este sentido, ese programa funcional encabezado por las viviendas se completaba con las influencias recibidas de los incipientes desarrollos urbanos y la evolución natural de las distintas experiencias colonizadoras llevadas a cabo desde el siglo XIX con centros cívicos, escuelas, dispensarios médicos, iglesias, jardines, plazas, bosquetes, cines, campos de juego, locales comerciales, edificios administrativos, edificios agrícolas cooperativos, etc. Es decir, el Instituto Nacional de Colonización (INC) estaba creando un nuevo conjunto urbano con los pueblos de colonización.

Las tipologías edificatorias de los pueblos.

Todos los pueblos estaban estructurados, desde un punto de vista edificatorio y, con matizaciones referentes al número de colonos a albergar, y a sus expectativas de crecimiento, por viviendas con sus dependencias agrícolas, equipamientos que aglomeraban artesanías, clínica, escuelas, ayuntamiento, etc. y edificios para desarrollar actividades productivas como la hermandad sindical, la cooperativa, el almacén agrícola o el secadero.

Los edificios para actividades productivas servían de apoyo para el desarrollo de las actividades asociadas a las explotaciones agrarias y mejora de la producción. En este sentido la Hermandad o Cooperativa eran los más extendidos aunque también aparecen en los pueblos almacenes o secaderos.

Con estos antecedentes, el régimen de Franco entre los años 1952 y 1975, llevó a cabo una serie de acciones sobre el “agro extremeño” que supusieron un

importante cambio para el mismo, consistieron fundamentalmente en dos líneas de actuación:

- la transformación de miles de hectáreas de tierras en regadío con la construcción de la correspondiente infraestructura de embalses, canales, acequias, tuberías, desagües y caminos.
- la colonización de las superficies transformadas, que llevó aparejada por un lado la instalación de miles de nuevos pequeños empresarios agrícolas a los que se les concedió una explotación en riego y, por otro, la construcción de los poblados necesarios para su ubicación.

Para ello promulgó una ley especial, la de Colonización, Industrialización y Electrificación de la provincia de Badajoz de 27 de abril de 1952, conocida como Plan Badajoz, y declaró de interés nacional a partir de 1955 diversas actuaciones de colonización en el norte de Cáceres: el menos famoso Plan Cáceres.

El Plan Badajoz. Las tierras de las vegas del Guadiana.

Aunque con anterioridad ya se habían declarado de interés nacional las zonas regables de Montijo y Zújar, es el 27 de abril de 1952 cuando se promulga la ley del Plan de Colonización, Industrialización y Electrificación de la provincia de Badajoz más conocida como Plan Badajoz.

Las actuaciones consecuencia de la ley se plantean como si consistieran en una “redención” de las vegas extremeñas del Guadiana y de la provincia pacense. En realidad, se trataba de un acto de estricta justicia con una región abandonada secularmente del poder central, sumida en una gran pobreza material, intelectual y cultural, con una importante superpoblación agraria y en la que su devenir histórico, puesto que su territorio había estado en manos de nobles, órdenes militares, clero y terratenientes, había hecho imposible que se articulara una

burguesía que hubiera incorporado la región al incipiente desarrollo industrial que había tenido lugar en otras partes de España.

Tras la promulgación de la Ley, se acometen con un fuerte impulso las actuaciones del Plan Badajoz, que en honor a la verdad, ha de decirse que fue un plan ambicioso y, sin duda, una de las estrellas de los planes franquistas de la época. Piénsese en lo que eran, por entonces, las tierras de las vegas del Guadiana extremeño y las de sus afluentes principales, en manos de terratenientes, la mayor parte de ellos absentistas, con aprovechamientos extensivos de pastos y cultivos de secano; el resultado era que había miles de jornaleros al borde de la hambruna. La administración franquista trata de colocar a bastantes de ellos en los nuevos regadíos del Plan. El fin perseguido era dotar de una economía de subsistencia a una parte de las numerosas familias de braceros y jornaleros que residían en la provincia y en el resto de Extremadura.

El Plan Cáceres. La Cuenca del Tajo en Extremadura.

Con similares criterios, a partir de 1955, se declaran de interés nacional una serie de actuaciones de puesta en riego y colonización en el norte de la provincia cacereña, que se conocieron como Plan Cáceres, aunque esta denominación no alcanzase la misma fama y persistencia en el tiempo que la de su coetáneo, el Plan Badajoz.

Plan Cáceres nunca vio la luz de forma concreta y las actuaciones se desarrollaron de forma deslavazada a través de los correspondientes Planes Generales de Colonización que para esta provincia fueron: El Plan General de Colonización de la Zona regable por los canales derivados del pantano de “Rosarito”, el Plan General de Colonización de la Zona del pantano del Borbollón, el Plan General de Colonización de la Zona regable del pantano de Gabriel y Galán, el Plan General de Colonización de pequeños regadíos de la margen

derecha del río Salor y por último la declaración de interés social de la finca "Rincón de Ballesteros".

Con esta planificación del Régimen de Franco para la región de Extremadura, los actores de este Plan de Colonización, los agricultores, ganaderos, campesinos y trabajadores del campo, se comenzaron a organizar en asociaciones sindicales, asociaciones del campo, asociaciones gremiales, etc, que posteriormente se transformarían en cooperativas del campo, dando lugar así al nacimiento del cooperativismo en Extremadura.

2. El Movimiento Cooperativo Agroalimentario en Extremadura.

Cuando hablamos de cooperativismo en general, hablamos de solidaridad y unión, su palabra lo dice, nace por la necesidad de dar solución a los problemas sociales, mediante la cooperación de los individuos. De ahí el origen de las cooperativas, de la asociación de personas que buscando resolver sus necesidades de forma colectiva y solidaria, crearon organizaciones con estructura y funcionamiento democrático.

Como indican Donoso et al. (2011, p. 53), *"desde sus orígenes, el movimiento cooperativo ha tenido una relación muy estrecha con las actividades desarrolladas en las zonas rurales"*. Tras la aparición de la experiencia de los Pioneros de Rochdale en 1844 en Inglaterra, como cooperativa de consumo y la primera en distribuir entre sus socios los excedentes generados por la actividad, formando las bases del movimiento cooperativo moderno, la sociedad cooperativa se extendió a otras actividades con gran trascendencia en la agraria, principal seña de identidad de Extremadura.

La naturaleza jurídica de las cooperativas se basa en la igualdad, horizontalidad y equidad, lo que lo configura en un modelo empresarial único y eficaz; cuyo modelo jurídico y prevalente se apoya en los principios éticos, los valores cooperativos, la participación activa de los socios, el funcionamiento del grupo humano que forma parte de esta organización, vinculando todo esto a los resultados de la acción empresarial de la cooperativa.

A raíz de estos principios, las comunidades y pueblos pensando en su desarrollo, empezaron a agruparse y formar cooperativas en diversos lugares de Extremadura, pudiendo crear en su momento más de una cooperativa. Su inicio se remonta a los años 50, muchas de las cuales en la actualidad son grandes empresas agroindustriales como ACENORCA, ACOPAEX, VIÑAOLIVA o la Agrupación de Cooperativas Valle del Jerte, entre otras.

Cuando revisamos la historia del sector cooperativo agroalimentario de la región de Extremadura, observamos que el *boom cooperativo* tomó fuerza en la segunda mitad de los años 70, apoyados por el principio de colaboración, y por la apuesta de la Administración Pública en construir cooperativas de segundo grado; cooperativas que se encargarían, con fines comunes de orden económico, del cumplimiento, desarrollo y promoción de la actividad empresarial.

Otro de los beneficios que ofrecen las cooperativas en Extremadura son la formación e información a sus socios, la difusión de conocimientos para mejorar la eficiencia de las explotaciones asociadas, y contribuir al desarrollo del sector agroalimentario español en su conjunto. En general las cooperativas en Extremadura han permitido mejorar la calidad de vida de los agricultores, ganaderos y sus familias, lo que también contribuye a que la actividad agraria resulte más atractiva para la incorporación de jóvenes a este sector, lo que posibilitará el relevo generacional, un tema que preocupa mucho en estas zonas,

sobre todo por la migración a las zonas urbanas y el envejecimiento de la población.

Una muestra de esta evolución y aporte a la economía de Extremadura, es lo presentado por El Diario.es (2016, p. 1) donde se habla de cómo "*en 2014, seis cooperativas extremeñas figuraban entre las cien más importantes del país, facturando cerca de 477 millones de euros y generando 597 puestos de trabajo"*.

Todo esto demuestra que el movimiento cooperativo extremeño, es hoy un sector de un extraordinario valor estratégico, que convierte en catalizador fundamental del crecimiento económico a una de las principales regiones de producción de nuestro país.

2.1. Cooperativas Agroalimentarias de Extremadura.

De la Guía de Entidades de Economía Social en Extremadura (2019), tomamos como referencia la Tabla 3, datos que se extraen del Registro de Sociedades Cooperativas[21] de Extremadura.

Tabla 3. Sociedades Cooperativas Generales.

Coop.*	C-1	C-2	C-3	**C-4**	C-5	C-6	C-7	C-8	C-9	**C-10**
Badajoz	823	14	21	**386**	34	78	46	11	6	**27**
Cáceres	365	11	9	**344**	2	95	15	8	6	**22**
TOTALES	1188	25	30	**730**	36	173	61	19	12	**49**

Fuente: Elaboración propia.

[21] Es un servicio común tanto para cooperativas generales como especiales perteneciente al Servicio de Cooperativas y Sociedades Laborales de la Junta de Extremadura.

***.** C-1 (Trabajo Asociado). C-2 (Servicios). C-3 (Transporte). **C-4 (Agrarias y Ganaderas)**. C-5 (Explotación Comunitaria de la Tierra). C-6 (Servicios). C-7 (Consumidores y Usuarios). C-8 (Enseñanza). C-9 (Crédito). **C-10 (2º Grado de Integración)**.

De este gráfico, podemos señalar que el sector cooperativo agroalimentario en la región de Extremadura está formado por un total de 779 empresas cooperativas (1º y 2º grado).

Ahora bien, los datos del Registro de Sociedades Cooperativas de Extremadura dispone de una fuente de información que no está actualizada, la última modificación que se hizo en dicho Registro data de 2004, según fuentes del Servicio de Cooperativas y Sociedades Laborales de la Junta de Extremadura. Por lo tanto, esta fuente de información la podemos tomar como una referencia, pero diecisiete años sin actualizar dicha información, hace que dispongamos de una información irreal y sesgada. Por ello, tomaremos como referencia real a Cooperativas Agroalimentarias Extremadura.

Para ello, vamos a revisar que es Cooperativas Agroalimentarias Extremadura: "Es la organización que aglutina al movimiento cooperativo extremeño, representando y defendiendo desde el año 1990 los intereses de las cooperativas agroganaderas de la región"[22].

En sus años de trayectoria, primero como UNEXCA (Unión Extremeña de Cooperativas Agroalimentarias) y ahora como Cooperativas Agroalimentarias Extremadura, se ha confirmado su fin de defender los intereses de sus cooperativas socias y ser su interlocutor ante la Administración y mediador con aquellas entidades que favorezcan el desarrollo del cooperativismo regional. Igualmente, se ha asentado como entidad que pretende fomentar el

[22] https://www.cooperativasextremadura.es/

cooperativismo apoyando los proyectos de intercooperación, mejorar la cualificación de los profesionales del sector, y promocionar y organizar los servicios y actuaciones de interés general para el cooperativismo.

Estos sectores son el de Aceite de Oliva, Aceituna de Mesa, Apícola, Arroz, Frutas y Hortalizas, Herbáceos, Ovino-caprino, Piensos, Porcino Ibérico, Suministros, Tabaco, Vacuno y Vino (CAE, 2019).

En la actualidad, según recoge el Informe Socioeconómico sobre el Cooperativismo Agroalimentario de Extremadura (2019), Cooperativas Agroalimentarias Extremadura cuenta actualmente con 189 cooperativas asociadas, de las cuales 59 son socias directas. Estas cooperativas facturaron más de 933 millones de euros en el año 2019, lo que representa un incremento del 6,3% respecto al ejercicio anterior, si bien esa cifra aumenta hasta los 1.369,8 millones de euros al tener en cuenta la facturación de las cooperativas de base, con un aumento del 3,5% al compararlo con el año pasado. En total, estas cooperativas generan más de 3.100 empleos en la región y cuentan con casi 33.800 socios agricultores y ganaderos, y generan más de 3.100 empleos directos, todo lo cual suma que el sector aglutina el 9,4% de la población activa de la región.

Y por lo tanto, estas 59 cooperativas agroalimentarias serán objeto de estudio y medición del capital social, en la presente investigación.

Las cooperativas agroalimentarias ocuparon de nuevo, durante el último año importantes posiciones en el marco de la economía social española gracias a la gestión empresarial realizada, que arrojó datos positivos en cuanto a facturación y empleo. De este modo, cinco cooperativas de la región asociadas a Cooperativas Agroalimentarias Extremadura se encuentran entre las 100 principales

cooperativas agroalimentarias españolas, sumando más de 350 millones de euros en facturación y 260 empleos directos en la región.

Es lo que refleja el Informe “Empresas más relevantes de Economía Social 2020-2021” realizado por la Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES, 2021), que recopilaba datos de 878 empresas de economía social, constatando su peso como socio económico, así queda reflejado en la Tabla 4.

En el caso de las cooperativas, el ranking incluía a 702 cooperativas de diversa índole de todo el país, destacando las del sector agroalimentario, situándose cuatro cooperativas extremeñas entre las cien de dicho sector con mejores resultados de facturación del país, siendo 10 cooperativas extremeñas al poner el tope en las 200 mejores de España. En total, 21 cooperativas agroalimentarias extremeñas se encontraban en el referido ranking total de empresas relevantes en la economía social española.

Este ranking lo encabeza Viñaoliva, ocupando el puesto 53 dentro del ranking nacional de cooperativas del sector agroalimentario. Igualmente destacable es ACOPAEX, en el segundo puesto regional y en el 57 nacional entre las cooperativas agroalimentarias, seguida por EA Group y Casat.

A ellas se sumaban Agrupación de Cooperativas Valle del Jerte, Tomates del Guadiana, cooperativa Pronat, Río Búrdalo, Cooprado (Ntra. Sra. del Prado), y cooperativa San Isidro, que se situaban también entre los primeros puestos del ranking en Extremadura y entre las 200 principales cooperativas del sector agroalimentario a nivel nacional, según el referido informe.

Las 23 cooperativas agroalimentarias extremeñas que se encontraban en este ranking rozan los 730 millones de euros de facturación anual, siendo destacables

también los datos respecto a la creación de empleo, sumando más de 1.300 puestos de trabajo.

Tabla 4. Ranking de empresas cooperativas a nivel nacional. (Ordenado por facturación de mayor a menor en mill. de €)

	Ranking	COOPERATIVA	PROVINCIA	FACTURACIÓN
1	53	Viñaoliva	Badajoz	85,16M €
2	57	ACOPAEX	Badajoz	82,02M €
3	67	Comercial Agropecuaria SAT	Badajoz	68,41M €
4	77	EA Group	Badajoz	61,67M €
5	84	Agrupación Cooperativa Valle del Jerte	Cáceres	55,65M €
6	123	Tomates del Guadiana Sdad. Coop	Badajoz	40,28M €
7	147	Coop. PRONAT	Badajoz	33,57M €
8	151	Coop. Río Búrdalo	Badajoz	33,2M €
9	168	Sdad. Coop. Ntra. Sra. del Prado	Cáceres	30,69M €
10	192	Coop. Agrícola San Isidro	Badajoz	26,54M €

Fuente: Elaboración propia

3. Los principios y los valores cooperativos.

Los principios y los valores cooperativos en que se fundamentan las reglas del cooperativismo, se constituyen así en criterios informadores, no sólo de la actuación del legislador en materia de cooperativas, sino también de la autonomía de la voluntad de los particulares en orden a establecer nuevos pactos no previstos por la Ley (Alonso, 1995, pp. 10 y 11).

Los principios y valores cooperativos, tal y como vienen siendo formulados por la ACI [23], se conciben como auténticos pilares y normas fundamentales en orden a configurar la organización, funcionamiento y naturaleza cooperativa (Salinas, 1995).

3.1. Los principios cooperativos.

El autor Joaquín Blanco describe a los principios de la cooperación con la siguiente definición:

> ”*Se llama principios cooperativos a un conjunto de reglas de funcionamiento a que deben someterse las sociedades cooperativas para ser consideradas como tales, tanto por las diversas legislaciones de cada país que las regulan como por el organismo internacional que se encarga de vigilar, y en cierta forma, reunir en su seno a todas las federaciones de cooperativas que voluntariamente desean adherirse a él y que se llama Alianza Cooperativa Internacional fundada en Londres en 1895”*, como así lo señala Blanco (1985, p. 42).

Por su parte, los autores Juliá y Gallego (2000, p. 126), los caracterizan desde un punto de vista práctico, expresando que:

> *“los principios cooperativos quedan configurados institucionalmente como un instrumento para el logro de los objetivos cooperativos y, por ende, para la aplicación de los valores cooperativos. Los principios cooperativos no son dogmas, ni postulados filosóficos: son ideas abstractas, derivadas de la experiencia práctica, y sirven como pautas válidas para la acción. En este sentido, constituyen un conjunto de reglas de funcionamiento, de acuerdo*

[23] La Alianza Cooperativa Internacional, heredera de los propósitos prácticos de funcionamiento de las cooperativas de consumo recogidos en los Estatutos y en las actas de la “Rochdale Society of Equitable Pionners”, tiene entre sus objetivos el estudio, adaptación y calificación de los principios cooperativos. La ACI, fundada en Londres en 1895, es uno de los organismos internacionales no gubernamentales más antiguos y está reconocido e inscrito en la ONU con la categoría de miembro de la Clase A.

con las cuales las cooperativas ponen en práctica sus valores y logran sus objetivos".

Tal como hemos descrito en el punto anterior de este trabajo, estos principios son el producto de las ideas e ideales de reformas sociales postuladas por los pensadores de finales del siglo XVIII y comienzos del siglo XIX, tanto en Inglaterra como en Francia y, a los que mencionamos como "socialistas utópicos", quienes reaccionaron frente a las consecuencias de la Revolución Industrial en la clase trabajadora fundamentalmente.

Los principios, tal como fueron enunciados por los "Pioneros de Rochdale", tuvieron una larga vigencia en la práctica cooperativa hasta que la ACI decidió en varios de sus Congresos realizar estudios de actualización de los mismos, proceso que culminó en el año 1995 en el Congreso de Viena, con la elaboración de una reformulación de dichos principios del cooperativismo. Por lo tanto, éstos no fueron únicos ni inmutables, por el contrario, han variado en número, contenido y significado. En este sentido, hablamos de un proceso que se extiende a lo largo del tiempo y que llega hasta la actualidad.

Anteriormente, en los inicios de la ACI, los Congresos de la ACI de Viena (1930), París (1937), Viena (1966) y Manchester (1995), han constituido un punto de referencia fundamental en la evolución de tales principios, donde se puede analizar la evolución de los mismos (Lambert, 1970).

En particular, el Congreso de Manchester de 1995, como señala Martínez (1996), realizó una declaración novedosa acerca de la identidad cooperativa sobre la base de unos valores cooperativos (autoayuda, autorresponsabilidad, democracia, igualdad, equidad, solidaridad, honestidad, transparencia, responsabilidad y vocación social) y de una redefinición de sus principios, dando lugar a los siete siguientes: afiliación voluntaria y abierta a toda persona capaz de

utilizar sus servicios; gestión democrática por parte de los socios; participación económica de los socios en la distribución de los excedentes de ejercicio en proporción a sus operaciones con la cooperativa e interés limitado y voluntariamente fijado para el capital social; autonomía e independencia; educación, formación e información, cooperación entre cooperativas; e interés por la comunidad.

Por ello, podemos resumir que los cinco primeros principios están vinculados a las cooperativas desde el comienzo del cooperativismo moderno y aparecen contemplados en los Estatutos de la Cooperativa de Rochdale (1844) (Holyoake, 1973); el sexto principio se debe a una aportación del Congreso de Viena de 1966, y el séptimo al Congreso de Manchester de 1995.

Además, según la ACI, tales principios han de ser entendidos como pautas mediante las cuales las cooperativas ponen en práctica sus valores (Chomel y Vienney, 1996).

Así, pese a que los principios formulados por la ACI carezcan de valor como normas jurídicas directamente aplicables en los Estados de la Comunidad Internacional, y pese a que no encierran tampoco un mandato expreso al legislador para que regule la sociedad cooperativa conforme a ellos (Del Arco 1986), condicionan el régimen legal de estas entidades, constituyéndose en “fuente material” de la legislación cooperativa, influenciando de manera directa o indirecta su contenido (Cracogna, 2015). Cualquier regulación ajena a los mismos impediría calificar a las sociedades como cooperativas, por mucho que se autodefiniera como “ley de cooperativas”. No en vano la Asamblea General de la ACI, al mismo tiempo que aprobaba la Declaración sobre la Identidad Cooperativa en 1995, recomendaba que las cooperativas la incorporaran a sus estatutos y que los gobiernos basaran en ella la legislación cooperativa (ACI, 1995).

En el Ordenamiento Internacional, como señalan Juliá y Gallego (2000), los principios cooperativos forman parte del derecho positivo, al haber sido incorporados en todas las leyes de cooperativas.

En este sentido, la llamada que en éstas se contiene a dichos principios, dista de ser una simple declaración de intenciones sin concreción normativa real. Ello ha permitido a nuestra doctrina y jurisprudencia defender, incluso, su carácter de auténticas normas jurídicas, directamente aplicables y a las que someter los estatutos y los acuerdos sociales (Paz, 1989).

Esta concepción ha encontrado refrendo en las más modernas leyes de cooperativas, que instituyen a los que denominan “principios configuradores de la sociedad cooperativa”, en pieza clave para asegurar que ésta cumpla en el tráfico jurídico la finalidad para la que se halla preordenada (Embid y Martínez, 1996). Por tal razón, como manifiesta Duque (1991), se conciben como límite a la autonomía de la voluntad, en orden a incluir en la escritura cualquier pacto o condición no expresamente prevista en la ley.

En la siguiente tabla, puntualizamos los principios cooperativos en sus tres hitos más importantes: su elaboración en Rochdale por los denominados “Pioneros”, su reformulación por la ACI en los Congresos de 1966 y 1995:

Tabla 5: Resumen de los Principios Cooperativos.

Principios Cooperativos		
Pioneros de Rochdale	**Congreso ACI 1966**	**Congreso ACI 1995**
Libre adhesión y libre retiro	Adhesión voluntaria y abierta	Adhesión voluntaria y abierta
Control democrático	Control democrático	Gestión democrática por parte de los asociados
Neutralidad política, racial y religiosa	---	---
Ventas al contado	---	---
Devolución de los excedentes	Superávits destinados a los miembros	---
Interés limitado sobre el capital	Devolución limitada a la equidad	Participación económica de los asociados
Educación continua	Educación para los miembros y el público en los principios cooperativos	Educación, formación e información
	Cooperación entre cooperativas (Intercooperación)	---
		Interés por la comunidad
		Autonomía e independencia

Fuente: Elaboración propia

La Declaración de la ACI sobre la "Identidad Cooperativa" del 23 de septiembre de 1995 (o Declaración de Manchester) y a la que ya hemos hecho referencia, define los principios como "pautas mediante las cuales las cooperativas ponen en práctica sus valores". A su vez, el Informe que acompañó dicha Declaración (denominado "*Cooperative Values in a changing World*"), explica que los principios, si bien en cierto modo son "mandatos" que proporcionan normas de conducta, también son pautas para evaluar las conductas y ayudar en la toma de

decisiones. Por lo tanto, no es suficiente conocer si una cooperativa respeta cabalmente los principios, sino que también es necesario observar si sigue el espíritu de los mismos. Los principios, además, están unidos o son interdependientes, de manera que cuando no se atiende o respeta a uno de ellos, los demás que se relacionan se resienten.

Haciendo ahora una breve descripción de cada principio, el primero de ellos conforme el orden establecido por la ACI (ACI 1995, p. 67) es el siguiente:

> *"La adhesión a una sociedad cooperativa debe ser voluntaria y abierta a todas las personas que puedan hacer uso de sus servicios y acepten las responsabilidades inherentes a su afiliación; no debe haber restricciones artificiales, ni discriminaciones sociales ni raciales, políticas o religiosas"*.

Este principio, tal como expresa el autor Blanco (1985), se lo conoce como de "puerta abierta" porque en su contenido no solo se especifica la voluntariedad de la adhesión, sino que se comprende también la posibilidad de abandono de la sociedad por parte del socio.

En virtud de lo anterior, la aplicación plena del principio de "adhesión voluntaria y abierta", se da generalmente en el momento fundacional y en cooperativas en las que el número de socios no afecta sustancialmente la marcha económica de la entidad.

Se destaca, a su vez, el principio por su previsión "antidiscriminatoria", en el sentido de que la cooperación no puede estar supeditada a fidelidades ideológicas de ninguna clase, aunque también significa que no debe perderse su carácter especial de movimiento voluntario.

Este principio puede, además, ayudar a incorporar socios con objetivos comunes consiguiendo una mayor y mejor dimensión de la entidad, pudiendo mejorar la

gestión de la misma y lograr un mayor capital social, así como también un mayor poder de negociación y reducción de costes, entre otros beneficios.

El segundo principio fue expresado de la siguiente forma en la Declaración:

> "Las cooperativas son organizaciones democráticas. Sus operaciones deben ser administradas por personas elegidas o designadas por medio de un procedimiento acordado por los socios y ser responsables ante éstos. Los socios de las cooperativas primarias deben gozar de los mismos derechos de voto (un socio un voto) y de participación en las decisiones que afectan a sus organizaciones. En cooperativas no primarias, la administración debe conducirse sobre bases democráticas, según el método adecuado" (ACI 1995, p. 67).

Lambert (1970), sostiene que ese principio es aplicable a cualquier forma de cooperativa (de producción, crédito, consumo, vivienda, etc.). Agrega el citado autor que es un principio fundamental, dado que distingue claramente "la empresa cooperativa de la capitalista". El autor García-Gutiérrez (1995, p. 9), por su parte, expresa respecto de este principio, que *"la democracia es el sistema a partir el cual la participación toma sentido"*; es el principio que *"juega el papel de núcleo del sistema cooperativo. Los socios de una sociedad cooperativa son como los ciudadanos de una sociedad civil, sólo que económica"*.

Para Del Arco (1977, citado por Blanco, 1995, p. 44), este principio *"da respuestas a las exigencias de construir una economía basada en la fe, en los valores espirituales del hombre, dado que en la economía capitalista la soberanía está en el capital"*, aclara el mencionado autor, en proporción al capital, y el estímulo que se busca es la ganancia. También, una economía que coloque a los tecnócratas por debajo de la democracia, en definitiva, una economía de responsabilidades y asociación, porque esto implica tomar decisiones mayoritariamente formadas conforme a la regla de un socio un voto. Este

postulado, ha sido tratado adecuadamente en la mayoría de las legislaciones del mundo. En algunos casos, el número de votos puede ampliarse a más de uno, pero siempre sin que se base en el poder económico, ni tampoco que pueda tener peso decisivo en las elecciones.

La participación de los socios, de este modo, se convierte en una característica de la gestión cooperativa: todos tienen las mismas posibilidades de manifestar su opinión, presentar propuestas de trabajo y comentar su experiencia, creando responsabilidad e implicación en los mismos, lo que ayudará a alcanzar mejores resultados.

El tercer principio es la "participación económica de los socios":

> *"Los socios participan equitativamente al capital de sus cooperativas y lo gestionan de forma democrática. Al menos una parte del capital será habitualmente propiedad común de la cooperativa, normalmente reciben una compensación, si la hay, limitada sobre el capital entregado como condición para ser socio. Los socios asignan los excedentes para todos o algunos de los siguientes fines: el desarrollo de su cooperativa, posiblemente por la constitución de reservas, parte de las cuales tendrían que ser irrepartibles, el beneficio de los socios en proporción a sus operaciones con la sociedad cooperativa, y el apoyo de otras actividades aprobadas por los socios"* (ACI 1995, p. 68).

Señalan Juliá y Gallego (2000, p. 133) en relación a este principio, que el mismo *"refunde con modificaciones lo dispuesto en los principios tercero y cuarto de la Declaración de 1966"*. La nueva redacción establece que los socios *"contribuyen equitativamente al capital de sus cooperativas"*, insistiendo a continuación en el control democrático. También, es nueva la mención a la *"propiedad común de al menos una parte del capital"*, y aunque se mantiene el *"principio de limitación del interés del capital"*, no se refiere a todo el capital de la cooperativa, sino

solamente al capital suscrito “como condición para ser socio”. En relación a la *“distribución de excedentes”*, la nueva redacción del tercer principio cooperativo contempla la *“posibilidad de establecer reservas”*, parte de las cuales serían irrepartibles.

Siguiendo a los autores mencionados anteriormente, la solución adoptada en Manchester, mantiene el principio de limitación del interés del capital, pero no referido a todo el capital de la cooperativa, sino solamente al capital suscrito como condición para ser socio, solución que deja abierta la *“posibilidad de retribuir el capital aportado por socios inversores en función de los resultados de la actividad, eventualidad que no tiene porqué perjudicar los objetivos sociales ya que si la política retributiva se decide por los socios usuarios, es de suponer que convendrá a sus intereses”* (Juliá y Gallego, 2000, pp. 134 y 135).

El cuarto principio, máxima a desarrollar en cualquier cooperativa, hace referencia a la “autonomía e independencia” en estos términos:

> *“Las cooperativas son organizaciones autónomas, de autoayuda, gestionadas por sus socios. Si firman acuerdos con otras organizaciones, incluidos los gobiernos, o si consiguen capital de fuentes externas, lo hacen en términos que asegure el control democrático por parte de sus socios y mantengan su autonomía cooperativa”* (ACI 1995, p. 69).

Ya desde el establecimiento de los primeros principios, aparece la autonomía e independencia como señal de identidad del sistema cooperativista, buscándose la autonomía de la cooperativa tanto a nivel político, como religioso, como de cualquier otra índole. Además, esta máxima, es un claro reflejo del sistema democrático imperante en el cooperativismo.

El quinto principio es el de “educación, formación e información”:

> *“Las cooperativas proporcionan educación y formación a los socios, a los representantes elegidos, a los directivos y a los empleados para que puedan contribuir de forma eficaz al desarrollo de sus cooperativas. Informan al gran público, especialmente a los jóvenes y a los líderes de opinión, de la naturaleza y beneficios de la cooperación”* (ACI 1995, p. 70).

Este postulado compromete a las cooperativas a capacitar a los trabajadores potenciando la adquisición de capacidades, habilidades y actitudes que favorezcan su desempeño eficaz. A su vez, la información constituye un derecho irrenunciable del socio y un aspecto clave para que las personas se impliquen. El fuerte desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación imperante en esta era, está permitiendo, en este sentido, la aparición de nuevos métodos, técnicas y herramientas que facilitan y apoyan los procesos de gestión del conocimiento.

Los procesos educativos en las cooperativas pasan por:

“I. La formación doctrinaria;

II. La capacitación y formación de directivos y del personal;

III. La difusión de la identidad corporativa”, tal como lo describe Cracogna (2007, p. 37).

Sostiene este autor, además, que dicha formación debe abarcar tanto los aspectos económicos como democráticos, permitiendo comprender no solo los aspectos que permiten desarrollar las competencias para la gestión de las cooperativas, sino que además, incluye los que posibilitan difundir la doctrina de la sociedad. De ahí su papel transformador fundado en la igualdad que permite ampliar los beneficios de la educación cooperativa a un público más amplio (Cracogna, 2007).

Se ha afirmado en relación a este principio, que la educación es la "regla de oro" del cooperativismo. Esto, *"en función de que tanto desde el punto de vista societario como empresarial es necesaria la participación, que tiene que ser democrática, y esa participación se basa en la información, en la formación y, sobre todo, en la educación"* (García-Gutiérrez, 2000, p. 175).

Por último, cabe concluir, que la formación y la información repercuten directamente en la toma de decisiones, dado que las personas que la reciben serán capaces de distinguir de entre las posibles alternativas las mejores opciones, valorar la gestión de la empresa, y en definitiva, decidir con mayor libertad y conocimiento. La formación e información, en este sentido, equilibran los intereses de los socios, les da la capacidad para tomar decisiones y asumir riesgos. Los socios, de esta manera, pueden estar más involucrados con un mayor conocimiento de los problemas de la cooperativa.

"Cooperación entre cooperativas" es el sexto principio: *"Las cooperativas sirven a sus miembros lo más eficazmente posible, y fortalecen el movimiento cooperativo trabajando conjuntamente mediante estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales"* (ACI 1995, p. 71).

Primigeniamente se definió este sexto postulado en los Principios de Rochdale como "integración cooperativa", llegando hasta nuestros días haciendo referencia a las entidades en sí y a la actividad de cooperación en el trabajo conjunto en sus diferentes niveles. Sostiene García-Gutiérrez en relación a este principio:

> *"Una sociedad cooperativa es una empresa en la que la condición de socio se obtiene y mantiene por participar en el proceso de producción y distribución, como proveedores o como consumidores, democráticamente. La sociedad cooperativa no tiene sentido sino con un planteamiento de intercooperación, hasta el punto de que los socios no deben considerarse socios de una cooperativa más que circunstancialmente, sino de una*

> *sociedad que forma parte -participa-, de una u otra manera, de un conglomerado -en expansión permanente- de sociedades cooperativas"* (García-Gutiérrez, 2000, p. 174) .

Este principio, tal y como ya hemos visto, fue incorporado en el Congreso de Viena de la ACI del año 1966, y ya en esa instancia se hacía referencia al hecho de que aunque haya sido recogido como principio, la "intercooperación" es una práctica generalizada en el cooperativismo. Las cooperativas sirven, de este modo, a sus asociados de la forma más eficaz posible, trabajando conjuntamente mediante estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales. Se les posibilita de este modo, mediante estrategias de cooperación y concentración, *"obtener sinergias, economías de escala y de alcance, el acceso a las nuevas tecnologías y a los nuevos métodos de gestión que sirvan para mejorar la competitividad de las mismas"* (Sanchis y Revuelto, 1995, p. 154).

La "intercooperación", como bien señala Morales (1991), puede ser entendida tanto desde un punto de vista económico como político. Desde lo económico, se puede llegar a una integración horizontal o vertical de las actividades afines a la sociedad cooperativa, formando sociedades cooperativas de 2º grado, o de grado superior, con el objetivo de incrementar la competitividad de dicho tipo de organización y su potencial económico. Desde el punto de vista político, la intercooperación partiría de la base del "asociacionismo no económico de sus miembros" para posibilitar la defensa de los intereses comunes ante los órganos competentes. Un ejemplo de esto lo constituyen las "federaciones de cooperativas".

El séptimo y último principio, es el "interés por la comunidad". Así, se ha declarado en el Congreso de la ACI de 1995: *"Las cooperativas trabajan para conseguir el desarrollo sostenible de sus comunidades mediante políticas aprobadas por sus socios"* (ACI 1995, p. 72).

El compromiso de las organizaciones cooperativas con la comunidad, se incorpora por primera vez en el año 1966 en la Declaración de Manchester, en reconocimiento a la responsabilidad de las mismas en el medio en el que actúan y como estímulo al desempeño de un rol activo de las cooperativas en la consecución del bien común. En base a este principio, se sitúa a las cooperativas, por un lado, en pos del objetivo de satisfacer las necesidades de sus integrantes; por otro, asumiendo el compromiso del desarrollo sostenible de la comunidad en la que se desenvuelven. Como bien señala Cracogna (2007, p. 39): *"En su carácter universal, no se circunscriben únicamente a otorgar beneficios y cumplir con las aspiraciones de sus asociados, sino que extienden estos límites a la sociedad, promoviendo su desarrollo colectivo"*.

Este postulado, hace referencia también al grado de relación o unión con lo local de toda experiencia cooperativa. De este modo, el componente endógeno es considerado como un elemento de gran importancia, tanto para el funcionamiento como para el desarrollo de las cooperativas. Moreira (1999), sostiene que desde el punto de vista de los valores o principios cooperativos, la cohesión social forma parte de la denominada "ventaja cooperativa". Así, la esencia del cooperativismo, conforme explica el citado autor, se concentra en los valores de la cooperación y de la solidaridad, en oposición a los valores actuales de individualismo y competición, característicos de la era de la globalización, siendo aquellos valores intangibles y constituyentes de una verdadera ventaja cooperativa.

Los autores Pedrosa y Hernández (2011, p. 178), manifiestan en relación a este tema:

> *"La sociedad cooperativa representa a una organización capaz de articular y defender las necesidades de los sectores más débiles de la población. Ésta, según sus principios, debe estar al servicio del hombre, por tanto, cada individuo, sea cual sea el grado en el que se inserte en la organización, no podrá apartarse demasiado de la comunidad en la que está inmerso. Es por*

ello que la sociedad cooperativa no va a poder situarse con independencia de la actividad que llevan a cabo sus socios, sino que ha de estar situada junto a ellos, trabajando por el desarrollo económico y social del entorno en el que se encuentran".

Por este principio se trata, entonces, de buscar el desarrollo de las comunidades en las que están incluidas las sociedades cooperativas, mediante políticas apoyadas por la acción de sus socios y aprobadas por el tejido social.

A continuación, reproducimos una tabla de Mugarra (2005) que sintetiza los siete principios cooperativos, los que se conocen como "Declaración de la Alianza Cooperativa Internacional sobre la Identidad Cooperativa".

Tabla 6. Principios Cooperativos.

Principios Cooperativos. ACI	
Primer Principio: Adhesión Voluntaria y Abierta	Las cooperativas son organizaciones voluntarias, abiertas a todas las personas capaces de utilizar sus servicios y dispuestas a aceptar las responsabilidades de ser socios.
Segundo Principio: Gestión Democrática por parte de los Socios	Las cooperativas son organizaciones gestionadas democráticamente por los socios, los cuales participan activamente en la fijación de sus políticas.
Tercer Principio: Participación Económica de los socios	Los socios contribuyen equitativamente al capital de sus cooperativas y lo gestionan de forma democrática. Parte de ese capital, normalmente es de propiedad común de la cooperativa.
Cuarto Principio: Autonomía e Independencia	Las Cooperativas son organizaciones autónomas de autoayuda, gestionadas por sus socios. Si firman acuerdos con otras organizaciones, lo hacen en términos de asegurar el control democrático y mantener la autonomía cooperativa.
Quinto Principio: Educación, Formación e Información	Las Cooperativas proporcionan formación y educación a los socios y sus representantes, para que puedan servir de forma eficaz al desarrollo de la misma. Informan al público de los beneficios de la cooperación.
Sexto Principio: Cooperación entre Cooperativas	Las cooperativas trabajan mediante estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales para fortalecer de manera eficaz el movimiento cooperativo.
Séptimo Principio: Interés por la Comunidad	Las cooperativas trabajan para conseguir el desarrollo sostenible de sus comunidades mediante políticas aprobadas por sus socios.

Fuente: Mugarra (2005)

Con respecto a los principios cooperativos, y como se ha reflejado a lo largo de este punto, las referencias vienen aportadas por medio de la ACI, pero a nivel nacional, y tomando otro punto de vista y de referencia a estos principios cooperativos, tenemos que hacer especial mención a la llamada “Experiencia Mondragón”, es decir, a los principios cooperativos de la Corporación Cooperativa de Mondragón (MCC).

La aplicación de estos Principios Cooperativos no es tarea fácil, José María Arizmendiarrieta dijo en una ocasión: “La cooperación convoca a los hombres a una obra colectiva, pero deja a cada uno su responsabilidad. Es el desarrollo del individuo, no contra los demás, sino con los demás”. Este trabajar conjuntamente y su manera de hacer es lo que se debe de potenciar en el emprendimiento cooperativo (Ormaetxea, 2016).

Las señas de identidad de los principios cooperativos de Mondragón, las podemos encontrar buceando en el modelo cooperativo de la MCC: una actitud más exigente en cuanto a primar la cooperativa frente a los intereses individuales, una mayor implicación y (auto) responsabilización de los socios y socias en la capitalización de las cooperativas, profundizar en los modelos de autogestión que sustentan una orientación más innovadora de las organizaciones, mayor intercooperación para un mejor posicionamiento en los mercados globales, una solidaridad exigente que permita la reorientación de los negocios no viables de manera que el coste no recaiga sobre las personas de la organización, así como la colaboración de las cooperativas con agentes sociales del territorio en el impulso de un modelo de desarrollo humano y sostenible, en definitiva, vamos a necesitar más que nunca que sigan aplicándose los Principios Cooperativos (Loiola, 2016), y desde el liderazgo cooperativo.

El liderazgo debe ser una actividad clave para impulsar un proyecto, empresa u organización, si se pretende mejorar resultados y ayudar a convertir a las personas en profesionales con mejor rendimiento y potenciar el compromiso de las personas en el proyecto empresarial (Ugalde, 2017).

En los inicios de un nuevo milenio, la Corporación Mondragón está convencida de la valía de los Principios Cooperativos, apoyando el desarrollo en la innovación, la promoción de nuevas actividades y la internacionalización, convirtiendo así en oportunidades de negocio y empleo, los retos de una economía cada vez más exigente y globalizada (Mondragón, 2016).

La Experiencia Cooperativa de Mondragón ha tenido en su origen una razón de ser clara; la vocación de responder a las necesidades de desarrollo de la persona y de la comunidad mediante la creación de empresas que funcionan en clave de autogestión y cooperación. Para ello impulsa la formación de personas que asumen la responsabilidad de tomar su destino en sus manos, formándose, trabajando en cooperación y compartiendo solidariamente el fruto de su trabajo (Loiola, 2016).

La filosofía cooperativa soporta los principios y reglas del cooperativismo. Esta filosofía es la base para que los principios y valores cooperativos puedan concretarse y cumplirse. Esta filosofía y estos valores no son exclusivos del cooperativismo; se han adecuado a las necesidades de los tiempos, en este caso, el cooperativismo se ha acomodado a las exigencias de la moderna vida económica (Aranzadi, 1992).

Hablar de Mondragón, es hablar de cooperativismo, y por ello se presupone la aplicación de los Principios Cooperativos en las distintas Cooperativas que integran MCC. Son 10 los Principios Cooperativos recogidos en el ordenamiento de la Corporación Cooperativa de Mondragón;

- Libre adhesión
- Organización democrática
- Soberanía del trabajo
- Carácter instrumental y subordinado del capital
- Participación en la gestión
- Solidaridad retributiva
- Intercooperación
- Transformación social
- Carácter universal
- Educación.

En algunos casos se puede encontrar la conexión con lo que ha promovido la ACI, pero otros, como es el caso de los principios de solidaridad retributiva y el principio de transformación social, son principios exclusivos de la Experiencia Mondragón.

*** Solidaridad Retributiva:**

- La retribución debe ser suficiente, homologable con la de los trabajadores asalariados del entorno sectorial y acorde con las posibilidades reales de la cooperativa.

- Debe responder a un marco solidario en el ámbito interno, lo que se refleja en un abanico más reducido que el existente en el mercado.

- También en el conjunto de la Corporación existirá un criterio solidario en la retribución al trabajo y en el horario anual.

*** Transformación Social:**

Se desea contribuir a la transformación social solidaria con la de otros pueblos, desde nuestro marco concreto, en la búsqueda de una sociedad más libre, justa y solidaria.

La reinversión de una parte mayoritaria de los resultados obtenidos, el apoyo a otras iniciativas de desarrollo comunitario, la cooperación con otras instituciones vascas de carácter económico y social, el apoyo a la cultura y una política de seguridad social basada en la solidaridad y la responsabilidad, son fórmulas de contribuir al progreso de la sociedad.

Pero lo importante de los principios es llevarlos a la práctica, y si hablamos de capital social, la clave de cualquier proyecto cooperativo son las personas.

Para poder resumir los principios cooperativos a lo largo de la historia, lo reflejaremos mediante la siguiente tabla:

Tabla 7: Resumen de los Principios Cooperativos con referencia Mondragón.

Principios Cooperativos			
Pioneros de Rochdale	**ACI 1966**	**ACI 1995**	**Experiencia Coop. Mondragón**
Libre adhesión y libre retiro	Adhesión voluntaria y abierta	Adhesión voluntaria y abierta	Libre adhesión
Control democrático	Control democrático	Gestión democrática por parte de los asociados	Organización democrática
Neutralidad política, racial y religiosa	---	---	---
Ventas al contado	---	---	---
Devolución de los excedentes	Superávits destinados a los miembros	---	Soberanía del trabajo
Interés limitado sobre el capital	Devolución limitada a la equidad	Participación económica de los asociados	Solidaridad retributiva
Educación continua	Educación para los miembros y el público en los principios cooperativos	Educación, formación e información	Educación
---	Cooperación entre cooperativas (Intercooperación)	---	Intercooperación
---	---	Interés por la comunidad	Transformación social
---	---	Autonomía e independencia	---
---	---	---	Carácter universal
---	---	---	Participación en la gestión
---	---	---	Carácter Instrumental y subordinado del capital

Fuente: Elaboración propia.

3.2. Los valores cooperativos.

Valores y principios cooperativos se relacionan y es lo que en este punto se va a analizar. Bonner (citado por Cracogna, 1991, p. 97), por ejemplo, expresa esta conexión considerando a los valores como *"estados de perfección que constituyen finalidades que se pretenden alcanzar, y a los principios como las pautas que guían la acción en dirección a los valores"*.

Esa relación entre valores y principios que hacen presentes los valores en las acciones humanas, indica que los mismos se objetivan en las conductas, de forma tal que la posesión de ellos define y determina la conducta sin que ésta deje de ser la manifestación del ejercicio de la libre voluntad humana. Otro autor, Martínez (1995), sostiene al respecto que la interpretación de los principios como pautas no solo de acción sino también de evaluación, remite a valores que conectan con el espíritu de los principios más allá de la letra de los mismos.

Los valores que definen el espíritu cooperativo, se ordenan generalmente en los siguientes grupos: a) esfuerzo propio y ayuda mutua; b) solidaridad e igualdad; c) justicia, equidad y libertad; d) humanitarismo y educación; e) conciencia con los intereses generales de la comunidad.

Los valores cooperativos tienen su punto de partida en el Congreso de la ACI de Estocolmo de 1988, para hacer su aparición nuevamente en el año 1992 en el Congreso organizado por el citado organismo en Tokio. En el Congreso de Estocolmo, Lars Marcus[24] presentó un Informe titulado *Cooperativas y valores básicos*, que sentó como principio que los valores habían de constituir la base de los principios cooperativos, identificando cuatro, de entre los múltiples valores que han estado presentes en la historia de las cooperativas, a los que

[24] Lars Marcus. "Co-operative and basic values", o.c., ps. 96-97.

califica de básicos, precisamente porque en su ausencia no se pueden comprender los principios ni la identidad de las cooperativas. Así, para Marcus[25], los valores cooperativos serán: la participación, la democracia, la honradez y la preocupación por los demás.

El mencionado Congreso de Estocolmo aprobó que se profundizara en el análisis de los valores para, a partir de ello, dirigirse a los principios cooperativos. El documento final se presentó en el Congreso *de Tokio de 1992 bajo el título de Valores* cooperativos para un mundo en cambio. El sueco Sven Ake Böök, fue quien se encargó de realizar la investigación ayudado por un equipo de expertos. Planteó los motivos que justificaban la misma, preguntándose por qué las cooperativas debían "bucear en su propia alma", y encontró cuatro motivos importantes:

> *"El primero, se refiere al cambio de perfil del movimiento cooperativo que crece fuera de Europa Occidental y con nuevas experiencias cooperativas más allá de las de consumo y crédito; el segundo, relativo a los problemas de identidad, tanto dentro del movimiento como en relación al medio exterior; el tercero y práctico, en la medida que las organizaciones cooperativas en su adaptación al entorno cambiante han tenido dificultades para mantener valores y principios; y el cuarto y último, una necesidad de clarificar para que se pueda comunicar un mensaje al mundo, especialmente al mundo de los jóvenes, que sea una contribución de las cooperativas al futuro"* (Böök, 1989, p. 61; citado por Martínez, 1995, p. 39).

El Informe de referencia, diferencia tres categorías de valores cooperativos básicos que se identifican como ideas básicas, normas morales básicas y principios y características básicas de la organización cooperativa. Así, las ideas básicas adoptadas por el Congreso de 1992 como valores esenciales,

[25] Lars Marcus. "Co-operative and basic values", o.c., ps. 99.

son tres, y son: 1) Igualdad y equidad; 2) Autoayuda voluntaria y mutua; y 3) Progreso económico y Social. Estas ideas básicas, a su vez, recogen valores esenciales de la cooperación, compartidos y eternos en su consideración conceptual. *"Las normas morales básicas que están cerca de los valores anteriores y parcialmente incluidas en ellos, forman parte de la cultura cooperativa y del espíritu cooperativo"*. Estas son: la honradez, la preocupación por los demás, el pluralismo (enfoque democrático) y la capacidad de construir (la fe en la vía cooperativa) (Martínez, 1995, p. 41).

Finalmente, y siguiendo el Informe presentado en el Congreso de 1992, los principios y características básicas de la organización cooperativa como "valores instrumentales", serían: la asociación de personas; la promoción eficiente de los socios; la democracia en la administración y en la participación de los socios; la justa distribución de las ganancias y la cooperación nacional e internacional (IDELCOOP, 1993).

El Informe recomienda y acepta que las cooperativas deben reflejar sus valores básicos a través de las siguientes actividades (IDELCOOP, 1993):

- Actividades económicas para satisfacer las necesidades de sus socios.
- Democracia participativa en sus actividades diarias.
- Desarrollo de los recursos humanos.
- Responsabilidad social y ambiental.
- Cooperación económica e internacional.

Volviendo ahora al Congreso de Manchester de 1995 en el que se adoptó un Documento final denominado *Declaración sobre la identidad cooperativa* y un Informe, ambos elaborados por el canadiense Mac Pherson con la ayuda de un equipo y la participación, a través de un proceso de consulta a miles de cooperativas y expertos de todo el mundo, se observa que el mismo consta de

dos partes. La primera, lleva por título *Declaración de la Alianza Cooperativa Internacional sobre la Identidad Cooperativa*, a la que ya hemos mencionado, siendo el documento principal y que recoge la definición de cooperativa, como así también, el listado de valores y la definición y enunciado de los principios cooperativos; y la segunda, que se titula *Informe sobre la Declaración de la ACI sobre la identidad cooperativa*, se extiende sobre los diferentes aspectos de la Declaración a fin de explicar, profundizar, interpretar y aclarar la misma. Por lo tanto, completa la anterior.

Centrándonos en los valores, que es también el tema que nos ocupa en esta parte de la investigación, la Declaración los integra en dos grupos. El primero, incluye a la autoayuda, la autorresponsabilidad, la democracia, la igualdad, la equidad y la solidaridad; manifestando dicha Declaración, que las cooperativas se basan en estos valores.

El segundo grupo de valores recurre a la honradez, la transparencia, la responsabilidad social y la vocación social como preocupación por los demás. Estos valores los hacen suyos los socios de las cooperativas siguiendo la tradición de los fundadores. Este segundo grupo, como bien explica Martínez (1995, p. 43), *"recoge valores éticos, mientras que el Informe se encarga de aclarar que esos valores pueden estar presentes también en las actividades de organizaciones no cooperativas, capitalistas y públicas"*. En sentido contrario, tal y como sostiene el autor, cabría pensar que el primer grupo de valores, es un conjunto de *valores operativos*, pero no que unos valores sean más cooperativos que otros.

Enumerados y agrupados los valores por la Declaración de Manchester, será el Informe el que profundizará en su significado. Éste, aborda en primer lugar el estudio de los que se pueden denominar valores operativos y en un epígrafe

distinto, el de los *valores éticos* (IDELCOOP, 1996). A continuación pasamos a describir brevemente cada uno de ellos:

- La autoayuda: según explica el Informe, este valor parte de la consideración del esfuerzo propio como medio que tiene el hombre para alcanzar su propio destino. Se manifiesta en las cooperativas a través de la acción conjunta y la responsabilidad mutua en la creencia de que la plenitud del individuo se produce en unión con los demás; unión que permite superar las limitaciones individuales. A partir de este valor, las cooperativas fomentan la educación y el desarrollo continuo de los socios y demás personas implicadas en ella.

- La autorresponsabilidad: significa que los socios se responsabilizan por su cooperativa, de su funcionamiento, de su promoción en el entorno de cada uno y de su independencia frente a otras organizaciones.

- El valor de la democracia queda reflejado en el "principio de gestión democrática" por parte de los socios, y es en el comentario a dicho principio donde se realzan las consideraciones de derechos y responsabilidades que implica la democracia en las cooperativas.

- La igualdad: constituye una de las bases de las cooperativas y su práctica un reto continuo para la misma. La unidad básica de la cooperación es el ser humano, como para la empresa cooperativa lo es el socio. Éstos tienen derecho a participar, derecho a ser informados, a ser oídos y a intervenir en la toma de decisiones. En este sentido, los socios deben ser considerados de la manera más igualitaria posible, lo cual es un difícil desafío en grandes cooperativas o en federaciones de cooperativas.

- La equidad: hace referencia al modo y tratamiento que se les hacen a los socios en la cooperativa, en lo que se refiere a la recompensa que reciben por su participación en la misma, normalmente mediante dividendos de patrocinio o retornos, afectaciones de capital a reservas en su nombre o reducciones en los gastos.

- La solidaridad: en las cooperativas, este valor asegura que la acción común no es meramente una forma encubierta de interés limitado por uno mismo. Una

cooperativa es más que una agrupación de socios, es también una colectividad. Los socios tienen la responsabilidad de asegurar que todos ellos reciben el trato más justo posible, que no se pierde nunca de vista el interés general, que existe un esfuerzo permanente para dar un trato justo a los empleados (sean o no socios), así como a los no socios vinculados a la cooperativa. Solidaridad también significa, siguiendo el Informe de 1995, que la cooperativa es responsable por el interés colectivo de los socios. En particular, indica que hasta cierto punto, los activos financieros y sociales de la cooperativa pertenecen al grupo, son el resultado de las energías y participación conjunta. Así, el valor de la solidaridad llama la atención sobre el hecho de que las cooperativas son algo más que una simple asociación de individuos; constituyen afirmaciones de fuerza colectiva y responsabilidad mutua.

Entrando ya en los "valores éticos", el Informe del Congreso ACI de 1995 destaca el "compromiso con la honradez" presente en las primeras cooperativas del siglo XIX, que perseguían valor y medidas correctos, altas calidades y precios justos. Compromiso que no solo tiene tradición en las cooperativas de consumo, sino también en las de trabajo, agrícolas y financieras.

También tenemos que destacar la transparencia, la oferta de información amplia sobre actividades, sobre cuentas, parte de la honestidad en el trato con los socios, que conduce también, al trato honesto con los no socios.

La responsabilidad social, por su parte, es consecuencia del compromiso que tradicionalmente adquieren las cooperativas con sus comunidades, con las personas que viven en el medio y con el entorno en que están arraigadas e inmersas. La vocación social, la preocupación por los demás, vinculadas a la responsabilidad social, invita a las cooperativas a realizar aportaciones

personales, formativas y financieras a sus comunidades, entre otras. En definitiva, la incorporación explícita de los valores al Informe y al Documento aprobado en Manchester, revalorizó los principios cooperativos y los llenó de pragmatismo.

Por último, cabe aclarar en relación a los principios y valores cooperativos formulados por la ACI, y para concluir el tema analizado, que pese a que los mismos carezcan de valor como normas jurídicas directamente aplicables en los Estados de la Comunidad Internacional, y pese a que no encierran tampoco un mandato expreso al órgano legislador para que regule la sociedad cooperativa conforme a ellos, condicionan el régimen jurídico de estas entidades constituyéndose en fuente material de la legislación cooperativa, influenciando de manera directa o indirecta su contenido. *"Cualquier regulación ajena a los mismos impediría calificar a las sociedades como cooperativas"*, como bien señala Alfonso (2015, p. 11).

En el caso de la Experiencia Mondragón (MCC), las fuentes que preceden a la creación de los valores cooperativos son entre otros:

- Concepción del hombre y la sociedad; entendida como la libertad del hombre, la imperfección del hombre y este como un ser espiritual. El cooperativismo se presenta desde su nacimiento como un espiritualismo, como un ideal de deseo de justicia y emancipación humana. Se trata de una economía de servicio y desinterés (Rezsohazy, 1988).

- Moral Social; si en un inicio esta moral tenía un arraigo religioso, hoy día se ha laicizado. Se ha concretizado en las costumbres, en las instituciones y en los regímenes jurídicos, y no en la reacción moral como en su creación (Lasserre, 2008).

4. Las cooperativas y su relación con el capital.

El término *cooperativa* se reserva exclusivamente para el tipo de asociaciones, sociedades o empresas, según se las quiera considerar, que ha originado el movimiento cooperativo y la teoría de la cooperación. Ladilaw (citado por Blanco, 1985, p. 40), ofrece una definición genérica de las mismas, considerándolas como un *"grupo de personas, pequeño o grande, con el compromiso de asociar su acción sobre las bases de democracia y autoayuda, en orden a asegurar un servicio o un acuerdo económico que es, a la vez, socialmente deseable y beneficioso para todos los que participan"*. Por su parte Giarracca (1994, p. 13), sostiene que *"las cooperativas aluden a las iniciativas y construcciones de la gente para encontrar soluciones a sus problemas y al papel de las instituciones externas frente a esta iniciativas, es decir, son la respuesta a una problemática común"*; mientras que el autor Jakobsen (1994, p. 46), las define según sus principios organizativos y por la particularidad de su propiedad como *"una organización económica -empresa- propiedad de una asociación de miembros y dirigida por ellos de acuerdo con los principios cooperativos y con el propósito de satisfacer una necesidad económico-social compartida"*. El autor Valentinov (2004, p. 7), las considera directamente como *"organizaciones basadas en el capital social"*.

La ACI, presentó su concepto formal de cooperativa en el año 1995, en el Congreso celebrado en Manchester y con motivo del centenario de la entidad; y conceptuando a estas organizaciones como: *"una asociación autónoma de personas que se han unido de forma voluntaria para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales en común, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática"* (Lejarriaga et al., 2013, p 241).

De la definición brindada por la ACI, se pueden extraer los siguientes elementos característicos de las cooperativas:

- Autonomía, dado que la gestión de la cooperativa es independiente de agentes externos, ya sean públicos o privados.

- Carácter asociativo, dado que están conformadas a través de un grupo de personas que se integran bajo la figura de asociados, y pueden presentar diversas formas jurídicas, siempre que se encuentren reglamentadas estatutariamente o conforme a la normativa vigente del país y/o región donde se constituyan.

- Carácter voluntario, ya que sus integrantes se unen en un acto puramente voluntario a las entidades. Asimismo, son libres de ingresar en ellas según lo que prevea su estatuto o bien abandonar las mismas conforme al mismo.

- Carácter solidario y pluralista, cumpliendo fines de diversos tipos, ya sean económicos, sociales o culturales.

- Carácter colectivo, dado que la empresa es propiedad de todas las personas asociadas, a diferencia de otro tipo de organizaciones. Como empresa se desempeña en el mercado, sin embargo, y conforme a los principios y valores que la fundamental, prevalece el bien común de sus integrantes y de la comunidad donde se forma parte, y entiende sus fines como servicios y no como lucro.

- Carácter democrático, en el gobierno y la gestión de la cooperativa, la representatividad viene dada por las personas que la integran a través de su voto.

Si nos remitimos a la legislación española, nuestra Ley de Sociedades Cooperativas de 1999[26] en su artículo 1º, hace una definición de estas organizaciones en base a los principios y valores definitorios de la ACI en su contenido:

[26] Ley Nº 27/1999, de 16 de julio de Cooperativas, BOE-A-1999-15681, recuperado de https://www.boe.es/eli/es/l/1999/07/16/27/con

“1. Las cooperativas son sociedades que, con capital variable y estructura y gestión democráticas, asocian, en régimen de libre adhesión y baja voluntaria, a personas que tienen intereses o necesidades socioeconómicas comunes, para cuya satisfacción y al servicio de la comunidad desarrollan actividades empresariales, imputándose los resultados económicos a los socios, una vez atendidos los fondos comunitarios, en función de la actividad cooperativizada que realizan.

2. Cualquier actividad económica podrá ser organizada y desarrollada mediante una sociedad constituida al amparo de la presente Ley.

3. Las cooperativas se ajustarán en su estructura y funcionamiento a los principios formulados por la ACI en los términos establecidos en la presente Ley.”

Las cooperativas son las organizaciones empresariales que más capacidad tienen para promover la creación de capital social, en virtud de los principios y valores que motivan a sus miembros cooperativos, y que ya fueron ampliamente desarrollados en la actualidad, como pueden ser la autoayuda, la autorresponsabilidad, la democracia, la igualdad, la equidad y la solidaridad; y valores éticos como la honestidad, la transparencia, la responsabilidad y la vocación social. Y por la presencia de elementos claves, como la participación, la ayuda, la acción común, el compromiso, la responsabilidad social y los valores compartidos. Por ello, en el apartado siguiente, haremos hincapié en la estrecha relación que existe entre la cooperativa y el capital social.

4.1. Las cooperativas y el capital social.

Conforme a lo desarrollado hasta el momento, conocemos la manera primordial que tienen las organizaciones empresariales para crear capital social y es, a través de las relaciones entre sus miembros, convirtiéndose en un foco clave para la generación de capital social ya que, por un lado, sus integrantes subordinan los objetivos individuales a la consecución de objetivos y acciones colectivas y, por otro, la generación de confianza mutua es esencial para alcanzar la finalidad colectivas.

Son muchos los autores que relacionan las diversas tipologías organizacionales con el capital social, como son por ejemplo organizaciones sin fines de lucro, empresas capitalistas, empresas sociales, y sociedades cooperativas, siendo estas últimas el objeto del presente estudio, y una de las representaciones organizativas donde más interviene el capital social. También se citan a otros autores para hacer referencia a las cooperativas y el capital social, entre ellos a Hogeland (2006, citado en Bretos et al., 2018, p. 80), el que indica que:

> *"las cooperativas pueden considerarse como organizaciones basadas en el capital social. En otras palabras, el capital social es entendido como una de las principales características de estas organizaciones en comparación con las empresas capitalistas, ya que las redes sociales sostenidas en normas de reciprocidad y la confianza se erigen como las bases fundamentales de las cooperativas".*

Un gran número de estudios, a su vez, considera que las organizaciones no lucrativas, como sucede con las cooperativas, son vehículos fundamentales para la generación y extensión del capital social en las comunidades a través del fortalecimiento de los valores cooperativos, la solidaridad, las normas sociales, la confianza y las actitudes cívicas destacando entre ellas las de

Putnam (1993) y, posteriormente, los de Wollebaeck y Selle (2003). Repasando las ideas de Putnam, este autor ha señalado que las asociaciones son las principales fuentes de creación de confianza, redes sociales horizontales y participación ciudadana, ya que son capaces de inculcar en sus miembros hábitos como la cooperación, la solidaridad y el civismo.

Stolle (2003), por su parte, sostiene que las asociaciones son *núcleos creadores* de capital social en razón de sus efectos socializadores de las normas democráticas y los valores cooperativos. Fundamenta sus expresiones basándose en que, en áreas con redes más sólidas, densas y horizontales, la pertenencia de los individuos a organizaciones se traduce en la construcción de valores y normas que desarrollan la ciudadanía.

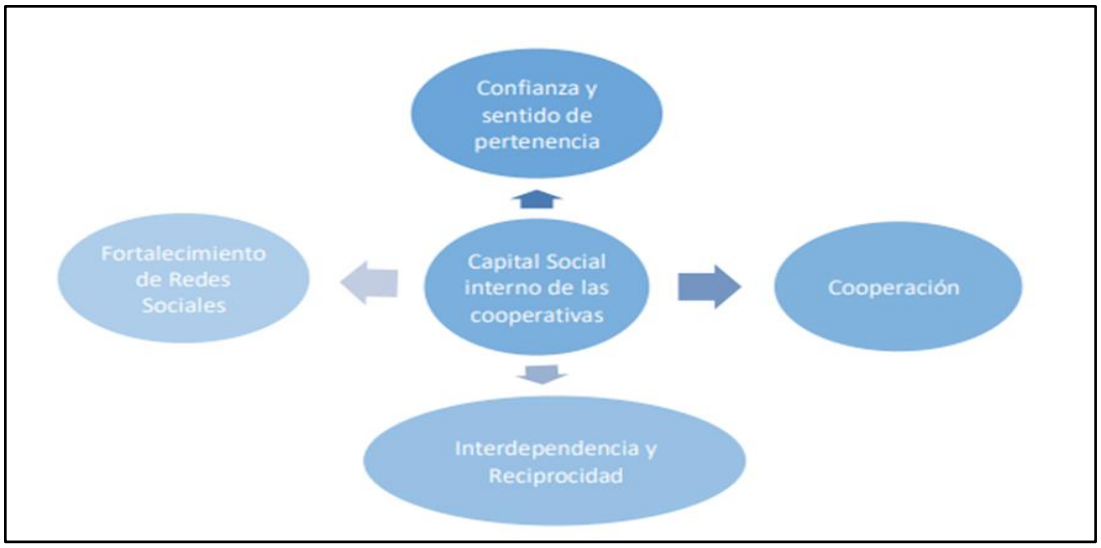
En otras palabras, el capital social es entendido como una de las principales características de estas organizaciones en comparación con las empresas capitalistas, ya que las redes sociales sostenidas en normas de reciprocidad y la confianza se erigen como las bases fundamentales de las cooperativas. A su vez, en los principios y valores que inspiran a las personas cooperativistas, se encuentran claras referencias a elementos del capital social, como pueden ser: las actitudes y valores compartidos, la participación y la solidaridad tanto al interior como al exterior del grupo, la cooperación y ayuda mutua, la acción en común, el compromiso con la comunidad y la responsabilidad social. Principios y valores que se desprenden de una determinada concepción de la persona y de la sociedad, y que, tal y como hemos analizado en sus inicios, son consecuencia de la reacción contra la explotación laboral y la miseria.

Ahora bien, cuando se habla de las *dimensiones internas* de capital social dentro de las cooperativas, se destacan las relaciones horizontales que se forman internamente y la gestión de democracia que se crea para tomar decisiones, ya sean estratégicas u operativas. Se habla también de justicia

organizacional y equidad en los procesos que se utilizan dentro de las cooperativas, se busca la coordinación y la igualdad. Lo que se intenta en todo momento, es que haya una participación equitativa de todos los miembros de la organización.

En el gráfico 2 se pueden observar de modo resumido, las dimensiones internas de la cooperativa y, con respecto a las dimensiones externas de las cooperativas con el capital social, se hace referencia a la interacción que tienen estas entidades con otras similares, así como también con diversos actores locales que pueden influir positivamente en el crecimiento de las cooperativas.

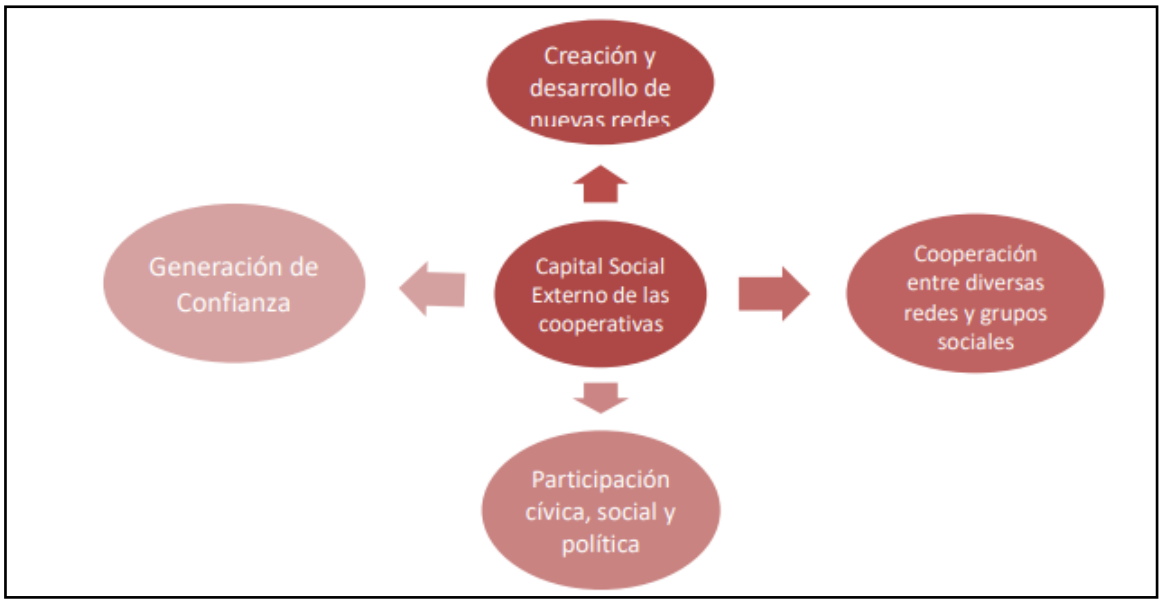
Gráfico 2: El capital social Interno en las Cooperativas.



Fuente: Elaboración Propia

Los cooperativistas son una fuente de expansión de sus valores y habilidades que pueden ser transmitidas a la sociedad. En el gráfico 3, se representan las principales características del capital social comunitario.

Gráfico 3: El capital social Externo en las Cooperativas.



Fuente: Elaboración Propia

Continuando con el análisis de esta relación entre las cooperativas y el capital social, se ha puesto de manifiesto la superioridad de la empresa participada, como sería el caso de las cooperativas, en los resultados de la organización. Autores como Arando et al. (2012), basándose en los estudios de, por ejemplo, Conyon y Freeman (2001), Rosen et al. (2005) o Mc Carthy (2011), sostienen que ésta se debe principalmente a la participación de los trabajadores en el capital pero junto con otras políticas de gestión avanzada, como pueden ser la transferencia, la formación, la participación en las decisiones, entre otras. Así, la participación financiera sola, sin la implantación de otras políticas de gestión avanzada, no produce ninguna diferencia sustancial en el rendimiento de la empresa, porque son justamente las políticas de comunicación y participación y similares, las que facilitan la mejora. Son justamente estas políticas y prácticas, como elementos del capital social, las que permiten que los trabajadores y las trabajadoras actúen de forma diferente en su trabajo y que se relacionen de forma diferente entre ellos y con el personal directivo de la

empresa, haciendo sugerencias, colaborando en equipos, reduciendo gastos, mejorando la calidad, innovando, etc.

Los citados autores aluden, de este modo, a un *capital social organizacional*, como característica de empresas participadas, entre ellas, las cooperativas como factor que las llevará a mejores resultados económicos, ya que la participación en el capital genera satisfacción laboral, identificación con la empresa, confianza, interés en informarse, percepción de colaboración y ayuda mutua, todas ellas afines al capital social y consideradas como efectos psicosociales.

Las políticas de gestión participativa, la comunicación, la formación, la transparencia, la involucración diaria de sus miembros para la toma de decisiones, hacen que estas sean de las organizaciones más generadoras de capital social. La participación de sus miembros genera una relación positiva de compromiso con la organización, motivación, cooperación en el entorno laboral, confianza y ayuda mutua. También se destaca que internamente, las cooperativas proporcionan a sus miembros formación en principios y valores éticos y morales, relativos a la solidaridad, responsabilidad, democracia, que es básicamente lo que los rige, todos estos conceptos son generadores de confianza e interdependencia entre sus miembros y la sociedad en general.

Hacia su interior, las cooperativas tienen por objetivo principal, satisfacer las necesidades de sus miembros e incluso de sus grupos de interés internos y hacia el exterior, buscan cumplir con los intereses de la sociedad suministrando bienes y servicios y en caso de ser posible, resolver los problemas sociales de sus comunidades locales (Bauer et al., 2012).

De esa manera se fomenta a que los miembros construyan vínculos dentro de la propia cooperativa, hacia el interior de la comunidad y fuera de ella.

Siempre, basados en la solidaridad y compromiso con el entorno y las necesidades de la sociedad; es decir, que los efectos positivos del capital social organizacional, tal como lo han denominado Arando et al. (2012), haciendo clara alusión a la organización interna de la cooperativa o empresa participada, no se limitan a la organización en sí misma, sino que se extienden a la sociedad, fomentando el *capital social comunitario* producto de relaciones sociales distintas, tanto en cantidad, como en calidad de las personas que trabajan en organizaciones de este tipo con un alto grado de capital social organizacional. Esto significaría que los socios cooperativistas, a través de sus mecanismos de participación en el capital, en los resultados y en la gestión, crean relaciones organizacionales basadas en la confianza, la transparencia y la responsabilidad individual y social, generando un capital social interno que posteriormente tendrá efectos positivos en los resultados económicos y psicosociales de la organización.

En relación a la confianza, Bialoskorski Neto (2003) sostiene que la capacidad de sobrevivencia de una cooperativa, a largo plazo, solo será posible gracias a la existencia de relaciones de ese tipo. Así, en aquellas zonas donde operan las cooperativas, se observa una marcada relación positiva entre el valor de lo que se produce, los niveles de educación y menor desigualdad. De ahí que este autor, asocie a las cooperativas como entidades importantes para promover la adecuada distribución de la renta y como base del capital social, fundamentalmente, en agricultura. Las cooperativas colaboran así, al desarrollo de la región y al aumento del capital social de la sociedad en la que se encuentran. Cuando una persona forma parte de un sistema cooperativo, se convierte en un agente participante del desarrollo local. Comienza a formar parte de objetivos comunes y de la estructura de la red social (Bialoskorski, 2003).

En el mismo sentido, sostiene Wu (2008) que la existencia de capital social permite la creación de ventajas competitivas, mejora el funcionamiento y los

resultados de las empresas, promoviendo en última instancia el bienestar económico con motivo del efecto positivo que pueden llegar a tener sobre la comunidad en su conjunto. De este modo, el capital social permite mejorar los resultados de los procesos de desarrollo económico, favoreciendo la eficacia del capital humano y financiero y, en consecuencia, tal como esgrime a su vez Devesa (2011), el desarrollo económico. Para este último, entre el capital social y el desarrollo económico se establece una relación causal directa.

A su vez, las cooperativas en su lugar de pertenencia, como así también los cooperativistas donde viven, crearán relaciones sociales diferentes a consecuencia de este comportamiento distinto experimentado en sus empresas. Por ejemplo, la posibilidad de participar en la gestión, en los beneficios y en el capital de la cooperativa, hace que las personas trabajadoras desarrollen una actitud favorable hacia la participación, la que también se aplica en la sociedad. El hecho de trabajar en una organización equitativa, como lo es la cooperativa, fomenta la sensibilidad hacia la cooperación en la sociedad.

Analizando con más profundidad este aspecto externo de los efectos del capital social, Bretos et al. (2018) citan trabajos como los de Light y Dana (2013) y De Caloris et al. (2009), en los cuales se consideró que la presencia de capital social en una región, promueve el emprendimiento. En relación a esta manifestación, se ha puesto el foco en la integración de las personas emprendedoras en redes de relaciones con otros individuos, demostrándose que el capital social individual fortalece la capacidad del emprendimiento en aspectos claves del proceso emprendedor, como la intensificación y explotación de las oportunidades del emprendimiento. Por su parte, Know y Arenius (2010) y Nieto y González (2016), citados por Bretos et al. (2018, p. 80), sostienen empíricamente que *“entornos caracterizados por la presencia de capital social favorecen la creación de empresas, dado que existiría una mayor*

fluidez de conocimientos, recursos e información, así como una mayor cooperación entre redes sociales o grupos diversos".

A esto se suma que un amplio número de estudios (como los de Hoogue y Stolle (2003) y Wollebaeck y Selle (2003)), consideraron a las organizaciones no lucrativas como medios de transmisión para la generación y la extensión del capital social en las comunidades, a través del fortalecimiento de los valores cooperativos y solidarios, las normas sociales, la confianza y las actitudes cívicas[27].

Las cooperativas, como empresas orientadas al mercado pero que guardan cierta relación con la naturaleza de las organizaciones no lucrativas por sus principios y valores ya señalados en el presente trabajo, son fundamentalmente empresas de carácter social donde la confianza y la cooperación son sus columnas vertebrales. Se basan, a su vez, en el capital social, ya que las redes sociales sostenidas en normas de reciprocidad y la confianza, son las bases fundamentales de las mismas en comparación con las empresas de corte capitalista. Tal como sostienen Buer et al. (2012, p. 447), externamente, *"buscan satisfacer los intereses de la sociedad dotándola de los bienes y servicios que producen y resolviendo, en muchos casos, los problemas sociales que afectan a sus comunidades de pertenencia"*.

Carchano et al. (2021, p. 12), nos dan un ejemplo concreto de esto último, *"a través del papel jugado por las cooperativas de crédito españolas en la lucha contra la exclusión financiera, sobre todo en aquellas provincias de menor densidad de población, cuyo retroceso demográfico ha significado la exclusión*

[27] Recordemos en este sentido, que Putnam (1993, p. 90) señalaba a las "asociaciones" -entidades no lucrativas- como las principales fuentes de creación de confianza, redes sociales horizontales y participación ciudadana, ya que "inculcan en sus miembros hábitos de cooperación, solidaridad y civismo", a la vez que la participación en organizaciones cívicas crea un "sentido de responsabilidad compartida para los esfuerzos colectivos". Así, las asociaciones pueden situarse como organizaciones creadoras de capital social, con motivo de sus efectos socializadores de las normas democráticas y los valores cooperativos.

financiera de sus habitantes". En este contexto, las cooperativas de crédito a costa de su menor rentabilidad económica, se pusieron al servicio de las necesidades de su entorno, vinculándose con el mismo e integrándose en su entramado asociativo.

Sostienen los citados autores, también, que frecuentemente la cooperativa agraria es la empresa más relevante e influyente en muchos de los pequeños y medianos municipios rurales españoles. Muchas de ellas crearon en su seno secciones de crédito para las necesidades financieras de sus socios. Más asiduamente, impulsaron la creación de cajas de crédito conjuntamente a nivel local, comarcal, provincial o superior, reforzando los vínculos que las aglutinan y generando confianza social. Así, el cuestionario del Banco Mundial para la evolución del capital social ha incluido tanto a las cooperativas agrarias como a las de ahorro y crédito.

Ante la desaparición de la gran mayoría de las cajas de ahorro de España, las cooperativas de crédito reforzaron su papel como instituciones arraigadas en el entramado asociativo regional, fortaleciendo las relaciones de confianza dentro del territorio como banca de proximidad comprometida con su entorno y sus clientes. Estos vínculos facilitaron la financiación del desarrollo económico de la zona de actuación, como así también, *"constituyeron una de las ventajas competitivas de este tipo de entidades de crédito, para las que el capital social supone un elemento fundamental en la generación de beneficios futuros"* (Seguí-Mar y Server, 2010; citados por Carchano et al., 2021, p. 4).

De este modo, el capital social pasa a ser uno de los pilares fundamentales dentro de las cooperativas de crédito, ya que éstas cuentan con la virtud de generar capacidad social de unión, de aproximación y de vinculación, fruto de sus valores basados en la reciprocidad, la confianza y la elevada interdependencia de los miembros ante la propiedad conjunta de la empresa,

tal como analizan Carchano et al. (2021). En este sentido, las cooperativas de crédito deberán centrarse en fortalecer las ventajas competitivas relacionadas con su capital social para su supervivencia, dada la hipercompetitividad existente en el sector bancario. Es por eso que su actuación, *"no se limitará a la consecución de resultados económicos, sino que darán valor también a la satisfacción de las necesidades financieras de sus socios"* (Sanchís y Melián, 2009; citados por Carchano et al., 2021, p. 4).

Conforme a lo anteriormente expuesto, los autores del estudio sobre las *Cooperativas de crédito en la España vaciada*[28], a los que hemos hecho alusión, ponen de manifiesto la interdependencia existente entre el capital social y las cooperativas, sobre todo en el ámbito local, lo que los lleva a afirmar como probabilidad que en las provincias de la *España vaciada*, la existencia de entidades crediticias del tercer sector, con clara vocación territorial, han contribuido a generar capital social y a mitigar el retroceso del crédito que se había puesto de manifiesto con la *Gran Recesión*; aclarando que en España, las cooperativas de crédito han permanecido relativamente al margen de las mayores turbulencias de la crisis, debido en parte a sus propias características. Así, de este modo, las cooperativas de crédito, se instalan en los nichos de mercado que deja el resto del sistema bancario, prestando servicios financieros en aquellos espacios donde el riesgo de exclusión financiera es elevado.

El crédito cooperativo ha contribuido, de este modo, a frenar el deterioro de las regiones más desfavorecidas, a consolidar su estructura productiva y a

[28] A los efectos de realizar su estudio, Carchano et al. (2021), consideraron incluidas en la "España vaciada" (a través de un indicador que conjuga en cierta medida la densidad de población y la estructura demográfica-laboral, como es la ratio de empleos por km^2) las siguientes provincias: Albacete, Ávila, Badajoz, Burgos, Cáceres, Ciudad Real, Cuenca, Guadalajara, Jaén, Huesca, León, Lleida, Lugo, Ourense, Palencia, Salamanca, Segovia, Soria, Teruel, Toledo y Zamora, lo que englobaría a 21 de las 50 provincias españolas. En todas ellas, los autores destacan como rasgo común, la "baja densidad de población (22,5 hab/km^2)", junto con el resto de problemas socio demográficos que padecen, como el envejecimiento de la población, aislamiento geográfico, ausencia de infraestructuras (servicios sociales, transporte e Internet), entre otros, lo que causa una progresiva disminución del peso de estas provincias sobre la población total, situación que se hace extensiva al ámbito económico.

vertebrar un tejido empresarial; lo que, a su vez, permitió afianzar vínculos propios del capital social. En este sentido, concluyen Carchano et al. (2021), estos hechos aportan el fortalecimiento de las relaciones de confianza dentro del territorio, dado los valores de proximidad y compromiso con el entorno y sus clientes que caracterizan a estas instituciones de la economía social, actuando como:

> *"agentes dinamizadores de recursos y activos locales al facilitar la financiación del desarrollo económico, contribuyendo a la generación de nuevos flujos de la actividad económica, a la dinamización económica de las regiones, a la generación de vínculos empresariales que producen cohesión interna territorial, y a un mayor bienestar social, favoreciendo en última instancia la convergencia regional"* Carchano et al. (2021, pp. 10 y 11).

Para sintetizar este apartado de la investigación, tenemos que hacer alusión a ciertos autores, tales como Valentinov (2004) y Bauer et al. (2012), que afirman sobre las cooperativas en general, que constituyen un tipo de instituciones que responden a la noción de capital social por distintas razones, pero fundamentalmente porque:

- En su origen, fueron creadas como respuesta a la necesidad común de un colectivo que recurrió a la autoayuda como mecanismo de satisfacción mutua de dicha necesidad o problema.

- Responden a valores y hábitos compartidos, como puede ser la participación y la toma de decisiones de manera democrática.

- Tienen preponderancia las personas frente al capital, de forma que en caso de existir distribución de excedentes, éste se efectúa en función de la actividad realizada.

- Reservan una parte de sus excedentes para la educación y la promoción cooperativa, difundiendo sus valores como empresa y la cultura de su territorio, asumiendo un compromiso con su sociedad.

- Tienden a consolidar redes perdurables que incluyen distintos ámbitos que engloban el mercado social, principalmente, cooperativas de producción, de comercialización, de consumo, de servicios y de crédito.

Dado que el capital social se genera en contextos en los que la interdependencia mutua es alta y donde la propiedad conjunta de la empresa conlleva a una elevada interdependencia entre los miembros, como sería el caso de las empresas cooperativas, analizamos en el apartado siguiente la organización interna de estas organizaciones como fuente de la creación de capital social.

4.2. La creación del capital social en las cooperativas: organización interna.

Existe una dinámica propia de creación interna del capital social en las cooperativas, así como sobre las facultades de las mismas, para extender, ampliar y atesorar capital social a nivel regional. Las cooperativas, además, cuentan con una manera de generan capital social de vinculación. Es decir, dado que son organizaciones democráticas y participativas, incitan en sus participantes las habilidades cívicas y de óptimas relaciones, los valores democráticos y solidarios y, generar acciones de ayuda, cooperación y correspondencia (Sabatini et al., 2014).

Se espera, que el capital social generado e impulsado por parte de la cooperativa, basado en la confianza y en acciones de reciprocidad, influya en las actitudes, acciones y conductas de sus integrantes, cuando estos interactúen fuera de la cooperativa, y así se genere capital social en toda la comunidad (Arando et al., 2012). A mayor presencia de cooperativas en una comunidad, más serán las posibilidades que los miembros de la misma, aprehendan valores y normas específicas y se pueda lograr el fortalecimiento de las redes locales y, a su vez, crear redes con otros actores importantes.

El interés por parte de los socios para formar parte de su gobierno está basado, principalmente, en el principio de identidad. Las propias características de ser una empresa democrática, necesita del socio, para cumplir esta necesidad. El doble papel del socio (capitalista y usuario) lo estimula más aún a conformar el Consejo Rector y Asamblea General de socios y socias (gobierno) de la empresa cooperativa para asegurarse, que realmente se satisfagan las necesidades para la cual fue creada.

La mayoría de los estudios (García, 2000; García et al., 2004, Rodríguez 2009), concuerdan en que existen más problemas en las empresas participativas en relación a las de capital: en las primeras coinciden más actores, muchos de los cuales, ocupan más de una función: propietarios, profesionales, socios directivos. Los diferentes agentes y los roles que pueden desarrollar en el gobierno de las cooperativas, en principio, pueden ser:

- El conjunto de socios, que forman parte operativamente.

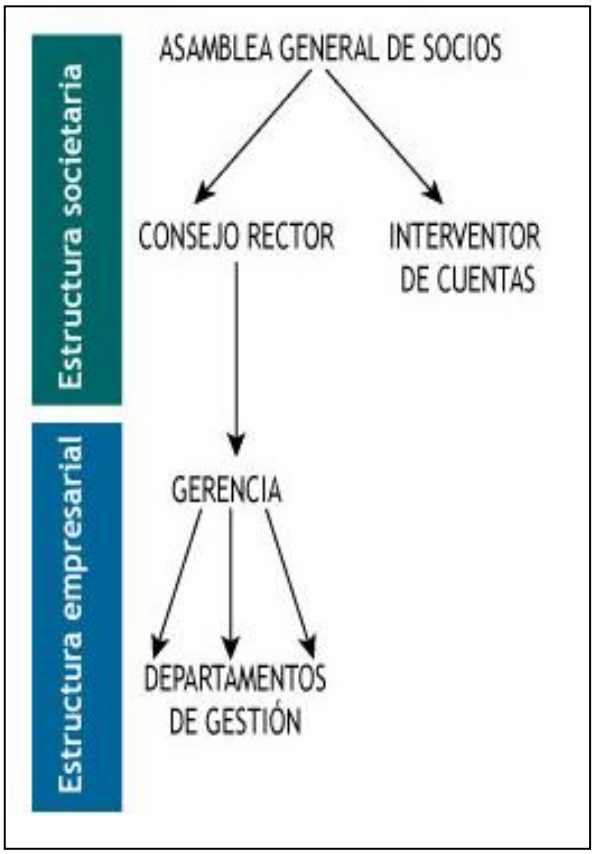
- Los socios que además, son quienes dirigen la misma.

- Los gerentes profesionales.

- El conjunto de trabajadores y/o empleados.

- El conjunto de individuos ajenos a la cooperativa, que pueden pertenecer, o no, a la localidad.

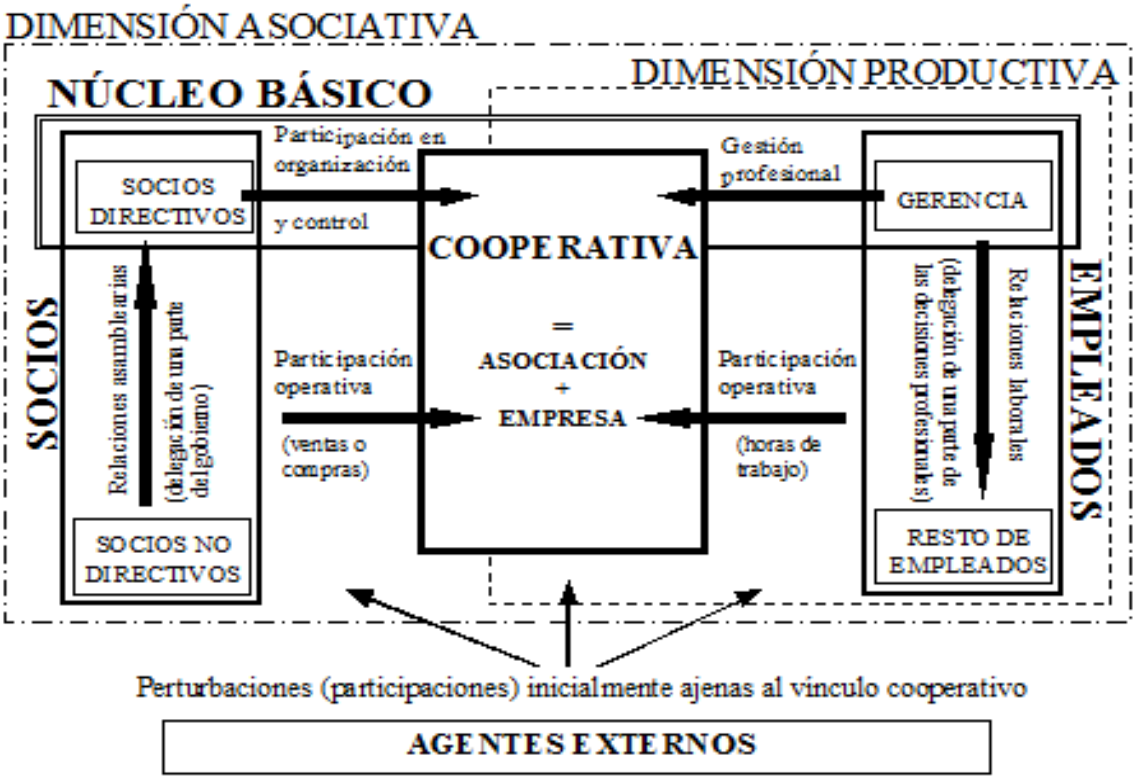
Gráfico 4: Organigrama de una Cooperativa.



Fuente: Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios (2009).

El gráfico 5 reúne la doble naturaleza asociación-empresa de las cooperativas y las relaciones sociales y empresariales internas, que son, en definitiva, las formas de participación o de gobierno de las cooperativas.

Gráfico 5: El "Núcleo Básico" como base del gobierno cooperativo.



Fuente: Coque Martínez (s/f)

Los estudios mencionados, reafirman los conceptos en el sentido de que, las cooperativas que llevan adelante sus sistemas de gobierno de acuerdo con las necesidades de sus integrantes y en conexión con sus entornos sociales, tienen menos posibilidades de sufrir problemas internos y de gestión.

La cultura participativa puesta en práctica a partir de sus principios es determinante. Thomson y Strickland (2001), entienden que la cultura organizativa es lo que permite solucionar los problemas más frecuentes que tienen las otras instituciones, especialmente las comerciales y, principalmente, destaca la asimetría de la información. Lo mismo aporta Salas (2000), al afirmar que la retribución por resultados colectivos es la base de la cultura competitiva.

Las Buenas prácticas de gestión cooperativa han sido reunidas y detalladas por la Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios, y se basan en:

- **Asegurar el correcto funcionamiento de los órganos sociales:** Para ello, se deben definir las distintas funciones de la estructura social. El Consejo Rector representa los intereses del colectivo asociado, tanto interna como externamente, en relación con el entorno económico-social. De la adecuada gestión de estos miembros, depende la continuidad del proyecto.
- **Definir los mecanismos de participación social:** Es la manera en que se van a implicar activamente los socios y las socias en el proyecto. Cómo se mantienen informados y cómo van a participar en las Asambleas tiene que ser el fruto de una intervención continua de las personas socias.
- **Activar el compromiso con el aspecto social:** Es, en definitiva, brindar el mejor servicio por medio de una estructura empresarial eficaz y eficiente que garantice y asegure la buena salud y la continuidad de la cooperativa, pero bajo el principio de que el compromiso con los beneficios de los usuarios y el entorno son la verdadera razón de ser de la organización.
- **Propiciar la comunicación y la apertura al exterior:** Este, como cualquier otro proyecto económico-social, exige contar con una visión transcendental amplia que incluye acuerdos y colaboración.

Los valores pueden dejarse plasmados por medio de instrumentos, como los Códigos Éticos Empresariales o aquellos conocidos como sellos sociales. Las organizaciones cooperativas, por su parte, cuentan con su propio Código Ético desde hace más de un siglo. El gobierno cooperativo, por su parte, puede gestionarse por medio de un conjunto de instrumentos y mecanismos, tal y como se muestra a continuación en la Tabla 8.

Tabla 8: Modo en que los socios pueden ejercer el gobierno y participar en sus propias instituciones cooperativas.

INSTRUMENTOS		OBSERVACIONES	
INDIRECTOS	**Relación Operacional con la Empresa:** Grado de uso de los servicios (compras, ventas o presentación de horas de trabajo) de la cooperativa frente al uso alternativo de los ofertados por la competencia.	La teoría del conflicto de la cooperación cooperativa limita dos áreas problemáticas para que la cooperativa configure sus servicios según las aspiraciones de los socios: • Entre socios (aunque compitan entre sí, la asociación se basa en evitar esa competencia en las áreas concretas que abarca la cooperativa, esto es, en la actividad cooperativizada). • Entre socios y gerencia (la relación de agencia puede distorsionarse por los objetivos propios del gerente, habitualmente centrados en el crecimiento).	**Flujos reales y financieros**
DIRECTOS	**Participación en la Organización Interna:** Elección de los cargos directivos en las asambleas y demás procesos democráticos establecidos. **Control de la gestión:** Control *ex−post* (informes contables y de otro tipo) y *ex−ante* (desde el proceso decisorio), para evitar que los gerentes lesionen los intereses de los socios.	• Las decisiones se toman por sistemas de votación porque las asambleas suelen estar constituidas por grupos grandes y heterogéneos (este rasgo, bajo otros métodos de toma de decisiones, podría inducir problemas de agencia de unos socios frente a otros, aliados o no con la gerencia). • Es importante que la diferencia de información entre electores y elegidos no sea excesiva: aquí radica la importancia que suele atribuirse al principio de educación cooperativa. • Pueden reservarse determinadas decisiones a la Asamblea General, si bien, en las Sociedades Cooperativas la unanimidad es más difícil que en las Sociedades Anónimas, por la ausencia del papel del capitalista *puro* y por no ser enajenables la participación. --- • El control ha de ser tal que no reste flexibilidad operativa a los gerentes profesionales. • Para que pueda realizarse, son básicos los mecanismos de información interna, que se establecen de dos maneras: 1. Formal: legislación, estatutos, procesos 2. Informal: usos establecidos por costumbre, cultura local… • La educación cooperativa resulta básica para ejercer el control.	**Flujos informativos y decisionales**

Fuente: Elaboración propia a partir de Benecke (1973)

Sostienen Bretos y Marcuello (2017), que en toda cooperativa una pluralidad de miembros comparten los derechos de control de la organización. A su vez, la igualdad en los derechos de pertenencia a la misma, conllevan a que el gobierno de la organización recaiga en una estructura horizontal, en la que el poder de decisión se distribuye de manera homogénea entre toda la membresía.

Otras de las características de la organización interna cooperativa que generan y fortalecen el capital social en las mismas, son:

- La *interdependencia mutua*: En el caso de las cooperativas, la propiedad conjunta de esta tipología de empresa, implica que desde el comienzo del funcionamiento de ese tipo de organizaciones, se aprecia un trabajo interdependiente y no individualista que las caracteriza y mueve hacia la consecución del fin común.

- La *existencia de relaciones horizontales y democráticas*: También es un elemento clave al que ya hemos hecho referencia, que determina la generación de confianza y, por ende, la existencia de capital social, mediante la cooperación y la interdependencia entre sus miembros.

- La *justicia organizacional*: Esta es otra de las características organizacionales particulares de las cooperativas. Puede considerarse como un factor clave o relevante que influye en la generación de confianza y capital social. La justicia organizacional es la que distribuye mejor el tributo y los beneficios, tanto monetarios como no monetarios, entre las partes involucradas, creando de este modo, expectativas de recompensas futuras justas. A su vez, como bien explican Sabatini et al. (2014), la propagación de decisiones justas desalienta comportamientos oportunistas dentro de la organización, favoreciendo la acumulación de capital social en la misma.

- Las *prácticas participativas*: Son características de este tipo de organización, guardan vínculos estrechos con la generación de capital social. Bretos y Errasti (2016), en este sentido, sostienen que las cooperativas son

organizaciones que no solo se caracterizan por la participación de sus miembros en el capital, sino por otras políticas avanzadas de gestión participativa como la transparencia, la comunicación, la formación o el compromiso en la toma de decisiones diarias. Esto lleva a que los trabajadores y las trabajadoras actúen y se relacionen de manera diferente en la organización, surgiendo de esta manera grandes niveles de capital social.

- No solo la participación de la clase trabajadora tiene una estrecha relación con la generación de capital social, sino que Leana y Van Buren (1999) han encontrado otros indicadores que se dan en la organización interna de las cooperativas, de orden psicosocial como la satisfacción laboral, la motivación, el compromiso con la organización, el empoderamiento, la ayuda mutua y la cooperación en el entorno laboral, que también propician la generación del mismo.

- En cuanto a la *comunicación*, esgrime Malone (2004), que las cooperativas mantienen estructuras flexibles caracterizadas por una comunicación interna, ausencia de control centralizado en una sola persona o grupo, y libertad de participación. En general, los esquemas democráticos, como sucede con las cooperativas, tal y como sostiene el citado autor, tienen la virtud de que los individuos participan en las decisiones que les afectan y realizan acciones en beneficio del grupo, pero por otro lado, exigen mayor cantidad de información confiable y oportuna para que los procesos de votación sean más eficientes y transparentes, tomando en cuenta que todas las opiniones son válidas y dignas de ser tomadas en cuenta. En este sentido, se requiere que la estructura de comunicación sea constante, fluida y oportuna para garantizar el mayor grado de acceso y transparencia de información por parte de los miembros.

- Existe, además, mayor libertad para la realización del trabajo utilizando grupos de colaboración en los cuales todos aportan soluciones y sugerencias para realizar un trabajo determinado. Esto implica mayores habilidades políticas y de relación interpersonal, esquemas de mayor participación,

capacidades de negociación, logro de niveles de calidad que garanticen la competitividad y la sostenibilidad de la organización.

5. El rol de las cooperativas como elementos de cohesión social.

Las cooperativas son verdaderas protagonistas de la economía social y solidaria y, por tanto, su presencia ya no se discute como un sector clave de la economía. Su rol se extiende a la atención de una amplia variedad de problemas sociales, basados en su compromiso con el desarrollo regional.

Las cooperativas agroalimentarias, en particular, se preocupan por la acción empresarial en su entorno productivo inmediato, pero además, se ocupan del desarrollo sostenible de las comunidades donde participan.

Sus actividades cotidianas, se centran en enseñar a dirigentes y emprendedores, para generar un capital social y humano formado, responsable y crítico, capaz de afrontar el desarrollo socio-económico de su región, territorio o área de influencia, con equidad, principios de inclusión y defendiendo el entorno.

Para el movimiento cooperativo es importante generar una Intercooperación, esto es, cooperar entre cooperativas, fomentar el interés por la comunidad y por consiguiente, establecer la voluntad política y social de sus miembros como única forma de alcanzar un desarrollo sostenible, y así estarán permanentemente en la búsqueda de mecanismos que permitan ayudar y reconocer la importancia de la acción comunitaria.

La mayoría de las cooperativas interactúan en entornos complejos, con desigualdad social, muchas veces con personas excluidas, que encuentran en este modelo de organización, un nuevo enfoque de inclusión económica, y un espacio donde buscar soluciones.

Para Stiglitz (2009), como lo señala De Lisio (2009, p. 8):

> *"una economía equilibrada, basada en un sistema económico plural, con un sector privado tradicional, un sector público eficaz y con un sector creciente de economía social. Esa es la clave del éxito económico. El fomento de una economía equilibrada es la respuesta que se debe dar al fundamentalismo de mercado, que ha tenido como consecuencia el terremoto financiero que se ha producido en los últimos días o que, desde el punto de vista social".*

Continúa Stiglitz que, el aporte que realiza la economía social como fuente de innovación, también beneficia el resto de los sectores de la economía. Las razones de éxito de la economía social se encuentran en sus propios valores, pero más aún, en la gestión democrática y la manera de relacionarse con el resto de las personas.

Las empresas de economía social favorecen la creación de empleos, ayudan a la solución de los problemas sociales, medioambientales y culturales.

Hay que tener en cuenta en este tema, los efectos negativos de la globalización, la fragilidad del sistema de Derecho Internacional, la falta de transparencia y de responsabilidad que permiten actitudes depredadoras altamente desleales y censurables dentro del sistema financiero internacional, la volatilidad de los capitales, la inseguridad de los sistemas político-institucionales; todas estas circunstancias, afectan y/o condicionan a las

regiones en mayor o menor medida. A lo que se suma la crisis ambiental que se traduce en el cambio climático, en los procesos de desertificación, en el aumento de la contaminación, en la crisis energética, entre otros fenómenos.

Esto conlleva a la definición, por parte de los Estados, de políticas integrales que requieren la participación de todos los sectores de la sociedad, y que no solo atiendan al crecimiento económico sino a la modificación de las condiciones de extrema pobreza y vulnerabilidad social que afectan a grandes sectores de la población, promoviendo el desarrollo local, la infraestructura social y productiva y la consolidación de las organizaciones comunitarias y sociales.

Sostiene Guerra (2014, p. 1), que las cooperativas y otras entidades de la denominada economía social y solidaria:

> *"no constituyen meros actores económicos con algún grado de incidencia en nuestros mercados, sino que son agentes socioeconómicos con una identidad específica que actuando en el mercado y buscando el bien de sus asociados o el bien de la sociedad en su conjunto, contribuyen a su democratización y por esa vía a humanizar la economía". Esta identidad específica, según el citado autor expresa, "las convierte en un actor privilegiado en la construcción de un modelo de desarrollo centrado en las personas, influyendo en una economía que claramente necesita de mayor cohesión social".*

Así, las cooperativas como otras organizaciones de la economía social han consolidado su presencia activa en distintos sectores de la economía. Tienen una larga trayectoria de atención a los diversos problemas sociales, integradas en redes y comprometidas con el desarrollo local. Son herederas de un capital social acumulado a lo largo de muchas generaciones. En su acción cotidiana, se preocupan no solo por la acción empresarial en su entorno productivo

inmediato, sino que atienden al desarrollo sostenible de las comunidades donde se incorporen. Esto ha sido reconocido, por ejemplo, por la Comisión de las Comunidades Europeas en su Comunicación al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones relativa a la Promoción de las Cooperativas en Europa[29] del 23/02/2004 en estos términos: "*Toda cooperativa actúa en función de los intereses económicos de sus socios pero algunas, además, consagran su actividad a objetivos sociales o medioambientales, bien sea en interés de sus socios o persiguiendo objetivos comunitarios más amplios"* (RECM/CCACE, 2004, p. 18).

La comunicación señalada anteriormente destaca la constitución de las cooperativas a objetivos comunitarios; particularmente se menciona en el documento, que dichas organizaciones desempeñan una función importante en la economía agrícola, para el desarrollo de regiones con dificultades económicas en las que la estructura cooperativa resulta ideal para fomentar el empleo y la "cohesión social".

La cohesión social, conforme se ha definido en el III Encuentro de la Sociedad Civil Organizada de América Latina y Europa del año 2004[30], y en el que se analizó el rol de las cooperativas en este sentido, es entendida como:

> *"un proceso integral que atiende a los aspectos económicos, la participación ciudadana, la igualdad de oportunidades, los aspectos culturales y se basa en valores que pueden resumirse en el respeto de los Derechos Humanos, la transparencia y la honestidad. Se constituye en prerrequisito indispensable para garantizar la convivencia armónica y*

29 Comisión de las Comunidades Europeas, 23 de febrero de 2004, "Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones sobre Promoción de las Cooperativas en Europa", Bruselas. Disponible en: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52004DC0018&from=SV

30 Documento titulado "El Rol de las Cooperativas como parte integrante de la Economía Social en la Cohesión Social en América Latina y Europa", RECM/CCACE, III Encuentro de la Sociedad Civil Organizada de América Latina y Europa, abril de 2004. Recuperado de https://docplayer.es/62108395-El-rol-de-las-cooperativas-como-parte-integrante-de-la-economia-social-en-la-cohesion-social-en-america-latina-y-europa.html

las condiciones para el desarrollo sostenible" (RECM/CCACE, 2004, p. 2).

Además, la estructura participativa de gestión de las organizaciones cooperativas genera personas emprendedoras o capital emprendedor, es decir, es una escuela de *entrepreneurship*, generando capital social y humano con conocimiento, responsabilidad y transparencia, crítico para el desarrollo socioeconómico con equidad, inclusivo y sostenible. De ahí la importancia de fomentar la educación y la capacitación, así como velar por el cumplimiento de los valores cooperativos aprobados por la ACI en Manchester en el año 1995.

Frente a los cambios y reestructuración, muchas veces drásticos de las economías regionales y de la economía mundial, se debe actuar proactivamente a fin de gestionar dicho cambio, poniendo el acento en la innovación, en las buenas prácticas y en la cohesión social. En este cometido, las cooperativas como las organizaciones de la economía social en general, constituyen un actor indispensable, dado que es parte de su esencia el trabajo cotidiano por la cohesión social.

"A lo largo de su historia, las entidades cooperativas, al estar basadas en el capital social de sus miembros insertos socialmente, han demostrado ser por su particular impronta, activos agentes de desarrollo local y territorial, con aportes específicos en materia de cohesión social, creación de empleo decente y satisfacción de importantes necesidades, algunas de ellas incluso básicas, como es el caso de las cooperativas y mutuales que se gestaron sobre mediados del siglo XIX cuando ni siquiera atisbaba el Estado de Bienestar en nuestros países y el concepto de seguridad social era el patrimonio de los proyectos colectivos. Es así que estas salidas solidarias a medida que se fueron desarrollando permitieron que pequeños productores y campesinos

mejoraran su calidad de vida por medio de las cooperativas agrarias; amplios sectores urbanos de clases medias y populares llegaran al sueño de una casa digna por medio del cooperativismo de viviendas; sectores de bajos ingresos económicos pudieran acceder a servicios financieros asociándose en cooperativas de ahorro y crédito; decenas de miles de trabajadores y trabajadoras lograran autogestionar sus emprendimientos por medio de cooperativas de producción, o millones de personas se reunieran en cooperativas de consumo para acceder a bienes o servicios en mejores condiciones" (Guerra, 2014, pp. 2 y 3).

El rol de cohesión social de las cooperativas ha sido reconocido también en varios acuerdos internacionales suscritos para la promoción del cooperativismo. Por ejemplo, en la Recomendación Nº 193 de la OIT sobre "Promoción de las Cooperativas" del 20 de junio de 2002, como así también, en el "Informe de Situación y Potencialidad del Cooperativismo como Actor del Desarrollo" elaborado por la Secretaria de la ONU a solicitud de la Asamblea General y a los efectos de aprobarse como propuesta de acción para los gobiernos[31].

En ambos documentos, se ha reconocido el papel de las organizaciones en el desarrollo económico y social equilibrado como un factor fundamental en la consolidación de la democracia, de la lucha contra la pobreza, la desigualdad y el desempleo, y como un actor articulado en el marco del necesario dialogo social que apunta a la equidad, la inclusión y la cohesión social y al pleno ejercicio de la ciudadanía.

[31] RES 56/114, Aprobada por la 88ª. Plenaria de la Asamblea General de la ONU del 19 de diciembre de 2001 e Informe 2001/68 del Secretario General del 14 de mayo de 2001.

CAPÍTULO 5: EL COOPERATIVISMO: ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS.

1. Evolución del Cooperativismo.

Sostienen Monzón y Chaves (2012, pp. 14 y 15), que en España:

> *"el asociacionismo popular, mutualismo y cooperativismo crearon fuertes vínculos a medida que se expandían. A menudo eran promovidos por los mismos grupos, como es el caso de los Tejedores de Barcelona. La Asociación de Tejedores, primer sindicato obrero español, se constituyó en 1840 al mismo tiempo que la Asociación Mutua de Tejedores, que en 1842 creó la Compañía Fabril de Tejedores. Ésta se considera la primera cooperativa de producción de España, y era una mezcla de sociedad obrera de producción y de sociedad de socorros mutuos".*

Así, los primeros antecedentes de las cooperativas españolas se pueden ubicar en los gremios de comerciantes y artesanos que tenían como finalidad ayudarse y protegerse mutuamente, en cofradías, como así también en aprovechamientos comunales de tierras, pastos, entre otros, como bien explica Salinas (2003). A partir de 1830, surgirán cooperativas de todo tipo, como son las cooperativas de producción, de crédito, agrarias, de consumo, etc., en distintas regiones de España, y posteriormente a la Constitución de Cádiz de 1812, se reconocerán el establecimiento de las industrias, entre ellas, a las cooperativas.

El desarrollo del cooperativismo agrario se produjo en España relativamente tarde, ya que las primeras cooperativas españolas aparecieron en la década de 1890 al amparo de la Ley de Asociaciones de 1887. Pero se difundieron rápidamente por toda España de la pequeña propiedad y la pequeña explotación de la tierra, tras la promulgación de la Ley de Sindicatos Agrícolas

en 1906 que les concedía ventajas de carácter fiscal. Como aduce Garrido (2003, p. 36), que:

> *"hay que tener presente que no todas las cooperativas estaban acogidas a dicha ley; de hecho, en las estadísticas de la Dirección General de Agricultura sobre "acción social agraria", se proporciona información sobre seis tipos de sociedades (Sindicatos Agrícolas, Cámaras Agrícolas, Comunidades de Labradores, Cajas Rurales, Asociaciones Agrarias y Federaciones Agrarias) en las cuales, los Sindicatos Agrícolas eran, o afirmaban ser cooperativas, pero no era excepcional que las entidades de los otros cinco tipos de asociaciones realizasen también funciones cooperativas".*

En las primeras décadas del siglo XX, el cooperativismo español alcanzó un desarrollo mayor, con bastante presencia en la realidad socioeconómica del país como no había tenido hasta entonces. No obstante, hasta 1936, éste se centró principalmente en el sector agrario, debido a la influencia que tuvo el cooperativismo católico[32] en el desarrollo de las cooperativas del campo y las

[32] En España, se han utilizado argumentos casi siempre en sentido negativo para referirse a los factores de carácter ideológico como elementos explicativos del éxito de la cooperación en determinados países. Esto, con motivo de que la mayor parte de las cooperativas españolas eran de carácter confesional, por lo que varios autores consideraron que su debilidad estuvo en gran medida provocada por el trasfondo ideológico que incitaba a los católicos a actuar como impulsores del cooperativismo. Por ejemplo, autores como Majuelo y Pascual (1991; citados por Garrido, 2003, p. 41), atribuían a las cooperativas navarras un carácter "no empresarial"; mientras que Carasa (1991; citado por Garrido Herrero, 2003, p. 41), ha defendido que la cooperación impulsada por la Iglesia estaba básicamente destinada a conseguir la moralización del campesinado y sólo se preocupó de una manera muy secundaria por el crédito, la difusión de abonos químicos, la mecanización y, en general, por todo lo que podía repercutir en un incremento de la productividad campesina. No obstante, en opinión de Garrido (2003, p. 42), el modelo de cooperación adoptado por la Iglesia Católica sí fue en alguna medida responsable de que el cooperativismo agrario español no adquiriera un mayor desarrollo. Y el citado autor explica esta afirmación sosteniendo que los católicos querían organizar a los pequeños y medianos agricultores para mantenerlos alejados de las propuestas sociales y políticas de carácter radical, pero desconfiaban de sus propias bases y temían que la movilización controlada y en sentido conservador que propugnaban se les escapara de las manos. Para evitar esto, eran muy rigurosos a la hora de admitir a los socios de sus entidades, que, frecuentemente, no practicaban el principio de "puertas abiertas". Además, adoptaron sistemas de gestión profundamente antidemocráticos, hasta el punto de que en los "manuales" para los "propagandistas" se podía ir contra el "virus del parlamentarismo" y "aconsejar que en las Juntas Generales tenía que evitarse cuidadosamente el afán de hablar que suelen mostrar algunos". En este sentido, Antonio Monedero, presidente de la Confederación Nacional Católico-Agraria creía, en el año 1921, que era necesario restringir más las atribuciones y derechos en estas reuniones generales. Al menos en el País Valenciano, los sindicatos católico-agrarios seguían el principio de un socio, un voto. Pero ello no impedía que la opinión de los socios prácticamente no se tuviera en cuenta y que las juntas directivas recurrieran a diversos procedimientos muy efectivos para perpetuarse e imponer siempre su voluntad. La falta de control, también, facilitó que proliferasen los fraudes. Y cuando por este motivo desaparecía un sindicato agrícola, era muy difícil en el corto plazo que volviera a surgir otro en la localidad. De esta manera los católicos, los máximos impulsores de la cooperación en el campo español, contribuyeron no

cooperativas de crédito en España, como respuesta al desarrollo del cooperativismo industrial promovido desde ámbitos urbanos por la corriente socialista (Salinas, 2003). Además, este tipo de asociacionismo tuvo un importante impulso y desarrollo con la Ley de Sindicatos Agrícolas y Pósitos de 1906[33] que promocionaba, entre otras actividades, la compra en común de medios productivos, la concentración de la comercialización, el uso y creación de instalaciones y servicios conjuntos.

Pese a poder estar simultáneamente acogidas a la ley de 1906, las denominadas *Cajas Rurales* se regían por una legislación específica. Al igual que los Sindicatos Agrícolas, solían poner a disposición secciones de compraventa de abonos o de alquiler de maquinaria. Sucedía lo mismo con algunas Comunidades de Labradores, creadas al amparo de la Ley de Policía Rural de 1898, y con las Cámaras Agrícolas. *"Muchas de las que las estadísticas denominaban Asociaciones Agrarias, siempre acogidas a la Ley de Asociaciones de 1887, no pasaban de ser casinos recreativos cuyos socios mostraban preocupaciones por el fomento agrario*", tal como expresa el autor Garrido Herrero (2003, p. 37), pero otras eran cooperativas, sobre todo cooperativas inspiradas desde planteamientos socialistas, anarquistas o republicanos que, entendiendo que la ley de 1906 propiciaba un modelo de cooperación de orientación conservadora, renunciaron por motivos ideológicos a seguir esa vía legal. Finalmente:

> *"las Federaciones Agrarias eran de carácter muy heterogéneo, y reunían principalmente a sindicatos agrícolas, que actuaban como cooperativas de segundo grado, pero incluso las que agrupaban con preferencia a Cámaras Agrícolas o Comunidades de Labradores, como la Federación Agraria de Levante (1905) o la Federación Agrícola Catalano-Balear*

poco a crear un sentimiento anticooperativista entre determinados campesinos españoles (Garrido, 2003, p. 42-43).

[33] Desde fines de la Edad Media existían los "pósitos", que facilitaban al campesino grano barato para su siembra, que devolvían con la recolección a un módico interés, a la vez que actuaba de almacén distribuidor defendiendo precios remuneradores y fijos durante todo el año. Las continuas expoliaciones y las famosas leyes desamortizadoras dieron fin a esta institución (Joaniquet, 1965, p. 11).

> *(1899), donde hicieron muchos intentos para canalizar las compras de abonos, insecticidas o maquinaria realizadas por las entidades federadas"* (Garrido Herrero, S., 2000; citado por Garrido, 2003, p. 37).

Tomando el caso de las cooperativas de crédito, la difusión inicial de los sistemas de crédito agrario, o más concretamente, de las "cajas rurales del sistema Raiffeisen", estuvo a cargo de Joaquín Díaz de Rábago quien entre 1891 y 1893 publicó diversos trabajos sobre el tema, y fueron bien recibidos en la época por los especialistas. De este modo, la primera aplicación práctica de estas cooperativas *raiffesianistas* fue realizada por Nicolás Fontes Álvarez de Toledo en Murcia, en el año 1891, ideando una adaptación de dichas cajas rurales que terminó por convertirse en la *Caja Rural de Ahorros, Préstamos y Socorros* de Javalí Viejo, guiándose para su constitución en el modelo de organización realizado por el Centro Católico Alemán de Westfalia (Asociación de los labradores Westfalianos). Este tipo de entidades financieras tuvieron una amplia difusión en las localidades murcianas, *"siendo su objetivo fundamental evitar el conflicto entre los arrendatarios-jornaleros y los propietarios, a fin de frenar la propagación de las ideas socialistas y anarquistas entre los primeros a través de la constitución de sociedades de resistencia y mutualidades"*, como así lo refleja Martínez (2003, pp. 120 y 121).

En 1902, Luis Chávez Arias fundó diferentes cajas rurales siguiendo el modelo en puridad de Raiffeisen, modelo que fue también utilizado por quienes fundaron en 1901 otra caja rural, también utilizando este modelo en Palencia. El modelo de Chávez Arias "sería adoptado, posteriormente, por la Confederación Nacional Católica Agraria" (Martínez, 2003, p. 121).

De 1903 a 1907, varios sacerdotes iniciaron una campaña propagandística por los pueblos navarros, creando cajas rurales en varias localidades, convirtiendo a Navarra en la región con mayor presencia de ese tipo de entidades

raiffeisianistas. Las cooperativas navarras, a su vez, *"se convirtieron en pioneras de la difusión de los abonos químicos a través de compras en común, lo que reforzó su aceptación entre los pequeños explotadores de la región. Así, en el año 1910, más de la mitad de los municipios navarros tenían una caja rural"* (Martínez, 2003, p. 122).

Otro núcleo importante de cajas de ahorro surgió en la región de Extremadura, más precisamente en la ciudad de Badajoz, impulsadas por un laico, Tomás Marín. Estas entidades fundadas por Marín se atenían a la solidaridad ilimitada y a la exclusión de los dividendos, pero admitían cuotas de entrada y mensualidades, lo que las alejaba de la puridad del sistema *raiffesianista*. A su vez, este grupo de cajas no se limitó a funcionar como cajas de ahorro y préstamos, sino que realizaron actividades propias de los sindicatos agrícolas, como compra de máquinas, animales reproductores, semillas, abonos químicos, depósito y venta de cosechas, guardería rural, seguros y conciliación; aunque las operaciones financieras siguieron constituyendo el centro de su labor.

Pese a este auge, el primer modelo cooperativo de crédito en España tuvo que enfrentarse a distintos problemas o dificultades. La "solidaridad ilimitada", propia del sistema Raiffeisen y que tuvo una amplia aceptación en los círculos técnicos y propagandísticos, se convirtió en el eje estructurador de las entidades confesionales (sindicatos y cajas), aunque en el desarrollo real de las mismas, se terminó por aceptar una variedad de fórmulas ante las dificultades que encontraron los organizadores para implantarla. Los problemas provenían desde el momento que sólo era aceptado dicho tipo de responsabilidad en los siguientes extremos: cooperativas formadas por campesinos con bajos recursos económicos, y por tanto, descapitalizadas. Tenemos el ejemplo de las Cajas Rurales de Cáceres y cooperativas *"formadas exclusivamente por propietarios solventes y, por ende, de alcance muy limitado en su actuación sobre los grupos de campesinos más*

desfavorecidos, como sucedía también con las Cajas Rurales de Badajoz" (Martínez, 2003, p. 128).

Otro problema provenía de la financiación externa, proveniente de la banca comercial, pública o de otros organismos, lo que provocaba una oferta muy limitada y selectiva, al alcance de muy pocas entidades, lo que hacía inviable el mantenimiento de las pequeñas cajas individuales. Por lo tanto, la integración en una "federación" se hizo algo necesario, dado que les permitía reunir las suficientes garantías para lograr los fondos a un tipo de interés ajustado en los mercados formales. Al mismo tiempo, la preparación técnica del personal que debía gestionar estos organismos fue también otra dificultad que tuvieron que enfrentar estas entidades u organizaciones. Las pequeñas cajas rurales formadas por campesinos humildes y analfabetos, dependían de agentes ajenos para su gestión. De este modo, en el campo confesional, los párrocos se convirtieron en gestores, administradores, directores, etc., de estos colectivos. En algunos seminarios diocesanos, el cooperativismo se convirtió en asignatura de los futuros sacerdotes, incluso se estudiaban modelos prácticos. Al mismo tiempo, la Iglesia comenzó a organizar numerosos cursos y seminarios de formación y debate (por ejemplo, las denominadas Semanas Sociales), en las que *"se formaron a los propagandistas, gestores e incluso, interventores; además se publicaron numerosos libros y folletos con modelos de cajas y estatutos, formularios de operaciones, modelos de instancias, entre otros, que trataban de facilitar la labor de los promotores"* (Martínez, 2003, p. 128). En las *cajas laicas*, la gestión dependía del grupo fundador; por ejemplo, en las patrocinadas por las Cámaras Agrícolas, el consejo solía coincidir con la directiva permanente de la entidad matriz. Cuando las cajas obtenían un volumen de operaciones considerables, se optaba por contratar técnicos, contables, provenientes de la banca privada o del comercio, que asumieran estas tareas, quedando la supervisión en manos del consejo. Sostiene Martínez (2003, p. 129), que *"las*

dificultades de gestión de las cooperativas constituyó una de las causas de la desaparición de muchas de ellas en esos primeros años".

Las relaciones con el Estado también se constituyeron en un problema, en principio, debido a las dificultades de lograr un desarrollo legislativo que regulara a las cooperativas. Incluso, tras haberse promulgado la Ley de 1906, con motivo de que no fue fácil lograr las exenciones fiscales previstas en dicha norma, lo que también constituyó un freno al desarrollo de las mismas[34]. En 1908 se promulgó un Reglamento que intentó arreglar estos aspectos, aunque siempre chocó su desarrollo con el Ministerio de Hacienda y la Dirección General del Timbre que pusieron multitud de trabas. Este tipo de problemas encareció notablemente las operaciones de las cajas y, por tanto, supusieron otro escollo importante (Garrido, 1994).

A partir de 1915 se produce, en esta breve evolución del cooperativismo de crédito al que hemos estado haciendo mención por su importancia, su consolidación, en relación al número de entidades que estaban en funcionamiento y el número de socios con que contaban las mismas. Así, hay núcleos de importancia por el número de cajas de ahorros, en las regiones de Navarra, Castilla y León y Cataluña, y otros secundarios en Extremadura, Aragón, Asturias y Castilla La Mancha. Si se tiene en cuenta el número de socios agrupados, los centros más importantes fueron Navarra, Cataluña, Extremadura y Castilla y León. Si tomamos como referencia el capital asociado, es especialmente relevante la situación de las entidades de

[34] Sostiene Garrido (2003, p.50), que de manera explícita o sobreentendida los historiadores utilizan el siguiente razonamiento: "si era muy difícil que el campesino descapitalizado pudiera encontrar en solitario una fuente de financiamiento no usuraria, esa dificultad desaparecía gracias a la ayuda mutua, cuando un grupo de pequeños agricultores constituía una cooperativa. Pero en la práctica no solía ser así, porque el resultado de la unión de diversos agricultores descapitalizados era una cooperativa descapitalizada. Una cooperativa que, dada la desatención del Estado, tenía difícil el acceso al crédito como sus miembros por separado, que era de una dimensión económica muy reducida (aunque pudiera estar formada por muchas personas), que generaba pocas economías de escala y que apenas servía para abaratar por medio de la concentración de la demanda, el precio de los factores productivos que adquiría para revender. Era una empresa, en conclusión, que, al no tener capacidad de competir en el mercado, no podía ofrecer unos servicios que los socios consideraban satisfactorios, por lo que solía desaparecer muy pronto".

Extremadura, *"que durante todo el período que va de 1915 a 1933, concentraron más del 90% del capital asociado por las cajas rurales españolas, debido a su especial configuración"* (Martínez, 2003, p. 134).

En cuanto a la captación de depósitos, el panorama sigue siendo el mismo, el mayor porcentaje de capital corresponde a las entidades de Extremadura, así como los depósitos por socio. En un escalón más bajo encontramos a las entidades de Castilla y León, Navarra, Murcia y Valencia. Los valores de las imposiciones medias por socio muestran, salvo para el caso de Badajoz, que el tipo de clientela dominante eran los pequeños cultivadores. Las cooperativas de Badajoz, constituyeron una excepción en el panorama general, tanto por la capacidad de generar respaldo a sus entidades de solidaridad ilimitada (capital asociado), como para captar depósitos de ahorro de sus respectivas localidades y desarrollar modalidades de préstamo acordes con las necesidades de su clientela (Martínez, 2003).

Otra orientación cooperativista, era la que seguía el modelo francés, basado en la producción obrera asociada como fórmula superadora de la producción capitalista. *"Si la tierra era para el campesino, la fábrica debía ser para el obrero, y para ello debía montarse la estructura empresarial que haga desaparecer al capital, es decir, para que beneficios y dirección pertenezcan al trabajo que, de manera simplista, conducen a la propiedad colectiva"*, tal como resalta Joaniquet (1965, p. 7).

Esta orientación del cooperativismo también consigue plasmarse en realidades. Es así que la Cooperativa *La Propagadora del trabajo* surgió como escisión de la Sociedad de Resistencia de los Tejedores, quienes prepararon un reglamento en el que se establecía un taller para desocupados, una tienda de suministros y un seguro para inválidos, todo ello con un fondo negociable dentro de la sociedad. De la misma época y similar origen, es la Cooperativa

La Obrera Mataronense, fundada en 1864, para la producción de hilados y tejidos. Sus actividades fueron mixtas, dado que tuvo secciones de consumo, de crédito y de socorros mutuos. Incluso, en base al ideal cooperativo, se proyectó un barrio obrero de treinta casas que se encargaron a Gaudí, proyecto que fue remitido a la Exposición Universal del año 1878. En 1886, se fundó también la *Cooperativa Ladrillera*, de Tarrasa, y en Barcelona la Cooperativa de consumo *La Constancia Martinense* (1868) (Joaniquet, 1965).

En relación a las cooperativas de consumo, estas surgieron en España dos décadas más tarde de que aparecieran los pioneros de Rochdale. Comienzan a crearse a mediados de los años 60 del siglo XIX en las zonas más industrializadas del país: primero en Cataluña, más tarde en Madrid, Valencia o el País Vasco.

La primera cooperativa de consumo fue *La Económica Palafrugellense* en Gerona, creada en el año 1865 con setenta y ocho socios. Sostiene Joaniquet (1965, p. 6), que *"el desarrollo cooperativista en el Ampurdán no está desligado de la influencia ideológica de los escritos del líder republicano exiliado en Francia y Reino Unido*", Fernando Garrido Tortosa, quien fue un seguidor del socialismo utópico y defendía el éxito del modelo de Rochdale[35].

Garrido Tortosa tuvo mucha influencia en las organizaciones obreras de Cataluña y Valencia, mientras que en Andalucía, fue muy importante el papel de Joaquín Abreu Orta, furierista y divulgador del socialismo.

[35] El autor Joaniquet (1965, p. 6) sostiene que a la Cooperativa "La Económica Palafruguellense" se la ha considerado como la "decana" de las cooperativas de consumo. Como documento curioso, reproduce parte de la introducción puesta a los estatutos de la entidad en su edición del año 1909, en la que se dan algunos detalles como los siguientes: "Era a mediados del año 1864… El obrero español era poco menos que un siervo. Constreñida su conciencia, sin derecho de sufragio, de reunión, de asociación; sin prensa, sin libros, sin derecho siquiera" (…) "Así había de influir en el ánimo de algunos obreros de esta villa la lectura de una obra reciente, escrita en Londres por don Fernando Garrido destinada a dar a conocer la historia de las sociedades secretas en Europa. Su lectura mostraba la importancia de infinitas sociedades anexas, lo que puede el ahorro unido a la cooperación del consumo y los resultados prodigiosos obtenidos por los tejedores de Rochdale en Inglaterra".

Los primeros pasos del cooperativismo de consumo en Cataluña, imitaron al modelo de Rochdale, fue por medio de la *Oficina de Relaciones Comerciales* (en 1899), a fin de realizar compras en común y organizar el proceso de distribución de los productos a sus asociados. Era un proceso de integración vertical, que permitía la distribución al por mayor para las cooperativas asociadas, en mejores condiciones. No obstante, el sistema fue un fracaso producto de la desconfianza en este tipo de iniciativas que presentaron las micro-sociedades de pequeño tamaño, que actuaban a nivel local, o incluso, barrial, y con un carácter fuertemente individualista (Medina y Pujol, 2013).

Estas primeras cooperativas de consumo estuvieron fuertemente influenciadas por la ideología socialista, muy arraigada en la región de Cataluña, pionera en el desarrollo de este movimiento, así como en las zonas industriales de Bilbao. Muchas cooperativas también se constituyeron como lugares de ayuda y de formación de la clase obrera, y sus sedes sociales se convirtieron en "centros culturales" destinados a los trabajadores. Sostienen Medina y Pujol (2013, pp. 10 y 11) que:

> *"territorialmente estas primeras cooperativas españolas estaban muy dispersas. El cooperativismo en general y, específicamente, el de consumo, tuvo una mayor importancia en unas regiones más que otras. Durante la segunda mitad del siglo XIX, este tipo de entidades se desarrollaron especialmente en Cataluña (provincia de Barcelona), País Vasco (sobre todo en las provincias de Vizcaya y Guipúzcoa), la Comunidad Valenciana (especialmente en la provincia de Valencia) o Madrid. Eran regiones con mayor nivel de industrialización y urbanización de España, y por tanto, donde más se desarrolló una clase obrera en la que se expandieron las ideas socialistas o la acción del catolicismo social. Era un ambiente mucho más proclive a la formación del movimiento cooperativo, especialmente el de consumo. Además, son las zonas donde un mayor porcentaje de la población accedía a los*

alimentos básicos por vía monetaria, frente al autoconsumo mucho más generalizado en las áreas rurales".

En cuanto a las características principales de estas cooperativas de consumo, hasta antes de la Guerra Civil, se puede decir, en primer lugar, que fueron intentos modestos de asociaciones de consumidores. Inicialmente, solo suministraban productos para sus propios socios, quienes se encargaban de su funcionamiento sin necesidad de contar con personal externo y asalariado. Muchas de ellas funcionaban como mutualidades o como cajas de resistencia, ayudando al trabajador en caso de enfermedad o en situaciones de conflictividad laboral. En su posterior evolución, hubo casos en que alcanzaron formas de organización más complejas, constituyéndose como almacenes mayoristas o construyendo sedes sociales que incluían café, teatro, biblioteca o sala infantil, además de tareas de educación obrera (Brazda y Schediwy, 2003).

La actividad de estas organizaciones se centraba en la comercialización de productos primarios a nivel local, que se vendían a granel, siendo su objetivo principal el suministro de artículos de primera necesidad a sus asociados en las mejores condiciones posibles, así como su protección social y el fomento de la cultura entre los mismos. Estos productos, a su vez, se adquirían en los mercados o almacenes mayoristas, ya que únicamente en cooperativas de mayor tamaño y organización más compleja se comenzaron a producir alimentos para su distribución. Ejemplo de cooperativas de este tipo, serían la cooperativa barcelonesa *Flor de Mayo*, la *Equitativa de Palamós* o la *Unión Cooperativista Barcelonesa*. A su vez, el funcionamiento de estas entidades era sencillo, con un acceso a las mismas que solía ser "ilimitado", la responsabilidad de sus asociados "limitada" y se establecía un "consumo

mínimo" que los mismos debían realizar[36], o, de lo contrario, podían ser sancionados o expulsados (Ibáñez, 1999).

El capital social de estas cooperativas estaba formado por una serie de acciones al portador que adquirían los asociados, las cuales determinaban la participación en la propiedad. La distribución societaria de los beneficios se realizaba en función de dicha participación, y del consumo que hubiera realizado anualmente. Estos se repartían una vez descontados los gastos de funcionamiento y los porcentajes que iban destinados a cubrir los fondos sociales o de reserva de las cooperativas, los que tenían como fin amparar enfermedades, accidentes, desempleo, invalidez, jubilación, educación o cultura de sus asociados, como bien describe Ibáñez (1999).

Por su parte, la gestión cooperativa no estaba profesionalizada, sino que los mismos asociados eran quienes ocupaban los puestos directivos, existiendo, por lo general, una asamblea o junta general integrada por los mismos socios, donde se solían tomar las decisiones más importantes de la organización (elección de cargos, modificación de sus estatutos, aprobación de cuentas anuales, solicitud de créditos, compras importantes, etc.). Por lo tanto, funcionaban de manera democrática, teniendo cada socio un voto, independientemente de su nivel de participación en la sociedad. Las decisiones se tomaban por mayoría absoluta de votos y sesionaban de manera ordinaria, anualmente, o extraordinaria, tantas veces como fuera necesario. A su vez, el órgano directivo era quien llevaba la gestión ordinaria de la entidad, su contabilidad y quien decidía qué artículos comercializar, fijando precios de venta a los asociados. De este órgano dependían los puestos encargados del

[36] "La venta a los socios implicaba, junto al abaratamiento, la importancia de una compra racional y un gasto equilibrado. De esta forma, el ahorro es un concepto elemental en el discurso empleado en estas cooperativas, patente en los casos de capacidad de previsión de sus miembros. Este dependía del flujo interno en relación a la aportación realizada por el socio a modo de participaciones. Paralelamente, la economía en la compra resultaba de la participación de los excedentes del capital social en la liquidación anual, en proporción a los gastos realizados. En consecuencia, tal como se defendía en la teoría cooperativista, se lograba la educación en el consumo ante las necesidades reales de la clase obrera…" (Ibáñez Ortega, 1999, pp. 78-79).

funcionamiento del almacén, que inicialmente eran asociados, hasta que posteriormente, luego de unos años de funcionamiento, comenzaron a contratar a asalariados externos (Medina y Pujol, 2013).

En lo que respecta a la relación entre las cooperativas de consumo, en este período con los otros tipos de cooperativas analizados, en palabras de los autores Medina y Pujol (2013, pp. 15 y 16), la misma fue de *"tipo ocasional, o por lo menos, no había una relación constante y fluida entre los tipos de cooperación"*. Conforme explican los mencionados autores:

> *"los motivos pueden ser varios: por ejemplo, diferencias ideológicas, ya que las cooperativas de consumo eran mayoritariamente socialistas y obreras, mientras que en las de crédito o de tipo agrario había una mayor presencia de entidades de corte católico, burgués y conservador. Además, los sindicatos agrarios, hasta la Guerra Civil, prácticamente no se dedicaban a la producción, sino a ofrecer crédito a sus asociados y al suministro de inputs (abonos, semillas, fertilizantes, etc.). No les era especialmente necesaria la colaboración con la cooperación de consumo para distribuir sus productos, ya que apenas producían, y los que lo hacían solían crear sus propios locales y redes de distribución al por menor o los vendían al por mayor a comerciantes o productores privados".*

Toca ahora referirnos, en esta breve evolución del cooperativismo en España, a la actividad legislativa y al papel que el Estado español jugó en el desarrollo del mismo. Puede decirse que el desarrollo legislativo en este tema, fue muy limitado hasta el momento de la Guerra Civil. Como hemos visto, el primer marco jurídico donde apareció una referencia específica al cooperativismo fue en la Ley de Libertad de Creación de Sociedades por Acciones y de Crédito de 1869, a través de la cual se estableció su legalidad y su capacidad jurídica. No

obstante, en estos primeros años, no se reconoció su carácter mercantil, quedando posteriormente, excluidas del Código de Comercio del año 1885.

Más adelante, fueron reguladas este tipo de organizaciones por la Ley de Asociaciones del año 1887 que las consideró una sociedad civil más, remarcando su carácter mutualista, y estableciendo que el reparto de dividendos debía ser consecuencia de la retribución del trabajo de sus asociados, aunque no se regulaba la organización ni el funcionamiento interno de tales entidades. Esta norma, sirvió de cobertura al cooperativismo hasta bien entrado el siglo XX, circunstancia esta que solo se entiende por la exclusión de las cooperativas del Código de Comercio. Lo inadecuado de este ropaje jurídico, en palabras de Burzaco (2020), se evidenció tanto en las limitaciones que comportaba para la realización de actividades económicas, como en el intenso control público al que se sometían las cooperativas en diversos aspectos, como el procedimiento de constitución, el registro, el mecanismo de suspensión gubernativa y la disolución judicial, como así también, los deberes de información y las potestades administrativas de inspección y sanción.

La Ley de Sindicatos Agrícolas de 1906, junto con la Ley de Colonización Interior de 1907, la Ley de Construcción de Casas Baratas en 1911 y el decreto de regulación de los Sindicatos Industriales y Mercantiles de 1915, fueron todos ellos instrumentos legales relevantes en la difusión del cooperativismo en España, por lo menos hasta el año 1931, cuando se sancionó una norma especial sobre el tema.

La Ley de Sindicatos Agrícolas de 1908 ciñó su finalidad, conforme lo ha expresado la doctrina mayoritaria, al reconocimiento de beneficios tributarios que, sin embargo y tal como hemos señalado oportunamente, carecieron de materialización práctica. Esto, con motivo de que el Real Decreto de 8 de

agosto de 1907, conocido como *Reglamento OSMA*, puso importantes trabas a la constitución de sindicatos agrícolas, incorporando ciertas condiciones a la obtención de las exenciones del artículo 6º de la ley, limitando operaciones sociales a las que tales exenciones alcanzaban (conf. Art. 3º), y requiriendo la declaración de exención" expresa por Real Orden de Ministerio de Hacienda para que ésta fuera efectiva.

El denominado *Reglamento de Maura* que reemplazó al anterior, eliminó ciertos obstáculos pero, al tiempo, estableció un procedimiento de constitución más gravoso acompañado de una práctica "obstruccionista" debido a las disputas entre la Administración del Estado y los católicos sociales. No obstante, esta ley de Sindicatos Agrícolas tuvo una larga vigencia temporal, y a pesar de que los sindicatos agrícolas englobaban organizaciones agrarias de distinto carácter y especialidad, permitieron el desarrollo del cooperativismo agrario, en buena medida, gracias al funcionamiento de las ya mencionadas "cajas rurales".

Por su parte, la Ley de Colonización y Repoblación Interior de 30 de agosto de 1907, manifestó su propósito de "arraigar la Nación a las familias desprovistas de los medios de trabajo o de capital para subvenir a las necesidades de la vida, disminuir la emigración, poblar el campo y cultivar tierras incultas o deficientemente explotadas" (conf. Art. 1º). El artículo 8º y concordantes de esta ley, por su parte, obligaban a la constitución de una "asociación cooperativa entre los nuevos pobladores de cada monte o terreno subdivididos" para que actúe como "órgano intermediario y educativo" en sus variadas necesidades (crédito, ahorro, socorro, seguro, entre otros). Una Junta Central ejercería cerca de las mismas las funciones de dirección y patronato, hasta que los socios adquiriesen la práctica necesaria para regir la asociación (conf. Artículo 8.2).

En 1931 se sancionó la Ley General de Cooperativas que reguló de forma general el cooperativismo en el país. Hasta ese momento, solo las entidades agrarias, producto de su importancia, habían contado con una normativa propia, la Ley de Sindicatos Agrícolas de 1906. Sostiene Del Arco (1975, p. 5), que esta primera ley de cooperativas de 1931 había sido elaborada "concienzudamente" por un grupo de expertos de diferentes tendencias ideológicas en el Instituto de Reformas Sociales, antes de la proclamación de la República. En su evaluación, sostiene el citado autor que:

> *"era una buena ley, y en su tiempo sirvió de modelo a las leyes de otros países, señaladamente hispano-americanos. Pero su eficacia práctica fue muy escasa en nuestro país por causa de las circunstancias políticas, y también porque los sindicatos agrícolas, el más pujante movimiento cooperativo de aquel tiempo, prefirieron seguir acogidos a la ley del 28 de enero de 1906"* Del Arco (1975, p. 5),

La ley de 1931 definió por primera vez a la sociedad cooperativa de manera explícita, instaurando principios como el de "puertas abiertas", "número mínimo obligatorio de socios", "voto democrático", "existencia de fondos de reserva y social obligatorios", "gestión por parte de los asociados", "distribución de excedentes proporcional a la actividad de cada miembro", "necesidad de redactar estatutos" y "regulación del funcionamiento de los órganos internos de gestión", a la vez que marcó el carácter social del cooperativismo. En este sentido disponía, que con los remanentes sobrantes tras los retornos cooperativos, las entidades debían establecer "fondos sociales y de reserva", lo que muestra su carácter social.

Esta ley, a su vez, se puede decir que ha merecido, en general, una valoración positiva ligada no solo por el hecho de ser la primera ley que aportó una regulación propia y autónoma al fenómeno cooperativo, sino también debido a una serie de características que a continuación se destacan:

- El principio de “autonomía cooperativa” reconocido en varios de sus preceptos, tanto respecto de las cooperativas como de las uniones y federaciones, y que se condensa en la frase contenida en la Exposición de Motivos que expresa: “El progreso de la cooperación ha de ser fundamentalmente obra de los cooperadores mismos”;
- Incorporación de los otros principios cooperativos;
- Mecanismos de intervención pública dado que, tal como se expresa también en la Exposición de Motivos de la ley: “Al Estado toca fomentar y, sobre todo, encauzar”;
- El fomento del cooperativismo se despliega en tres áreas distintas: a) educación cooperativa y difusión del cooperativismo, colocando en la esfera pública funciones de difusión y divulgación del cooperativismo, enseñanza de la cooperación en los distintos ciclos y modalidades educativas o consultoría; b) contratación pública; c) medidas fiscales, en buena medida dirigidas a las llamadas cooperativas populares;
- La intervención pública abarca diversos mecanismos tales como, registro de las cooperativas (creándose un sistema de registro especial de naturaleza administrativa); inspección cooperativa con un criterio más preventivo que represivo (art. 58); régimen sancionador, caracterizado por amplias remisiones a la regulación reglamentaria y una vaga tipificación de las conductas, y en lo que llama la atención que es la atribución de responsabilidad a la persona jurídica antes que a las personas físicas infractoras.

Sostiene Salinas (2003), que todos estos avances se vieron obstaculizados por el avance de la dictadura franquista. Dicho régimen mantuvo un férreo control del cooperativismo, utilizándolo para su propio beneficio. Posteriormente, se procedió a aprobar la Ley de Cooperación de 27 de octubre de 1938, ley que se ha dicho, tuvo una eficacia meramente derogatoria y cuya finalidad se limitó

a servir de tránsito hacia el régimen cooperativo que habría de llegar. Esta ley, expresa la autora Burzaco (2020, p. 12):

> fue *"sometida a las cooperativas a una normativa más rígida, lo que se puso de manifiesto en tres puntos fundamentales: a) la constricción de la actividad cooperativa, reconduciendo la tipología a categorías obligatorias; b) la supresión del principio federativo, sustituyéndolo por una estructura basada en áreas, que anticipaba el sistema de jerarquía totalizadora posterior, y c) la intensificación de la intervención estatal, debilitando la autonomía de gestión de las cooperativas e introduciendo elementos de injerencia por parte del sindicalismo oficial"*.

Esta ley tuvo escasa virtualidad práctica y fue derogada por la Ley de Unidad Sindical de 26 de enero de 1940. En lo que respecta a las cooperativas, el artículo 5º de esta nueva norma, eliminó cualquier vestigio de las fórmulas de la ley de 1938 de agrupación en Uniones para integrarlas en el sindicalismo vertical. Asimismo, circunscribió la consideración de cooperativa a entidades dedicadas a la realización de actividades económicas, siempre que contaran con la debida inscripción en el Registro pertinente.

Una vez derogada la Ley de Cooperativas del año 1938, se ha dicho que las cooperativas vivieron un vacío normativo hasta la sanción de la Ley de Cooperativas del año 1942. Esta nueva legislación, cae en el marco de la llamada legislación autoritaria, cuyas notas principales fueron *"el relevo de los principios del Estado liberal por los del Estado autoritario, y la preeminencia en la regulación cooperativa de los aspectos políticos-sindicales con postergación de los puramente económicos empresariales"* (Burzaco, 2020, p. 13).

La ley de 1942 y su reglamento del año 1943, generaron todo un engranaje de controles, que abarcó la vida de las cooperativas en su integridad, así como sus estructuras asociativas. Previó una intervención intensa, tanto en cantidad

como en calidad, y a su vez, compleja, por la presencia de dos niveles de intervención: el administrativo y el sindical; en ocasiones entremezclados y a los que podían sumarse otros con competencia sectorial. Seguramente por esta característica de la ley, que se llegó a afirmar que las cooperativas eran las instituciones mercantiles más sometidas a control del Derecho español. Al respecto, refieren los autores Romero y Flores (1981, p. 34), que *"la legislación del año 1942 enquista a las cooperativas en una superestructura estatal, la Obra Sindical de la Cooperación, que sometía a todo el movimiento cooperativo a una tutela y a un absoluto control por parte del sindicalismo corporativista oficial"*. Por su parte, para el autor Del Arco (1965), y en otra visión, manifiesta que la creación de la Obra Sindical de la Cooperación por la mencionada ley fue un acierto, ya que puso el acento en la vigilancia, en la tutela y en la promoción del cooperativismo.

En el año 1971 se produce una nueva reforma operada por la sanción de un reglamento, cuyo primer propósito fue el "fortalecimiento de la vida económica de las cooperativas", finalidad que se proyecta tanto en la regulación de los aspectos societarios como en el avance en el asociacionismo cooperativo; también en los mecanismos de intervención administrativa y sindical. En cuanto a los mecanismos de control, si bien se perfeccionan, siguen siendo intensos. No obstante, hay que tener en cuenta que el simple juego del principio de jerarquía no permitió que dicho reglamento derogue artículos de la ley de 1942 ni contradiga sus previsiones. Esto explica que se mantenga el encuadre sindical, que, sin embargo, trató de atemperarse acotando sus funciones o limitando determinadas figuras, como por ejemplo, lo sucedido con el "veto sindical", que quedó ceñido o acotado a determinados supuestos.

Con la promulgación de este Reglamento, si bien hubo avances en ciertos aspectos, destacándose la apertura de las cooperativas de segundo y ulterior grado y el asociacionismo cooperativo, hubo retroceso en otros, como sucedió con los componentes de los interventores, incorporándose nuevas técnicas o

ampliándose las existentes. Así, en su articulado, se previeron la “intervención temporal” de las cooperativas, la “remoción de órganos directivos” y la “disolución” de las cooperativas.

Tres años más tarde, se llegó a tener una nueva normativa, la Ley General de Cooperativas Nº 52/1974 (BOE núm. 305, de 21 de diciembre de 1974). Esta ley se caracterizó por una mayor rigurosidad en su regulación técnica, así como por la inclusión de los principios cooperativos y la potenciación del carácter societario y empresarial de las cooperativas. Como aspecto criticable, sobre todo teniendo en cuenta la estructura del movimiento cooperativo, se puede mencionar el hecho de que se seguía bajo la intervención permanente de la Organización Sindical (conf. Art. 52, Ley 52/1974), perpetuando el encuadramiento automático y obligatorio en “uniones” (art. 53.3. Ley 52/1974). Situación que, no obstante, se modifica con la sanción del Real Decreto Ley 31/1977, que procedió a extinguir la sindicación obligatoria y reformar las estructuras sindicales, forzando, de este modo, a la revisión de las competencias atribuidas a la Organización Sindical en el orden cooperativo que serían transferidas al Ministerio de Trabajo y, en su caso, a la Federación Nacional de Cooperativas, adecuando la organización y estructuración del movimiento cooperativista a los principios de autonomía y libertad asociativa (Dispos. Adic. 2ª, d) Ley 31/1977).

Llegamos en esta evolución normativa, a la aprobación de nuestra Carta Magna, la Constitución Española de 1978, cuyo Título VII “Economía y Hacienda” es desarrollado por los artículos 128 al 136, siendo el artículo 129.2 el que hace alusión al “fomento del cooperativismo”.

La Constitución Española en su artículo 129 dispone:

> *1. La ley establecerá las formas de participación de los interesados en la Seguridad Social y en la actividad de los organismos públicos cuya*

> *función afecte directamente a la calidad de la vida o al bienestar general. 2. Los poderes públicos promoverán eficazmente las diversas formas de participación en la empresa y fomentarán, mediante una legislación adecuada, las sociedades cooperativas. También establecerán los medios que faciliten el acceso de los trabajadores a la propiedad de los medios de producción.*

Por ello, considerando el marco jurídico y el contexto histórico en el que fue promulgada la Carta Magna, en atención a lo dispuesto en el precepto normativo que incluye la obligación de los poderes públicos de promover las sociedades cooperativas, *"se puede afirmar que en el momento histórico en que se redacta la Constitución se otorga a las sociedades cooperativas un rango de especial relevancia"*, tal como expresan los autores Bretos et al. (2018, p. 129). Esto es, se incluye la obligación de promover eficazmente un modelo de empresa *"junto con la participación en la empresa y el acceso de los trabajadores a la propiedad de los medios de producción como una cuestión de Estado al igual que cuestiones tan relevantes como los presupuestos, los tributos o la deuda pública"* (Bretos et al., 2018, p. 129).

El precepto constitucional en cuestión, establece intrínsecamente el reconocimiento y la relevancia del cooperativismo, sirviendo de pilar normativo a las Comunidades Autónomas que han legislado y adaptado sus políticas sobre el fomento del cooperativismo y de la economía social; así como también, de fuente inspiradora para el desarrollo de las políticas públicas dirigidas al apoyo de las mismas.

En cumplimiento con lo dispuesto en el mandato constitucional, en 1987 fue aprobada la Ley General de Cooperativas (Ley 3/1987, de 2 de abril), que derogó a la Ley 52/1974 de 19 de diciembre y su Reglamento; adaptánsose por tanto, al nuevo marco jurídico constitucional.

En el año 1999, se aprobó la vigente Ley de Cooperativas (Ley 27/1999[37], de 16 de julio), cuya Exposición de Motivos hace referencia a las entidades cooperativas, justificando la necesidad de ordenar a los poderes públicos mediante un instrumento legislativo que reforzara *"los principios básicos del espíritu del cooperativismo, fuera un útil instrumento jurídico para hacer frente a los grandes desafíos económicos y empresariales […]"*, considerando a las sociedades cooperativas, *"como verdaderas instituciones socioeconómicas, que han de hacer frente a las constantes transformaciones que, de forma progresiva, se producen en el mundo actual";* y al cooperativismo como doctrina y movimiento social y económico; y como una *"fórmula que facilita la integración económica y laboral de los españoles en el mercado"* (BOE, 1999, p. 27027); por otro lado, realiza una mención especial a los principios y valores cooperativos, disponiendo que:

> *"Los valores éticos que dan vida a los principios cooperativos formulados por la alianza cooperativa internacional, especialmente en los que encarnan la solidaridad, la democracia, igualdad y vocación social tienen cabida en la nueva Ley que los consagra como elementos indispensables para construir una empresa viable con la que los socios se identifican al apreciar en ella la realización de un proyecto que garantiza su empleo y vida profesional"* (BOE, 1999, p. 27027).

Desde entonces, las Comunidades Autónomas han ido asumiendo las competencias legislativas en esta materia y como resultado de ello, se ha ido configurando un marco normativo autónomo y específico para cada una de ellas, teniendo como referencia y como derecho supletorio, a la ley estatal. En lo que a la Comunidad Autónoma de Extremadura se refiere y en cuanto a la legislación autonómica en la materia que nos ocupa, debemos destacar la Ley 9/2018[38], de 30 de octubre, de sociedades cooperativas de Extremadura; cuya

[37] BOE nº.170, de 17 de julio de 1999, pp. 27027 - 27062.

[38] BOE nº. 289, de 30 de noviembre de 2018, pp. 1 - 113.

Exposición de Motivos, se centra en la *"mutualidad y en la participación de los socios en la gestión de los asuntos sociales, como elementos tipológicos de la sociedad cooperativa"*, considerando a la sociedad cooperativa como una *"sociedad de base mutualista"*, donde los socios y socias *"se unen de forma voluntaria para satisfacer sus necesidades mediante la realización de actividad cooperativizada"* (BOE, 2018, p. 4).

Por último, se realiza una interesante reflexión a partir del mandato constitucional:

> *"…el artículo 129 contiene una serie de mandatos dirigidos a los poderes públicos para que promuevan y fomenten la participación de agentes económicos en la gestión empresarial y en la propiedad de las empresas, y dentro de este artículo ubica a la sociedad cooperativa; por ello, es legítimo pensar que el constituyente concibe a las sociedades cooperativas como un instrumento de participación en la empresa, esto es, de participación de los socios en el desarrollo de las actividades que integran la actividad cooperativizada y el objeto social* (participación económica) *y participación de los socios en la gestión de los asuntos que les afecten"* (participación orgánica) (BOE, 2018, p. 4).

El cuerpo legal de la Ley de Cooperativas de la región de Extremadura, pone el acento en novedosos aspectos en relación con la derogada Ley 2/1998, de 26 de marzo; resaltando la participación de las mujeres, el fomento de la igualdad, el voto según el capital social, promoviendo el medio rural o la creación de cooperativas juveniles.Todo ello, con la finalidad de impulsar un modelo cooperativo, adaptado a las necesidades y realidad de la región extremeña; un modelo competitivo, eficiente, profesionalizado e integrador.

La trascendencia que se da a la igualdad de género y a la participación de la mujer en el sector cooperativo, queda patente a lo largo del articulado del texto

legal; pues tal y como comprobaremos más adelante, este sector está masculinizado.

Meritada Ley visibiliza el papel de la mujer en su Exposición de Motivos (epígrafe VI), poniendo de manifiesto que:

> *"Se incorpora como novedad en la Ley una modalidad de acción positiva encaminada a aumentar la presencia femenina en los consejos rectores. Así, se prevé que el consejo rector tendrá, al menos, un número de integrantes mujeres proporcional al número de socias que tenga la sociedad cooperativa"* (BOE, 2018, p. 8).

En su artículo 50, relativo a la composición del Consejo Rector, dispone en su apartado 7º que:

> *"La sociedad cooperativa asegurará la representatividad de todos sus socios y socias. Para ello, el consejo rector, en su composición, tenderá a la paridad y habrá, al menos, un número de integrantes mujeres proporcional al número de socias que tenga la sociedad cooperativa.*
>
> *El incumplimiento de esta obligación conllevará la prohibición a la sociedad cooperativa de obtener la condición de beneficiaria de las subvenciones cuyas bases reguladoras y convocatorias sean aprobadas por la Administración de la Comunidad Autónoma de Extremadura.*
>
> *Si no se alcanzase la paridad, en la memoria de cuentas anuales de la sociedad cooperativa se deberá justificar, debidamente, el motivo y el procedimiento a seguir para alcanzarla. Además, el incumplimiento de la proporcionalidad respecto al número de socias que tenga la cooperativa supondrá la comisión de una infracción leve de las tipificadas en el artículo 185.3 de esta Ley"* (BOE, 2018, pp. 37-38).

En cuanto a la representatividad y la participación del colectivo femenino en el Consejo Rector de las cooperativas, el artículo 51, en su apartado 1, establece:

> *"Se deberá garantizar que en las candidaturas para miembros del Consejo Rector se presenten mujeres, incentivando su propuesta como candidatas. En el caso de que no haya mujeres en las candidaturas se deberá justificar tal ausencia en la memoria de las cuentas anuales"* (BOE, 2018, p. 38).

Otro aspecto destacable es el comité de igualdad, regulado en el artículo 64 de la Ley, que dispone impulsar la participación e integración de las socias en todos los órganos sociales, proponer el establecimiento de medidas de conciliación de la vida laboral, familiar y personal, promover la formación en materia de igualdad para socias y socios de la cooperativa, incentivar la asistencia y participación de las mujeres en las asambleas, y promover los valores de igualdad, respeto mutuo y diversidad en el trabajo. Este comité de igualdad cooperativo, *"en su composición se tenderá a la paridad y tendrá, al menos, un número de integrantes mujeres proporcional al número de socios que tenga la sociedad cooperativa"* (BOE, 2018, p. 46).

Una peculiaridad de esta Ley es la del voto según el capital social; esta característica tiene que ver con el sistema de participación y votación en la empresa cooperativa, es decir, la manifestación tradicional del principio de "un socio, un voto", característica histórica de la legislación cooperativa mundial, como consagración de la gestión democrática de la empresa cooperativa, quedando modificada en el marco jurídico extremeño.

La evolución que ha tenido el cooperativismo en Extremadura, incorporándolo como una entidad más en la familia de entidades de economía social, por el proceso de modernidad y la adaptación a los procesos de cambio en este sector empresarial, hizo que este principio de gestión democrática y asamblearia se consagrara a dicha igualdad entre los socios frente a su participación en el capital social, tratando de ajustar el peso del voto a la actividad cooperativizada, y así se recoge en la Exposición de Motivos (epígrafe VI):

"Debe destacarse la preferencia de la Ley por el sistema de voto plural. La admisión del voto plural es una constante en el Derecho positivo, tanto histórico como vigente, tanto español como comunitario y comparado. Y es que el voto plural tiene fundamento en la mutualidad, es decir, en la actividad cooperativizada que realiza el socio para satisfacer sus necesidades. El socio de la sociedad cooperativa además de aportar capital desarrolla actividades económicas con la sociedad cooperativa, de tal manera que el patrimonio de aquel puede verse afectado por dos vías –el valor de su aportación al capital social y los resultados positivos o negativos de la actividad cooperativizada–, por lo que es lícito decir, sin quebranto de la ortodoxia cooperativa, que en las situaciones de mayor actividad cooperativizada debe reconocerse más poder de decisión, mayor nivel de voto, lo que debe traducirse en un sistema de voto plural proporcional a la actividad cooperativizada. Sin embargo, es difícil romper con la inercia histórica y acoger de pleno las exigencias derivadas de la mutualidad; por ello, la Ley regula un sistema de voto plural, pero permite que los estatutos prevean el voto unitario. En cambio, para las sociedades cooperativas de trabajo asociado donde la mutualidad se mide principalmente por la persona, más que por su actividad, el sistema legal es el inverso: el voto unitario, salvo que los estatutos prevean el plural" (BOE, 2018, p. 8).

Para promover el medio rural y para evitar la despoblación; siendo evidente que la región extremeña tiene la especificidad de ser una región de carácter rural, el texto jurídico se apoyó en el artículo 141.7, estableciendo que para el desarrollo de la actividad cooperativizada y del objeto social las sociedades cooperativas podrán realizar,entre otras, las siguientes actividades:

"Realizar actividades de consumo y servicios para sus socios y demás miembros de su entorno social y territorial, fomentando aquellas actividades encaminadas a la promoción y mejora de la población agraria y el medio rural, en particular, servicios y aprovechamientos forestales, servicios turísticos y artesanales relacionados con la actividad de la sociedad

cooperativa, asesoramiento técnico de las explotaciones de la producción, comercio y transformación agroalimentaria, y la conservación, recuperación y aprovechamiento del patrimonio y de los recursos naturales y energéticos del medio rural" (BOE, 2018, p. 79).

Por último, la legislación extremeña hace un guiño a las nuevas generaciones de emprendedores y emprendedoras del ámbito cooperativo, regulando e impulsando la creación de cooperativas juveniles para fomentar el relevo generacional en este sector, regulando en su Capítulo XVI, artículo 174, a las sociedades cooperativas juveniles, estableciendo que: *"Son sociedades cooperativas juveniles las que tienen por objeto proporcionar empleo y un marco apropiado para el desarrollo profesional a la juventud, mediante la prestación de su trabajo personal produciendo en común bienes y servicios para terceros*" (BOE, 2018, p. 95).

CAPÍTULO 6. PROPUESTA PARA UN MODELO DE MEDICIÓN DEL CAPITAL SOCIAL.

1. La medición del capital social: el modelo teórico.

El capital social surge por la connotación social de la identidad de los individuos que lo forman, además porque se busca satisfacer necesidades, obtener beneficios y asirse de recursos de los que carece o que le es difícil obtener por sí mismo. Para esto, crea relaciones con otros individuos u organizaciones. El objetivo de estas relaciones, es, entonces, satisfacer sus demandas que pueden partir desde el deseo de pertenecer a un grupo o conocer a otras personas en diferentes ámbitos, hasta el logro de recursos, ya sea tangibles o intangibles, mientras que la posibilidad de obtener los mismos se incrementa al disponer de un mayor número de contactos.

Tal como hemos visto, la concepción acerca del capital social plantea que:

> *"las relaciones de confianza, reciprocidad, cooperación, normas y redes sociales entre los distintos actores en un grupo, o de este con otros grupos, contribuye a obtener ciertos beneficios, como la reducción de los costes de transacción, la producción de bienes públicos y la constitución de organizaciones saludables"*, y así lo recoge Díaz-Albertini (2003, p. 249).

El capital social se materializa en las relaciones que tienen lugar entre individuos u organizaciones, toda vez que dichas relaciones se ven determinadas por la unidad o acercamiento suscitada entre individuos u organizaciones, dada la confianza depositada en la relación. Frente a esta complejidad, se puede observar una dimensión cuantitativa y otra cualitativa, lo que hace que en muchos casos se considere un mecanismo difícilmente cuantificable.

No obstante, los avances en la materia y la experiencia documentada, establecen que para medir el capital social se crearon estrategias con miras a identificar variables o indicadores claves. Por ejemplo, Stone (2001) propone un modelo que identifique la estructura de relaciones sociales y la calidad de las relaciones sociales (redes y normas), que dimensionan el capital social en función de distinguir el tipo, el tamaño, el espacio, el vínculo relacional, la confianza y la reciprocidad; incorporando la gama de características que pueden influir en la naturaleza y el alcance de una red o grupo de redes determinadas. Esta autora cita, a su vez, un estudio realizado por Bowling (1997), quien partió del análisis de la red social, especificando medidas que pueden aplicarse a la medición del capital social relacionadas con las características e indicadores de una red social. De esta forma, para Bowling, de entre las características que describen una red, se deben contar, por ejemplo, el tamaño, la dispersión geográfica, la densidad, o el anclaje social. En cambio,

> *"los indicadores que permiten analizar dichas características incluirán, por ejemplo, el número de personas que mantienen contacto social, la medida en que los miembros de la red se encuentran relacionados con otras redes, los años de residencia o pertenencia a la red, etc."* (Bowling, 1997; citado por Stone, 2001, p. 7).

En nuestro caso específico, después de analizar diversas definiciones, se plantean tres conjuntos de conceptos empíricos: el *Tetraktys del Capital Social*, los principios y los valores cooperativos, formando así lo que se llamará la *triple hélice de la medición del capital social*, y lo representamos en el siguiente gráfico:

Gráfico 6: Triple Hélice del Capital Social.

Fuente: Elaboración propia.

Se puede afirmar que el cooperativismo ha sabido adecuarse, en el transcurso de los tiempos, agregando actividades, espacios geográficos, incluyendo nuevos socios, creando incluso nuevas empresas no cooperativas, las que no han dejado de lado ni los principios ni la misión por la que fueron fundadas. De este modo, los *Siete Principios de la ACI* siguen plenamente vigentes y arraigados en el cooperativismo actual y también, de modo particular en el sector agroalimentario.

Estos son los principios y valores que inspiran a los socios y a las socias cooperativistas, como vimos en epígrafes anteriores, y en los que se pueden encontrar claras referencias a elementos del capital social tales como: actitudes y valores compartidos, participación y solidaridad, tanto al interior como al exterior del grupo, cooperación y ayuda mutua, acción común, compromiso con la comunidad y responsabilidad social.

Todos estos valores, así como los principios comunes que ayudan a reforzar la unión y coincidencias entre las personas miembros de la organización, así como su estructura abierta, plural y democrática, colaboran a que sus integrantes construyan lazos con otras redes sociales que existen dentro de la comunidad así como fuera de ella (Borzaga y Sforzi, 2014)[39].

Los estudios empíricos del capital social difieren entre sí, según los términos y el procedimiento que han sido abordado los dos problemas planteados: mientras que algunos estudios han evaluado el capital social únicamente en términos de densidad de red, otros se han basado únicamente en una medida de confianza.

En el primer caso, surge de nuevo la pregunta si las cooperativas son generadoras de capital social. En este sentido, las cooperativas son organizaciones de carácter social donde la confianza y la cooperación son sus fundamentos básicos. El principal objetivo de las cooperativas es satisfacer las necesidades de su membresía, trabajadores, trabajadoras y otros partícipes (*stakeholders*) (Bauer et al., 2012). En segunda instancia, buscan satisfacer los intereses de la sociedad, abasteciéndola de los bienes y servicios que ellas producen o brindando soluciones a los inconvenientes sociales que afectan a la comunidad (Bauer et. al., 2012). También Valentinov (2004, p. 7), señala que *"las cooperativas pueden considerarse como organizaciones basadas en el capital social"*, y en el mismo sentido Hogeland (2006) expresa, que el capital social es entendido como una de las principales características de las cooperativas, en comparación con las empresas capitalistas, ya que las redes

[39] En general, la relación entre capital social y empresa es estrecha. En este sentido, autores como Leana y Van Buren (1999), han señalado que las empresas crean capital social a través de las relaciones entre sus miembros, siendo la empresa, el lugar clave para este cometido ya que, por un lado, sus integrantes subordinan los objetivos individuales a la consecución de unas metas y acciones colectivas, por otro, la generación de confianza mutua es fundamental para poder trabajar en equipo y alcanzar objetivos colectivos. Adler y Kwon (2002), por su parte, han expresado que el comportamiento de un actor colectivo como la empresa está influido tanto por sus vínculos externos con otras empresas e instituciones como por el tejido de sus vínculos internos.

sociales están sostenidas en normas de reciprocidad y de confianza, estableciéndose como las bases fundamentales de las mismas.

La propia Unión Europea en el año 2001, ha destacado el papel de las cooperativas como entidades creadoras de capital social:

> *"El establecimiento y funcionamiento de redes, la interacción social y las relaciones económicas crean capital social, y éste, al favorecer la confianza y las relaciones duraderas, constituye un factor fundamental para la competitividad y el desarrollo económico sostenible. Como asociaciones de personas y/o empresas y como organizaciones económicas de naturaleza equitativa y democrática, las cooperativas representan un instrumento muy adecuado para la creación del necesario capital social"*, como se recoge en la Comisión de las Comunidades Europeas (2001, p. 9).

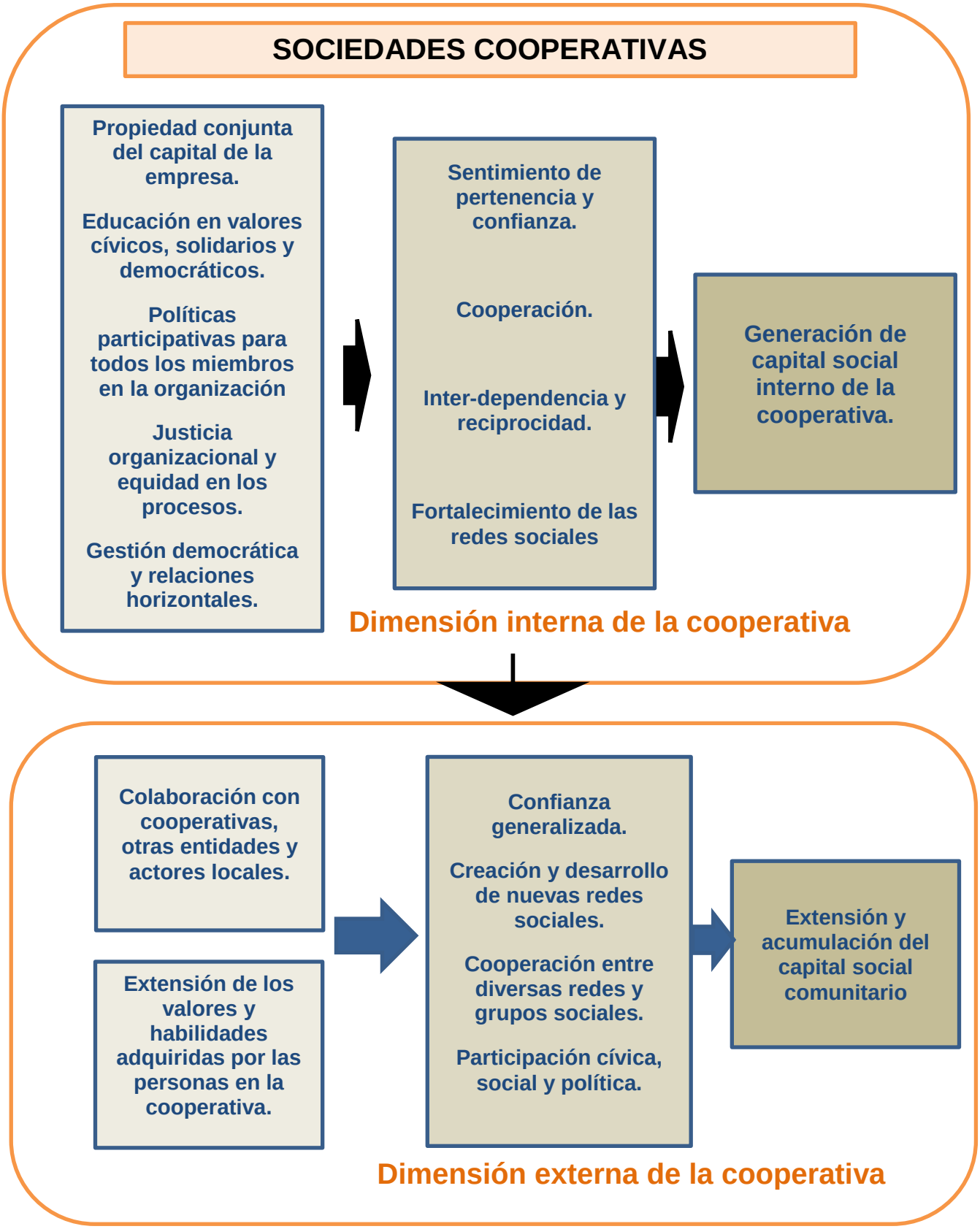
Los principios y valores comunes en la cooperativa que refuerzan la identidad y cohesión entre sus miembros, la naturaleza orientada hacia las personas, así como sus estructuras organizativas abiertas, plurales y democráticas, favorecen que sus integrantes construyan lazos y puentes con otras redes sociales, tanto en el interior de la comunidad como fuera de ella. De este modo, se puede afirmar, que las cooperativas tienen capacidad de generar capital social en tres dimensiones, a saber: "1) *capital social de unión*, que son las relaciones o redes que se dan en el interior de un grupo o comunidad, *bonding social capital* en su denominación en inglés, y que se utilizan para brindar servicios a sus propios socios en tanto que son organizaciones de propiedad conjunta y gestión democrática; 2) *capital social de aproximación* o *bridging social capital*, entendido como las relaciones o redes entre grupos o comunidades similares, las cuales se caracterizan por la intercooperación con otras organizaciones cooperativas.; 3) finalmente, generan *capital social de vinculación, linking social capital*, que son las relaciones o redes con otros

grupos o redes externas, basadas en la solidaridad, el compromiso con el entorno y atender las necesidades de la sociedad", como bien explica Mugarra (2005, p. 309).

El movimiento cooperativo reconoce, de este modo, *que "las cooperativas se crean para dar servicios a sus socios y en este sentido refuerzan el capital social bonding, pero con un claro compromiso por la intercooperación con otras cooperativas, más cercano al bridging, y sin olvidar la solidaridad más allá del movimiento cooperativo, linking"* (Mugarra, 2005, pp. 310 y 311).

En figura 2, se sintetizan las dinámicas de generación interna de capital social en las cooperativas, como así también las capacidades propias de estas organizaciones para extender y acumular capital social a nivel comunitario.

Figura 2: Dinámicas de generación de capital social.



Fuente: Elaboración propia, a partir de Bretos et al. (2018, p. 82).

De este modo, se comprueba que las cooperativas pueden generar capital social en las tres dimensiones mencionadas: capital social de unión, capital social de aproximación y capital social de vinculación.

Sin perjuicio de retomar posteriormente este tema con mayor profundidad, sobre todo en lo que respecta a las cooperativas y a la generación de capital social, cabe por último hacer una observación respecto de la medición del capital social, la que no responde a una metodología única, sino que existen diversas maneras de medirlo, ya sea de acuerdo con la orientación teórica en la que se base, los elementos subjetivos de lo que se entiende por capital social, la forma de enfocar la investigación (individual o grupal) y los propios intereses de la investigación.

1.1. La medición del capital social según Bourdieu, Coleman y Putnam.

Coleman, no plantea sus trabajos en la medición del capital social, sino más bien en su conceptualización. Sin embargo, este autor es uno de los que desarrollan los trabajos iniciales en esta temática, pudiéndose observar en él uno de los primeros experimentos para su medición. Coleman (2001) muestra que el capital social, además de la temática que nos ocupa, influye sobre el rendimiento escolar de los niños, las niñas y etapa adolescente. Para ello, emplea como variable dependiente el abandono de la escuela, y como variables independientes la representación del capital social en la familia, como puede ser: el número de hermanos, el hecho de que la madre haya trabajado cuando el menor era pequeño, la presencia de ambos padres en el hogar, las expectativas de la madre sobre la institución educativa y el número de traslados del alumnado antes del quinto curso. Según el citado autor, todas estas son variables relacionadas con el capital social familiar ya que afectan el nivel de relaciones entre el menor y los padres. La última variable es una medición del capital social fuera de la familia, ya que para el caso de un menor

con pocos traslados los padres podrán consolidar en mayor medida su red de relaciones con otros padres y de esta manera cooperar para mejorar la enseñanza de sus hijos.

De este modo, Coleman (2001) encuentra que en el caso de la ausencia de uno de los padres, se incrementa la probabilidad de desertar la escuela en un 6%; asimismo haya una diferencia de 6,4% en la probabilidad de abandonar la escuela entre hogares compuestos de cuatro hijos a un solo hijo. En relación con el capital social y fuera del núcleo familiar, la posibilidad de deserción se eleva a un 11,8% si la familia se ha mudado una vez, un 16,7% si la familia se ha mudado dos veces y 23,1% si la familia se ha mudado tres veces. En su medición, este autor destacará también que el rendimiento escolar es mayor en colegios en los que los padres mantienen relaciones sociales asentadas en puntos de coincidencia, siendo uno de estos puntos la religión. Así, Coleman encuentra que el alumnado perteneciente a escuelas religiosas tienen una menor probabilidad de abandonar la escuela que los pertenecientes a escuelas laicas.

Bourdieu, fija ciertas sugerencias de manera implícita sobre la metodología necesaria y ejemplos sobre *"cómo medir y estudiar la realidad, pero estas son escasas y están dispersas"* en varias de sus publicaciones (Ramírez, 2005, p. 74). Su estudio del capital social está asociado metodológicamente a la perspectiva de las redes. No obstante, el problema en Bourdieu reside en la imposibilidad de separar su perspectiva teórica de las elecciones metodológicas que lleva a cabo. Ambas están unidas; por ende, *"estudiar el capital social desde la perspectiva de este autor supone, inevitablemente, realizar una investigación regida por todo el aparato teórico y metodológico que desarrolló"*, como expresa Ramírez (2005, p. 74).

Putnam, por el contrario, siempre asoció la medición del capital social con conceptos empíricos. Desde 1993, recurre a indicadores para determinar lo que se entendería por una sociedad rica en capital social. En ese año, publica su obra pionera en medición, en este caso, de intensidad de la comunidad cívica, que es también rica en capital social, utilizando principalmente cuatro indicadores, esto es: el número de lectores de periódicos; el número de asociaciones deportivas y culturales; el grado con el que los votantes expresan una preferencia por candidatos individuales o por una lista de partidos políticos; y por último, el nivel de voto en cada referéndum nacional.

De manera complementaria, apeló a otro tipo de indicadores provenientes de sondeos de opinión, como por ejemplo, *"la posición de líderes políticos sobre el nivel de civismo en su región y sobre la igualdad política; la membresía ciudadana en uniones laborales; el grado de religiosidad de la población; la opinión hacia los partidos políticos y actitudes cívicas en general"* (Putnam, 1993, pp. 100 y 115). La aplicación de estos indicadores adicionales en cada región de Italia, le permitió discriminar entre comunidades más o menos cívicas, lo que en definitiva, le posibilitó evaluar la desigual distribución regional del capital social en ese país.

Dirigiendo nuestra mirada a la obra *Bowling Alone* (Putnam, 1995), se puede observar que los indicadores utilizados por Putnam están conectados con determinadas dimensiones de la vida nacional y comunitaria de ese país, como por ejemplo, la participación política; la participación cívica; vínculos sociales informales; altruismo, voluntariado y filantropía; y, por último, reciprocidad, honradez y confianza. Estas dimensiones fueron analizadas a través de indicadores que se basaron en datos provenientes de registros públicos, como las votaciones o las encuestas nacionales.

A Putnam le interesa dar cuenta del lento declive del capital social en Estados Unidos. Desde un punto de vista metodológico, se puede destacar la variedad de fenómenos sociales que observa a fin de dar fundamento a sus conclusiones sobre cada dimensión. También, aparecen implícitos los tres elementos que se articulan en el capital social, que son las redes, las normas y la confianza. Finalmente, predominan indicadores cuantitativos que remiten a bases de datos bastante precisas. Además, Putnam mide aspectos estructurales y cognitivos del capital social de individuos participantes en redes sociales que se manifiestan en tres niveles: redes primarias, redes comunitarias y redes nacionales. A continuación reproducimos una tabla que sintetiza las dimensiones e indicadores que Putnam utilizó en la citada obra para medir el capital social.

A través de la siguiente tabla (Tabla 9), se puede apreciar que Putnam, al medir el capital social, parte de aspectos estructurales y cognitivos que tienen distintas manifestaciones de la propia realidad social.

Por lo tanto, como hemos podido observar, a la hora de plantear un modelo de medición del capital social, al ser éste un elemento de carácter transversal, y así ha sido expuesto desde un punto de vista teórico por tres de los autores que mayor vagaje científitifico e investigador poseen en esta temática, nos lleva a un planteamiento de la medición del capital social desde dos perspectivas, apoyadas una, en un modelo teórico y otra, en un modelo empírico, tal y como veremos a continuación.

Tabla 9. Dimensiones e indicadores de Putnam para medir el capital social.

DIMENSIONES	INDICADORES
Participación política	**Votación en elecciones presidenciales.** **Nivel de interés por acontecimientos actuales.** **Número de lectores de periódicos.** **Índice de identificación con partidos políticos y trabajo voluntario.** **Diversas formas de expresión pública.**
Participación cívica	**Número de asociaciones nacionales no lucrativas.** **Índice de afiliación a estas asociaciones.** **Participación activa de ciudadanos en organizaciones cívicas.** **Pago de cuotas a organizaciones como porcentaje del gasto individual en actividades de ocio.** **Afiliación y asistencia a la iglesia.** **Afiliación a sindicatos y asociaciones profesionales.**
Vínculos sociales informales	**Frecuencia de visitas a cas de amigos.** **Frecuencia de asistencia a lugares de socialización.** **Frecuencia de juegos de cartas.** **Tiempo semanal dedicado a la socialización informal.** **Frecuencia de prácticas deportivas, en especial de grupo.**
Altruismo, voluntariado y filantropía	**Dinero entregado a causas altruistas.** **Frecuencia de donativos a organizaciones diversas.** **Participación en actividades de voluntariado.**
Reciprocidad, honradez y confianza	**Opinión individual sobre la honradez y moralidad de la gente.** **Opinión sobre la posibilidad de confiar en la mayoría de la gente.** **Índices de rechazo a las encuestas.** **Obediencia de conductores a las señales de STOP.** **Volumen de adquisición de pantallas de registro telefónico de llamadas.** **Índices de criminalidad.** **Comportamiento del empleo en cuerpos legales de seguridad.**

Fuente: Putnam (2002).

2. La medición del capital social: el modelo empírico.

Para realizar la medición del capital social, y conseguir los objetivos planteados en este trabajo, se decide que lo más conveniente, es obtener los datos e información mediante el uso de encuestas, por ello, se usa como orientación el enfoque del Banco Mundial (2003) en su "Cuestionario integrado de medición de capital social (SC-IQ)".

El propósito para medir el capital social mediante este cuestionario integrado (SC-IQ), parte de aspectos estadísticos y cognitivos, y como indican Banda y Peñaflor (2017), su finalidad es la de proporcionar, un modelo empírico y un conjunto básico de preguntas en la encuesta, para los interesados en la generación de datos cuantitativos sobre las dimensiones de capital social.

Para la medición del capital social en esta investigación, al igual que hemos señalado en la metodología de la investigación, nos apoyaremos en varios indicadores, y como es este caso, en algunas dimensiones que nos presenta el Banco Mundial en su encuesta, dentro del marco conceptual del capital social. Si lo adaptamos al aspecto cooperativo, y al ámbito de Extremadura, estas serían:

- **Grupos y redes**: Dimensión asociada con el capital social. Se considera el alcance de la participación del socio de la cooperativa en toda organización y redes sociales que componen una unión de cooperativas, y el rango de las contribuciones que se da y se recibe de ellos. Se toma en cuenta la diversidad de los miembros de la cooperativa.
- **Confianza y solidaridad**: El objetivo es medir la confianza hacia el resto de socios de la cooperativa.
- **Acción colectiva y cooperación**: En esta dimensión se explora, como los socios de la cooperativa han trabajado en proyectos conjuntos con otros miembros.
- **Cohesión social e inclusión**: Se busca medir la interacción social entre los

miembros de la cooperativa, e incluso con otras cooperativas de la región. Medir la interacción social entre los miembros, y el sentido de pertenencia a la cooperativa.

- **Empoderamiento y acción política:** Con respecto a lo que se busca en esta sección, es explorar el sentimiento de felicidad, de capacidad, de eficacia de los socios encuestados, para influir en eventos locales, y obtener también resultados políticos o administrativos.

El capital social constituiría un mayor desafío conceptual y, además de los esfuerzos por precisar el concepto, se necesitarán nuevas propuestas. Para dilucidar esta cuestión se necesitan ideas claras y datos adecuados, pues el referente estudio empírico es, al final, imprescindible (Manski, 2000).

2.1. Análisis de datos.

Como referencia para nuestro análisis, desde este punto de vista, como lo indica Hurtado y Toro (1997), se utilizaron las técnicas propias de la interpretación de los datos, se efectuaron, tomando como punto de referencia las tendencias porcentuales de las respuestas más significativas por la población encuestada. Los datos se presentaron en figuras y tablas, según las dimensiones del estudio, donde se indican las frecuencias absolutas, porcentuales y promedios, posteriormente se ilustraron en gráficos para visualizar con mayor precisión y claridad los resultados de la investigación y, proceder a inferencia.

Para el Banco Mundial (2003), el análisis de los datos sobre el capital social puede ser complicado, sacar información pertinente y transmitirla en términos simples a los responsables de las organizaciones cooperativitas, puede representar un desafío complejo: La primera cuestión que tenemos que tener en cuenta es cómo transmitir el significado operativo del capital social.

Un elemento común para la mayor parte de la literatura que analiza el capital social y sus efectos, desde el punto de vista empírico, es que algunas de las definiciones sobre capital social son vagas, más funcionales (un conjunto de normas o valores que facilitan la cooperación) que causales (un resultado que se produce cuando se generan expectativas de que las conductas cooperativas son racionales a consecuencia del comportamiento cooperativo de los demás miembros de la misma).

Como Durlauf (2002) ha señalado desde un punto de visto crítico, esa falta de desarrollo teórico determinante de la formación del capital social, es una debilidad de la mayoría de los trabajos que consideran el capital social desde una perspectiva macroeconómica, y en particular los que analizan su influencia en el desarrollo económico.

Cuando el conjunto de las interacciones consideradas por la economía se amplía, corresponde a la teoría seleccionar los modelos adecuados a cada problema considerado, atendiendo a la pertinencia (realismo) de las hipótesis; asimismo, corresponde al análisis empírico inferir en la naturaleza de las interacciones a partir de la observación de sus resultados (Manski, 2000).

3. Principales características del capital social.

La principal característica del capital social, consiste en la idea de que el entorno de las personas, conformado por la familia, grupos de amistad, compañeros y compañeras, socios, etc., forma un “activo”, al cual se puede acudir en momentos, tanto críticos como de disfrute, uso y, como un medio para lograr ganancias materiales. Del mismo modo, cuando las comunidades presentan diversidad de redes y distintas asociaciones sociales, pueden hacer frente de una mejor manera, a determinadas situaciones de vulnerabilidad y necesidad (Woolcock, 1998).

El concepto tiene como característica entender la importancia de las redes sociales que generan los individuos, al extremo que Coleman (1994), donde define al capital como un recurso de producción de beneficios que opera en función de los intercambios y las relaciones sociales del sujeto, y también como un principio conector y concentrador de recursos personales.

Al menos un cierto número de actores sociales que trabajan o articulan dentro de una red, perciben que las ventajas que han de surgir de esa cooperación, serán mayores y mejores a los que se podrían lograr con meros actos aislados.

No puede culminarse el estudio conceptual y de las características del capital social, sin definir qué entendía Marx (1933) al respecto. Para el economista y sociólogo alemán, el capital emerge en las relaciones sociales de explotación entre capitalistas y clase trabajadora. Bajo su esquema, la “clase explotadora” se beneficia del valor agregado que se generó por el trabajo llevado a cabo por la “clase explotada”; así, la clase alta, poseedora de los medios de producción, estaban en condiciones de acumular capital, pero los proletarios no.

Sin embargo, para Smith (1937) el capital incluye todas las habilidades prácticas y adquiridas por parte de los individuos; desde este punto de vista, el capital no sólo recae en la clase capitalistas sino también entre la clase trabajadora. Así, los trabajadores se transforman también en capitalistas no por ser dueños de los medios de producción, sino por contar con determinadas habilidades y conocimientos que también poseen valor económico.

Contrastando las teorías de Karl Marx, y de Adam Smith, lo que distingue al “capital físico” del “capital humano” es el valor que logran los trabajadores cuando obtienen habilidades, conocimientos y recursos que serán de utilidad en el proceso de producción. Por otro lado, ambas teorías tienen en común la

característica del capital que está formada por “recursos que se invierten para obtener beneficios”; pero difieren en sus consideraciones sobre quién puede o no, ser dueño de ese capital.

El capital humano es un conjunto de recursos que se invierte en los sujetos o “actores individuales” con la finalidad de alcanzar beneficios. No obstante, el capital social son un conjunto de recursos que se invierten en relaciones sociales con la finalidad de obtener ciertos beneficios o ventajas. La diferencia entre ambos recursos es que los primeros son exclusivos de los individuos (bienes como títulos académicos y bienes materiales). Por su parte, los recursos sociales están inmersos en las redes sociales, a las cuales sólo se accede a través de los vínculos sociales (Lin y Nugent, 1995).

Las características esenciales del capital social, son la información que corre por las redes sociales y las obligaciones de reciprocidad que se generan producto de la confianza mutua entre los individuos que pertenecen a la misma estructura de red. Los sujetos no pueden acceder a los beneficios del capital social si se mantienen aislados y no participan en dichas redes sociales.

En definitiva, el capital social es un recurso tanto individual como colectivo. Las personas logran acceder a los recursos gracias a las relaciones que conservan a nivel individual y son las mismas que contienen capital social. Desde el concepto de la integración social se profundiza en la relevancia de las relaciones sociales y en la cooperación social como base fundamental de la solidaridad en las sociedades modernas (Dasgupta, 2000).

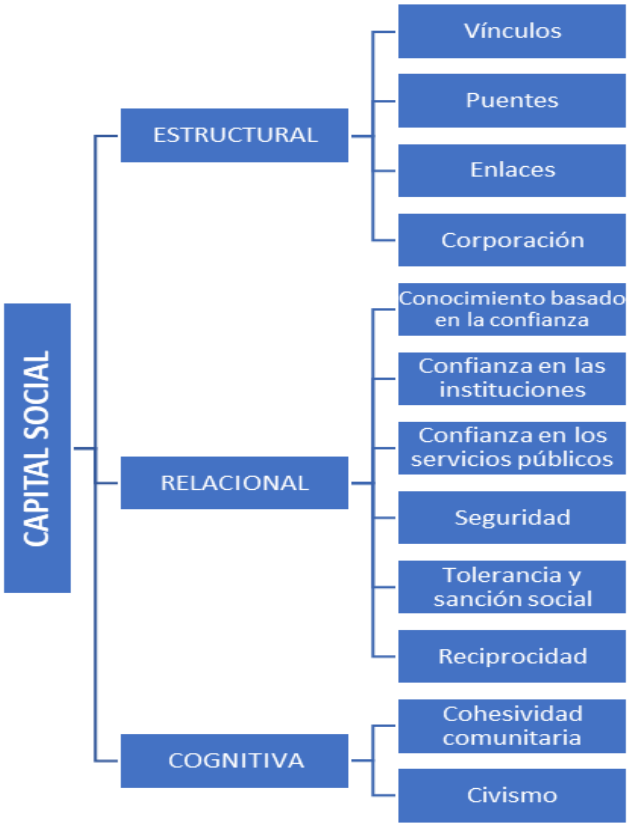
Pese a la existencia de una amplia gama de miradas sobre el tema que nos ocupa, Raezynski y Serrano (2005, p. 99) han destacado algunas importantes características que definen al capital social:

- El capital social contiene recursos o activos que permiten ampliar las oportunidades de las personas.
- Entre los beneficios atribuidos al capital social, los hay de índole económica o material y de índole sociopolítica.
- El capital social constituye un bien público, en el sentido de que no es propiedad de nadie en particular y que nadie puede llevárselo o manipularlo a su entera voluntad.
- El capital social tiene en consideración aspectos subjetivos, valóricos y culturales, tales como las expectativas, creencias y valores con respecto al otro y a las posibilidades de actuar en común, y se asocia a los conceptos de confianza, reciprocidad y cooperación.
- El capital social se encuentra enmarcado por un conjunto de reglas formales o informales, que de ser internalizadas y repetidas se institucionalizan.
- El capital social es un intangible y resulta difícil de diagnosticar y medir.
- El capital social no es único ni homogéneo.

4. Dimensiones del capital social.

Con la finalidad de comprender las dimensiones del capital social entre el colectivo de trabajadores y trabajadoras del sector agrícola, debe existir un modelo coherente de cómo se forma. Partiendo del enfoque multidimensional de Putnam (1995), exponemos la figura 3, donde se define el capital social en tres dimensiones, tal como exponen Nahapiet y Ghoshal (1998): estructural, relacional y cognitiva.

Figura 3: Dimensiones del capital social.



Fuente: Vera et al. (2013)

4.1. La dimensión estructural del capital social.

Esta primera dimensión del capital social, se compone de las interacciones sociales; esta dimensión explica cómo todos los individuos pueden beneficiarse gracias a la interacción con sus contactos personales. Por ejemplo, utilizándolos para obtener trabajo, lograr cierta información o tener acceso a determinados recursos.

Tiene su origen en las características de la estructura social que facilitan la acción. En este sentido, se ha analizado el hecho de que la estructura social

puede ser beneficiosa para el logro de múltiples metas, como bien señalan Adler y Kwon (2002).

Como ya hemos explicitado, el capital social se crea a través de las relaciones que se establecen entre las personas que se unen a través de comunidades o redes. Las organizaciones y sus grupos de interés, establecen vínculos simples de relaciones. Estos vínculos dentro de una red pueden variar en su solidez o intensidad (considerando la frecuencia de contacto o la duración de la comunicación entre los miembros de la red), o bien en densidad (considerando el número de vínculos). Todos esos aspectos considerados conjuntamente constituyen la red; a su vez, los vínculos pueden tener diferentes implicaciones en función de la estructura de la red en la que estén arraigados.

Burt (1992), por su parte ha indicado que esta dimensión estructural del capital social representa el "modelo total de conexiones entre actores", es decir, a quienes tienes posibilidad de acceder y la forma de disponer de esos recursos. Este autor defiende también la idea que una red dispersa con pocos vínculos innecesarios facilita, generalmente, grandes beneficios de capital social. De este modo, la información circula de forma más efectiva "dentro" que "entre" grupos, existiendo una red de vínculos caracterizada por muchos "espacios estructurales" (o vínculos a grupos que de otra forma no estarían conectados) que posibilitan grandes beneficios por intermediación. Complementariamente a esta posición, Coleman (1988) afirma que la proximidad de nodos dentro de la estructura de la red facilita que surjan normas efectivas que mantienen la confianza de otras, fortaleciendo también el capital social. Es decir que, tantos las redes cerradas como las abiertas, pueden ser fuente de grandes beneficios.

En relación a las normas, una norma existe cuando representa un grado de consenso en el sistema social, convirtiéndose en una poderosa forma de capital social dado que ofrece a las personas la confianza para invertir en actividades colectivas a sabiendas de que los demás lo harán también (Coleman, 1990).

4.2. La dimensión relacional del capital social.

Esta dimensión se basa en el tipo de relaciones creadas por las personas a través de una serie continuada de interacciones, y se centra en la naturaleza de dichas conexiones entre los individuos, las cuales pueden estar caracterizadas por confianza, proximidad, afectividad, etc.

Los principales atributos de esta dimensión son la confianza y la confiabilidad u honradez, las normas y las sanciones sociales, y la reciprocidad (Coleman, 1990; Putnam, 1995; Jones y Woolcock, 2007).

La confianza es propia de la existencia de una relación, mientras que la confiabilidad es propia de una persona individual involucrada en la relación. Gracias a la confianza, se genera e incita al esfuerzo común, mientras que la falta de confianza repercute negativamente en el desarrollo. En general, las definiciones de confianza son coincidentes en sostener que la misma está basada en un conjunto de creencias sobre la otra parte, es decir, sobre lo digno de confianza que es una parte (*trustee*) percibidas por el individuo que confía. Por lo tanto, se deposita la confianza en otro (*trustor*), mientras que dichas creencias son consideradas como antecedentes o dimensiones de la confianza (Granovetter, 1985; Mayer et al., 1995). Gambetta (1988), por su parte, describe la confianza como la probabilidad de que un agente económico tome decisiones o lleve a cabo acciones que sean beneficiosas o bien, no dañen a la otra parte.

También se ha hecho mención de las características a partir de las cuales una parte (el *trustor*) decide confiar en otra que es digna de confianza (*trustee*), las que se resumen en tres, a saber: 1) las expectativas sobre la habilidad del otro; 2) las expectativas sobre la integridad del otro; y, 3) las expectativas sobre la benevolencia del otro. Éstas, aunque están relacionadas, pueden ser separables y cada una puede variar con independencia de las otras (Mayer et. al., 1995).

Según Sabatini (2009), existen distintos niveles de confianza: aquella basada en el conocimiento, que es la que se tiene en la gente conocida; la confianza social, que se tiene a individuos desconocidos, y la confianza en servicios públicos, fruto de la utilización de los mismos.

Según Lesser (2000), la dimensión relacional analiza que el capital social no se limita únicamente a la presencia de contactos dentro de una determinada red. En esta dimensión, se consideran, entonces, las interacciones positivas que han tenido lugar entre individuos u organizaciones, con el paso del tiempo, y que determinan la formación del capital social. Es decir, tal como postulan Nahapiet y Ghoshal (1998), estaríamos hablando de que tiene su origen en las relaciones que los agentes desarrollan y han desarrollado a través de una historia común de interacciones.

Es decir que esta dimensión relacional, se caracteriza por relaciones que no necesariamente deben ser de largo plazo, que se forman gracias a las interacciones donde se espera la cooperación del otro.

Para sintetizar, y tomando a Coleman (1988), se puede afirmar que la validez de esta dimensión estará determinada por el tipo de estructuras sociales que facilitan la generación de obligaciones y expectativas mutuas, la generación de normas y convenciones sociales, y por la creación de esquemas compartidos

de interpretación que facilitarán la integración de las acciones interdependientes de los miembros de la red.

4.3. La dimensión cognitiva del capital social.

La dimensión cognitiva del capital social, incluye características tales como un código común o un paradigma compartido que *"facilita una comprensión común de los objetivos colectivos y las formas adecuadas de actuar en un sistema social, incluso en la ausencia de vínculos y relaciones específicas entre los miembros individuales del grupo, predisponen a las personas a cooperar"* (Ostrom, 1999, p.176).

Está, además, referida a la creación de representaciones, interpretaciones y sistemas compartidos de significado común para todas las partes de una red. Los factores cognitivos son importantes en la generación de nuevos conocimientos a partir de la interacción con otros agentes. Nahapiet y Ghoshal (1998), sostienen que entre los recursos de esta dimensión se pueden destacar los códigos, leyes, reglas y lenguajes comunes, como así también, los relatos e historias compartidas y las visiones comunes de objetivos entre empresas.

El lenguaje y las historias comunes compartidas son útiles para incrementar el nivel de entendimiento entre los miembros de la organización, de forma de que resulte más fácil discutir los problemas, intercambiar ideas, información, compartir conocimiento y ofrecer una asistencia más efectiva al otro. Estos aspectos incrementan la capacidad de los individuos de anticipar y predecir los comportamientos de los demás, facilitando, de este modo, la coordinación de las actividades y la posibilidad de adaptarse a condiciones cambiantes (Nahapiet y Ghoshal, 1998).

Quiere decir, entonces, que esta dimensión cognitiva, se refiere a recursos que tienen un significado común y compartido que ayudan a entender los objetivos conjuntos, así como los modos de comportarse en un determinado sistema social.

Una característica clave de esta dimensión es “el nivel de cultura cívica (civismo)” entre los individuos de la comunidad. Es decir, que, en general, los miembros de la comunidad quieren formar parte de los asuntos y decisiones públicas y se sienten con confianza para opinar y participar de las decisiones públicas (Putnam, 2000).

Desde el punto de vista de las organizaciones, la dimensión cognitiva del capital social podría llegar a equipararse al concepto de cultura organizativa, la que es el reflejo de normas y referencias colectivas con capacidad para orientar y hacer converger la atención de las personas en una determinada dirección, permitiendo moldear actitudes y comportamientos, como bien explica Salas (2000). De este modo, las normas se convierten en expectativas compartidas respecto de lo que se considera o no una conducta apropiada.

Los autores Kandel y Lazear (1992), en su análisis acerca de las organizaciones autogestionadas en las que se trabaja en grupo, observan cómo la cultura, actuando como sistema de control que restringe la conducta de los individuos, lleva a que los miembros de la organización tomen conciencia, al momento de tomar decisiones individuales, de la “presión de las amistades” (o *peer pressure*). Esta presión puede adoptar dos formas. Por un lado, la de “vergüenza”, que surge a partir de la desviación de las normas de conducta consensuadas por el grupo, siendo esa conducta observada por los demás individuos. Por otro lado, la de “culpabilidad”, que surge a partir de la desviación de la norma y equivale al remordimiento que supone actuar en contra de la norma comúnmente aceptada, aun en el caso de que el

comportamiento no haya sido observado por los compañeros, lo que supone una autorregulación.

Salas (2000) sugiere que la sociabilidad constituye la base a partir de la cual emergen los sentimientos de vergüenza y culpabilidad introducidos por Kandel y Lazear (1992), y por lo tanto constituye un elemento de control a través de la presión social de los compañeros. La sociabilidad refleja relaciones emocionales, no instrumentalizadas entre las personas que se consideran entre ellos como amigos, constituyendo de este modo una interacción social con valor en sí misma. La sociabilidad, además, aporta beneficios significativos a la organización, en la medida en que permite que se desarrollen entornos de trabajo que ayuden a crear moral y espíritu de grupo; se estimula la creatividad y se fomenta un espíritu más abierto a las ideas y al intercambio de información. Los trabajadores y las trabajadoras, finalmente, tienden a esforzarse por encima de lo que se espera de ellos y de ellas, sobre todo cuando se trata de ayudar a los compañeros.

La solidaridad, al hablar de Goffe y Jones (1996), surge de forma interesada cuando las personas descubren que compartir objetivos, cuando existen mutuos intereses, resulta beneficioso para todos. Por lo que la solidaridad, según los citados autores, favorece la convergencia de objetivos y estrategias, aumentando la confianza y el compromiso de las personas con la organización.

Es decir, disponer de una red de relaciones con determinadas características permitirá que se genere capital social en la/s organización/es. Los esquemas de interpretación comunes, las normas y las convenciones sociales arraigadas a esas redes, proporcionaran la coordinación requerida para la integración de los conocimientos.

5. El capital social y el desarrollo económico.

Independientemente del grado de formalización, o de la situación legal de estas organizaciones, principalmente, se trata de conjuntos de personas con al menos un objetivo común: actuar de manera conjunta ante las autoridades locales y plantear diferentes maneras de obtener créditos, recursos, materiales, formación, etc., buscando como finalidad lograr el bienestar de sus miembros.

La gestión del capital social se apoya fundamentalmente, en la credibilidad. Es por ello, que para avanzar sobre el desarrollo económico, se requiera de un enfoque distinto y de una mentalidad abierta, con procesos basados en gran parte en el sentido común.

Los efectos del capital social sobre el desarrollo económico, pueden ser directos, como el aumento de la inversión, reducción de las desigualdades sociales, e indirectos como la mejora del capital humano, la confianza, el cumplimiento de las normas cívicas y la pertenencia a asociaciones.

Hay numerosos trabajos y autores que demuestran la evidencia de que esta relación existe, como Woolcock (1998), Tyler y Huo (2002) o Putnam y Feldstein (2003), entre otros. Quedaría entonces resolver cuál es la forma en que se relacionan y cuáles son los factores que provocan que ciertos niveles de capital social incidan directamente con el desarrollo económico. En este marco, vuelve a surgir el concepto de la confianza y las relaciones sociales como el argumento principal.

Los aspectos como los recursos naturales, financieros y técnicos son necesarios pero no suficientes para comprender el desarrollo económico.

Según el Banco Mundial (2000), las otras formas de capital determinan sólo parcialmente el proceso de crecimiento económico, porque no consideran la manera en que los actores económicos interactúan y se organizan para generar crecimiento y desarrollo. Bajo este concepto, el amalgama sería el capital social (Grootaert, 1998).

También existen estudios que analizan el impacto del capital social en los rendimientos macroeconómicos y emplean, para calcular empíricamente esta relación, no los indicadores de las redes sociales, sino indicadores de la confianza y el grado de asociacionismo.

Knack y Keefer (1997) correlacionan el crecimiento económico con dos indicadores del capital social: a) la confianza, medida como porcentaje de personas que considera que se puede confiar en la gente y b) las reglas de cooperación cívica. Las conclusiones principales de su trabajo son:

> *"Presenta una importante correlación entre las dos medidas consideradas de capital social (confianza y cooperación cívica) y el desarrollo económico. En contraposición a los resultados de Putnam (1993), el asociacionismo no está correlacionado con el rendimiento económico. La confianza y la cooperación cívica son mayores en aquellos países donde las instituciones protegen los derechos de propiedad, existe respeto hacia los contratos, y menor polarización entre los ciudadanos según su clase social"* (Knack y Keefer, 1997, p. 1251).

Siguiendo con el estudio de Knack y Keefer (1997), también muestra cómo los efectos de la confianza, como variable de medición del capital social, aumentan en los países con menos renta.

Por lo tanto, el capital social tiene un rol de mayor importancia en lugares donde los niveles de renta son más bajo y su sistema institucional es más débil, lo que hace pensar que se refiere a los países subdesarrollados. El capital social, puede ser el factor que explique la heterogeneidad que existe en el crecimiento de países que cuentan con similares estructuras de capital.

La confianza se convierte en el "componente crítico" del desarrollo del capital social. En este sentido Fukuyama (2000) enfatiza con lo importante que es la confianza al entender que viabiliza el eficaz funcionamiento de cualquier grupo u organización; *"si los miembros de un grupo llegan a convencerse de que todos se pueden comportar de forma confiable y sincera, desarrollarían confianza recíproca"* (Fukuyama, 2000, p. 16).

La confianza, desde el punto de vista sociológico la define Fukuyama (1996, p. 227) como *"la expectativa de comportamiento normal, honesto y de cooperación, que surge dentro de una comunidad, basada en normas comunes compartidas por todos los miembros de dicha comunidad"*, y desde el punto de vista psicológico, es la conducta individual cuyas consecuencias son tenidas en cuenta y consideradas por el conjunto de individuos que conforman el grupo social, gracias a las cuales, pueden ser percibidas como personas confiables o no.

Por su parte Rojas (2002), introduce el concepto de capital social en el contexto de la búsqueda de un desarrollo integral, realizando un importante esfuerzo en el análisis de los factores que refuerzan el mismo. Se refiere al capital social como a los recursos disponibles (confianza, normas de reciprocidad, ayuda mutua y movilización comunitaria) en las estructuras sociales que pueden ser utilizados por los individuos para lograr acciones colectiva. Así, el capital social puede fomentar el desarrollo económico,

contribuir al buen funcionamiento de las democracias, a la prevención del crimen y al desarrollo del ámbito de la salud.

Para Herreros (2002), el capital social es una forma de capital equiparable al capital humano y al capital físico en el que se puede invertir y se puede emplear para conseguir determinados fines. Se trata también de determinados valores de los individuos que tienen consecuencias beneficiosas para el resto de la sociedad. El capital social, al igual que el humano, es un capital intangible y por tanto, difícil de identificar como recurso. La confianza es un elemento eminentemente abstracto y consecuentemente su tratamiento teórico resulta especialmente complejo. La mayoría de las expectativas personales acerca de en quiénes confiamos, están conectadas con las relaciones sociales a las que uno tiene acceso.

El capital social ha sido considerado también, como un conjunto de activos que obtienen las personas por participar de manera espontánea y colaborativa en organizaciones y colectivos en los que comparten propósitos comunes y, se encuentran regulados por normas implícitas o explicitas de cooperación (Serrano, 2002). El capital social se genera, de este modo, en relaciones de proximidad y horizontalidad, y los activos que conforman este concepto derivan de relaciones sociales de confianza, cooperación y reciprocidad.

A continuación, reproducimos parte de la tabla realizada por la autora Serrano (2002), referente a los beneficios o activos propios del capital social en materia económica.

Tabla 10: Beneficios – Activos del capital social.

TIPO DE ACTIVOS O BENEFICIOS	INDIVIDUALES	COMUNITARIOS	SOCIETALES
BIENESTAR ***BENEFICIOS ECONÓMICOS Y MATERIALES***	• *Acceso a la información útil para encontrar o mejorar la condición laboral.* • *Acceso a activos económicos (vivienda, equipamiento, ámbito).* • *Prestamos informales de dinero o sistemas informales de crédito* • *Acceso a iniciativas productivas colectivas (microempresas, cooperativas)* • *Intercambio de bienes y enseres.*	• *Incremento del desarrollo económico y social de la comunidad, consecuencia de nuevos emprendimientos colectivos.* • *Desarrollo de proyectos comunitarios.* • *Mayor sustentabilidad de los proyectos.* • *La comunidad atrae más recursos económicos y materiales.*	• *Se incrementan los intercambios y emprendimientos.* • *Contribuye al desarrollo económico.* • *Contribuye a la generación de clusters productivos.*

Fuente: Serrano (2002)

Retomando los trabajos de Woolcock y Narayan (2002), estos autores destacan el hecho de tener altos niveles de solidaridad o de asociacionismo, no siempre trae consigo el desarrollo o la prosperidad económica. En este sentido, detallan el valor de pertenecer a una red social (como el aislamiento, delincuencia, falta de aprovechamiento de recursos, falta de libertad, entre otros) que en determinados contextos superan los beneficios del enfoque comunitario. Estos autores mantienen la afirmación de que el enfoque o la perspectiva de redes da importancia, tanto a las asociaciones verticales, como a las horizontales, además de a las relaciones intra e inter-organizacionales, entendiendo por organización a los grupos comunitarios así como a las empresas. Los lazos intracomunitarios dotan de identidad, cohesión y de objetivo común a los miembros que la constituyen, denominan este sentimiento de grupo (asociaciones verticales) como "*bonding social capital*" (o el capital que une). No obstante, argumentan Woolcock y Narayan (2000), no es suficiente para lograr el desarrollo de las comunidades; serán también necesarias las relaciones extracomunitarias (asociaciones horizontales) por muy débiles que sean. Esta segunda dimensión es denominada por ellos como "*bridging social capital*" (o capital social que tiende puentes). Por lo tanto, el desarrollo económico se produce por un mecanismo que permite que los individuos se beneficien del capital social que subyace en su comunidad. Ser parte de ese grupo, posibilita las relaciones con otras instituciones o redes externas que permiten que ese individuo o grupo formen parte de esas redes externas estratégicas. Las economías que han logrado desarrollarse han sabido combinar satisfactoriamente capital *bonding* con capital *bridging*.

Por ultimo citamos a Cornejo (2003), quien afirma que la competitividad de las organizaciones dependen cada vez más de cómo se organizan en redes internas y externas. A su vez, la forma de organización de estas redes y la competitividad que generan, dependen de la confianza existente entre ellas, como así también, de la confianza en la red donde interactúan las organizaciones y la confianza interna en las mismas. Para Cornejo, la

confianza disminuye los costes de transacción y eleva el nivel de productividad y competitividad de una organización o red relacional.

Por consiguiente, relacionar el capital social con el desarrollo económico, debe hacerse teniendo en cuenta el vínculo existente entre la economía y la cultura, refiriéndonos al término cultura desde la perspectiva empresarial, esto es, “cultura del movimiento cooperativo” en la región de Extremadura. Destacando así, la trascendencia de los factores culturales como principio estructurador de la sociedad, y entre estos factores destaca la confianza como base de los procesos de la economía moderna.

El análisis y exposición de los múltiples factores relativos a los modelos de medición, sus dimensiones, indicadores, enfoques, y el vínculo que mantienen con el desarrollo económico, sirven como planteamiento para proponer un modelo propio de medición del capital social. A continuación, analizaremos el estudio de medición de este factor social.

CAPÍTULO 7: ESTUDIO DE MEDICIÓN DEL CAPITAL SOCIAL EN LAS COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS DE EXTREMADURA.

Para establecer un estudio sobre la medición del capital social en las cooperativas agroalimentarias de Extremadura, nos apoyaremos en tres modelos de evaluación, análisis y encuestación, para ello tomaremos como referencia distintos trabajos de varios autores. Entre ellos, los trabajos de Feng et al. (2016), donde utilizaron cuatro constructos: participación, confianza, satisfacción y lealtad, los trabajos de Bauwens et al. (2017), donde estudió distintos indicadores: confianza, pertenencia (identificación social), vínculos (membresía y afectividad), relaciones (redes) y justicia distributiva, y los trabajos de Xu et al. (2018) donde midieron, por medio de tres variables, el intercambio de información, la confianza, y las metas - objetivos comunes, del capital social de la empresa cooperativa.

Uno de los elementos que destacamos antes de la primera fase del cuestionario es el “tamaño de la cooperativa”, es decir, el número de socios que forman parte de ella; para continuar con el constructo de la participación. Las características de las cooperativas, como la ubicación, la edad, el tamaño, la facturación, los factores de gobernabilidad y los factores de gestión, también se asocian con el éxito y el rendimiento de la cooperativa (Sexton e Iskow, 1988; Banaszak, 2008; Dejene y Regasa, 2015; Liang et al., 2015).

Continuaremos el cuestionario, tomando como referencia los trabajos de los autores anteriormente mencionados. Por ejemplo, en una encuesta empírica entre los miembros de una gran cooperativa tradicional sueca, Nilsson et al. (2009) muestran que cuando los miembros consideran que la cooperativa es demasiado grande y demasiado compleja para ser controlada por la membresía, la satisfacción de los miembros y los niveles de participación disminuyen, lo que a su vez se asocia con una poca confianza en la junta y la administración de la cooperativa.

Según Nahapiet y Ghoshal (1998), el capital social facilita la creación y el intercambio de capital intelectual en las empresas y que la ausencia de capital social tiene efectos negativos.

Para llevar a cabo este modelo de evaluación, nos apoyaremos en diez indicadores (Tabla 11, como son: Participación, confianza, satisfacción, lealtad, identificación social, objetivos y metas, e información compartida, innovación, internacionalización y éxito competitivo, que forman el *Tetraktys del Capital Social* (ver la Figura 4).

Cada uno de estos conceptos fueron aplicados en una o más preguntas en el cuestionario, con un total de cincuenta y ocho preguntas (Tabla 12 ó 13), y siendo las respuestas en escala Likert (siete niveles).

El objetivo de este estudio es explorar las diferencias en el capital social en la membresía de cooperativas que ofrecen los mismos tipos de servicios a sus miembros, pero que difieren en términos de tamaño y complejidad.

Tabla 11: Variables e indicadores del capital social utilizado.

Constructo	***Autores***
Participación.	Feng et al. (2016).
Confianza.	Feng et al. (2016). Bauwens et al. (2017). Xu et al. (2018).
Satisfacción.	Feng et al. (2016).
Lealtad.	Feng et al. (2016).
Identificación Social: (*Pertenencia, membresía, afectividad, redes, justicia distributiva).*	Bauwens et al. (2017).
Objetivos y metas.	Xu et al. (2018).
Información compartida.	Xu et al. (2018).
Innovación.	Castilla-Polo et al. (2015) (2017). Dziallas y Blind (2019).
Internacionalización.	Welch y Loustarinen (1993); Forsman (2002); Zhou et al. (2007); Blesa et al. (2008); Marshall et al. (2020).
Éxito Competitivo.	Gallardo y Sánchez (2014).

`

Fuente: Elaboración Propia

Figura 4: Tetraktys del Capital Social.

Fuente: Elaboración Propia

1. Participación.

Feng et al. (2016, p. 115) afirman que *"hay argumentos teóricos con respecto a si las cooperativas más grandes o más pequeñas tienen más capital social dentro de sus membresías"*. Como las cooperativas están arraigadas en movimientos populares, caracterizados por el idealismo social y la participación activa, las cooperativas pequeñas tienen mejores perspectivas para la participación de los miembros, quienes se sienten próximos entre sí y con las operaciones comerciales. Las grandes cooperativas pueden, por otro lado, ser más eficientes, obteniendo así un mayor aprecio por parte de sus miembros.

La condición de socio, y por tanto, de miembro de la cooperativa, deja claro el derecho de propiedad, pero no lo hace el grado de participación, (Cook, 1995, p. 1156) afirma que las cooperativas se están volviendo cada vez "más complejas en su estructura organizativa". En estas circunstancias, estos problemas conducen a una escasa participación de la membresía, es decir, el capital social sufre dentro de los miembros de la cooperativa.

Los problemas cooperativos están bien documentados en la literatura. Ya en 1911, el sociólogo alemán Michels (2001 [1911]) acuñó el concepto "*the Iron Law of Oligarchy*" -la Ley de Hierro de la Oligarquía-, lo que significa, que es imposible retener la influencia de la membresía y la participación de los miembros en una organización que trabaja para mejorar los intereses de la cooperativa, y de su capital social.

El primer constructo es sobre la participación, Feng et al. (2016, p. 117) plantean en un estudio, sobre si *"la membresía de una pequeña cooperativa está involucrada en el gobierno de la cooperativa, es decir se mide el grado de participación de los socios con la cooperativa"*.

Dicho constructo fue representado por cuatro preguntas en el cuestionario. Para la primera pregunta (I1), sobre el concepto de "reunión" (encuentro, compromiso), se lleva a cabo un análisis de la relación entre la asistencia a las reuniones de la cooperativa, y el nivel de participación. Para la segunda pregunta (I2), sobre el concepto de "voz o palabra" de los miembros de la cooperativa, se pretende señalar la relación que puede haber entre el tamaño de la cooperativa, la palabra o voz de los socios con la participación en la toma de decisiones de la cooperativa. Para la tercera pregunta (I3), "información", pretende demostrar el grado de participación de los miembros, en términos de recopilación de información, y su asociación con el tamaño de la cooperativa y por consiguiente, con la membresía de la cooperativa. Y para la cuarta pregunta (I4), relacionaremos la participación con uno de los principios y valores del cooperativismo: la regla general en las cooperativas es la tradicional de “un socio, un voto”, Carrasco (2009, p. 252).

2. Confianza.

Según Bourdieu (1986, p. 243), cuando hablamos de capital social, se hace referencia al "compuesto de obligaciones sociales (*conexiones*), que en ciertas condiciones se pueden convertir en capital económico". Woolcock (1998, p. 153) define el capital social como "la información, la confianza y las normas de reciprocidad inherentes a las redes sociales de uno". Ambas definiciones son aplicables en el presente estudio.

Para Putnam et al. (1994, p. 216), la confianza, “es un componente central del capital social”, y viene a manifestar la necesidad de organizarse para determinados fines, de conformidad con interacciones de confianza, para dar viabilidad al capital social. Para concluir con: “la confianza facilita en efecto que se den relaciones e intercambios con un coste de transacción menor”.

Para añadir, y hacerla comprensible, resulta conveniente reproducir aquí una cita que Putnam (1994) construye para sintetizar los planteamientos de Coleman[40] (1990):

> *"Al igual que otras formas de capital, el capital social es productivo y hace posible el logro de ciertos fines que serían inalcanzables en su ausencia [...] Por ejemplo, un grupo cuyos miembros manifiestan confiabilidad, y confían ampliamente unos en otros, estará en capacidad de lograr mucho más en comparación con un grupo donde no existe la confiabilidad ni la confianza".*

El capital social es tan importante para los comportamientos interpersonales, las decisiones comerciales y las acciones gubernamentales como el capital financiero. Con poca confianza, mucha decisión es difícil. Los inversores apenas comprarían activos si no creen que sus proveedores realmente entregarían los bienes, si no pudieran reducir la inclinación de la fuerza laboral a hacer trampa, si no pudieran confiar en el sistema judicial del país, etc. La confianza reduce la transacción y los costes de la agencia en entornos interpersonales y organizativos. Esto disminuye los costes para los individuos y las organizaciones de asegurarse contra el comportamiento engañoso de sus socios, tanto en la vida social como en las relaciones comerciales (Nilsson et al., 2012). La confianza puede ser mayor en algunos grupos sociales pequeños y grandes específicos que en otros, por ejemplo, en familias, vecindarios, clubes, lugares de trabajo y comunidades religiosas.

Debe haber confianza en el sentido de que los miembros deben tener al menos cierta confianza entre sí, en los representantes elegidos y en la administración (Morrow et al., 2004; Nilsson et al., 2009). Una cooperativa con éxito presupone que los miembros se involucren en el gobierno de la cooperativa (Österberg y Nilsson, 2009), es decir, consideran que la cooperativa es importante para ellos.

[40] Coleman, 1990, pp. 302, 304, 307, citado por Putnam, 1994, p. 212, nota 21.

En particular, varios estudios se han centrado específicamente en la confianza de los miembros en su cooperativa y en su liderazgo. Además, la confianza es esencial en cada transacción (Arrow, 1972); dado que las personas que trabajan juntas siempre encontrarán formas de alcanzar sus objetivos que, en ausencia de capital social, no serían posibles (Ostrom, 1994). La innovación puede ser desalentada en un grupo de baja confianza, debido a que los gerentes enfocan el tiempo para prevenir el mal comportamiento y menos tiempo para la innovación; sin embargo, cuanto más confianza comparten los miembros o empleados, más beneficios económicos obtienen (Liang et al., 2015). Por lo tanto, la confianza puede crear posibilidades para cooperar, comunicarse y coordinarse dentro de la organización, y disminuir el coste operacional y producir beneficios económicos.

Este constructo, la confianza, trata de analizar el grado de confianza existente en la membresía de la cooperativa, y su nivel de relación con el liderazgo. De esta manera, se pretende evaluarlo con la ayuda de dos preguntas, una que expresa la percepción de los miembros sobre el trabajo de la junta directiva de la Asamblea General de socios, pregunta T1, y la otra que pregunta específicamente sobre la confianza en la “representatividad” del equipo directivo de la Asamblea de socios de la cooperativa, pregunta T2.

A pesar de la falta de una definición consensuada y establecida, la mayoría de los académicos acuerdan definir el concepto de capital social en un nivel genérico en términos de confianza, cooperación y comportamiento cívico (Coleman, 1990; Putnam, 1993; Fukuyama, 1995).

Bauwens et al. (2017), consideran tres formas diferentes de capital social: la identificación social con la cooperación, la confianza interpersonal generalizada y la estructura de la red. Los resultados muestran que el tipo y nivel de capital social difieren de hecho dependiendo de si la cooperativa está orientada hacia el beneficio mutuo o público.

Dado el carácter multidimensional del capital social (p. Ej., Paldam, 2000), nos centramos en tres componentes interrelacionados pero distintos del capital social, que se distinguen comúnmente en la literatura (Brunie, 2009): confianza interpersonal generalizada, identificación social con el grupo y red social estructural. Primero, la confianza interpersonal generalizada se refiere a los *"valores y actitudes que influyen en la forma en que las personas se relacionan entre sí y que las predisponen a cooperar, confiar, entenderse y simpatizar entre sí"* (Brunie 2009, p. 257). Es un concepto algo abstracto y generalizado, ya que no se limita a individuos conocidos y se traduce en una propensión general a confiar y cooperar con otros más allá de entornos y propósitos específicos. En este sentido, difiere de la confianza "densa" o la fuerte reciprocidad (Gintis, 2000) asociada con interacciones densas y repetidas dentro de un grupo bien definido.

En la literatura existente sobre capital social y cooperativas, el capital social ha sido visto como una condición para el desarrollo organizacional y un resultado potencial de comportamientos cooperativos dentro de las organizaciones de una manera que se refuerza mutuamente: *"la confianza lubrica la cooperación [...] y la cooperación en sí mismo genera confianza"* (Putnam, 1993, p. 171).

En cuanto al capital social como un resultado de comportamientos pro-sociales dentro de las organizaciones cooperativas, se ha argumentado que los contactos directos y frecuentes en las cooperativas fomentan el desarrollo del capital social y las normas de confianza (Birch y Whittam, 2008).

Por ejemplo, en un documento conceptual que se centra en el caso de las cooperativas, Hatak et al. (2016) sostienen que la orientación hacia el beneficio mutuo o público está asociada con diferentes tipos de capital social. Más precisamente, se dice que las cooperativas de beneficio mutuo dependen de una estructura de red cerrada asociada con fuertes vínculos entre los miembros y la confianza específica del grupo. A la inversa, se supone que las cooperativas de

beneficio público se construyen sobre una estructura de red abierta asociada con lazos débiles entre los miembros y la confianza generalizada.

Onyx y Bullen (2000) describen el capital social que se encuentra en las áreas rurales como el capital social "vinculante", por señalar los grados más altos de confianza y apoyo mutuos entre los residentes de comunidades más pequeñas que en las áreas urbanas.

Por lo tanto, en contraste con la contextualización de la confianza generalizada, la identificación social, es decir, la percepción de pertenencia a algún agregado humano, se asocia con la afiliación a la pertenencia a un grupo específico y bien definido, así como con el significado emocional y afectivo asociado a esa afiliación.

Bauwens et al. (2017), tomando como referencia el *World Value Survey* (WVS), miden, a través de sus encuestas, el nivel de confianza interpersonal generalizada, utilizando tres elementos seleccionados, donde podremos observar si la confianza medida por la WVS se correlaciona positiva o negativamente con la confianza medida experimentalmente, y que se verán reflejada en las preguntas T3, T4 y T5.

Generalmente, las organizaciones con un alto nivel de capital social muestran altos niveles de confianza generalizada; existen altos niveles de confianza entre pares incluso entre los individuos relacionados indirectamente entre ellos (Leana y Van Buren, 1999). Los miembros de las organizaciones con altos niveles de capital social confían en las normas de la organización y en los comportamientos de los miembros de la organización (Putnam, 1993).

La confianza generalizada entre los miembros de la organización es esencial cuando una parte de la organización necesita los recursos y/o la información de las que otros miembros de la organización disponen (Van Buren y Hood, 2006). Cuanto mayor es el nivel de confianza en una organización, más recursos se intercambian (Tsai y Ghoshal, 1998; Leana y Pil, 2006), existe mayor cooperación (Coleman, 1990), y el desempeño de los grupos de trabajo es mejor (Bolino et al*.,* 2002).

Misztal define la confianza como la creencia de que *"los resultados de la acción prevista de alguien serán apropiados desde nuestro punto de vista"* (1996, pp. 9 y 10). Ahora existe un importante cuerpo de investigación (Gambetta, 1988; Ring y Van de Ven, 1992, 1994; Putnam, 1993, 1995; Fukuyama, 1995; Tyler y Kramer, 1996) que demuestra dónde las relaciones son altas en confianza, la gente está más dispuesta a participar en el intercambio social en general, y en la interacción cooperativa en particular. Mishira (1996) sostiene que la confianza es multidimensional e indica la voluntad de ser vulnerable a la otra parte, una voluntad que surge de la confianza en cuatro aspectos: creencia en la buena intención y preocupación de los socios de intercambio (Ouchi, 1981; Pascale, 1990; Ring y Van de Ven, 1994), creencia en su competencia y capacidad (Sako, 1992; Szulanski, 1996), creencia en su confiabilidad (Ouchi, 1981; Giddens, 1990), y creencia en su apertura percibida (Ouchi, 1981).

Misztal observa que *"la confianza, al mantener nuestra mente abierta a toda evidencia, asegura la comunicación y el diálogo"* (1996, p. 10), sugiriendo que la confianza puede abrir el acceso a las personas para el intercambio de capital intelectual y aumentar la anticipación de valor a través de dichos intercambios. Se puede encontrar apoyo para este punto de vista en una investigación que demuestre que donde existen altos niveles de confianza, las personas están más dispuestas a asumir riesgos en dicho intercambio (Ring y Van de Ven, 1992; Nahapiet, 1996).

Xu et al. (2018) afirman en su estudio que la confianza en las cooperativas tiene un impacto positivo en el desempeño económico de los agricultores, son consistentes con la evidencia de muchos estudios anteriores. La confianza reduce los costes de coordinación y facilita la búsqueda de objetivos colectivos (Tsai y Ghoshal, 1998). Cuando los individuos confían entre sí, es más probable que cooperen y participen en acciones colectivas (Gulati, 1995; Nilsson et al., 2012). Además, la confianza ayuda a reducir los problemas de los agentes y conduce a un control eficiente (Søgaard, 1994). Plantearemos en nuestro cuestionario dos preguntas para medir el nivel de confianza de los miembros de la cooperativa, con las preguntas T6 y T7, ya que Xu et al. (2018) considera que lo interesante es que la confianza dentro de una cooperativa no ayuda a mejorar el desempeño económico o social de la cooperativa. Los gerentes de una cooperativa se ocupan de los intereses tanto de la organización como de los miembros, y estas dos corrientes de intereses no siempre son coherentes.

3. Satisfacción.

El capital social es altamente relevante en un contexto cooperativo. Si una sociedad cooperativa debe disfrutar de la satisfacción y la lealtad de los miembros, debe ser gobernada por los propios miembros, es decir, debe haber alguna forma de relaciones sociales entre los miembros (Hakelius, 1996; Borgen, 2001).

Staatz (1987) viene a concluir que las cooperativas integradas (horizontal y verticalmente) pueden disfrutar de más apoyo de los miembros. Si es así, los miembros pueden involucrarse más en el gobierno de la cooperativa, más leales en el comercio con la cooperativa, más dispuestos a invertir capital, etc. Tales comportamientos de los miembros deberían conducir a mejores resultados comerciales, mejores precios, mayor satisfacción entre otros.

Sobre la base de una encuesta realizada entre los miembros de una gran cooperativa, Nilsson et al. (2009) concluyen que la razón del grado de satisfacción, participación y/o confianza de los miembros de la cooperativa, tiene una estrecha relación con el tamaño de la misma.

Con todo ello, en este tercer constructo, analizaremos el nivel de satisfacción de los miembros de la cooperativa, desde una perspectiva comercial, pregunta S1, y organizacional, pregunta S2.

4. Lealtad.

Numerosos estudios empíricos hacen saber sobre la opinión de los miembros sobre sus cooperativas (Cain et al., 1989; Jensen, 1990; Misra et al., 1993; Gray y Kraenzle, 1998; Richards et al., 1998: Hansen et al., 2002; Barbaud-Didier et al., 2012). Las variables utilizadas en estos estudios comprenden una gran variedad de construcciones socio-psicológicas como actitudes, conocimientos, preferencias, solidaridad y lealtad, que están relacionadas con el capital social.

Con respecto a la lealtad, Feng et al. (2016) afirman que el desarrollo de las cooperativas hacia un gran tamaño podría haber conducido a una menor participación de los miembros, menos confianza entre los miembros, menos satisfacción y menos lealtad de los miembros. En la medida en que una cooperativa disfruta de la participación, la confianza, la satisfacción y la lealtad de sus miembros, tiene activos valiosos, que pueden expresarse en términos de capital social. Con ello, partiendo como referencia los estudios de este autor, sobre la medición del capital social de varias cooperativas suecas, de carácter agrícola, con la pregunta L1 pretendemos valorar el grado de lealtad de los miembros de la cooperativa, en función del tamaño de la misma.

5. Identificación Social.

En contraste con la abstracción de la confianza generalizada, la identificación social, es decir, la percepción de pertenencia a algún agregado humano, se asocia con la afiliación a la pertenencia a un grupo específico y bien definido, así como con el significado emocional y afectivo asociado a esa afiliación (Tajfel, 1978).

La literatura socio-psicológica sobre la acción colectiva ha demostrado que un fuerte sentido de identidad colectiva compartida fomenta comportamientos cooperativos hacia el grupo (Tyler y Blader, 2001). Este resultado está respaldado por una amplia evidencia de los entornos experimentales y del campo (Kramer y Brewer, 1984; Brewer y Kramer, 1986; Dawes et al., 1988; Brown-Kruse y Hummels, 1993; Goette et al., 2006). Por ejemplo, Stürmer y Kampmeier (2003), basándose en datos experimentales y de campo, destacan la importancia de la identificación del grupo como un factor determinante del voluntariado comunitario y la participación local.

La identificación social se midió mediante cinco ítems adaptados de estudios existentes (Tyler y Blader, 2001; Stümer y Kampmeier, 2003), es decir, grado de pertenencia, membresía y autoestima grupal, afectividad e implicación emocional, relaciones en red, y justicia distributiva. La identificación social implica un componente cognitivo (un sentido cognitivo de pertenencia a un grupo), un componente afectivo (un sentido de implicación emocional con el grupo) y un componente evaluativo (un valor positivo o negativo asociado a la membresía). En consecuencia, buscamos recopilar indicadores de estos diferentes aspectos por medio de las preguntas codificadas como SI.

Bauwens et al. (2017), llegan a la conclusión de que una participación frecuente en asambleas generales está significativamente asociada positivamente con la identificación social. Es probable que este resultado refleje una relación causal

bidireccional: una fuerte identificación con la cooperativa fomenta la participación activa en los procesos de toma de decisiones y, por el contrario, la asistencia frecuente a las reuniones generales puede reforzar el sentimiento de pertenencia a la organización.

5.1. Pertenencia.

La identificación social implica un *componente cognitivo* (un sentido cognitivo de pertenencia a un grupo). Se busca para ello, recopilar indicadores de estos aspectos, apoyándonos en las preguntas SI1, SI2 e SI3.

5.2. Membresía.

A su vez, la identificación social también tiene un *componente evaluativo* de autoestima grupal, pero también de valores positivos o negativos asociado a la membresía, concepto que hemos expuesto en varias ocasiones a lo largo de la investigación, que mediremos con la ayuda de la pregunta SI4.

5.3. Afectividad.

Las acciones de las personas siempre efectúan objetivamente cierto conjunto de relaciones con el mundo objetivo, con las personas circundantes, con la sociedad y consigo mismo (Leontiev, 1930). Es decir, el ser humano tiene la capacidad de sentir, pensar y actuar (Sancho y Martínez, 2011), por lo que se pueden diferenciar procesos afectivos, cognitivos y conductuales, considerados como una noción general que engloban todos los fenómenos emocionales (Ciompi, 2007) y tienen una relación directa con el conocimiento.

En este ámbito de fenómenos y procesos emocionales, se incluye la afectividad (Martínez, 2006). Como afirma Ciompi (2007, p. 428), un afecto puede definirse como *"un estado psicofísico global de calidad, duración y grado de consciencia variables"*.

Por lo tanto, para medir el *componente afectivo* (sentido de implicación emocional con el grupo), nos apoyaremos en la pregunta SI5.

5.4. Redes.

Finalmente, el tercer componente del capital social que hemos considerado en este bloque, consiste en la estructura de la red (Coleman, 1988). Sobre la base del trabajo de Granovetter (1973), se pueden distinguir dos tipos principales de estructuras de red en lo que respecta a la densidad de la red:

> *"Las redes sociales densas y unidas en las que los miembros tienen un gran número de vínculos o vínculos "fuertes" entre sí se conocen como una estructura de red cerrada mientras que las redes sociales son más diversas en las que los miembros tienen menos interconexiones o "débiles" Se dice que los lazos tienen una estructura de red abierta",* y así lo afirma Epstein (1969, pp.110 y 111).

El capital social ha sido medido de manera diferente por muchos estudiosos. Chloupková et al. (2003) afirman que el capital social consiste en ser miembro voluntario de una organización, confianza y participación comunitaria, mientras que la idea central de Putnam y Goss (2003, p. 13), en cuanto al capital social es sencilla y clara: "las redes sociales son vitales, son importantes y poseen valor, sobre todo para quienes se hallan en ellas". Por tanto, los individuos tienden a conformar vínculos de relaciones que benefician a sus propios intereses y a la comunidad a la que pertenecen. Por tanto, las redes sociales son vínculos que los ciudadanos crean y mantienen para dar respuesta a sus necesidades privadas y colectivas.

Haciendo referencia al concepto de capital social, Woolcock y Narayan (2000, p. 225) sostienen que "uno no es lo que sabe, sino a quién conoce o con quién se

relaciona" -"It's not what you know, it's who you know"-. De hecho, para ellos el capital social se refiere a las normas y redes que hacen posible que la gente actúe colectivamente. En este sentido, afirman que las comunidades con gran diversidad de redes sociales y asociaciones cívicas están en una situación más ventajosa a la hora de resolver problemas y aprovechar nuevas oportunidades. Lo que nos vienen a decir es que se centra más en las fuentes del capital social, que en las consecuencias que pueda acarrear, ya sean positivas o negativas.

En la teoría del capital social, las redes de relaciones constituyen un recurso valioso para la conducción de los asuntos sociales, brindando a sus miembros el "*capital de propiedad colectiva*", una credencial que les da derecho a beneficios sociales y económicos (Bourdieu, 1986, p. 249). Gran parte de este capital está integrado en redes de conocimiento y reconocimiento mutuos. Nahapiet y Ghoshal (1998) definen el capital social como la suma de los recursos reales y potenciales incorporados, disponibles a través y derivados de la red de relaciones que posee una unidad individual o social. Por lo tanto, el capital social comprende tanto la red como los activos que pueden movilizarse a través de esa red (Bourdieu, 1986; Burt, 1992).

Siguiendo a Lumpingan et al. (2018), manifiestan que el capital social se argumenta para desarrollar un argumento sobre cómo influirá significativamente en la orientación empresarial del comportamiento (innovación y proactividad) y una orientación actitudinal (asunción de riesgos).

Nahapiet y Ghoshal (1998) proponen tres dimensiones para el capital social: una dimensión estructural, una dimensión cognitiva y una dimensión relacional. Sin embargo, Tsai y Ghoshal (1998) diferencian estas tres dimensiones del capital social, el capital social estructural se refiere a una red social y comunicación que una empresa puede usar para obtener un recurso en particular y para simplificar la operación comercial, el capital social cognitivo se relaciona con metas y

objetivos comunes que promueven el entendimiento mutuo dentro de la organización, mientras que el capital social relacional es la confianza y la honestidad dentro de la organización y sus miembros.

Además, existe la correlación entre las dimensiones del capital social. Por ejemplo, en el capital social estructural a través de las redes sociales puede crear confianza y confiabilidad dentro de la organización que también se refiere a la relación entre el capital social Tsai y Ghoshal (1998). Según Chow y Chan (2008), estos dos tipos de capital social pueden considerarse como confianza interorganizacional e interpersonal dentro de una organización. Además, el capital social cognitivo también puede desarrollarse dentro de la organización a través de un entendimiento mutuo de los objetivos y la misión de la organización (Tsai y Ghoshal, 1998).

Kaasa (2009) postula que el capital social influye significativamente en las actividades empresariales y ayuda a lograr la ventaja competitiva de una empresa. Por lo tanto, el capital social juega un papel importante en las transacciones empresariales porque el empresario se debe al entorno social y la falta de redes sociales puede afectar las operaciones comerciales (Anderson y Miller, 2003). Esto significa que la base de la actividad empresarial y la oportunidad estratégica se establecen a través de una buena red.

Por lo tanto, la existencia de redes en la empresa reduce el tiempo y la inversión requeridos para obtener información (Kanter, 1988), promueve el aprendizaje de la organización (Fisher y While, 2000), aumenta el ritmo de innovación de productos (Zander y Kogut, 1995; Tsai y Ghoshal, 1998), promueve la interacción entre las diferentes unidades de la empresa y la búsqueda de intereses comunes (Ghoshal et al*.,* 1993), y aumenta la transferencia de información y recursos (Krackhardt y Hanson, 1993).

Este indicador tiene un componente transversal, si bien está incluido en el constructo de identificación social, juega un papel importante en la internacionalización e innovación cooperativa, y lo analizaremos más adelante.

5.5. Justicia distributiva.

En lo que respecta a los sentimientos individuales de justicia distributiva, tenemos que acceder a los juicios sobre justicia relacionados con la sociedad, considerados a nivel mundial mediante la adaptación de los elementos utilizados en psicología organizacional (Colquitt, 2001) y en una encuesta sobre representaciones de justicia social (Jacquemain, 1995).

Según los estudios de Bauwens et al. (2017), señalan que los sentimientos procesales de justicia tienen un efecto marginal significativamente positivo en la identificación social. Esto indica que los miembros que piensan que el mundo es justo desde una perspectiva de procedimiento, tienden a identificarse más con la cooperativa. Por el contrario, los sentimientos de justicia distributiva están relacionados negativamente con la identificación social. Esto nos indica que, en término medio, aquellos que piensan que el mundo es justo desde una perspectiva distributiva se identifican menos con la cooperativa.

Finalmente, para recopilar datos para los indicadores de variables socio-psicológicas, nos apoyaremos en los sentimientos de justicia distributiva, para acceder a los juicios sobre justicia relacionados con la sociedad, optando por el planteamiento de las preguntas SI6, SI7 e SI8.

6. Objetivos y metas.

La conciencia de los miembros por un objetivo común, influye positivamente en el desempeño económico de los miembros y la influencia social cooperativa, así se pone de manifiesto en los estudios de Xu et al. (2018). Las cooperativas

enfrentan el desafío de una concientización de objetivos comunes por parte de los miembros a medida que experimentan la transformación para orientarse más hacia el mercado y los miembros producen productos más diferenciados (Fulton, 1999). La heterogeneidad de los miembros causa diferentes funciones objetivas entre los miembros, lo que, en consecuencia, conduce a la ineficiencia. Aunque los miembros principales desempeñan un papel esencial en las cooperativas de agricultores chinos, dependen de miembros comunes para entregar productos con el fin de obtener economías de escala y mantener una provisión estable de productos (Liang et al., 2015b).

Como ponen de relevancia Xu et al. (2018), el capital social posee una característica de enlace, que se ilustra mediante el intercambio de información sobre tecnología y mercado, la confianza y el conocimiento de los miembros de los objetivos comunes, todo ello analizado en su trabajo de medición. Este capital social de enlace, se refiere al *Guanxi*[41] que poseen los presidentes de cooperativas y se mide por el número de vínculos de los presidentes con los proveedores de productos y suministros, compradores de productos y personal, y la cercanía con el gobierno. Debido a los objetivos duales de las cooperativas en términos tanto de dimensiones económicas como sociales, tanto a nivel organizativo como a nivel de agricultores, el autor observa los impactos del capital social en varios aspectos de la cooperativa, es decir, el aumento de los ingresos de los miembros, el beneficio neto de las cooperativas y la calificación de identidad, que representa el desempeño económico, cooperativo, económico y social de los miembros, respectivamente.

Los miembros que conocen los objetivos comunes de sus organizaciones realizan esfuerzos para alcanzar los objetivos y lograr mejores resultados económicos y sociales, y en este sentido, lo ponemos de manifiesto en las preguntas del cuestionario G1 y G2.

[41] Es un término chino que describe la dinámica básica de las redes de contactos e influencias personales, y que constituye un concepto central de la sociedad china.

7. Información compartida.

La unión de capital social son los lazos entre los miembros dentro de una cooperativa, se une a los miembros y hace que la acción colectiva funcione en la forma de un sentido de intercambio de información e conocimiento (Gargiulo y Benassi, 2000) y cohesión y valor compartido (Edelman et al., 2004).

Xu et al. (2018) afirman que los miembros de una cooperativa confían entre sí para adoptar tecnología avanzada y obtener acceso a la información del mercado, lo que contribuye a su aumento de ingresos. Este aspecto del capital social se refiere al papel que juegan las redes entre los miembros de una organización; esto es, con quién y con qué frecuencia los miembros de una organización comparten información y recursos (Coleman, 1990; Moran, 2005). El tipo de relaciones que se dan en una organización influye el acceso a la información y al conocimiento (Nahapiet y Ghoshal, 1998), así como acceso a la ayuda/asistencia de otros miembros de la organización (Walker et al., 1997).

Esta dimensión depende de las características de la organización que facilitan la adopción de metas colectivas y la subordinación de los intereses personales a los de la organización (Tsai y Ghoshal, 1998). Así, cuando los miembros de una organización comparten dichos elementos, la transferencia de ideas y conocimientos entre los miembros de una organización será más efectiva. Algunos investigadores han utilizado el término “asociabilidad” para referirse a esta dimensión (Leana y Pil, 2006).

Cuando los miembros de una organización comparten los objetivos colectivos de una organización y tienen la misma percepción de cómo deben interactuar entre ellos (dimensión cognitiva), tienen más oportunidades para intercambiar conocimiento y recursos (Tsai y Gshoshal, 1998). Una organización con un alto grado de asociabilidad mostrará mayores niveles de intercambio de información,

menos comportamientos oportunistas entre sus miembros, menos necesidad de monitorizar y menores costes de transacción (Leana y Pil, 2006).

Uno de los beneficios más básicos que genera el capital social es el aumento del flujo de información entre las personas que configuran la red. Transmitir y compartir información es el primer paso para generar conocimiento. A su vez, se sugiere que la generación de conocimiento es condición previa para crear entornos propicios para la innovación en las organizaciones.

Asistimos a la sociedad del conocimiento donde la generación y gestión del conocimiento se convierten en el factor clave del desarrollo de capital social. Basados en sus hallazgos, los autores sugieren que una cooperativa con una estrategia enfocada (y orientación comercial), probablemente tenga una membresía homogénea pequeña, de modo que los miembros puedan tener los mismos intereses, comunicarse entre sí, reunirse con el liderazgo, etc. Es decir, puede haber una fuerte participación dentro de los miembros (Feng et al., 2016).

En general, el acceso a la información, al conocimiento y a la asistencia/colaboración de otros, permite a los miembros de una organización trabajar de forma más eficaz y eficiente (Ibarra, 1992).

Este último indicador, lo plantearemos por medio de la pregunta InS1.

8. Innovación.

Según Smith (2004), por definición, innovación significa novedad, algo cualitativamente nuevo, creado a través de procesos de aprendizaje y conocimiento. En el ámbito cooperativo, la innovación social tiene mucho que ver con dos áreas cercanas a la ciencia: la gestión y la economía (Taques et al., 2020). El primero busca comprender las dimensiones internas de la innovación

(es decir, su generación dentro de las estructuras organizacionales) mientras que el segundo busca comprender los efectos de su evolución dentro de las empresas (Kemp et al., 2003). El factor tiempo es importante, porque una cultura de aprendizaje adaptativo fomenta la innovación empresarial a largo plazo, especialmente en entornos competitivos dinámicos (Kotter y Heskett, 1992).

Para Damanpour et al. (2009), la innovación empresarial puede ser el resultado de la aplicación de nuevas ideas a productos, servicios, procesos (operativos o administrativos) o incluso al mercado. El alcance de la innovación, por lo tanto, puede variar para adaptarse a los individuos, la organización en su conjunto, su sector o la industria en su totalidad. A este respecto, en un trabajo pionero, Schumpeter (1961) presentaba conceptos ampliamente empleados como invención e innovación. Por su parte, la invención se entiende como una idea sobre algo nuevo, o bien una mejora organizativa, mientras que la innovación se ve como resultado de la invención.

Por tanto, la innovación puede constituir algo nuevo o modificado (mejorado) y derivar de un producto o servicio; procesos; prácticas organizativas y de marketing; o relaciones con actores externos (OCDE, 2015).

En el ámbito cooperativo, esta innovación social tiene mucho que ver con la doble naturaleza explicada anteriormente. Se asume que los principios y valores cooperativos introducen la innovación para fomentar el desarrollo de ventajas competitivas y crear oportunidades. Los principios cooperativos crean también capital social y esto es fundamental para la gestión del conocimiento y la innovación. Sin embargo, cabe señalar que a pesar de todas las ventajas asociadas a la gestión de la innovación por parte de las cooperativas, en general son menos innovadoras que otras empresas, justificando esta afirmación por la mayor aversión al riesgo de los socios (Chevalier, 2011) y las dificultades de acceso al capital. (Maietta y Sena, 2010; Basterretxa y Martínez, 2012), estando

menos centrados en las innovaciones técnicas que empresas privadas (Novkovic, 2008).

El argumento clave aquí es que la innovación puede traer ventajas relacionadas con el *business cooperativo*, especialmente a través de procesos de producción más dinámicos y eficientes, la generación de nuevos productos y servicios, o la mejora de los existentes. La ausencia de sistemas de seguimiento adecuados para los recursos de innovación puede restringir un análisis de proyecto adecuado, lo que puede implicar una asignación no óptima (Durst et al., 2015). Por lo tanto, monitorear el desempeño innovador es relevante en varios frentes: para que los gerentes desarrollen estrategias de empresa a mediano y largo plazo en las empresas; que los inversores tomen decisiones de forma eficaz aumentando los recursos invertidos; para los formuladores de políticas públicas en términos de incentivos fiscales; para que las agencias de promoción de la investigación establezcan criterios específicos de financiación; así como para que las instituciones educativas públicas y privadas realicen conjuntamente proyectos de desarrollo tecnológico (Borins, 1998, Damanpour et al., 2009).

Si bien la innovación es una noción ampliamente debatida, es importante señalar que los constructos que aquí reflejamos, están orientados hacia el entorno organizacional, como así lo recogen Dziallas y Blind (2019) y Castilla-Polo et al. (2015) y (2017) en varias investigaciones, y así lo planteamos por medio de la pregunta IN.

9. Internacionalización.

Comprender las características de las empresas internacionales en general, y de las empresas cooperativas en particular, es fundamental para la investigación y análisis de los negocios internacionales.

Se han escrito numerosos artículos de investigación sobre los antecedentes y las consecuencias del grado de internacionalización de una empresa. La internacionalización de las empresas es un fenómeno complejo que puede implicar algunos pasos intermedios que no influyen directamente en el desempeño de la misma (Zhou et al., 2007); los estudios que prueban hipótesis sobre estas relaciones, comparten un punto en común: la validez de cada estudio depende de tener una magnitud que realmente mida el grado de internacionalización de una empresa (Marshall et al., 2020). Por lo tanto, para disponer de información relativa al grado de internacionalización de las empresas, tenemos que medir dicho indicador.

Las medidas comúnmente utilizadas para capturar la internacionalización de las empresas pueden ser: el concierto exterior, la diversificación internacional y el alcance internacional (Nielsen y Nielsen, 2013; Qian et al., 2008). Otro constructo para medir la internacionalización de la empresa puede ser la relación entre las ventas en el extranjero y las ventas totales (FSTS), la relación entre los activos extranjeros y los activos totales (FATA), la relación entre las empresas extranjeras y las empresas totales (FBTB), la relación entre las oficinas en el extranjero y las oficinas totales (POTO), y la relación entre empleados extranjeros y empleados totales (PETE) (Sulivan, 1994; Qian et al., 2008). Otra medida de internacionalización que se utiliza con frecuencia, basada en los ingresos de una empresa por región, es su diversificación internacional[42] (Qian et al., 2008; Kirca et al., 2011), o el alcance internacional (Keig et al., 2009).

Como podemos comprobar, la medición de la internacionalización empresarial tiene un componente cuantitativo-dinerario, de cuotas de mercado internacional, de índice económico de penetración y proporción de tamaño del mercado. Pero una cuestión es cierta, para que la erupción sobre la estrategia internacional avance, es importante revisar la relación de participación en el mercado internacional por parte de la empresa (Marshall et al., 2020).

[42] Enfoque de Herfindahl.

En los estudios realizados por Forsman (2002), analizan la experiencia internacional y el nivel de comercio exterior en la dirección y participación de la empresa, concretamente sobre los factores que afectan la decisión de la empresa para operar internacionalmente.

Por lo tanto, apoyándonos en los estudios de Forsman (2002) y Marshall et al. (2020), planteamos tres ítems: participación en negocios internacionales para crecer empresarialmente (INT1); interés de la dirección en la internacionalización (INT2); y consideración del mercado nacional e internacional (INT3).

Otro estudio sobre internacionalización existente, según Welch y Luostarinen (1993), propone dos tipos distintos de orientación a la internacionalización: internacionalización hacia el exterior (desarrollo de alianzas con empresas extranjeras) e internacionalización hacia el interior (utilización de habilidades de gestión, nuevas tecnologías e inversión directa de países extranjeros).

Se ha sugerido que la orientación a la internacionalización hacia el exterior puede estimular a las empresas a beneficiarse de oportunidades potenciales como el aprendizaje de nuevas tecnologías y las necesidades de los mercados internacionales (Francis y Collins-Dodd, 2000; Zahra et al., 2000; Ireland et al., 2001) y de las ganancias relacionadas con la escala y el alcance de las economías logradas a partir de mayores volúmenes de ventas y producción que son posibles gracias al crecimiento de los ingresos en la extensión geográfica de los mercados (Kogut, 1985).

Por el contrario, la orientación hacia la internacionalización interna puede mejorar el desempeño de la empresa mediante el aprendizaje o la utilización de tecnologías extranjeras, habilidades de gestión e inversión de capital (Buckley et al., 2002).

En este sentido, la influencia de la internacionalización juega un papel importante en el desempeño de la actividad comercial de las empresas. Particularmente, visto desde la teorización de la internacionalización, definida como un proceso dinámico a través del cual las empresas orientadas internacionalmente se involucran en una diversa gama de relaciones e intercambios de red empresarial (Welch y Luostarinen, 1993; Ellis, 2000).

En contextos organizacionales, las redes sociales pueden involucrar relaciones sociales entre individuos incrustados en una estructura formal de conexiones comerciales.

En consecuencia, Zhou et al. (2007) plantean que las redes sociales, basadas a nivel empresarial, serán un factor crítico para mediar el impacto de la internacionalización en el rendimiento (tanto hacia afuera como hacia adentro). Este efecto mediador sugeriría que existe un mecanismo subyacente basado en la red, a través del cual las orientaciones internacionales de una empresa contribuyen a su desempeño y rendimiento mayor. En esta misma línea se manifiesta Forsman (2002), con la conexión entre actividades internacionales internas y externas en la internacionalización de las empresas.

Si bien durante mucho tiempo se ha reconocido que las relaciones de red son indispensables para que las empresas logren el crecimiento internacional (Hadley y Wilson, 2003), un enfoque particular en las redes sociales se ha limitado hasta la fecha (Ellis y Pecotich, 2001; Harris y Wheeler, 2005). Los académicos han enfatizado recientemente que las redes sociales informales o las redes de relaciones sociales sirven como la base inicial a partir de la cual se desarrollan redes formales de vínculos comerciales en nuevos territorios (Chen y Chen, 1998; Chen, 2003), y a través de las cuales se forman relaciones exportadoras (Ellis, 2000; Ellis y Pecotich, 2001), consorcios comerciales internacionales y redes empresariales de comercio exterior.

En base a ello, Zhou et al. (2007) proponen una serie de medidas específicas para el estudio de la internacionalización empresarial, por medio de la estrategia de orientación hacia el interior de la internacionalización, y tomamos para nuestro sistema de medición dos ítems: utilización de habilidades gerenciales avanzadas de países extranjeros (INT4); utilización de tecnología avanzada y nueva de países extranjeros (INT5). Por otro lado, utilizaron la estrategia de orientación hacia la internacionalización hacia el exterior, utilizamos dos ítems: búsqueda agresiva en los mercados extranjeros; (INT6); y desarrollo de alianzas con socios extranjeros. (INT7).

Y por último, Welch y Luostarinen (1993) proponen un conjunto de medidas que manifiestan la distinción conceptual entre internacionalización hacia afuera y hacia adentro, representada por dos ítems: cultivar vínculos con agencias gubernamentales locales (INT8); y utilizar las redes sociales locales (INT9).

Por lo tanto, el valor estratégico que provocan las redes sociales en el contexto de la internacionalización empresarial, sirven para dar mayor conocimiento de las oportunidades del mercado exterior; asesoramiento y aprendizaje experiencial sobre operaciones comerciales internacionales; y mayor confianza a la empresa.

En la misma línea de trabajo está Blesa et al. (2008), que contribuye con un estudio al conocimiento del fenómeno de la internacionalización de nuevas empresas, al analizar la participación como una fuente de compromiso. A partir de ahí, incorpora al estudio del *International Entrepreneurship* las aportaciones procedentes del marketing y los efectos de la orientación al mercado (Kohli y Jaworski, 1990; Narver y Slater, 1990) sobre dicho compromiso, así como sobre los resultados internacionales.

El concepto de orientación al mercado (Narver et al., 2004) implica dos orientaciones complementarias. Por un lado, una orientación reactiva que se

dirige a las necesidades expresas de los consumidores y, por otro lado, una orientación proactiva que se dirige a las necesidades latentes del consumidor. Los estudios realizados por Blesa et al. (2008), miden por un lado el grado de orientación al mercado, y las capacidades de marketing por otro, donde utilizaremos para ellos dos ítems: la creación de relaciones duraderas con los clientes (INT10); y la gestión eficaz de actividades de marketing internacional (INT11).

10. Éxito competitivo.

Si medir la rentabilidad de cualquier empresa es una tarea ciertamente delicada y compleja para su análisis, medir la rentabilidad y su éxito competitivo de una empresa cooperativa es, además, especialmente complejo (Domingo, 2001).

Porter y Kramer (2006) y Chand y Fraser (2006) pusieron de manifiesto que el rendimiento financiero no implicaba, automáticamente, el alcance de un mayor éxito competitivo, por lo tanto, a la hora de medir la competitividad de una empresa, tenemos unos indicadores no financieros, que reflejan las operaciones comerciales cooperativas donde incluyen el perfil del personal, la inversión comunitaria, los miembros y el medio ambiente (Beaubien y Rixon, 2012); y otros indicadores que se pueden medir, como la satisfacción del cliente, la calidad del empleo en la empresa cooperativa, el nivel de retención de los empleados, la satisfacción de los socios cooperativistas, que son atributos del desempeño competitivo (Suklev y Debarliev, 2012).

Gallardo-Vázquez et al. (2013) abordan en un estudio sobre la medición para la relación entre la orientación a la responsabilidad social corporativa y otras variables estratégicas de la empresa, con una serie de variables estratégicas: la innovación, el desempeño y el éxito competitivo. En dicho estudio de investigación, consideran que una empresa tiene éxito competitivo si, rivalizando con otras, consigue una posición favorable, mantiene y aumenta su posición en el

mercado y obtiene unos resultados superiores sin necesidad de recurrir a una remuneración excesivamente baja de los factores de producción.

Para la medición del éxito competitivo, Gallardo-Vázquez et al. (2013) han desarrollado un instrumento tipo cuestionario conformado por 10 items (lo señalamos con las preguntas CS1 a CS10), y han tenido en cuenta las aportaciones de diversos autores, prestando especial atención a la gestión de los recursos humanos y la capacitación del personal (Pfeffer, 1994; Yusuf, 1995; Warren y Hutchinson, 2000), a las capacidades directivas de los gestores (Huck y McEwen, 1991; Luck, 1996), las capacidades de *marketing* (Lin, 1998; Warren y Hutchinson, 2000), los niveles de calidad de productos y servicios y los niveles de calidad organizativa y de gestión (Powell, 1996), los recursos tecnológicos y sistemas de información (Dorronsoro et al., 2001), la gestión financiera (Huck y McEwen, 1991; Gadenne, 1998), los valores corporativos compartidos (Clifford y Cavanagh, 1985), la adecuada estructura organizativa y los niveles de *know-how* (Dorronsoro et al., 2001).

Todo este estudio de medición del capital social en las cooperativas agroalimentarias extremeñas, junto a los constructos, indicadores, autores, preguntas y codificación de las mismas, se recogen a modo de resumen en las tablas 12 y 13 (versión inglés y español). Así mismo, esta escala de medición será la base del cuestionario inicial y del cuestionario final utilizado, recogido en el anexo 1 y 3.

Por último, destacamos el anexo 2, donde recogemos toda la información referente a la validación del cuestionario, y sugerencias planteadas por tres entidades públicas y organismos de investigación y análisis estadístico, y doce instituciones de educación superior; destacando entre las sugerencias, la de un cambio ínfimo referente al planteamiento de varias preguntas del cuestionario, en concreto a dieciocho preguntas, de un total de cincuenta y ocho.

Table 12: Measurement scale, variables and indicators of the social capital.

Constructs	Indicators or Definition	Measurement
Involvement *Feng et al. (2016)*	I1: It is difficult for me to keep informed about my cooperative's operations, which means that I do not care about attending meetings. I2: My voice makes a difference. I3: How much do you involve yourself to get information about the cooperative's operations and development. I4: The general rule in cooperatives is the traditional one of "one partner, one vote".	none - fairly enough - too much totally agree - neither agree nor disagree - totally disagree
Trust *Feng et al. (2016)* *Bauwens et al. (2017)* *Xu, et al. (2018).*	T1: The board works in the best interests of the members. T2: I trust the elected representatives. T3: Would you say that most people can be trusted, or that you can't be too careful in dealing with people. T4: Do you think that most people would try to take advantage of you if they got the chance, or would they try to be fair. T5: Would you say that most of the time people try to be helpful or that they are mostly looking out for themselves. T6: I believe the chairperson always takes members' benefits into consideration. T7: I believe the chairperson does not doubt my loyalty and commitment.	totally agree - neither agree nor disagree - totally disagree
Satisfaction *Feng et al. (2016)*	S1: How satisfied are you with your cooperative as a trading partner, i.e., as concerns prices, accessibility, and reception. S2: How satisfied are you with your cooperative as a membership organization, i.e., as concerns member activities, information, friendliness, etc.	very satisfied - neither satisfied nor dissatisfied - very dissatisfied
Loyalty *Feng et al. (2016)*	L1: Do you consider yourself to be a loyal member in the sense that you almost always trade with your cooperative, attend meetings, etc.	none - fairly enough - too much

Social identification *Bauwens et al. (2017)*	SI1: I have a lot in common with the other members of the cooperative. SI2: Being a member of the cooperative is an important part of whom I am. SI3: I feel attached to the other cooperative members. SI4: I am proud to be part of the cooperative. SI5: I like talking about the cooperative in the presence of others. SI6: In our country, there are too many social inequalities. SI7: For an economy to work well there must necessarily be rich and poor people. SI8: Social equality is a good thing, but we have already been too far in Spain.	totally agree - neither agree nor disagree - totally disagree
Goal *Xu, et al. (2018).*	G1: I know the common goal of our cooperative. G2: All the members fight for the common goal.	none - fairly enough - too much
Info share *Xu, et al. (2018).*	IS1: Members frequently share technical or market information with others.	none - fairly enough - too much
Constructs	**Indicators or Definition**	**Measurement**
Innovation *Castilla-Polo et al. (2015)(2017)*	IN1 We care about adapting to change and providing new solutions to management problems. IN2 We are innovative in our products and services, and in our production processes. IN3 We are always improving sales and marketing. IN4 We adapt to information and communication technologies (ICTs) as needed. IN5 We update and expand social responsibility practices. IN6 We value networking and are committed to inter-cooperation and partnerships. IN7 We consider it important to publicize the innovation we have conducted. IN8 We disclose innovation on the web so that people outside the cooperative can be aware.	none - fairly enough - too much

Dziallas y Blind (2019)	IN9 Creative environment. IN10 Percentage of leaders trained in creativity techniques. IN11 Atmosphere of innovation among staff. IN12 Knowledge and technology transfer activities with research institution and/or institutions of higher education.	none - fairly enough - too much
International *Marshall et al. (2020), Forsman (2002).* *Zhou et al. (2007)* *Welch y Luostarinen (1993).* *Blesa et al. (2008).*	INT1. The company is forced to engage in international business if they want to grow. INT2. In international business activities is management's interest in internationalization. INT3. The company has never considered the home market as their only market. INT4. Use of advanced management skills from foreign countries. INT5. Use of advanced and new technology from foreign countries. INT6. Aggressive search in foreign markets. INT7. Development of alliances with foreign partners. INT8. Cultivate links with local government agencies. INT9. Use local social networks. INT10. Creation of lasting relationships with clients. INT11. Effective management of international marketing activities.	totally agree - neither agree nor disagree - totally disagree none - fairly enough - too much totally agree - neither agree nor disagree - totally disagree none - fairly enough - too much none - fairly enough - too much none - fairly enough - too much
Competitive success *Gallardo y Sánchez (2014)*	CS1: Quality in our human resource management. CS2: The levels of training and empowerment of our personnel. CS3: The leadership capabilities of our managers. CS4: Our capabilities in the field of marketing. CS5: Quality of our products and services. CS6: The levels of organizational and administrative management quality.	totally agree - neither agree nor disagree - totally disagree

	CS7: Technological resources and information systems. CS8: Transparency of our financial management. CS9: The cohesion of our corporate values and culture. CS10: Market knowledge, know-how, and accumulated experience.	

Tabla 13: Escala de medición, variables e indicadores del capital social.

Constructos	Indicadores o Definición	Medición
Participación *Feng et al. (2016)*	I1: Me cuesta mantenerme informado sobre el funcionamiento de mi cooperativa, por lo que no me importa asistir a las reuniones. I2: Mi voz marca la diferencia. I3: ¿Cuánto se involucra para obtener información sobre el funcionamiento y desarrollo de la cooperativa? I4: La regla general en las cooperativas es la tradicional de "un socio, un voto".	Ninguna - suficiente - demasiado Totalmente de acuerdo - ni de acuerdo ni en desacuerdo - totalmente en desacuerdo
Confianza *Feng et al. (2016)* *Bauwens et al. (2017)* *Xu, et al. (2018).*	T1: La Dirección trabaja en el mejor interés de los miembros. T2: Confío en los representantes electos. T3: ¿Diría que se puede confiar en la mayoría de las personas, o que no puede ser demasiado cuidadoso al tratar con las personas? T4: ¿Crees que la mayoría de las personas intentarían aprovecharse de ti si tuvieran la oportunidad, o tratarían de ser justos? T5: ¿Diría que la mayoría de las veces las personas intentan ayudar o que en su mayoría se preocupan por sí mismas? T6: Creo que el Presidente siempre tiene en cuenta los beneficios de los miembros. T7: Creo que el Presidente no duda de mi lealtad y compromiso.	Totalmente de acuerdo - ni de acuerdo ni en desacuerdo - totalmente en desacuerdo
Satisfacción *Feng et al. (2016)*	S1: ¿Qué tan satisfecho está con su cooperativa como socio comercial, es decir, en cuanto a precios, accesibilidad y recepción? S2: ¿Qué tan satisfecho está con su cooperativa como organización de membresía, es decir, con respecto a las actividades de los miembros, información, amabilidad, etc.?	Muy satisfecho - ni satisfecho ni insatisfecho - muy insatisfecho
Lealtad *Feng et al. (2016)*	L1: ¿Se considera un socio leal en el sentido de que casi siempre comercia con su cooperativa, asiste a reuniones, etc.	Ninguna - suficiente - demasiado

Identificación Social *Bauwens et al. (2017)*	SI1: Tengo mucho en común con los demás miembros de la cooperativa. SI2: Ser socio de la cooperativa es una parte importante de lo que soy. SI3: Me siento apegado a los demás cooperativistas. SI4: Estoy orgullosa de ser parte de la cooperativa. SI5: Me gusta hablar de la cooperativa en presencia de los demás. SI6: En nuestro país hay demasiadas desigualdades sociales. SI7: Para que una economía funcione bien tiene que haber necesariamente ricos y pobres. SI8: La igualdad social es algo bueno, pero ya hemos ido demasiado lejos.	Totalmente de acuerdo - ni de acuerdo ni en desacuerdo - totalmente en desacuerdo
Objetivos *Xu, et al. (2018).*	G1: Conozco el objetivo común de nuestra cooperativa. G2: Todos los miembros luchan por el objetivo común.	Ninguna - suficiente - demasiado
Información compartida *Xu, et al. (2018).*	IS1: Los miembros frecuentemente comparten información técnica o de mercado con otros.	Ninguna - suficiente - demasiado
Innovacción *Castilla-Polo et al. (2015)(2017)*	IN1 Nos preocupamos por adaptarnos al cambio y aportar nuevas soluciones a los problemas de gestión. IN2 Somos innovadores en nuestros productos y servicios, y en nuestros procesos productivos. IN3 Siempre estamos mejorando las ventas y el marketing. IN4 Nos adaptamos a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) según las necesidades. IN5 Actualizamos y ampliamos las prácticas de responsabilidad social. IN6 Valoramos el trabajo en red y estamos comprometidos con la intercooperación y las asociaciones. IN7 Consideramos importante dar a conocer la innovación que hemos realizado. IN8 Divulgamos la innovación en la web para que las personas ajenas a la cooperativa puedan conocerla.	Ninguna - suficiente - demasiado

Dziallas y Blind (2019)	IN9 Entorno creativo. IN10 Porcentaje de líderes formados en técnicas de creatividad. IN11 Ambiente de innovación entre el personal. IN12 Actividades de transferencia de conocimiento y tecnología con instituciones de investigación y/o instituciones de educación superior.	Ninguna - suficiente - demasiado
Internacional *Marshall et al. (2020), Forsman (2002).* *Zhou et al. (2007)* *Welch y Luostarinen (1993).* *Blesa et al. (2008).*	INT1. La empresa se ve obligada a participar en negocios internacionales si quiere crecer. INT2. En las actividades comerciales internacionales es el interés de la dirección en la internacionalización. INT3. La empresa nunca ha considerado el mercado doméstico como su único mercado. INT4. Uso de habilidades gerenciales avanzadas de países extranjeros. INT5. Uso de tecnología avanzada y nueva de países extranjeros. INT6. Búsqueda agresiva en mercados extranjeros. INT7. Desarrollo de alianzas con socios extranjeros. INT8. Cultivar vínculos con las agencias gubernamentales locales. INT9. Usa las redes sociales locales. INT10. Creación de relaciones duraderas con los clientes. INT11. Gestión eficaz de las actividades de marketing internacional	Totalmente de acuerdo - ni de acuerdo ni en desacuerdo - totalmente en desacuerdo Ninguna - suficiente - demasiado Totalmente de acuerdo - ni de acuerdo ni en desacuerdo - totalmente en desacuerdo Ninguna - suficiente - demasiado Ninguna - suficiente - demasiado Ninguna - suficiente - demasiado
Éxito competitivo *Gallardo y Sánchez (2014)*	CS1: Calidad en nuestra gestión de recursos humanos. CS2: Los niveles de formación y empoderamiento de nuestro personal. CS3: Las capacidades de liderazgo de nuestros directivos. CS4: Nuestras capacidades en el campo del marketing. CS5: Calidad de nuestros productos y servicios. CS6: Los niveles de calidad de la gestión organizacional	Totalmente de acuerdo - ni de acuerdo ni en desacuerdo - totalmente en desacuerdo

	y administrativa. CS7: Recursos tecnológicos y sistemas de información. CS8: Transparencia de nuestra gestión financiera. CS9: La cohesión de nuestros valores y cultura corporativa. CS10: Conocimiento del mercado, know-how y experiencia acumulada.	

CAPÍTULO 8: ESTUDIO SOCIOMÉTRICO DE LA MEDICIÓN DEL CAPITAL SOCIAL EN LAS COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS DE EXTREMADURA.

El trabajo de campo se hizo en el contexto de un estudio sobre las “Actividades relacionadas con la Economía Social y el Cooperativismo durante el 2021”, como trabajo de investigación recogido en el Convenio de Colaboración entre la Consejería de Agricultura, Desarrollo Rural, Población y Territorio de la Junta de Extremadura y la Universidad de Extremadura. Y en concreto, de los cuatro bloques en el que se estructuraba dicho proyecto, el autor de esta tesis doctoral se encargó de llevar a cabo el “Estudio de la medición del capital social en las entidades de la economía social de Extremadura”.

El análisis estadístico se ha efectuado mediante la aplicación informática: IBM-SPSS Statistics versión 26 (referencia: IBM Corp. Released 2019. IBM SPSS Statistics for Windows, Version 26.0. Armonk, NY: IBM Corp).

Algunos de los gráficos/figuras han sido obtenidos a través de la aplicación informática R-Studio con referencia: RStudio Team (2020). RStudio: Integrated Development for R. RStudio, PBC, Boston, MA URL http://www.rstudio.com/.

La tabulación, ordenación y limpieza de la base de datos se realizó con el programa Microsoft Excel con referencia: Microsotf Excel. (2021). Windows. Microsoft.

Las técnicas y test estadísticos empleados han sido:

(1) Descriptiva de variables cualitativas con tablas de frecuencias y porcentajes. Para el cruce de dos de estas variables se han empleado tablas de contingencia. Para las variables ordinales se ha aplicado la prueba o test de contraste Chi-Cuadrado para contrastar las posibles diferencias entre los distintos grupos según categorización y segmentación propuesta -Tipo de cargo en la cooperativa, Antigüedad en la cooperativa, y Pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana-.

(2) Se han realizado las figuras pertinentes para el análisis visual a partir de los objetivos y metodología sobre las hipótesis propuestas en el estudio.

(3) Se han analizado todos los supuestos atendiendo en primer lugar, a los resultados generales, seguidamente se ha procedido a su segmentación y estudio pormenorizado respecto al tipo de cargo y pertenencia a la comarca según cada encuestado.

(4) Se ha utilizado el Alfa de Cronbach para medir la fiabilidad de una escala de medida, en el estudio se utiliza para la selección de los ítems en las hipótesis 1 y 2 planteada.

(5) Se aplica la correlación de Pearson para medir y cuantificar la dependencia lineal entre dos variables medidas o afirmaciones, en este caso, entre las respuestas graduales y ordinales (escala Likert 1-7 se mide en grados, bastante de acuerdo, de acuerdo y ordinales porque estos grados están ordenados) dadas por el encuestado.

En todas estas pruebas estadísticas inferenciales, se considera significación cuando p-valor<=.05 (nivel de confianza al 5% habitual) y alta significación cuando p-valor<=.01 (n.c. 1%). Por tanto, si p>.05 se concluirá no significación.

1. Contrastes y test utilizados.

- ***Test Chi Cuadrado.***

Prueba estadística que nos permite conocer la asociación entre dos variables categóricas. En el presente estudio sociométrico se utiliza como asociación entre las respuestas y cada una de las segmentaciones propuestas en el estudio.

Cuando el p-valor asociado al valor es inferior a 0.05 indicaremos que existen diferencias significativas, si este valor se encuentra por debajo de 0.01 se afirmará de forma general que existen diferencias altamente significativas. El 0.05 y 0.01 se corresponde con el nivel de significancia (este nivel de significancia se fija según la literatura de referencia).

Con el test Chi Cuadrado comparamos la muestra obtenida con la distribución teórica que debería haberse obtenido. Es decir, buscamos que las respuestas otorgadas para los distintos ítems difieran entre las categorías o segmentaciones propuestas.

Tenemos que tener en cuenta que en muchas ocasiones, se nos presenta que la segmentación según tipo de cargo, nos da un resultado en el conteo o frecuencia esperado muy pequeño, lo que implica ciertas limitaciones estadísticas en los resultados obtenidos.

- ***Alfa de Cronbach.***

Medida o coeficiente que se emplea para medir la fiabilidad de una escala de medida, se utiliza para estudiar y cuantificar el nivel de fiabilidad de una escala de medida. Se realiza una media ponderara de las correlaciones existentes entre las

variables que forman parte de una escala. Un valor por encima de 0.7 nos indicaría que se garantiza la fiabilidad.

- ***Coeficiente correlación de Pearson.***

Es una medida de dependencia lineal entre dos variables aleatorias. Un valor igual a 0 indica que no hay correlación, por debajo de 0 indicará que la correlación es negativa, es decir, se considera que entre ambas variables hay asociación, pero en sentido inverso, cuando una crece la otra decrece, y, por último, por encima de 0, indicará correlación positiva. El valor de la correlación varía desde -1 hasta +1.

Se considera que (en valor absoluto):

- Entre 0 y 0.10 la correlación es inexistente o muy débil.
- De 0.10 a 0.29 la correlación es moderada.
- De 0.30 a 0.50 la correlación es moderada.
- A partir de 0.50 la correlación fuerte.

Si la correlación fuera por encima de 0.95 podríamos hablar de correlación perfecta.

2. Población y descripción de la muestra.

Se dispone de una muestra, recogida a través de una encuesta de opinión, compuesta por un total de 763 observaciones, todas ellas se corresponden a individuos que pertenecen a una *sociedad cooperativa* ubicada en la comunidad autónoma de *Extremadura*. Todo ello representado en la Tabla 14, donde se refleja el número de empresas cooperativas (Socias de Base de Cooperativas Agroalimentarias Extremadura), denominación, municipio de la sede social y fiscal de la cooperativa, y una codificación para identificar el número de encuestas recibidas por cada una de las empresas cooperativas, a su vez divididas en la

denominación **CC** si es de la provincia de Cáceres, y **BA** si pertenece a la provincia de Badajoz.

Tomando como referencia la información obtenida por Cooperativas Agroalimentarias Extremadura (2020, pp. 110 y 111) de la presente Investigación, tenemos un total de 33.800 socios y socias de las empresas cooperativas motivo de estudio, y un total de 3.100 trabajadores y trabajadores, lo que nos hace tener una muestra de población de 36.900 personas, y por lo tanto, tendremos un cálculo y un muestreo con los siguientes datos:

Cálculo del Tamaño Óptimo de la Muestra	
TAMAÑO DE LA POBLACIÓN	36.900
TAMAÑO PARA UN NIVEL DE CONFIANZA DEL 99%	**654**
ENCUESTAS REALIZADAS	**763**

Tabla 14: Cooperativas encuestadas.

Nº	**Cooperativa**	**Municipio**	**Code**
1	Coop. Aceitunera de Grandilla	Guijo de Granadilla	CC1
2	Acenoca	Montehermoso	CC2
3	Acoba	Mérida	BA1
4	Acopaex	Mérida	BA2
5	Coop. San Isidro de Miajadas	Miajadas	CC3
6	Coop. Campiña Sur	Granja de Torreher	BA3
7	Coop. Agraria San Juan Puebla	Puebla de Alcollarín	BA4
8	Coop. Agrícola San Rafael	Pizarro	CC4
9	Coop. Agrícola San Valentín	Hernán Cortés	BA5
10	Agrocam	Don Benito	BA6

11	Agrup. Coop. Valle del Jerte	Valdastillas	CC5
12	Apihurdes	Pinofranqueado	CC6
13	Aprocex	Almoharín	CC7
14	Coop. Alto de Ruecas	Logrosán	CC8
15	Comercial Agropecuaria S.A.T.	Don Benito	BA7
16	Cave San José	Villafranca de los B	BA8
17	Comercial de Ovinos S.C.L.	Vva de la Serena	BA9
18	Cooprado	Casar de Cáceres	CC9
19	Copreca	Trujillo	CC10
20	Cotabaco	Talayuela	CC11
21	Coop. Cuatro Lugares	Monroy	CC12
22	Coop. Del campo San Pedro	Guareña	BA10
23	Coop. Del campo Sagrada Familia	Zurbarán	BA11
24	Didaymaz Sdad. Coop.	El Torviscal	BA12
25	Coop. Extremeña de arroces	Miajadas	CC13
26	Coop. Ganaderas Montes de	Montes de Siruela	BA13
27	Coop. Guadachel	Guareña	BA14
28	Ibertabaco	Rosalejo	CC14
29	Coop. La Benéfica	Oliva de la Frontera	BA15
30	Coop. La Encina	Palazuelo	BA16
31	Coop. La Unidad	Monterrubio de la S	BA17
32	Coop. La Unión	Talayuela	CC15
33	Coop. Apícola Montemiel	Fuenlabrada de los M	BA18
34	Coop. Olivarros R del Fresno	Ribera del Fresno	BA19
35	Coop. Olivarera Cabeza del B	Cabeza de Buey	BA20
36	Eagroup	Vva de la Serena	BA21
37	Pronat	Don Benito	BA22
38	Coop. San Isidro Navalvillar de P.	Navalvillar de Pela	BA23

39	Coop. San Isidro de Brozas	Brozas	CC17
40	Coop. San Joaquín	Alburquerque	BA24
41	Coop. Santa Cruz	Arroyo de S Serván	BA25
42	Coop. Santa Mª Egipciaca	Corte de Peleas	BA26
43	Coop. Santa Mª Magdalena	Solana de Barros	BA27
44	Coop. Sierra Miel	Torrecilla Ángeles	CC19
45	Coop. Sindical de Regantes	Don Benito	BA28
46	Sumifrut S.L.	Don Benito	BA29
47	Coop. Tabaco de Cáceres	Plasencia	CC20
48	Tomalia	Santa Amalia	BA30
49	Coop. Tomates del Guadiana	Santa Amalia	BA31
50	Coop. Troil Vegas Altas	Guareña	BA32
51	Coop. Unión de P de Pimentón	Jaraíz de la Vera	CC21
52	Coop. Viñacanchalosa	La Zarza	BA33
53	Coop. Viñaoliva	Almendralejo	BA34
54	Coop. Campo en Marcha	Gargáligas	BA35
55	Coop. Colonos de Gévora	Gévora	BA36
56	Coop. San Agustín de Obando	Obando	BA37
57	Coop. Ajos tierra de barros	Aceuchal	BA38
58	Coop. San Isidro de Monesterio	Monesterio	BA39
59	Coop. Virgen de Argamasa	Riolobos	CC22

3. Resultados.

3.1. Descripción de la muestra – Variables Datos Censales.

Presentamos una muestra, recogida a través de una encuesta de opinión, compuesta por un total de 763 observaciones, todas ellas corresponden a individuos que pertenecen a una *Sociedad Cooperativa* ubicada en la Comunidad Autónoma de Extremadura. Siguiendo la Tabla 15 podemos decir:

(1) Respecto a la variable *sexo*, la muestra está claramente balanceada, el 95.7% (730) de las observaciones se corresponden con hombres, siendo el número de mujeres una minoría en nuestra muestra (33, 4.3%).

(2) Para la subdivisión según *grupos de edad*, por encima del 95.0% de las respuestas afirman tener más de 45 años. Para entre 45 y 59, son 443 observaciones (58.1%) y, para más de *60 o más años,* 302 (39.5%). Del total de la muestra tan solo 18 (2.4%) observaciones afirman tener menos de 44 años.

(3) Atendiendo a la *formación*, la muestra obtiene el mayor recuento para *Estudios Primarios* (435, 57.0%), seguido de *Estudios Secundarios* (159, 20.8%), en tercer lugar *Estudios Universitarios – Grado Medio* (89, 11.7%) y, en cuarto lugar, *Formación profesional* (69, 9.0%). El resto de las formaciones *EU – Grado Superior, Sin estudios* y *Estudios Universitarios – Máster Universitario/Doctorado*, se encuentra por debajo de 10 observaciones, es decir, con una representatividad sobre el total de la muestra de menos del 1.5%.

(4) En la división según el *tipo de cargo de responsabilidad*, tan solo el 2.2% (17) se corresponde *Externo*, siendo el *tipo de cargo de responsabilidad interno* donde se corresponden la gran mayoría de las observaciones (746, 97.8%).

(4.1) Para la división original aportada por el encuestado para el *cargo de responsabilidad*, el *socio común* es la figura de responsabilidad que obtiene un mayor recuento de observaciones (702, 92%), seguido de *consejo rector* (44, 5.8%). El resto de subdivisiones obtienen ese 2.2% de representatividad, por orden descendente son: *Gerente (9, 1.3%*), *Dirección/Director/Dra. Financiera* (5, 0.7%), *Administrativo* (1, 0.1%)*, Asesor* (1, 0.1%) y *Técnico* (1, 0.1%).

(5) Por último, para *Antigüedad*, más de 9 de cada 10 individuos (718 ,94.1%) afirma llevar *más de 10 años* perteneciendo a la sociedad cooperativa, de los cuales el 67.8% (517) afirma encontrarse en el rango de *más de 10 años y menos de 20* y el 26.3% (201) lleva *más de 20 años*. El resto de los individuos, *Menos de 10 años*, lo compone el 5.9% de la muestra (44) subdividido de la siguiente forma: 38 individuos (5.0%) *más de 3 años y menos de 5*, 2 observaciones (0.3%) tienen una *antigüedad* de *más de 3 años y menos de 5 años*, misma proporción para los individuos que afirman que llevan *más de un año y menos de 3* y también para los que dicen llevar *menos de 1 años*.

Tabla 15: Análisis descriptivo. Características muestra (N = 763).

VARIABLES	***MUESTRA TOTAL*** (N=763)		***VARIABLES***	***MUESTRA TOTAL*** (N=763)	
SEXO			***CARGO DE RESPONSABILIDAD***		
Hombre	95.7 %	(730)	*Administrativo*	.1%	(1)
Mujer	4.3 %	(33)	*Asesor*	.1%	(1)
EDAD (grupos)			*Consejo Rector*	5.8%	(44)
Menos de 30	.3%	(2)	*Dirección/Director/Dra. Financiera*	.7%	(5)
Entre 30 y 44	2.1%	(16)	*Gerente*	1.3%	(9)
Entre 45 y 59	58.1 %	(443)	*Socio común*	91.9%	(702)
60 o más años	39.5 %	(302)	*Técnico*	.1%	(1)
FORMACIÓN			**ANTIGÜEDAD (en años)**		
Sin estudios	.1%	(1)	*Menos de 1 año*	.3%	(2)
Estudios primarios	57.0 %	(435)	*Más de 1 y menos de 3*	.3%	(2)
Estudios secundarios	20.8 %	(159)	*Más de 3 años y menos de 5 años*	.3%	(2)

Formación profesional	9.0%	(69)	*Más de 5 años y menos de 10 años*	5.0%	(38)
EU – Grado Medio	11.7 %	(89)	*Más de 10 años y menos de 20 años*	67.8%	(517)
EU – Grado superior	1.3%	(9)	*Más de 20 años*	26.3%	(201)
EU – Máster universitario/Doctorado	.1%	(1)	**Pertenencia Comarca Vegas Altas**		
TIPO CARGO RESPONSABILIDAD			*Si*	34.6%	(264)
Interno	97.8 %	(746)	*No*	65.4%	(499)
Externo	2.2%	(17)			

3.1.1. Descripción de la muestra – Variables Referencias Códigos Cooperativas.

En este subapartado, describiremos los datos respecto a los códigos de las cooperativas registrados en la base de datos.

(1) Se registran un total de 59 códigos. Para *Badajoz* se presentan un total de 39 códigos con al menos una observación mientras que para *Cáceres* se presentan 20 códigos con al menos una observación.

(1.1) El número de observaciones recogidas para cada provincia son: 501 (65.7%) para *Badajoz* y de 259 (33.9%) para *Cáceres*.

(2) Para la provincia de *Badajoz* el número de observaciones por cooperativa se encuentra distribuido de forma bastante homogénea, las cinco cooperativas que más observaciones presentan son: BA6 – Agrocam – Don Benito (23, 3.0%), BA28 – Sindical de Regantes – Don Benito (20, 2.6%), BA29 – Sumifrut – Don Benito (20, 2.6%), BA7 – Comercial Agropecuaria – Don Benito (18, 2.4%) y BA11 – Del Campo Sagrada Familia – Zurbarán (17, 2.2%).

(2.1) Las cinco que presentan un menor recuento son: BA2 – Acopaex – Mérida (2, 0.3%), BA15 – La Benéfica – Oliva de la Frontera (2, 0.3%), BA14 – Guadachel – Guareña (3, 0.4%), BA23 – San Isidro – Navalvillar de Pela (5, 0.7%) y BA35 - Campo en Marcha – Gargáligas (7, 0.9%).

(3) En la provincia de *Cáceres*, las cinco cooperativas con mayor proporción de respuestas son: CC20 - Tabaco de Cáceres – Plasencia (21, 2.8%), CC1 – Aceitunera– Guijo de Granadilla (18, 2.4%), CC14 – Ibertabaco – Rosalejo (17, 2.2%), CC4 – Agrícola San Rafael – Pizarro (16, 2.1%) y CC5 – Valle del Jerte – Valdastillas (15, 2.0%).

(2.2) Las sociedad cooperativas que presentan menor número de observaciones registradas para la provincia de *Cáceres* son: (sin contar a CC16 – San Isidro – Malpartida de Plasencia y CC18 – Ovinos Precoces – Madrid que no presentan observaciones) CC7 – Aprocex – Almoharín (2, 0.3%), CC10 – Copreca – Trujillo (3, 0.4%), CC13 – Extremeña de arroces – Miajadas (10, 1.3%), CC21 – U. de Prod.Pimentón – J. de la Vera (10, 1.3%) y CC8 – Alto de Ruecas – Logrosán (11, 1.4%).

Tabla 16: Análisis descriptivo. Representatividad.

VARIABLE CÓDIGO REFERENCIA	***MUESTRA TOTAL*** (N=763)		***VARIABLE CÓDIGO REFERENCIA***	***MUESTRA TOTAL*** (N=763)	
BA1 – Acoba - Mérida	2.0%	(15)	*BA31 – Tomates del Guadiana – Snt. Amalia*	1.6%	(12)
BA2 – Acopaex - Mérida	.3%	(2)	*BA32 – Troil Vegas Altas - Guareña*	1.6%	(12)
BA3 – Campiña Sur – Granja de Torrehermosa	2.1%	(16)	*BA33 – Viñacanchalosa – La Zarza*	1.2%	(9)
BA4 – Agraria San Juan – Puebla de Alcollarín	1.3%	(10)	*BA34 – Viñaoliva – Almendralejo*	1.6%	(12)
BA5 – Agrícola San Valentín – Hernán Cortés	2.1%	(16)	*BA35 - Campo en Marcha - Gargáligas*	.9%	(7)
BA6 – Agrocam – Don Benito	3.0%	(23)	*BA36 -Colonos de Gévora - Gévora*	1.7%	(13)
BA7 – Comercial Agropecuaria – Don Benito	2.4%	(18)	*BA37 -San Agustín de Obdando - Obando*	1.7%	(13)
BA8 – Cave San José – Don Benito	1.8%	(14)	*BA38 – Ajos tierra de barros - Aceuchal*	1.4%	(11)
BA9 – Comercial de Ovinos – Don Benito	2.1%	(16)	*BA39 – San Isidro - Monasterio*	1.3%	(10)
BA10 – Del Campo San Pedro - Guareña	2.0%	(15)	*CC1 – Aceitunera– Guijo de Granadilla*	2.4%	(18)
BA11 – Del Campo Sagrada Familia - Zurbarán	2.2%	(17)	*CC2 – Acenoca - Montehermoso*	1.6%	(12)
BA12 – Didaymaz Sdad – El Torviscal	1.4%	(11)	*CC3 – San Isidro - Miajadas*	1.7%	(13)
BA13 – Ganaderas Montes de Siruela – Montes de Siruela	1.7%	(13)	*CC4 – Agricola San Rafael - Pizarro*	2.1%	(16)
BA14 – Guadachel – Guareña	.4%	(3)	*CC5 – Valle del Jerte - Valdastillas*	2.0%	(15)
BA15 – La Benéfica – Oliva de la Frontera	.3%	(2)	*CC6 – Apihurdes - Pinofranqueado*	1.8%	(14)
BA16 – La Encina – Palazuelo	2.0%	(15)	*CC7 – Aprocex - Almoharín*	.3%	(2)
BA17 – La Unidad – Monterrubio de la Serena	2.1%	(16)	*CC8 – Alto de Ruecas - Logrosan*	1.4%	(11)
BA18 – Apícola Montemiel – Fuenlabrada de los Montes	1.7%	(13)	*CC9 – Cooprado – Casar de Cáceres*	1.8%	(14)
BA19 – Olivarros – Ribera del Fresno	1.6%	(12)	*CC10 – Copreca - Trujillo*	.5%	(4)
BA20 – Olivadera – Cabeza de Buey	1.3%	(10)	*CC11 - Cotabaco – Talayuela*	1.8%	(14)

BA21 – Eagroup – Villanueva de la Serena	2.0%	(15)	*CC12 – Cuatro Lugares - Monroy*	2.0%	(15)
BA22 – Pronat – Don Benito	2.2%	(17)	*CC13 – Extremeña de arroces - Miajadas*	1.3%	(10)
BA23 – San Isidro – Navalvillar de Pela	.7%	(5)	*CC14 – Ibertabaco - Rosalejo*	2.2%	(17)
BA24 – San Joaquín – Alburquerque	1.6%	(12)	*CC15 – La Unión - Talayuela*	2.0%	(15)
BA25 – Santa Cruz – Arroyo de San Serván	1.7%	(13)	*CC17 – San Isidro - Brozas*	1.7%	(13)
BA26 – Santa Mª Egipciaca – Corte de Peleas	2.0%	(15)	*CC19 - Sierra Miel – Torrecilla de los Ángeles*	1.8%	(14)
BA27 – Santa Mª Magdalena – Solana de los Barros	1.7%	(13)	*CC20 - Tabaco de Cáceres - Plasencia*	2.8%	(21)
BA28 – Sindical de Regantes – Don Benito	2.6%	(20)	*CC21 – U. de Prod.Pimentón – J. de la Vera*	1.3%	(10)
BA29 – Sumifrut – Don Benito	2.6%	(20)	*CC22 – Virgen de Argamasa - Riolobos*	1.8%	(14)
BA30 – Tomalia – Santa Amalia	2.0%	(15)			

Tabla 17: Análisis descriptivo. Representatividad según la antigüedad.

ANTIGÜEDAD (en años)				**ANTIGÜEDAD (en años)**		
Menos de 1 año	.3%	(2)				
Más de 1 y menos de 3	.3%	(2)		Menos de 10 años	6.0%	(46)
Más de 3 años y menos de 5 años	.3%	(2)		Más de 10 años y menos de 20 años.	67.8 %	(517)
Más de 5 años y menos de 10 años	5.0%	(38)		Más de 20 años.	26.3 %	(201)
Más de 10 años y menos de 20 años	67.8 %	(517)				
Más de 20 años	26.3 %	(201)				

3.2. Descriptiva de los parámetros recogidos.

3.2.1. Participación.

3.2.1.1. Resultados generales.

A continuación, vamos a redactar los resultados obtenidos para las variables pertenecientes al constructo *Participación,* que se encuentran en la Tabla 18.

De forma general podemos observar cómo para todas las afirmaciones las respuestas otorgadas respecto a ambas escalas Likert que se presentan, se muestra claramente balanceada, en ambos casos para una mayor afinidad a la afirmación o con adverbios que implican mayor orden o cantidad.

Para ambos casos la escala tipo Likert utilizada se compone de 7 respuestas, para la primera afirmación, estas respuestas ordenadas van desde *Ninguna* hasta *Demasiado*, para la segunda, tercera y cuarta, estás van desde *Totalmente en desacuerdo* hasta *Totalmente de acuerdo*.

(1) Para la afirmación "*Los socios participan en la toma de decisiones de la cooperativa"* observamos cómo casi 4 de cada 5 respuestas se corresponden con *Mucho*. El 96.5% de la muestra (737) ha respondido *suficiente*, *mucho* o *demasiado*.

(2) En "*Los socios de esta cooperativa consideran que su voz y su participación es necesaria"* más del 95% de los individuos está *de acuerdo, bastante de acuerdo* o *totalmente de acuerdo*.

(3) Más de 9 de cada 10 individuos se muestra *de acuerdo*, *bastante de acuerdo* o *totalmente de acuerdo* con la afirmación "*Los socios de esta cooperativa se interesan por obtener información sobre la gestión, el desarrollo y el día a día de esta".*

(4) Para la última afirmación "*Percibo que todos los socios votan cuando se celebran las asambleas de la cooperativa",* es la afirmación donde encontramos mayor dispersión en las respuestas en comparación a las anteriores, aun así, tan solo el 2.5% (19) se muestran *En desacuerdo, bastante en desacuerdo* o *totalmente en desacuerdo.*

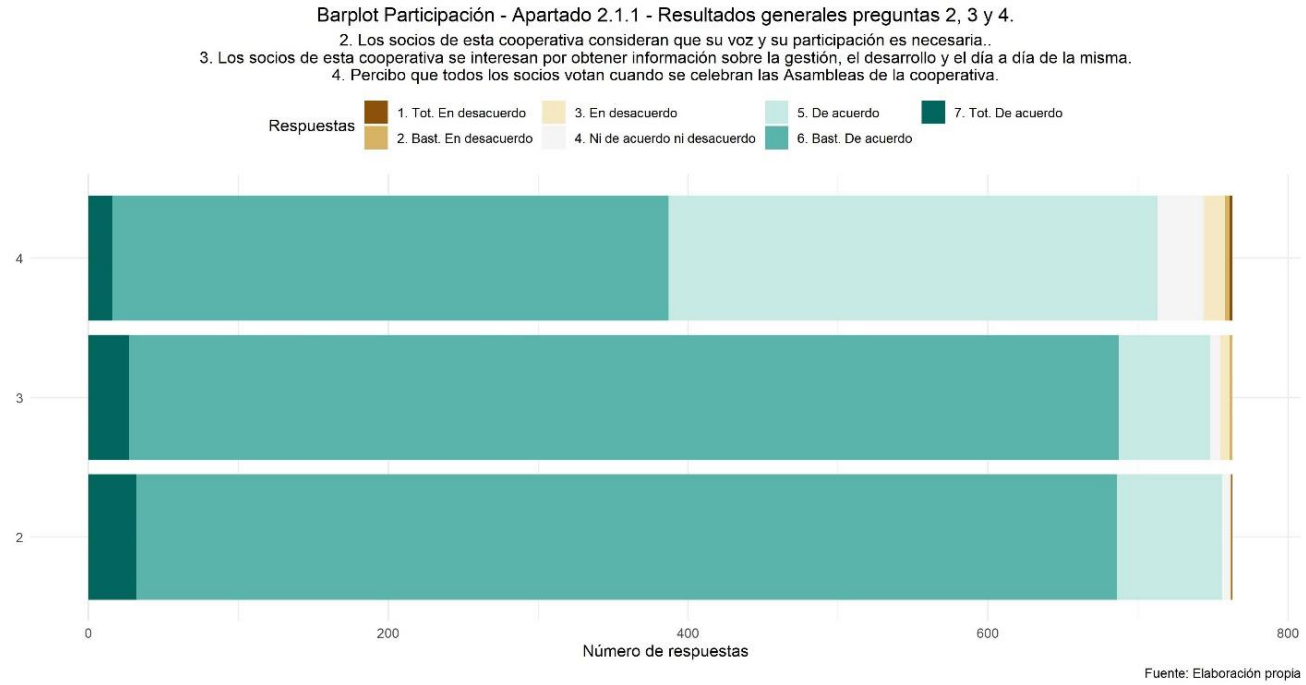
Tabla 18: Tabla de frecuencias. Variable (ítem): Participación.

Afirmación	Respuestas	Frec. Absoluta	Frec. abs Acumulada	Fre. Relativa	Frec. Relativa acumulada
1. Los socios participan en la toma de decisiones de la Cooperativa.	*Ninguno*	0	0	.0%	.0%
	Muy poco o nada	2	2	.3%	.3%
	Poco	17	19	2.2%	2.5%
	Medianamente suficiente	7	26	.9%	3.4%
	Suficiente	120	146	15.7%	19.1%
	Mucho	610	756	79.9%	99.1%
	Demasiado	7	763	.9%	100.0%
2. Los socios de esta cooperativa consideran que su voz y su participación es necesaria.	*Totalmente en desacuerdo*	1	1	.1%	.1%
	Bastante en desacuerdo	0	1	.0%	.1%
	En desacuerdo	1	2	.1%	.3%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	7	.7%	.9%
	De acuerdo	70	77	9.2%	1.1%
	Bastante de acuerdo	654	731	85.7%	95.8%
	Totalmente de acuerdo	32	763	4.2%	100.0%
3. Los socios de esta cooperativa se interesan por obtener información sobre la gestión, el desarrollo y el día a día de la misma.	*Totalmente en desacuerdo*	0	0	.0%	.0%
	Bastante en desacuerdo	2	2	.3%	.3%
	En desacuerdo	6	8	.8%	1.0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	15	.9%	2.0%
	De acuerdo	61	76	8.0%	1.0%
	Bastante de acuerdo	660	736	86.5%	96.5%
	Totalmente de acuerdo	27	763	3.5%	100.0%
4. Percibo que todos los socios votan cuando se celebran las Asambleas de la cooperativa.	*Totalmente en desacuerdo*	2	2	.3%	.3%
	Bastante en desacuerdo	3	5	.4%	.7%
	En desacuerdo	14	19	1.8%	2.5%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	31	50	4.1%	6.6%
	De acuerdo	326	376	42.7%	49.3%
	Bastante de acuerdo	371	747	48.6%	97.9%
	Totalmente de acuerdo	16	763	2.1%	100.0%

A continuación, se presentan dos figuras, en la Figura 5, se exponen las respuestas otorgadas el formato Barplot para las afirmaciones 2, 3 y 4 (poseen el mismo tipo de escala), se observa cómo, claramente, el tono verdoso es el que tiene una mayor proporción/longitud de la barra, lo que indica que más individuos han respondido a esa pregunta con esa respuesta en cuestión.

Los tonos verdosos implican similitud entre esas propias respuestas, en el caso en verde se relacionan *De acuerdo, Bastante de acuerdo* y *Totalmente de acuerdo* (a favor), en tono gris, la respuesta neutra (posición 4ª) *Ni de acuerdo ni en desacuerdo* y en tonos anaranjados-marrones las correspondientes a *En desacuerdo, Bastante en desacuerdo* y *Totalmente en desacuerdo* (en contra).

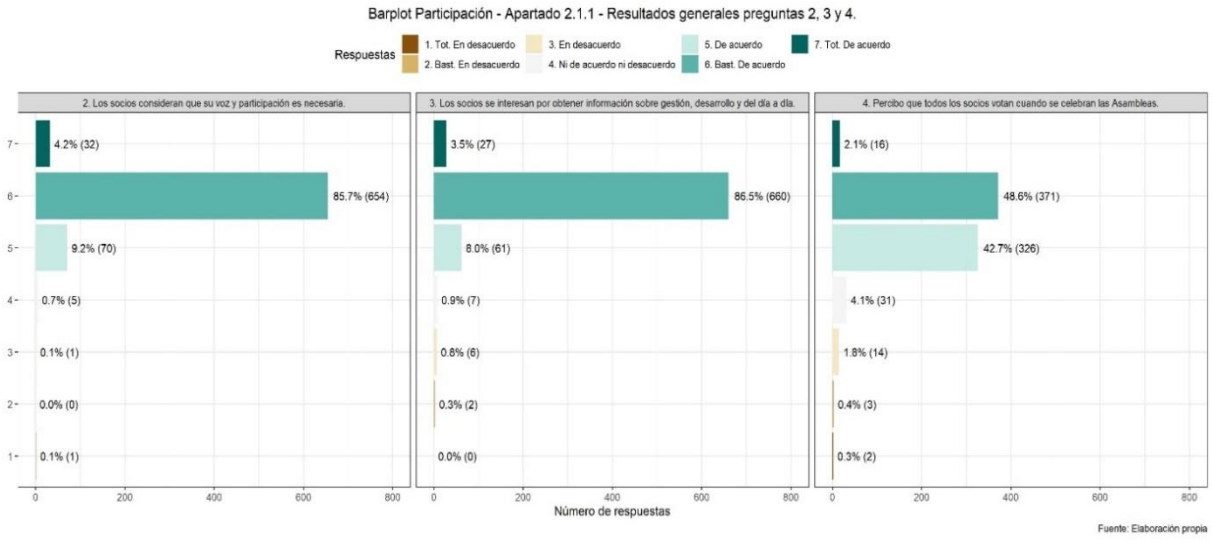
Figura 5. Gráfico Barplot por respuesta otorgada. Variable (ítem): Participación. Según respuestas otorgadas. Resultados generales. (N=763).



En la Figura 6, se muestra por separado cada una de las respuestas, a lo que se le ha añadido el descriptivo del número de observaciones y proporción sobre el

total. La comprensión de los colores es idéntica a la de la figura anterior. Cada gráfico se corresponde a uno de los ítems o afirmaciones que se le presenta al encuestado.

Figura 6. Gráfico Barplot por respuesta otorgada. Variable (ítem): Participación. Según respuestas otorgadas. Resultados generales. (N=763).



3.2.1.2. <u>Según tipo de cargo en la cooperativa.</u>

En este subapartado nos vamos a centrar en el estudio de la variable *Participación*, atendiendo a la subdivisión según el tipo de cargo en la cooperativa (*Interno vs Externo)*. El objetivo principal es comparar y estudiar si existen diferencias en las opiniones atendiendo a si el individuo posee un cargo *interno o externo*. Para ello nos centraremos en la Tabla 19 que se presenta a continuación.

Como se observa para las cuatro afirmaciones se encuentran diferencias significativas, lo que nos podría hacer indicar que efectivamente hay diferencias

respecto a las respuestas dadas, atendiendo al *tipo de cargo en la cooperativa* que ostenta el encuestado.

(1) Para la afirmación *"Los socios participan en la toma de decisiones de la Cooperativa"* se observan diferencias altamente significativas según el tipo de cargo en la cooperativa.

(2) Respecto a *"Los socios de esta cooperativa consideran que su voz y participación es necesaria"* se observan diferencias altamente significativas en las respuestas apartadas atendiendo a la segmentación según tipo de cargo en la cooperativa. Si observamos el porcentaje de encuestados, según tipo de cargo, que afirman estar *De acuerdo* claramente se observan diferencias, para *Interno* supone el 8.7% de las respuestas mientras que para externo es un 23.4% de las mismas, idéntico caso para la respuesta *Totalmente de acuerdo*.

(3) En la afirmación *"Los socios de esta cooperativa se interesan por obtener información sobre la gestión, el desarrollo y el día a día de la misma"* se obtienen diferencias altamente significativas. Las diferencias se encuentran en las respuestas *De acuerdo* y *Totalmente de acuerdo*.

(4) Las respuestas otorgadas para *"Percibo que todos los socios votan cuando se celebran las Asambleas de la cooperativa"* se encuentran diferencias altamente significativas en las respuestas otorgadas atendiendo a la segmentación según tipo de cargo en la cooperativa.

Debemos de tener en cuenta, como se ha comentado con anterioridad, que la muestra está claramente balanceada, en una muestra donde uno de los subconjuntos es el 97.8% frente al 2.2% nos hace indicar que las posibles diferencias que se puedan encontrar están claramente sesgadas. Se considera

que están claramente sesgadas ya que, en la población *Externo*, tan solo está compuesto por 17 individuos, la variación de uno de ellos supone un 5.88% de la muestra, lo que es un error muy grande, para ejemplificar, la variación en la respuesta de una observación para *Interno* supone tan solo un 0.13%, o lo que es lo mismo, la variación en una observación para *Externo* va a tener un peso 45.23 veces mayor que para *Interno*.

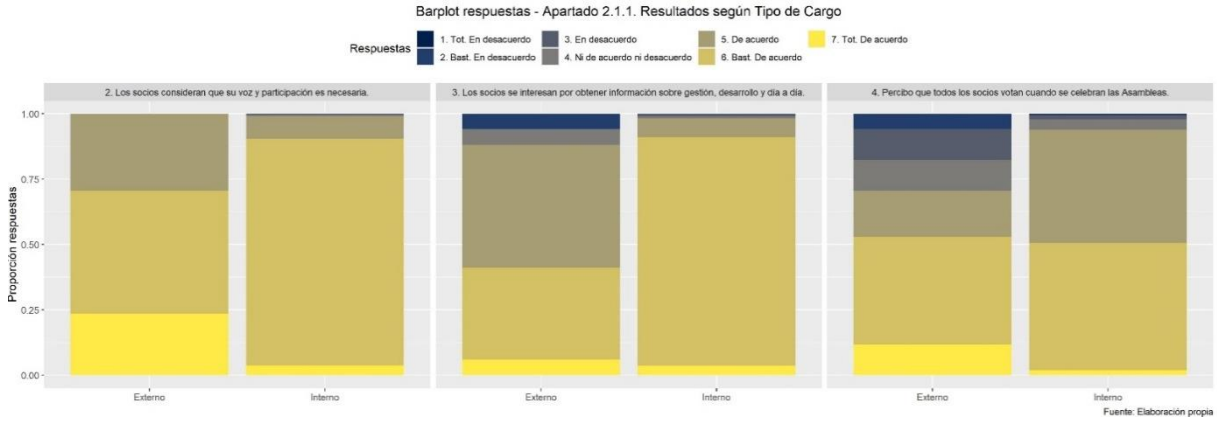
Tabla 19: Tabla contingencia. Variable (ítem): Participación. % según tipo de cargo en la cooperativa.

	Tipo de cargo cooperativa			***Test Chi Cuadrado***	
	Interno	**Externo**		***VALOR***	***p-valor***
1. Los socios participan en la toma de decisiones de la Cooperativa.					
Ninguno	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**30.48****	**.000**
Muy poco o nada	.1% (1)	5.9% (1)	.3% (2)		
Poco	2.1% (16)	5.9% (1)	2.2% (17)		
Medianamente suficiente	.8% (6)	5.9% (1)	.9% (7)		
Suficiente	15.4% (115)	29.4% (5)	15.7% (120)		
Mucho	80.6% (601)	52.9% (9)	79.9% (610)		
Demasiado	.9% (7)	.0% (0)	.9% (7)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
2. Los socios de esta cooperativa consideran que su voz y su participación es necesaria.					
Totalmente en desacuerdo	.1% (1)	.0% (0)	.1% (1)	**26.45****	**.000**
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
En desacuerdo	.1% (1)	.0% (0)	.1% (1)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.7% (5)	.0% (0)	.7% (5)		
De acuerdo	8.7% (65)	29.4% (5)	9.2% (70)		
Bastante de acuerdo	86.6% (646)	47.1% (8)	85.7% (654)		
Totalmente de acuerdo	3.8% (28)	23.5% (4)	4.2% (32)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
3. Los socios de esta cooperativa se interesan por obtener información sobre la gestión, el desarrollo y el día a día de la misma.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**64.49****	**.000**

Bastante en desacuerdo	.1% (1)	5.9% (1)	.3% (2)		
En desacuerdo	.8% (6)	.0% (0)	.8% (6)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.8% (6)	5.9% (1)	.9% (7)		
De acuerdo	7.1% (53)	47.1% (8)	8.0% (61)		
Bastante de acuerdo	87.7% (654)	35.3% (6)	86.5% (660)		
Totalmente de acuerdo	3.5% (26)	5.9% (1)	3.5% (27)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
4. Percibo que todos los socios votan cuando se celebran las Asambleas de la cooperativa.					
Totalmente en desacuerdo	.3% (2)	.0% (0)	.3% (2)	**35.76****	**.000**
Bastante en desacuerdo	.3% (2)	5.9% (1)	.4% (3)		
En desacuerdo	1.6% (12)	11.8% (2)	1.8% (14)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3.9% (29)	11.8% (2)	4.1% (31)		
De acuerdo	**43.3% (323)**	17.6% (3)	42.7% (326)		
Bastante de acuerdo	**48.8% (364)**	41.2% (7)	48.6% (371)		
Totalmente de acuerdo	1.9% (14)	11.8% (2)	2.1% (16)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
*NS No significativo. * Significativo (p<.05). ** Altamente significativo (p<.01)*					

Respecto a la representación de la Figura 7. Se subdivide en tres figuras, cada una correspondiente a un ítem. Para cada ítem se presenta la segmentación respecto a si es personal interno o externo. Las tonalidades van desde un color azul oscuro hasta amarillo, escala que va relacionada con los valores ordenados desde *"1. Totalmente en desacuerdo"* hasta *"7. Totalmente de acuerdo".*

Figura 7. Gráfico Barplot vertical por respuesta otorgada. Variable (ítem): Participación. % según tipo de cargo en la cooperativa. (N=763).



Al realizar la subdivisión, podemos comparar de forma visual las respuestas otorgadas, para conocer si las diferencias visuales que observamos son estadísticamente significativas debemos acudir a la tabla en cuestión donde se realiza el estudio (para este caso, lo reflejamos en la Tabla 19).

(1) En el ítem 2, observamos como para *interno* el color predominante se corresponde con “Bastante de acuerdo” mientras que para externo no es tal la concentración y existe mayor proporcionalidad de respuestas entre los grados 5, 6 y 7. Si consultamos la Tabla 19 efectivamente estas diferencias de respuestas visuales que observamos son diferencias estadísticamente significativas.

(2) En el ítem 3, observamos como de nuevo, para externo, hay mayor dispersión en las respuestas, ya que las distintas tonalidades nos indican que hay respuestas grado 1, 3, 5, 6 y 7, mientras que para interno estás, de existir, tienen una proporción mucho más reducida (descripción figura central de la Figura 7). Las diferencias -ver Tabla 19- que observamos son altamente significativas, luego podemos afirmar que existen diferencias en las respuestas otorgadas según el encuestado atendiendo a su condición de personal interno/externo. (Tenemos que recordar la limitación que existe respecto al recuento de número de respuestas que se tiene en ambos segmentos y lo balanceada de la muestra).

(3) Para el ítem 4, se observa como para *Interno*, la proporción de respuestas se equidistribuye -*se distribuye de forma homogénea*- para las respuestas *"5. De acuerdo"* y *"6. Bastante de acuerdo"*, siendo estas la respuesta mayormente (más del 90%, este dato puede observarse también en la Tabla 19, sumatorio de los dos grados, marcado en color NARANJA). Las diferencias observadas son altamente significativas.

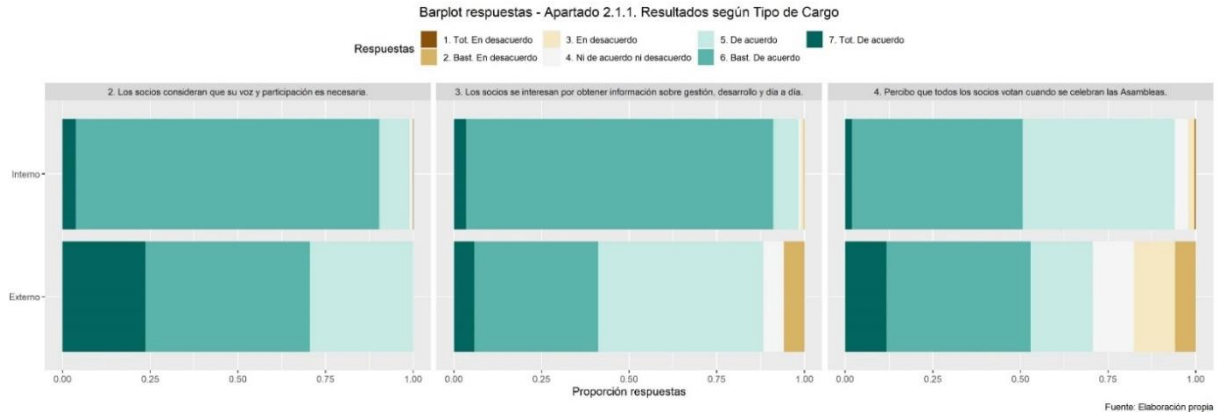
La Figura 8 se describe de la misma forma que la figura anterior, la diferencia es que los resultados o *Barplot* -gráfico de barras- se presenta de forma horizontal en vez de vertical. Además, para este caso se presenta una tonalidad de colores distinta, desde color verde hasta marrón.

Los grados y tabulación de las respuestas es la misma, *"1. Totalmente en desacuerdo"*, *"2. Bastante en desacuerdo"…* hasta *"7. Totalmente de acuerdo"*.

La segmentación se presenta en el eje y (eje vertical), para esta figura interna y externa, en el eje x (eje horizontal) se presenta la proporción de respuestas.

Se toma la consideración de presentar la proporción de respuestas para cada una de las segmentaciones ya que esta permite la comparación de las respuestas de forma visual, ya que si presentáramos el acumulado absoluto la comparación sería más tediosa, al presentar la proporción se relativiza/estandarizan el número de respuesta.

Figura 8. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Participación. % según tipo de cargo en la cooperativa. (N=763).



En la Figura 9 se presentan los resultados según la segmentación, es decir, mientras que en la Figura 8, se presentaba un gráfico para cada uno de los ítems, en la Figura 9, presentamos un gráfico para cada segmentación.

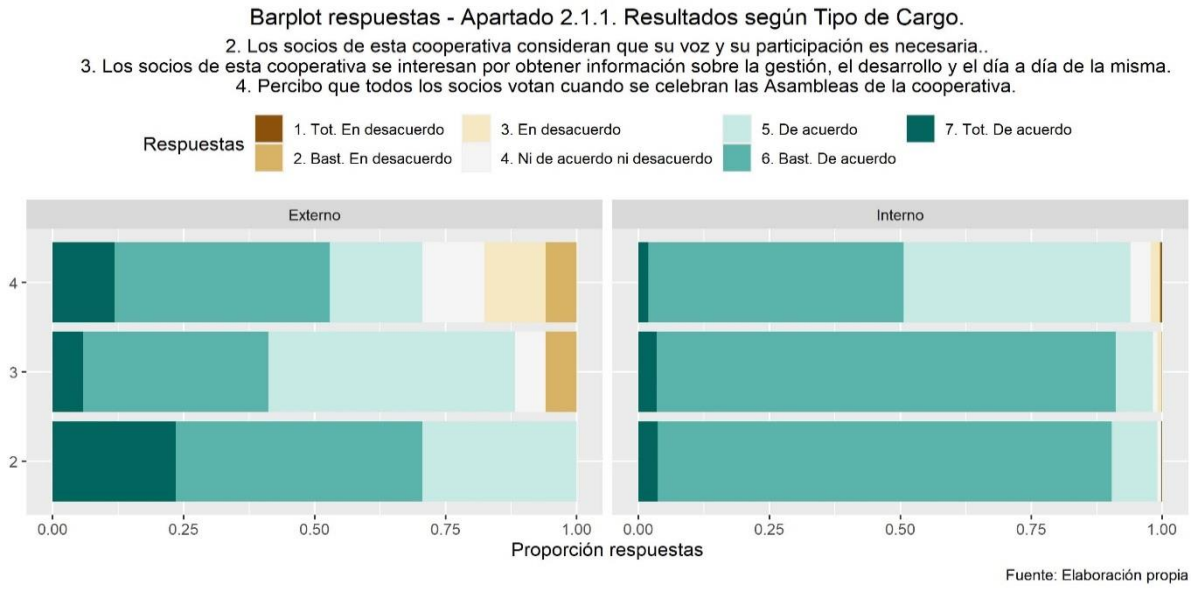
Esta subdivisión nos permite comparar de forma visual y gráfica las respuestas otorgadas para varios ítems según la pertenencia a cada segmento -*interno/externo*-.

Para el gráfico de la derecha, *segmentación personal interno*, nos permite comparar como para el ítem 4 las respuestas se subdividen entre *"6. Bastante de acuerdo" y "5. De acuerdo"*, en cambio, para el ítem 3, la gran mayoría de respuestas se corresponden con el grado *"6. Bastante de acuerdo"*. El ítem 2 y el ítem 3 presentan porcentajes de respuestas muy similares, luego de media podríamos decir que para ambos casos las respuestas han sido uniformes (iguales en media).

No podemos hablar de correlación, ya que esta se entiende comparando las respuestas otorgadas de cada individuo para cada ítem.

En la parte superior de la figura, las respuestas presentan la leyenda de los grados de las respuestas, por encima, la correspondencia de cada número a cada ítem presentado en el gráfico.

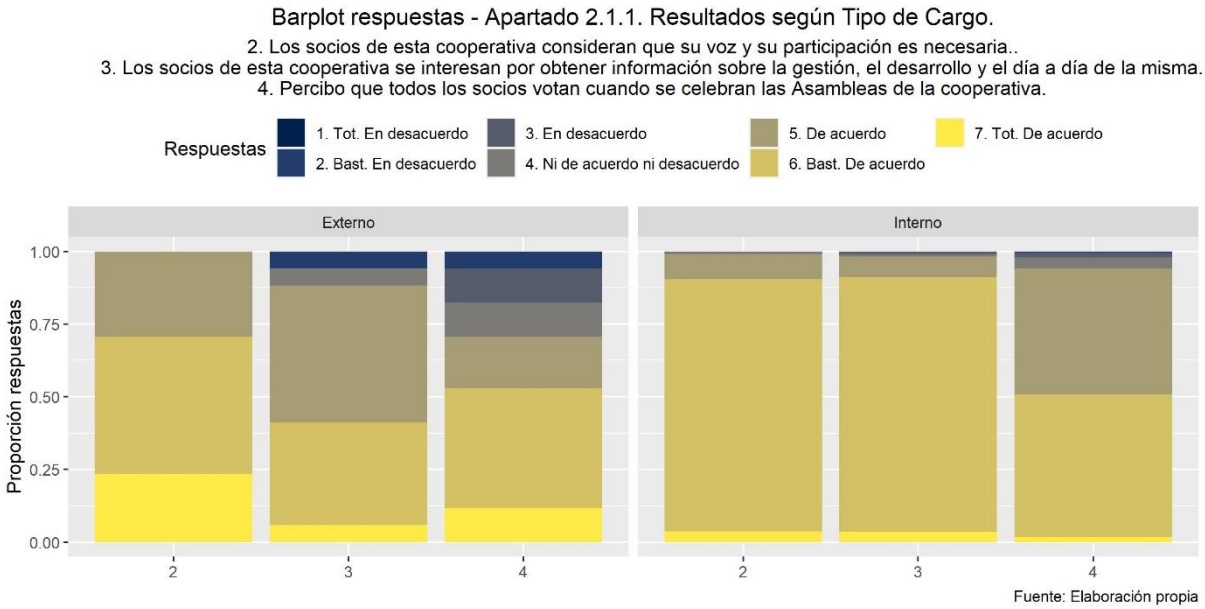
Figura 9. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Participación. Afirmaciones según tipo de cargo en la cooperativa. (N=763).



Fuente: Elaboración propia

Por último, para la Figura 10, es análoga a la presentada anteriormente, la diferencia se encuentra en que en este caso la disposición del *Barplot* o *Gráfico de Barras* se muestra de forma vertical. La descripción y comprensión de este se realiza de forma idéntica.

Figura 10. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Participación. Afirmaciones según tipo de cargo en la cooperativa. (N=763).



3.2.1.3. Según la antigüedad en la cooperativa.

No se estudia, ya que como se puede ver en la Tabla 17, la distribución de la muestra es arbitraria, es decir, la composición de los distintos segmentos no es uniforme.

3.2.1.4. Según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

De forma general solo se encuentran diferencias significativas, según el test de contraste Chi Cuadrado, en las respuestas otorgadas para el ítem *"4 – Percibo que todos los socios votan cuando se celebran las Asambleas de la cooperativa"*. (Ver la Tabla 20).

(1) Para la afirmación *"1 – Los socios participan en la toma de decisiones de la cooperativa"* no se encuentran diferencias significativas, luego podemos decir que de forma general no hay diferencias en las respuestas dadas por los encuestados

o al menos estas no son lo suficientemente disonantes como para encontrar diferencias estadísticamente significativas.

(2) En la afirmación "*2. Los socios de esta cooperativa consideran que su voz y su participación es necesaria"* no se observan diferencias significativas atendiendo a la pertenencia a o no a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

(3) Respecto a las respuestas otorgadas para el ítem "3. *Los socios de esta cooperativa se interesan por obtener información sobre la gestión, el desarrollo y el día a día de la misma"* no se observan diferencias significativas entre los resultados o proporciones obtenidas y las esperadas.

(4) Por último, para la cuestión *"4. Percibo que todos los socios votan cuando se celebran las asambleas de la cooperativa"* si se observan diferencias altamente significativas (p-valor <.01). Estas diferencias se encuentran principalmente en la respuesta *De acuerdo* y *Bastante de acuerdo*. Aquellos individuos que pertenecen a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana han respondido en más ocasiones, en proporción, que se muestran *De acuerdo*, mientras que para los que no pertenecen han respondido que se encuentran *Bastante de acuerdo*.

Tabla 20: Tabla contingencia. Variable (ítem): Participación. % según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

	Vegas Altas del Guadiana			***Test Chi Cuadrado***	
	Si	**No**		***VALOR***	***p-valor***
1. Los socios participan en la toma de decisiones de la Cooperativa.					
Ninguno	.0% (0)	0% (0)	.0% (0)		
Muy poco o nada	.0% (0)	0.4% (2)	.3% (2)		
Poco	1.1% (3)	2.8% (14)	2.2% (17)		
Medianamente suficiente	0.4% (1)	1.2% (6)	.9% (7)		
Suficiente	17.4% (46)	14.8% (74)	15.7% (120)	6.54^{NS}	.257
Mucho	80.7% (213)	79.6% (397)	79.9% (610)		
Demasiado	0.4% (1)	1.2% (6)	.9% (7)		

	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
2. Los socios de esta cooperativa consideran que su voz y su participación es necesaria.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	0.2% (1)	.1% (1)	6.77^{NS}	.238
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	0% (0)	.0% (0)		
En desacuerdo	.0% (0)	0.2% (1)	.1% (1)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.0% (0)	1.0% (5)	.7% (5)		
De acuerdo	7.6% (20)	10.0% (50)	9.2% (70)		
Bastante de acuerdo	89.4% (236)	83.8% (418)	85.7% (654)		
Totalmente de acuerdo	3.0% (8)	4.8% (24)	4.2% (32)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
3. Los socios de esta cooperativa se interesan por obtener información sobre la gestión, el desarrollo y el día a día de la misma.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	8.31^{NS}	.140
Bastante en desacuerdo	.4% (1)	.2% (1)	.3% (2)		
En desacuerdo	.4% (1)	1.0% (5)	.8% (6)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.0% (0)	1.4% (7)	.9% (7)		
De acuerdo	6.1% (16)	9.0% (45)	8.0% (61)		
Bastante de acuerdo	90.5% (239)	84.4% (421)	86.5% (660)		
Totalmente de acuerdo	2.7% (7)	4.0% (20)	3.5% (27)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
4. Percibo que todos los socios votan cuando se celebran las Asambleas de la cooperativa.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.4% (2)	.3% (2)	**34.43****	**.000**
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.6% (3)	.4% (3)		
En desacuerdo	.4% (1)	2.6% (13)	1.8% (14)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2.7% (7)	4.8% (24)	4.1% (31)		
De acuerdo	56.1% (148)	35.7% (178)	42.7% (326)		
Bastante de acuerdo	38.6% (102)	53.9% (269)	48.6% (371)		
Totalmente de acuerdo	2.3% (6)	2.0% (10)	2.1% (16)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		

*^{NS} No significativo. * Significativo (p<.05). ** Altamente significativo (p<.01)*

La descripción de las figuras es análoga a la descrita en apartados anteriores, la diferencia en este caso es que la segmentación se corresponde a la pertenencia o no de la cooperativa de la población encuestada a la Comarca de *Vegas Altas del Guadiana*.

Figura 11. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Participación. % según pertenecía a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana (N=763).

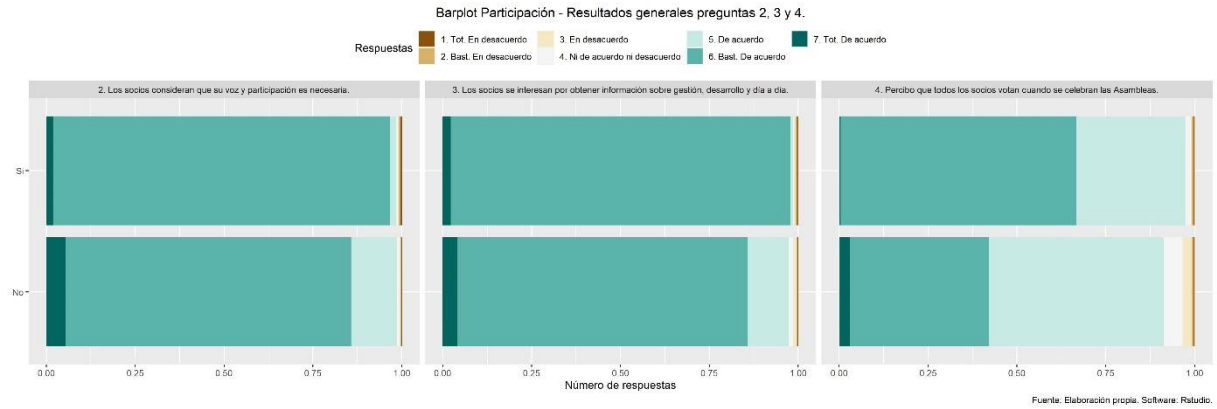
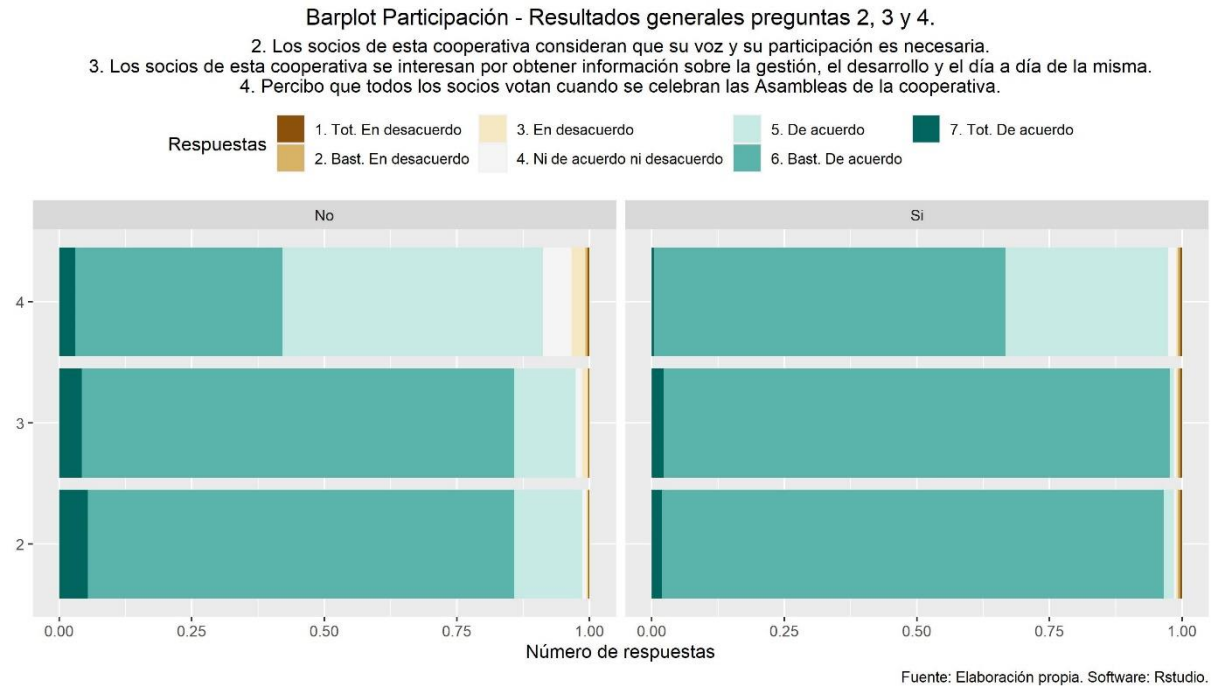


Figura 12. Gráfico Barplot horizontal para la Variable (ítem): Participación. Afirmaciones según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana. (N=763).



3.2.2. Confianza.

3.2.2.1. Resultados generales.

A continuación, vamos a exponer los resultados obtenidos para las variables pertenecientes al constructo de *Confianza,* que se reflejan en la Tabla 21.

De forma general podemos observar cómo para todas las afirmaciones las respuestas otorgadas respecto a ambas escalas Likert que se presentan, se muestra claramente balanceada, en ambos casos para una mayor afinidad a la afirmación o con adverbios que implican mayor orden o cantidad.

Para ambos casos la escala tipo Likert utilizada se compone de 7 preguntas (5-11) y de 7 respuestas, estas respuestas ordenadas van desde *Totalmente en desacuerdo* hasta *Totalmente de acuerdo*.

(5) Para la afirmación "*Percibo que los socios de la cooperativa reconocen la labor que realizan los directivos del Consejo Rector de la cooperativa*", observamos que casi 5 de cada 7 respuestas se corresponden con la respuesta de *Bastante de acuerdo*, y casi el 95% de la muestra (715) han respondido *Bastante de acuerdo* o *Totalmente de acuerdo*.

(6) En la afirmación "*Confío en los representantes de esta cooperativa*", el 96,5% de la población encuestada ha respondido *Bastante de acuerdo* o *Totalmente de acuerdo*, lo que supone que de un total de 763 respuestas, 740 corresponden a esta afirmación.

(7) En el axioma "*Pienso que puedo confiar en la mayoría de los miembros de esta cooperativa*", tenemos un resultado alineado y parejo a la anterior afirmación.

(8) Más del 90% de la población encuestada (691 de 763 personas), se muestran *Bastante en desacuerdo* y/o *En desacuerdo* con la afirmación "*Considero que el ejercicio del liderazgo de la Gerencia y/o Presidencia de la cooperativa, pueden crear dudas en los socios*".

(9) "*La mayoría de las veces, creo que los socios tratan de ser útiles en esta cooperativa*" es también una afirmación cuyas respuestas dan un resultado balanceado, otorgando un 86% a la respuesta *Bastante de acuerdo.*

(10) Para las dos últimas afirmaciones de este constructo, "*Percibo que el Presidente de esta cooperativa siempre toma en cuenta los beneficios de los socios*", y (11) "*Considero que la Asamblea de esta cooperativa no duda de mi lealtad y compromiso de los socios*", ambas tienen un resultado igualitario, donde el 97% de la población están *Bastante de acuerdo* o *Totalmente de acuerdo*, (742 personas de la población total de 763) con sus respectivas afirmaciones.

Tabla 21: Tabla de frecuencias. Variable (ítem): Confianza. Según respuestas otorgadas.

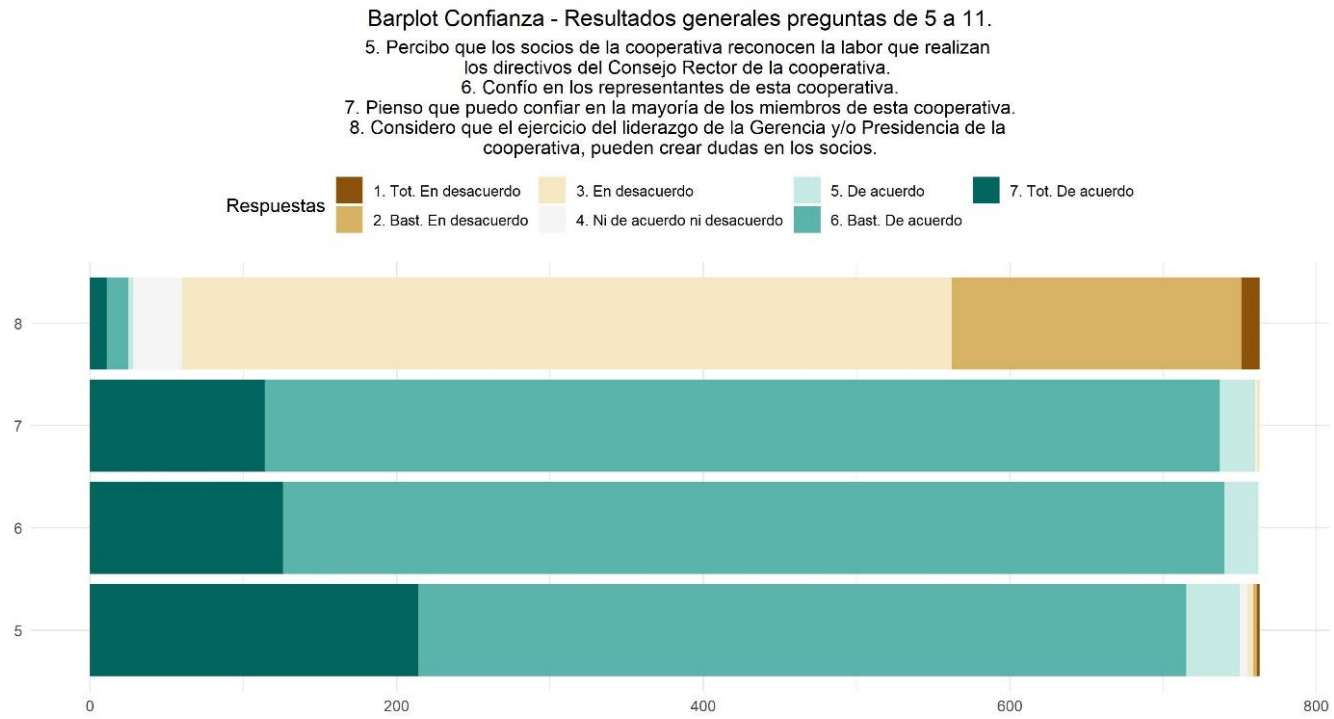
Afirmación	Respuestas	Frec. Absoluta	Frec. abs Acumulada	Fre. Relativa	Frec. Relativa acumulada
5. Percibo que los socios de la cooperativa reconocen la labor que realizan los directivos del Consejo Rector de la cooperativa.	*Totalmente en desacuerdo*	2	2	.3%	.3%
	Bastante en desacuerdo	2	4	.3%	.5%
	En desacuerdo	4	8	.5%	1.0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	13	.7%	1.7%
	De acuerdo	35	48	4.6%	6.3%
	Bastante de acuerdo	501	549	65.7%	72.0%
	Totalmente de acuerdo	214	763	28.0%	100.0%
6. Confío en los representantes de esta cooperativa.	*Totalmente en desacuerdo*	0	0	.0%	.0%
	Bastante en desacuerdo	0	0	.0%	.0%
	En desacuerdo	0	0	.0%	.0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1	.1%	.1%
	De acuerdo	22	23	2.9%	3.0%

	Bastante de acuerdo	614	637	80.5%	83.5%
	Totalmente de acuerdo	126	763	16.5%	100.0%
7. Pienso que puedo confiar en la mayoría de los miembros de esta cooperativa.	*Totalmente en desacuerdo*	0	0	.0%	.0%
	Bastante en desacuerdo	0	0	.0%	.0%
	En desacuerdo	2	2	.3%	.3%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3	.1%	.4%
	De acuerdo	23	26	3.0%	3.4%
	Bastante de acuerdo	623	649	81.7%	85.1%
	Totalmente de acuerdo	114	763	14.9%	100.0%
8. Considero que el ejercicio del liderazgo de la Gerencia y/o Presidencia de la cooperativa, pueden crear dudas en los socios.	*Totalmente en desacuerdo*	12	12	1.6%	1.6%
	Bastante en desacuerdo	189	201	24.8%	26.3%
	En desacuerdo	502	703	65.8%	92.1%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	32	735	4.2%	96.3%
	De acuerdo	3	738	.4%	96.7%
	Bastante de acuerdo	14	752	1.8%	98.6%
	Totalmente de acuerdo	11	763	1.4%	100.0%
9. La mayoría de las veces, creo que los socios tratan de ser útiles en esta cooperativa.	*Totalmente en desacuerdo*	0	0	.0%	.0%
	Bastante en desacuerdo	1	1	.1%	.1%
	En desacuerdo	4	5	.5%	.7%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	8	0.4%	1.0%
	De acuerdo	42	50	5.5%	6.6%
	Bastante de acuerdo	656	706	86.0%	92.5%
	Totalmente de acuerdo	57	763	7.5%	100.0%
10. Percibo que el Presidente de esta cooperativa siempre toma en cuenta los beneficios de los socios.	*Totalmente en desacuerdo*	0	0	.0%	.0%
	Bastante en desacuerdo	0	0	.0%	.0%
	En desacuerdo	1	1	.1%	.1%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	3	.3%	.4%
	De acuerdo	18	21	2.4%	2.8%
	Bastante de acuerdo	446	467	58.5%	61.2%
	Totalmente de acuerdo	296	763	38.8%	100.0%
11. Considero que la Asamblea de esta cooperativa no duda de mi lealtad y compromiso de los socios.	*Totalmente en desacuerdo*	0	0	.0%	.0%
	Bastante en desacuerdo	0	0	.0%	.0%
	En desacuerdo	0	0	.0%	.0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	2	.3%	.3%
	De acuerdo	19	21	2.5%	2.8%
	Bastante de acuerdo	677	698	88.7%	91.5%
	Totalmente de acuerdo	65	763	8.5%	100.0%

En la Figura 13, se presentan las respuestas generales otorgadas para los ítems 5-8 (gráfico superior) y 9-11 (gráfico inferior). Hay que destacar las respuestas otorgadas para el ítem 8, donde claramente se aprecia cómo se rompe la tendencia respecto al resto de los ítems, en ésta se observa una mayor cantidad de respuestas en tonalidades en color marrón, lo que indica que las respuestas se corresponden a *"3. En desacuerdo"* y "*4. Bastante en desacuerdo".*

Tenemos que recordar que, para conocer los resultados y proporciones exactas, tenemos que observar y analizar los datos de la Tabla 21 (tabla de frecuencias), si queremos agrupar una serie de respuestas, basta con sumar los valores relativos de los porcentajes.

Figura 13. Gráfico Barplot por respuesta otorgada. Variable (ítem): Confianza. Según respuestas otorgadas. Resultados generales. (N=763).



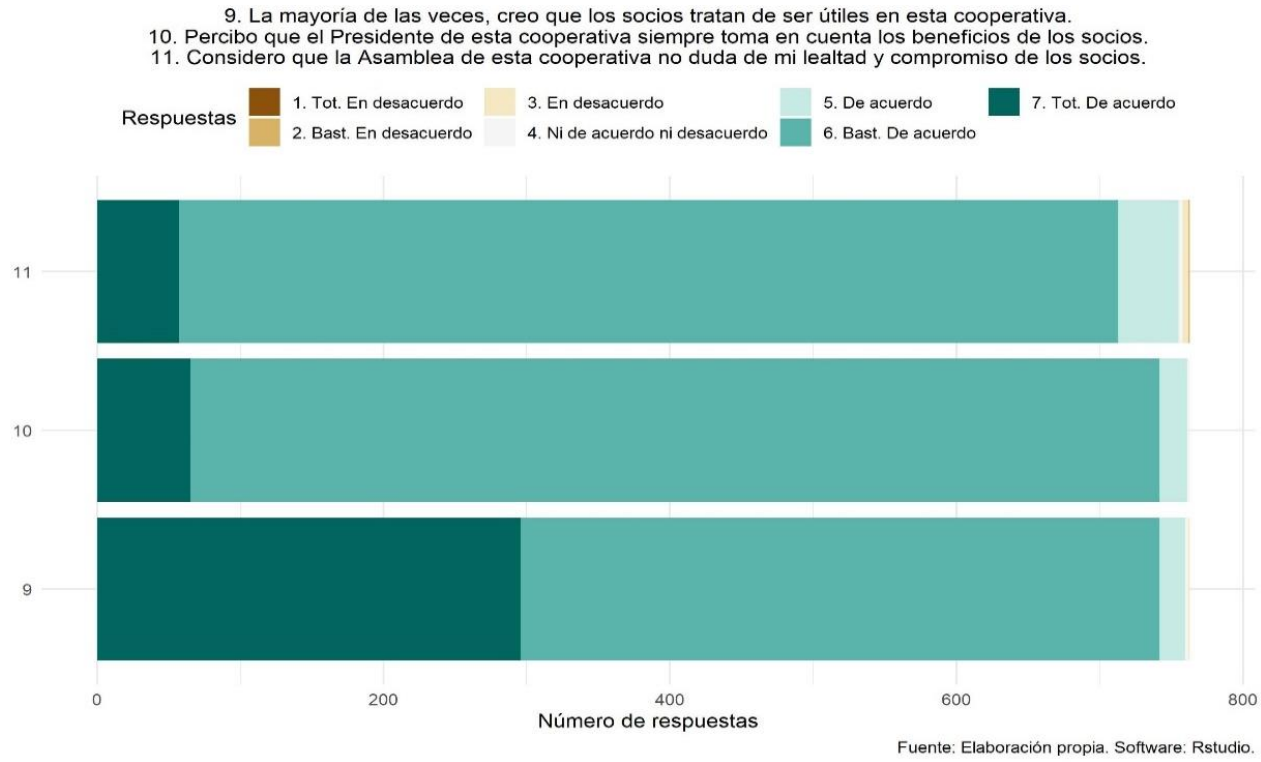
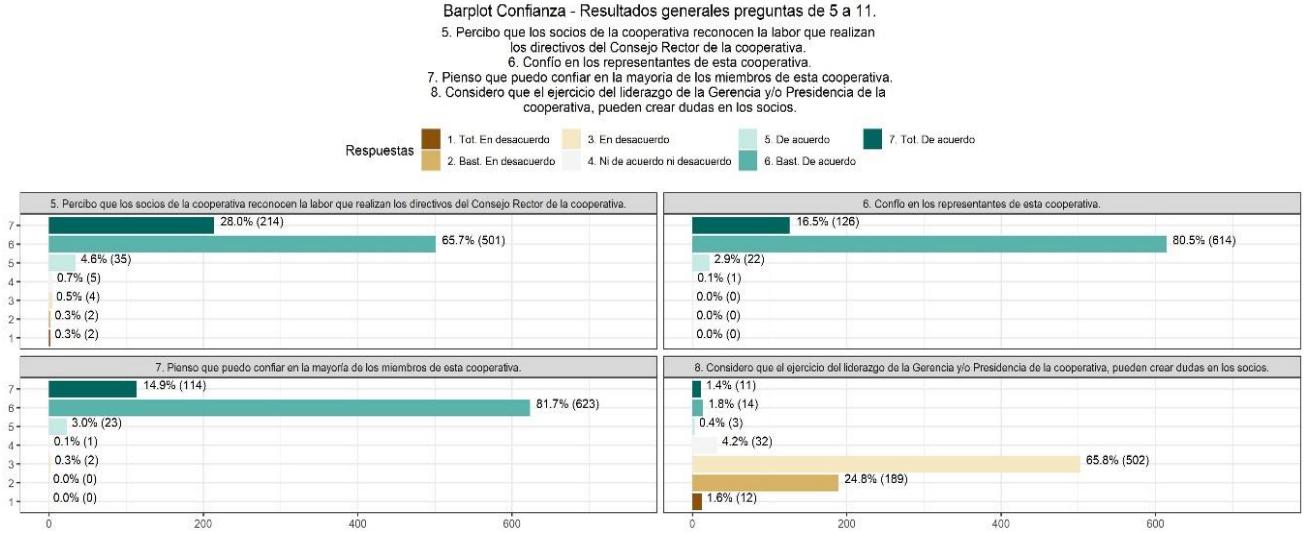
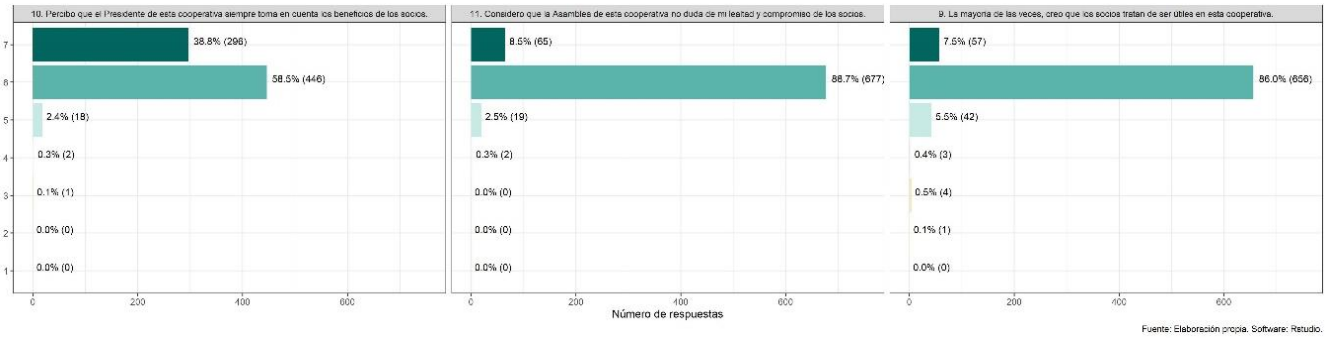


Figura 14. Gráfico Barplot por respuesta otorgada. Variable (ítem): Confianza. Según respuestas otorgadas. Resultados generales. (N=763).





3.2.2.2. Según tipo de cargo en la cooperativa.

Tabla 22: Tabla contingencia. Variable (ítem): Confianza.

	Tipo de cargo cooperativa			***Test Chi Cuadrado***	
	Interno	**Externo**		***VALOR***	***p-valor***
5. Percibo que los socios de la cooperativa reconocen la labor que realizan los directivos del Consejo Rector de la cooperativa.					
Totalmente en desacuerdo	.3% (2)	.0% (0)	.3% (2)	**137.52****	**.000**
Bastante en desacuerdo	.1% (1)	5.9% (1)	.3% (2)		
En desacuerdo	.3% (2)	11.8% (2)	.5% (4)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.4% (3)	11.8% (2)	.7% (5)		
De acuerdo	3.9% (29)	35.3% (6)	4.6% (35)		
Bastante de acuerdo	66.5% (496)	29.4% (5)	65.7% (501)		
Totalmente de acuerdo	28.6% (213)	5.9% (1)	28.0% (214)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
6. Confío en los representantes de esta cooperativa.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**26.70****	**.000**
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
En desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.1% (1)	.0% (0)	.1% (1)		
De acuerdo	2.4% (18)	23.5% (4)	2.9% (22)		
Bastante de acuerdo	81.1% (605)	52.9% (9)	80.5% (614)		
Totalmente de acuerdo	16.4% (122)	23.5% (4)	16.5% (126)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		

7. Pienso que puedo confiar en la mayoría de los miembros de esta cooperativa.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**35.94****	**.000**
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
En desacuerdo	.1% (1)	5.9% (1)	.3% (2)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.1% (1)	.0% (0)	.1% (1)		
De acuerdo	2.7% (20)	17.6% (3)	3% (23)		
Bastante de acuerdo	82.3% (614)	52.9% (9)	81.7% (623)		
Totalmente de acuerdo	14.7% (110)	23.5% (4)	14.9% (114)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
8. Considero que el ejercicio del liderazgo de la Gerencia y/o Presidencia de la cooperativa, pueden crear dudas en los socios.					
Totalmente en desacuerdo	1.3% (10)	11.8% (2)	1.6% (12)	**31.49****	**.000**
Bastante en desacuerdo	25.2% (188)	5.9% (1)	24.8% (189)		
En desacuerdo	66% (492)	58.8% (10)	65.8% (502)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4.2% (31)	5.9% (1)	4.2% (32)		
De acuerdo	.3% (2)	5.9% (1)	.4% (3)		
Bastante de acuerdo	1.7% (13)	5.9% (1)	1.8% (14)		
Totalmente de acuerdo	1.3% (10)	5.9% (1)	1.4% (11)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
9. La mayoría de las veces, creo que los socios tratan de ser útiles en esta cooperativa.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**68.69****	**.000**
Bastante en desacuerdo	.1% (1)	0% (0)	.1% (1)		
En desacuerdo	.4% (3)	5.9% (1)	.5% (4)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.3% (2)	5.9% (1)	.4% (3)		
De acuerdo	4.7% (35)	41.2% (7)	5.5% (42)		
Bastante de acuerdo	87.1% (650)	35.3% (6)	86% (656)		
Totalmente de acuerdo	7.4% (55)	11.8% (2)	7.5% (57)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
10. Percibo que el Presidente de esta cooperativa siempre toma en cuenta los beneficios de los socios.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**20.70****	**.000**
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
En desacuerdo	.1% (1)	.0% (0)	.1% (1)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.3% (2)	.0% (0)	.3% (2)		

De acuerdo	2% (15)	17.6% (3)	2.4% (18)		
Bastante de acuerdo	59.1% (441)	29.4% (5)	58.5% (446)		
Totalmente de acuerdo	38.5% (287)	52.9% (9)	38.8% (296)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
11. Considero que la Asamblea de esta cooperativa no duda de mi lealtad y compromiso de los socios.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**34.12****	**.000**
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
En desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.3% (2)	.0% (0)	.3% (2)		
De acuerdo	2.1% (16)	17.6% (3)	2.5% (19)		
Bastante de acuerdo	89.7% (669)	47.1% (8)	88.7% (677)		
Totalmente de acuerdo	7.9% (59)	35.3% (6)	8.5% (65)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
*NS No significativo. * Significativo (p<.05). ** Altamente significativo (p<.01)*					

Referente al estudio de la variable *Confianza*, y atendiendo a la subdivisión según el tipo de cargo en la empresa cooperativa (*Interno vs Externo)* según la Tabla 22, podemos señalar que existe una similitud y alineamiento de respuestas con los resultados generales (Tabla 21).

Como se presenta en la tabla anterior, se obtienen diferencias altamente significativas en todos los casos atendiendo a la segmentación según tipo de cargo, de forma visual en la Figura 15, podemos corroborar dichas diferencias.

Figura 15. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Confianza. % según tipo de cargo en la cooperativa. (N=763).

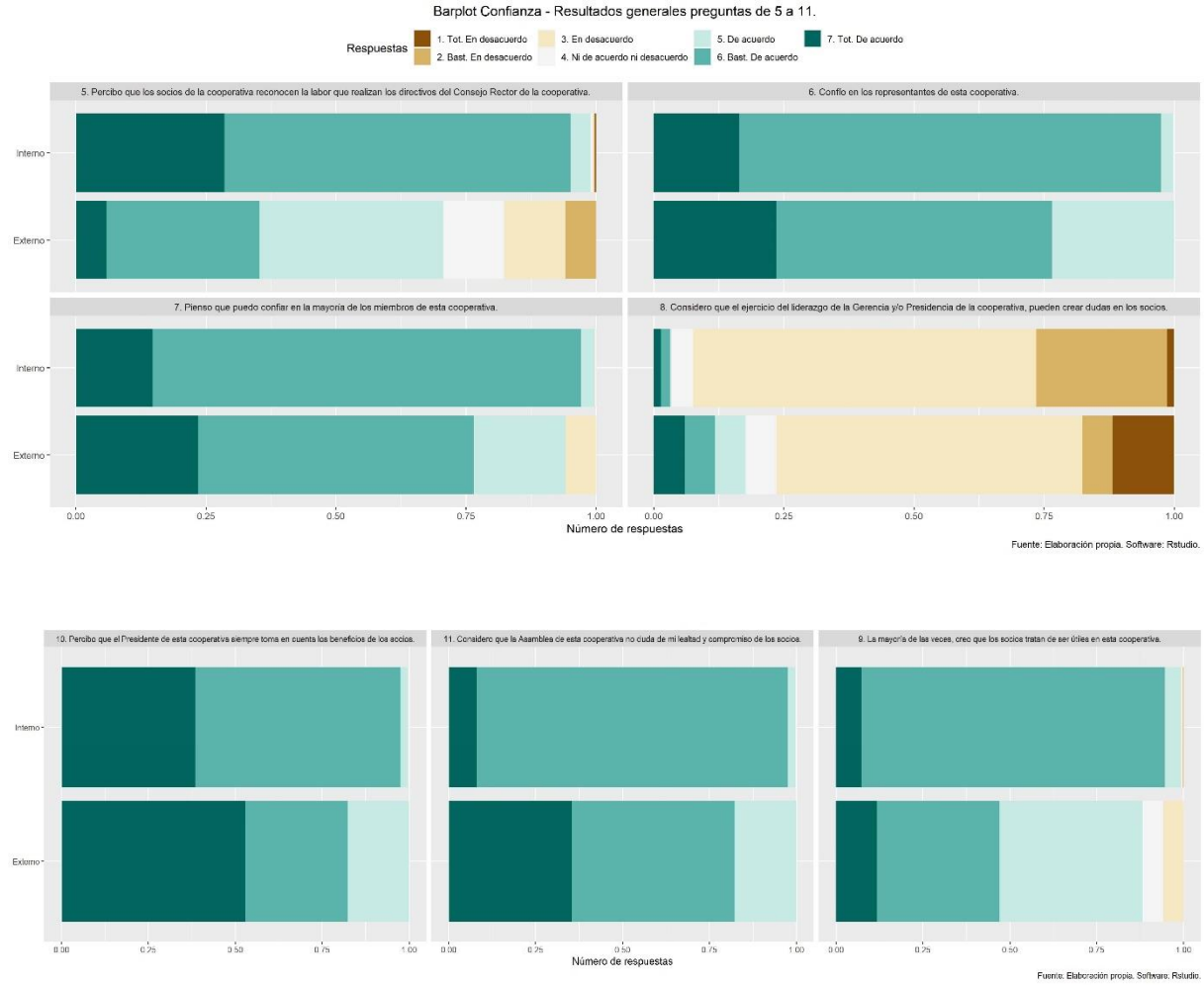
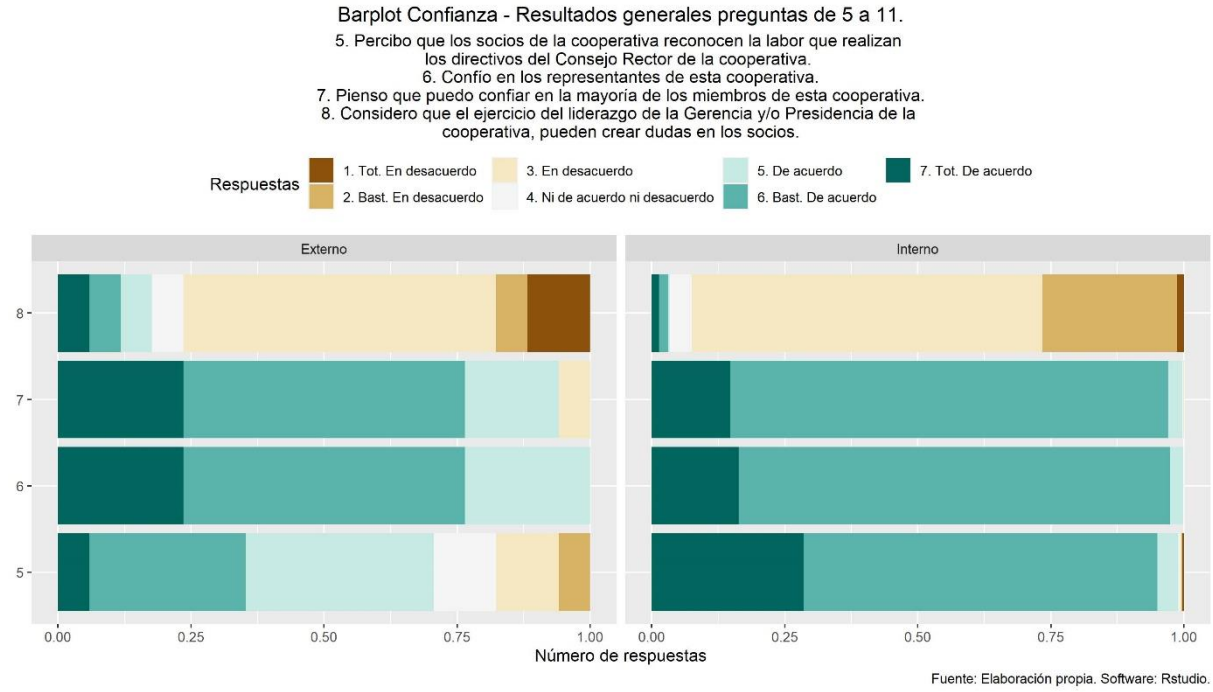
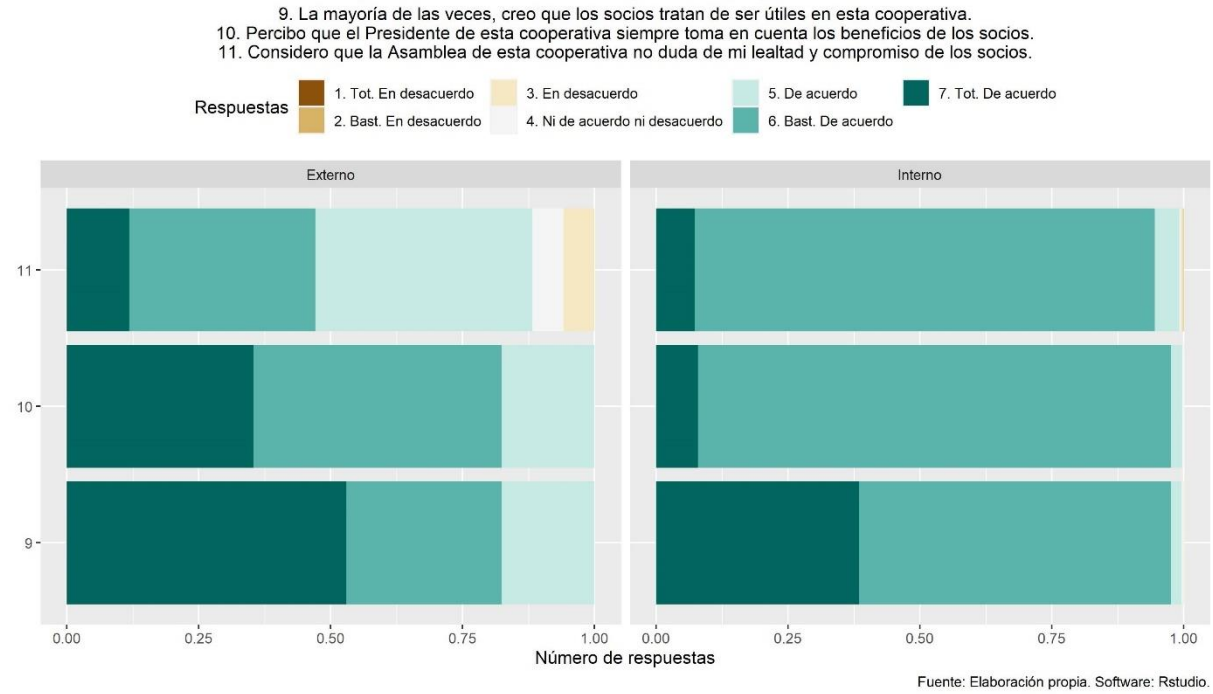


Figura 16. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Confianza. Afirmaciones según tipo de cargo en la cooperativa. (N=763).



Fuente: Elaboración propia. Software: Rstudio.



Fuente: Elaboración propia. Software: Rstudio.

3.2.2.3. Según pertenencia en la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

Si nos apoyamos en la Tabla 23, podremos observar que para los ítems 5, 8 y 9 no se obtienen diferencias estadísticamente significativas, luego o bien no existen diferencias o de existir estas no son lo suficiente como para afirmar que son estadísticamente significativas.

El ítem 7, presenta diferencias significativas, el p-valor es inferior a 0.05 pero no a 0.01, luego existen diferencias en las respuestas otorgadas según la segmentación de pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

Por último, para los ítems restantes -6, 10 y 11- se obtienen diferencias altamente significativas en las respuestas registradas para los encuestados respecto a la pertenencia o no a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana. Si profundizamos en donde se encuentran las diferencias -pueden ser más sencillo de comprender si observamos la Figura 17 y 18, estas se encuentran en pequeños grados de las respuestas, es decir, por ejemplo, para individuos que pertenecen a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana se contesta de forma mayoritaria grado 5 mientras que para no perteneciente grado 6-.

Las diferencias significativas/altamente significativas que se encuentran en todo el estudio de análisis sociométrico se corresponden a pequeños grados, es decir no encontramos que para una segmentación las respuestas se corresponden a grados 1-2 y para el otro grupo sean 5-6.

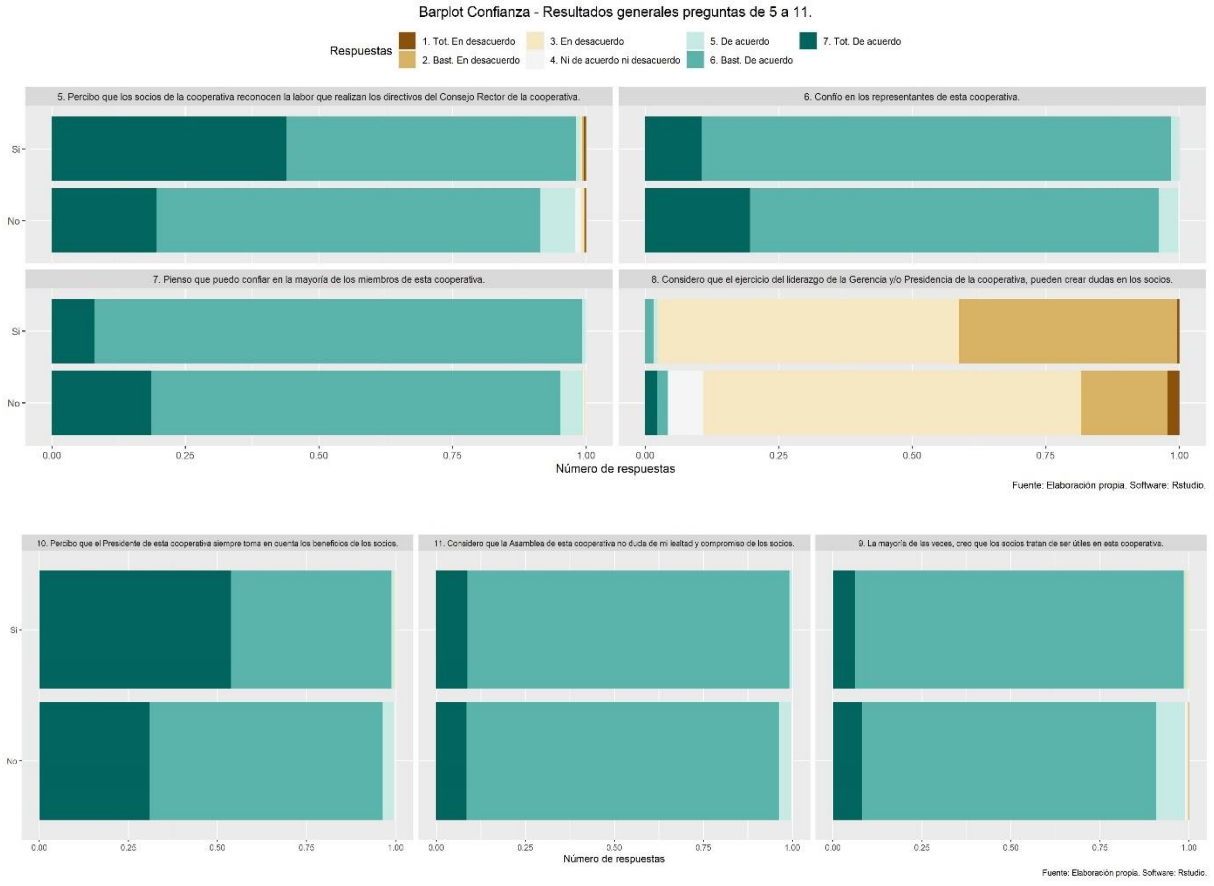
Tabla 23: Tabla contingencia. Variable (ítem): Confianza. % según pertenencia a Vegas Altas del Guadiana.

	Vegas Altas del Guadiana			***Test Chi Cuadrado***	
	Sí	**No**		***VALOR***	***p-valor***
5. Percibo que los socios de la cooperativa reconocen la labor que realizan los directivos del Consejo Rector de la cooperativa.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.4% (2)	.3% (2)	9.77^{NS}	.135
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.4% (2)	.3% (2)		
En desacuerdo	.4% (1)	.6% (3)	.5% (4)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.4% (1)	.8% (4)	.7% (5)		
De acuerdo	2.7% (7)	5.6% (28)	4.6% (35)		
Bastante de acuerdo	63.6% (168)	66.7% (333)	65.7% (501)		
Totalmente de acuerdo	33% (87)	25.5% (127)	28% (214)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
6. Confío en los representantes de esta cooperativa.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**13.76****	**.003**
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
En desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.0% (0)	.2% (1)	.1% (1)		
De acuerdo	1.1% (3)	3.8% (19)	2.9% (22)		
Bastante de acuerdo	87.5% (231)	76.8% (383)	80.5% (614)		
Totalmente de acuerdo	11.4% (30)	19.2% (96)	16.5% (126)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
7. Pienso que puedo confiar en la mayoría de los miembros de esta cooperativa.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**12.46***	**.014**
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
En desacuerdo	.0% (0)	.4% (2)	.3% (2)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.0% (0)	.2% (1)	.1% (1)		
De acuerdo	1.1% (3)	4.0% (20)	3.0% (23)		
Bastante de acuerdo	87.9% (232)	78.4% (391)	81.7% (623)		
Totalmente de acuerdo	11.0% (29)	17.0% (85)	14.9% (114)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		

8. Considero que el ejercicio del liderazgo de la Gerencia y/o Presidencia de la cooperativa, pueden crear dudas en los socios.					
Totalmente en desacuerdo	.8% (2)	2.0% (10)	1.6% (12)	3.60 NS	.730
Bastante en desacuerdo	25.8% (68)	24.2% (121)	24.8% (189)		
En desacuerdo	65.9% (174)	65.7% (328)	65.8% (502)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4.2% (11)	4.2% (21)	4.2% (32)		
De acuerdo	.4% (1)	.4% (2)	.4% (3)		
Bastante de acuerdo	2.3% (6)	1.6% (8)	1.8% (14)		
Totalmente de acuerdo	.8% (2)	1.8% (9)	1.4% (11)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
9. La mayoría de las veces, creo que los socios tratan de ser útiles en esta cooperativa.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	9.50 NS	.091
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.2% (1)	.1% (1)		
En desacuerdo	.0% (0)	.8% (4)	.5% (4)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.0% (0)	.6% (3)	.4% (3)		
De acuerdo	3.4% (9)	6.6% (33)	5.5% (42)		
Bastante de acuerdo	90.5% (239)	83.6% (417)	86.0% (656)		
Totalmente de acuerdo	6.1% (16)	8.2% (41)	7.5% (57)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
10. Percibo que el Presidente de esta cooperativa siempre toma en cuenta los beneficios de los socios.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	0% (0)	**24.63****	**.000**
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	0% (0)		
En desacuerdo	.4% (1)	.0% (0)	.1% (1)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.0% (0)	.4% (2)	.3% (2)		
De acuerdo	1.5% (4)	2.8% (14)	2.4% (18)		
Bastante de acuerdo	48.1% (127)	63.9% (319)	58.5% (446)		
Totalmente de acuerdo	50.0% (132)	32.9% (164)	38.8% (296)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
11. Considero que la Asamblea de esta cooperativa no duda de mi lealtad y compromiso de los socios.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**7.91***	**.048**
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
En desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		

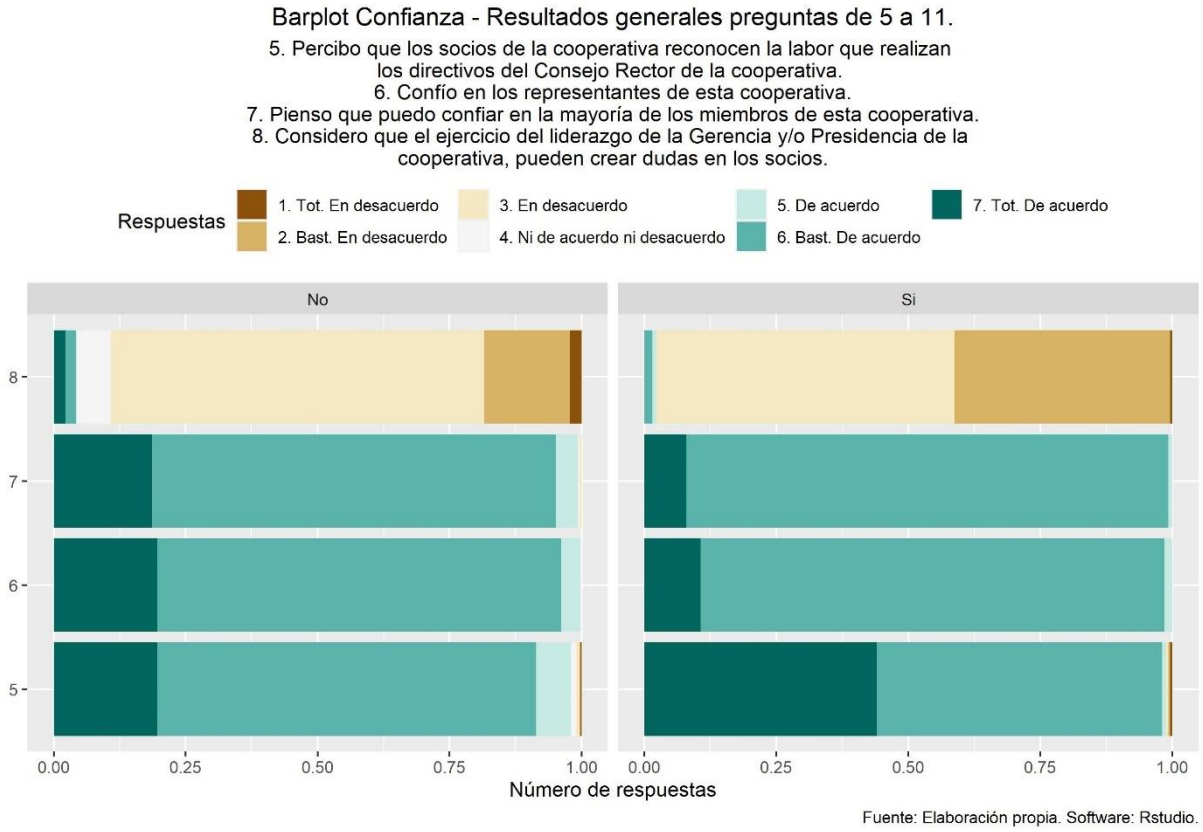
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.0% (0)	.4% (2)	.3% (2)		
De acuerdo	.8% (2)	3.4% (17)	2.5% (19)		
Bastante de acuerdo	92.4% (244)	86.8% (433)	88.7% (677)		
Totalmente de acuerdo	6.8% (18)	9.4% (47)	8.5% (65)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
*NS No significativo. * Significativo (p<.05). ** Altamente significativo (p<.01)*					

Figura 17. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Participación. % según pertenecía a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana (N=763).

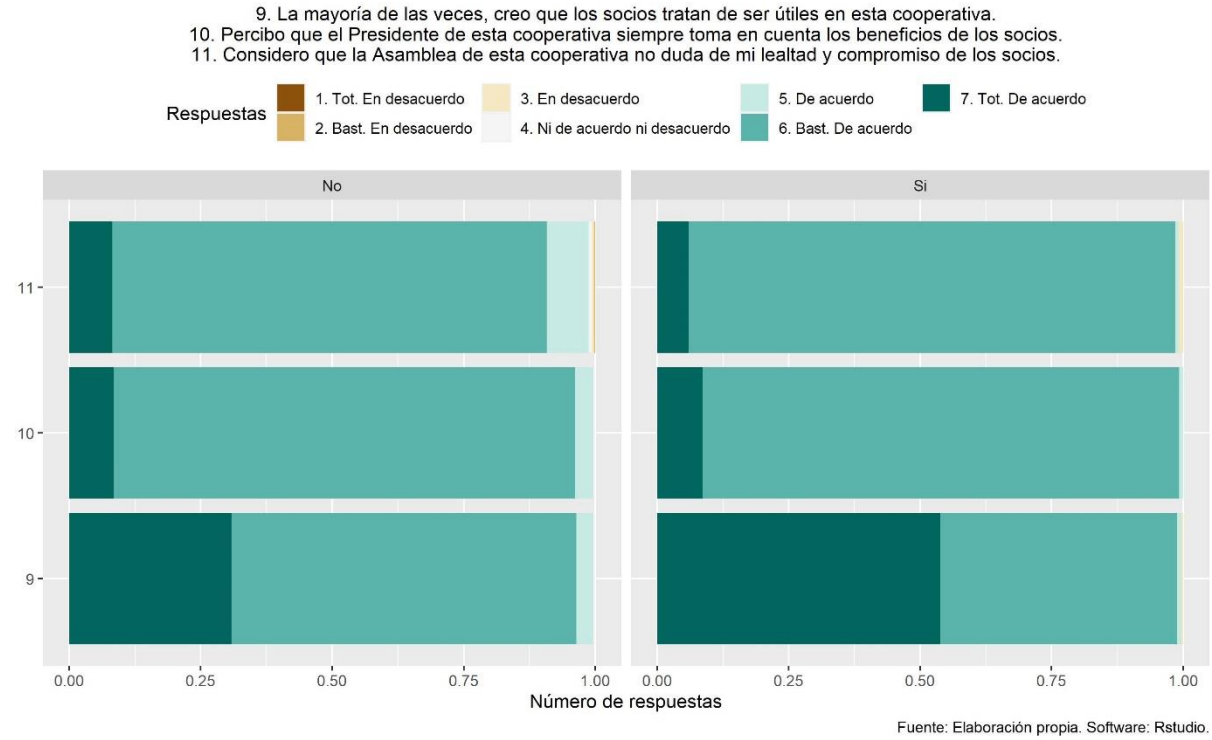


La descripción para el resto de los apartados en los que se presentan las figuras correspondientes según el ítem, tiene la misma interpretación, lo podemos observar en la Figura 18.

Figura 18. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Confianza. Afirmaciones según la Comarca de Vegas Altas del Guadiana. (N=763).



Fuente: Elaboración propia. Software: Rstudio.



Fuente: Elaboración propia. Software: Rstudio.

3.2.3. Satisfacción.

3.2.3.1. Resultados generales.

Tabla 24: Tabla de frecuencias. Variable (ítem): Satisfacción.

Afirmación	Respuestas	Frec. Absoluta	Frec. abs Acumulada	Fre. Relativa	Frec. Relativa acumulada
12. Pienso que los socios están satisfechos, con respecto a los precios, servicios y accesibilidad de esta cooperativa.	*Muy insatisfecho*	0	0	.0%	.0%
	Bastante insatisfecho	0	0	.0%	.0%
	Algo insatisfecho	7	7	.9%	.9%
	Ni satisfecho ni insatisfecho	33	40	4.3%	5.2%
	Satisfecho	488	528	64.0%	69.2%
	Bastante satisfecho	221	749	29.0%	98.2%
	Muy satisfecho	14	763	1.8%	100.0%
13. Me siento satisfecho con respecto a las actividades, información, relación personal de esta cooperativa.	*Muy insatisfecho*	0	0	.0%	.0%
	Bastante insatisfecho	0	0	.0%	.0%
	Algo insatisfecho	0	0	.0%	.0%
	Ni satisfecho ni insatisfecho	1	1	.1%	.1%
	Satisfecho	25	26	3.3%	3.4%
	Bastante satisfecho	418	444	54.8%	58.2%
	Muy satisfecho	319	763	41.8%	100.0%

A continuación, vamos a analizar los resultados obtenidos para las variables pertenecientes al constructo *Satisfacción,* que se encuentran en la Tabla 24.

De forma general podemos observar cómo para todas las afirmaciones las respuestas otorgadas respecto a ambas escalas Likert que se presentan, se muestra claramente balanceada, en ambos casos para una mayor afinidad a la afirmación o con adverbios que implican mayor orden o cantidad.

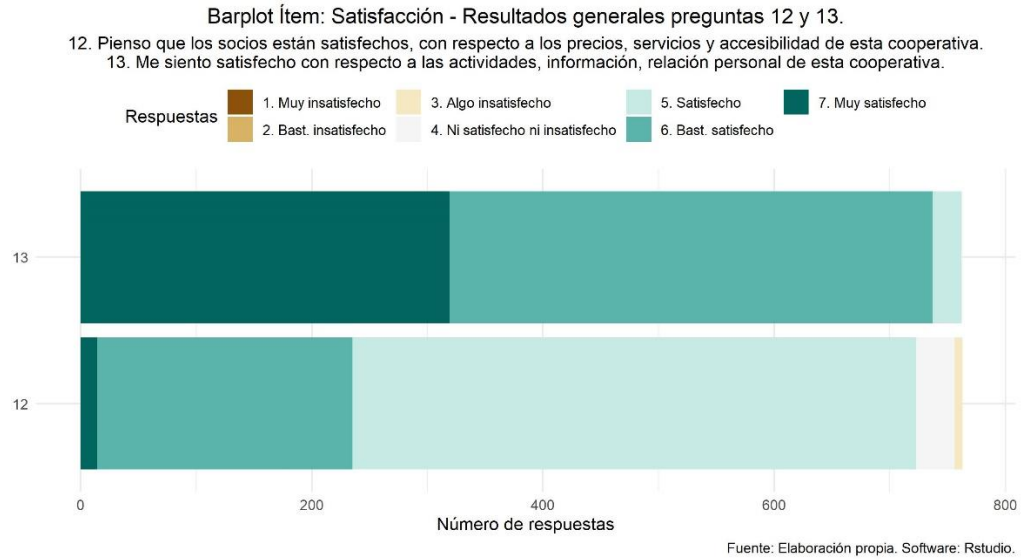
Para ambos casos, la escala tipo Likert utilizada se compone de 7 respuestas, para las dos afirmaciones de este tercer elemento del *Tetraktys del Capital Social*, estas respuestas ordenadas van desde *Muy insatisfecho* hasta *Muy satisfecho*.

(12) Para la afirmación "*Pienso que los socios están satisfechos, con respecto a los precios, servicios y accesibilidad de esta cooperativa"* observamos que el 93% de la población encuestada (709 personas), se decantan por las respuestas *Satisfecho* y *Bastante satisfecho*.

(13) En "*Me siento satisfecho con respecto a las actividades, información, relación personal de esta cooperativa"* más del 96% de los individuos están *Bastantes satisfechos* o *Muy satisfechos* con esta afirmación.

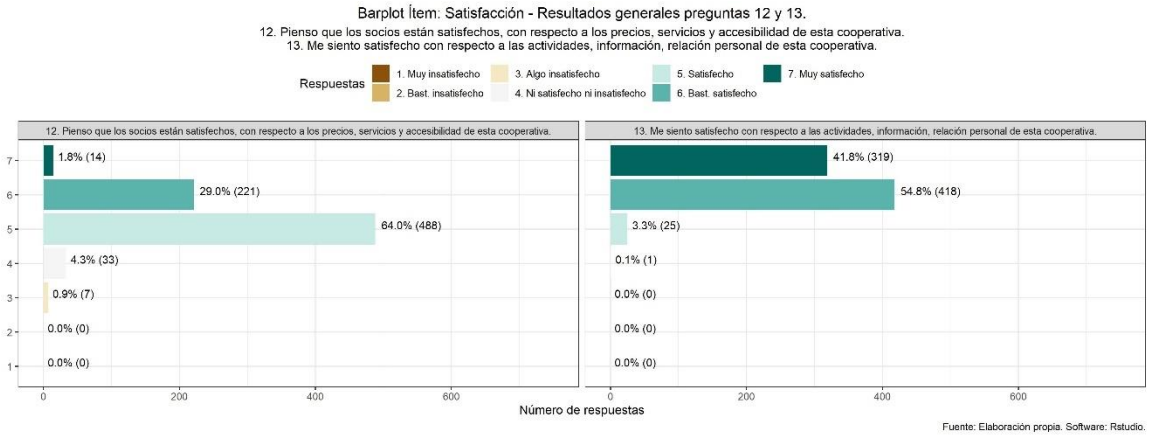
De manera más gráfica, podemos visualizar esta información gracias a los Gráficos Barplot (Figuras 19 y 20) a continuación.

Figura 19. Gráfico Barplot por respuesta otorgada. Variable (ítem): Satisfacción. Según respuestas otorgadas. Resultados generales. (N=763).



Fuente: Elaboración propia. Software: Rstudio.

Figura 20. Gráfico Barplot por respuesta otorgada. Variable (ítem): Satisfacción. Según respuestas otorgadas. Resultados generales. (N=763).



3.2.3.2. Según tipo de cargo en la cooperativa.

Tabla 25: Tabla contingencia. Variable (ítem): Satisfacción. % según tipo de cargo en la cooperativa.

	Tipo de cargo cooperativa			***Test Chi Cuadrado***	
	Interno	**Externo**		***VALOR***	***p-valor***
12. Pienso que los socios están satisfechos, con respecto a los precios, servicios y accesibilidad de esta cooperativa.					
Muy insatisfecho	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**10.62***	**.031**
Bastante insatisfecho	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Algo insatisfecho	.9% (7)	.0% (0)	.9% (7)		
Ni satisfecho ni insatisfecho	4.3% (32)	5.9% (1)	4.3% (33)		
Satisfecho	64.3% (480)	47.1% (8)	64.0% (488)		
Bastante satisfecho	28.8% (215)	35.3% (6)	29.0% (221)		
Muy satisfecho	1.6% (12)	11.8% (2)	1.8% (14)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
13. Me siento satisfecho con respecto a las actividades, información, relación personal de esta cooperativa.					
Muy insatisfecho	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**80.19***	**.000**
Bastante insatisfecho	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		

Algo insatisfecho	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Ni satisfecho ni insatisfecho	.1% (1)	.0% (0)	.1% (1)		
Satisfecho	2.4% (18)	41.2% (7)	3.3% (25)		
Bastante satisfecho	55.0% (410)	47.1% (8)	54.8% (418)		
Muy satisfecho	42.5% (317)	11.8% (2)	41.8% (319)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
*NS No significativo. * Significativo (p<.05). ** Altamente significativo (p<.01)*					

Referente al estudio de la variable *Satisfacción*, y atendiendo a la subdivisión según el tipo de cargo en la empresa cooperativa (*Interno vs Externo)* según la Tabla 25, podemos señalar que existe una similitud y alineamiento de respuestas con los resultados generales (Tabla 24), y gráficamente lo podemos observar en las Figuras 21 y 22.

Figura 21. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Satisfacción. % según tipo de cargo en la cooperativa. (N=763).

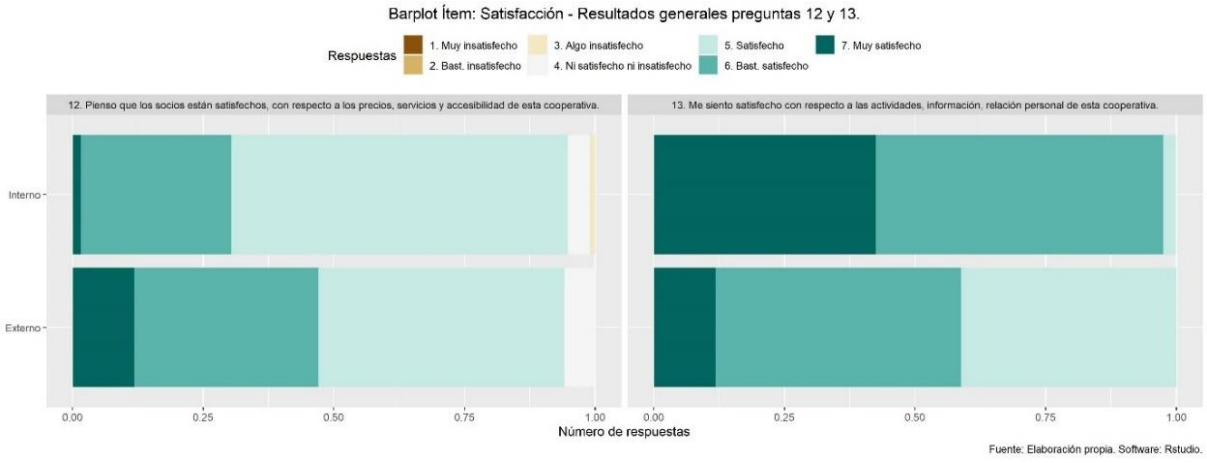
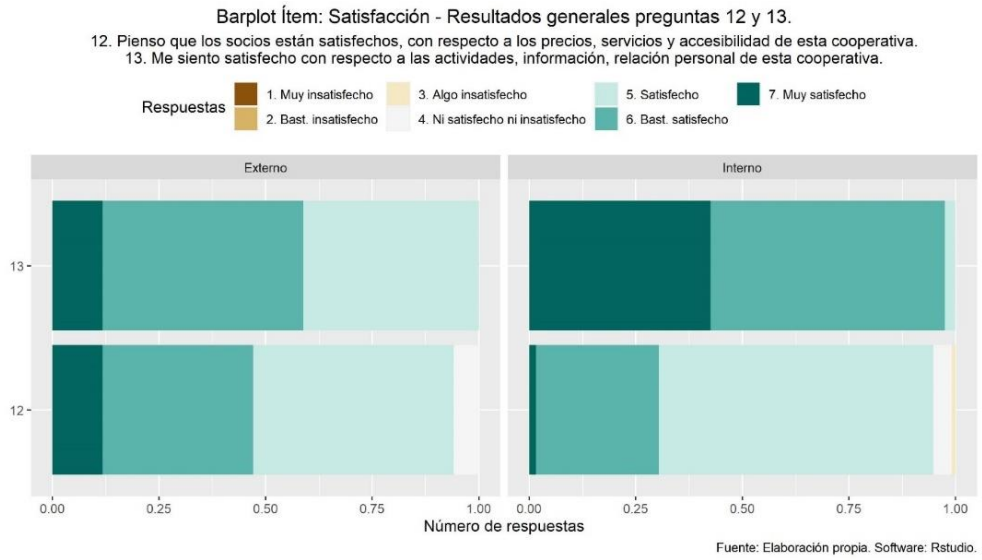


Figura 22. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Satisfacción. Afirmaciones según tipo de cargo en la cooperativa. (N=763).



3.2.3.3. Según pertenencia Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

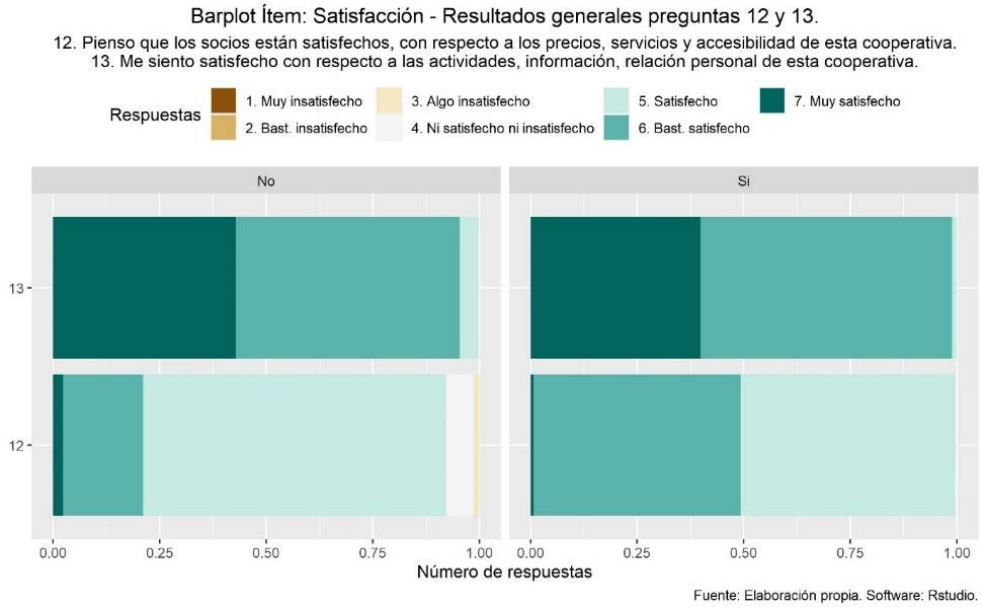
***Tabla 26: Tabla contingencia. Variable (ítem): Satisfacción. % según pertenencia a* la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.**

	Vegas Altas del Guadiana			***Test Chi Cuadrado***	
	Sí	**No**		***VALOR***	***p-valor***
12. Pienso que los socios están satisfechos, con respecto a los precios, servicios y accesibilidad de esta cooperativa.					
Muy insatisfecho	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**47.57****	**.000**
Bastante insatisfecho	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Algo insatisfecho	.4% (1)	1.2% (6)	.9% (7)		
Ni satisfecho ni insatisfecho	2.7% (7)	5.2% (26)	4.3% (33)		
Satisfecho	80.3% (212)	55.3% (276)	64.0% (488)		
Bastante satisfecho	15.2% (40)	36.3% (181)	29.0% (221)		
Muy satisfecho	1.5% (4)	2.0% (10)	1.8% (14)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		

13. Me siento satisfecho con respecto a las actividades, información, relación personal de esta cooperativa.					
Muy insatisfecho	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**7.99***	**.046**
Bastante insatisfecho	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Algo insatisfecho	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Ni satisfecho ni insatisfecho	.4% (1)	.0% (0)	.1% (1)		
Satisfecho	1.1% (3)	4.4% (22)	3.3% (25)		
Bastante satisfecho	57.2% (151)	53.5% (267)	54.8% (418)		
Muy satisfecho	41.3% (109)	42.1% (210)	41.8% (319)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
*NS No significativo. * Significativo (p<.05). ** Altamente significativo (p<.01)*					

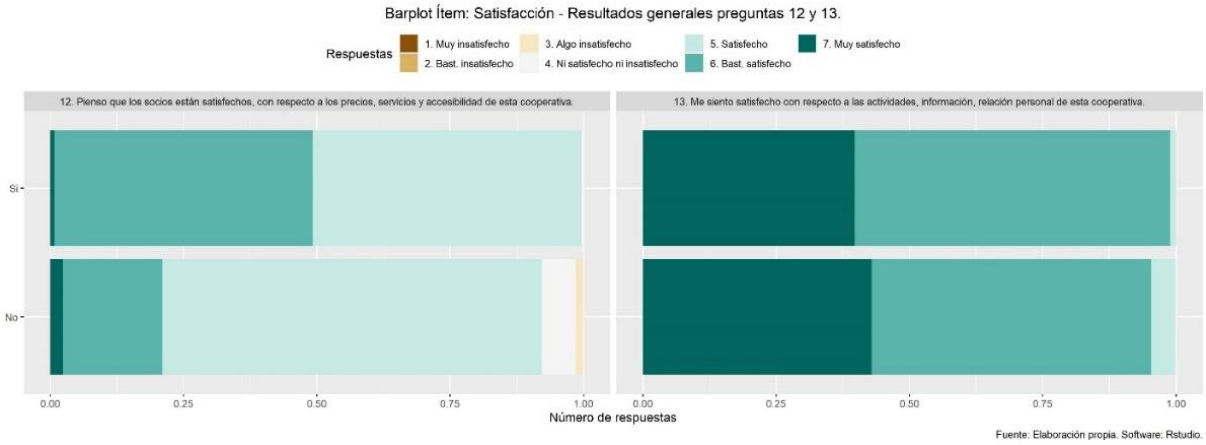
Atendiendo a los resultados obtenidos y reflejados en la Tabla 26, podemos decir que no existen diferencias respecto a las respuestas dadas para la pregunta nº 13, comparándolo con los datos de la población general, sin embargo, para la pregunta nº 12 la gran mayoría (80%) se decanta por un valor casi neutro (*Satisfecho*). También lo podemos examinar por medio de las Figuras 23 y 24.

Figura 23. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Satisfacción. Afirmaciones según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana. (N=763).



Fuente: Elaboración propia. Software: Rstudio.

Figura 24. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Satisfacción. % según pertenecía a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana (N=763).



3.2.4. Lealtad.

3.2.4.1. <u>Resultados generales.</u>

Tabla 27: Tabla de frecuencias. Variable (ítem): Lealtad. Según respuestas otorgadas.

Afirmación	Respuestas	Frec. Absoluta	Frec. abs Acumulada	Fre. Relativa	Frec. Relativa acumulada
14. Considero que los miembros y socios actúan respetando sus interesas propios en favor de la cooperativa.	*Ninguno*	1	1	.1%	.1%
	Muy poco o nada	0	1	.0%	.1%
	Poco	13	14	1.7%	1.8%
	Medianamente suficiente	7	21	.9%	2.8%
	Suficiente	99	120	13.0%	15.7%
	Mucho	634	754	83.1%	98.8%
	Demasiado	9	763	1.2%	100.0%

Siguiendo con el análisis de este estudio, analizamos el ítem de *Lealtad*, expresado en la Tabla 27, y detallado gráficamente en las Figuras 25 y 26. De forma general podemos observar cómo para todas las afirmaciones las respuestas otorgadas respecto a ambas escalas Likert que se presentan, se

muestra claramente balanceada, en ambos casos para una mayor afinidad a la afirmación o con adverbios que implican mayor orden o cantidad.

Para ambos casos la escala tipo Likert utilizada se compone de 7 respuestas, para la única afirmación de esta Variable, contaremos con una respuesta ordenada que va desde *Ninguno* hasta *Demasiado*.

(14) Para la afirmación "*Considero que los miembros y socios actúan respetando sus interesas propios en favor de la cooperativa"* observamos cómo casi 6 de cada 7 respuestas se corresponden con *Mucho*, el 83,1% de la muestra (737).

Figura 25. Gráfico Barplot por respuesta otorgada. Variable (ítem): Lealtad. Según respuestas otorgadas. Resultados generales. (N=763).

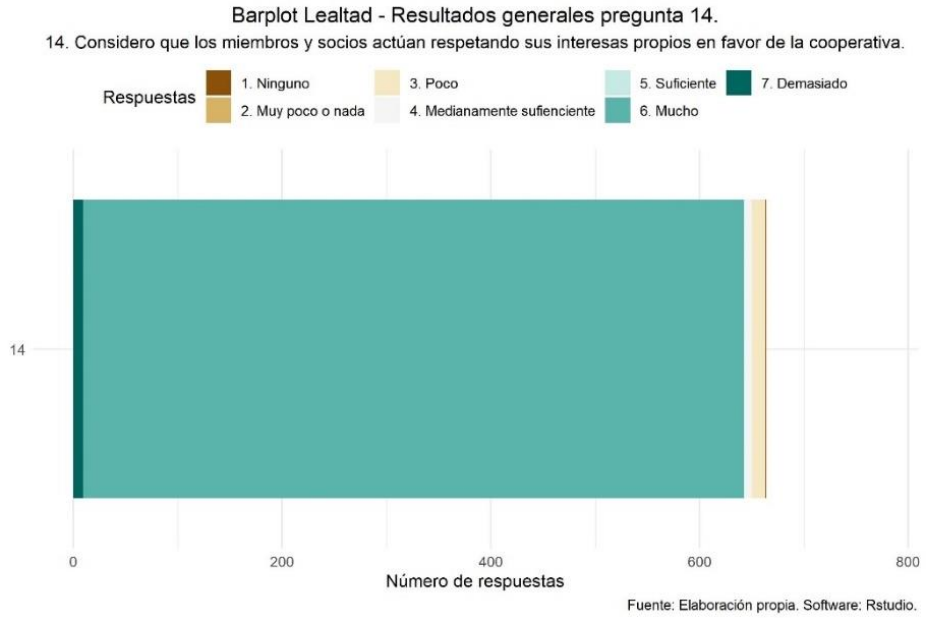
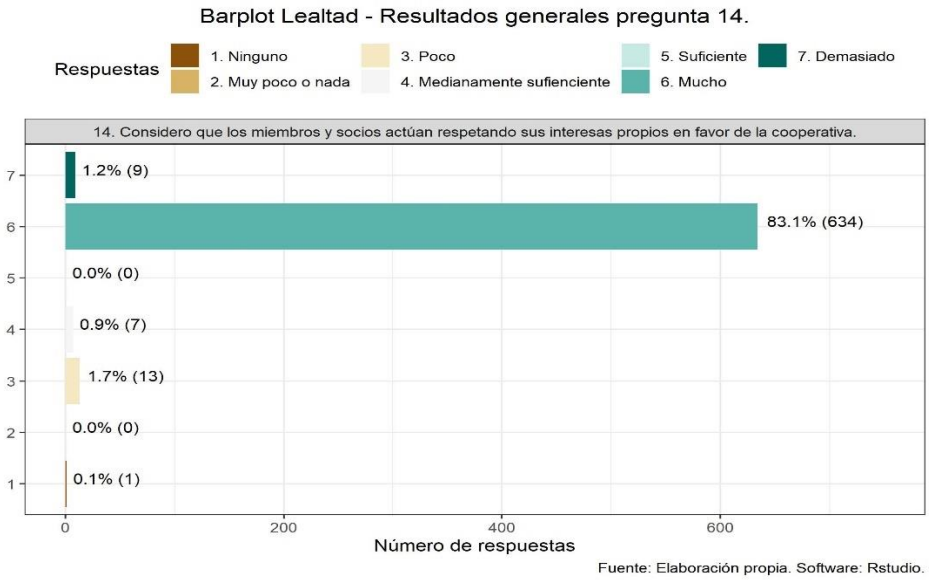


Figura 26. Gráfico Barplot por respuesta otorgada. Variable (ítem): Lealtad. Según respuestas otorgadas. Resultados generales. (N=763).



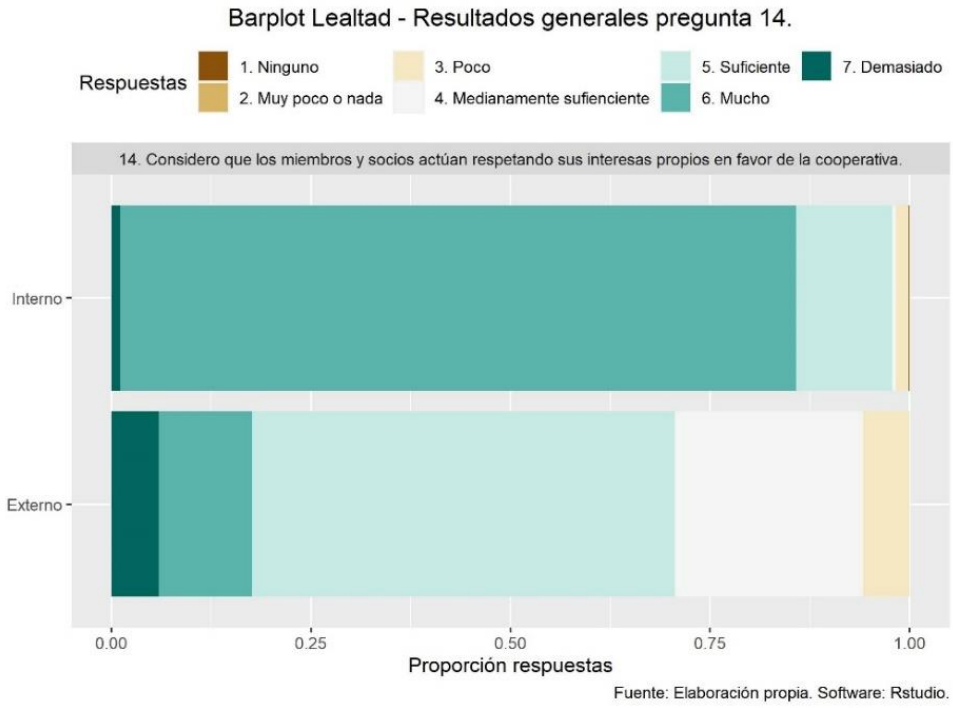
3.2.4.2. <u>Según tipo de cargo en la cooperativa.</u>

Tabla 28: Tabla contingencia. Variable (ítem): Lealtad. % según tipo de cargo en la cooperativa.

	Tipo de cargo cooperativa			***Test Chi Cuadrado***	
	Interno	**Interno**		***VALOR***	***p-valor***
14. Considero que los miembros y socios actúan respetando sus interesas propios en favor de la cooperativa.					
Ninguno	.1% (1)	.0% (0)	.1% (1)	**134.02****	**.000**
Muy poco o nada	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Poco	1.6% (12)	5.9% (1)	1.7% (13)		
Medianamente suficiente	.4% (3)	23.5% (4)	.9% (7)		
Suficiente	12.1% (90)	52.9% (9)	13.0% (99)		
Mucho	84.7% (632)	11.8% (2)	83.1% (634)		
Demasiado	1.1% (8)	5.9% (1)	1.2% (9)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
*NS No significativo. * Significativo (p<.05). ** Altamente significativo (p<.01)*					

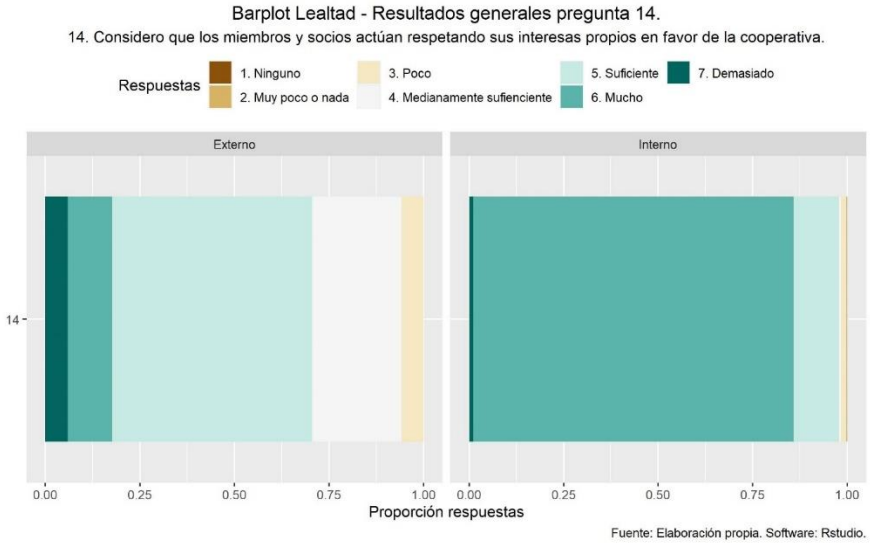
Referente al estudio de la variable *Lealtad*, y atendiendo a la subdivisión según el tipo de cargo en la empresa cooperativa (*Interno vs Externo)* según la **Tabla 28**, podemos señalar que existe una similitud y alineamiento de respuesta única con los resultados generales (Tabla 27).

Figura 27. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Lealtad. % según tipo de cargo en la cooperativa. (N=763).



Fuente: Elaboración propia. Software: Rstudio.

Figura 28. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Lealtad. Afirmaciones según tipo de cargo en la cooperativa. (N=763).



3.2.4.3. Según pertenencia en la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

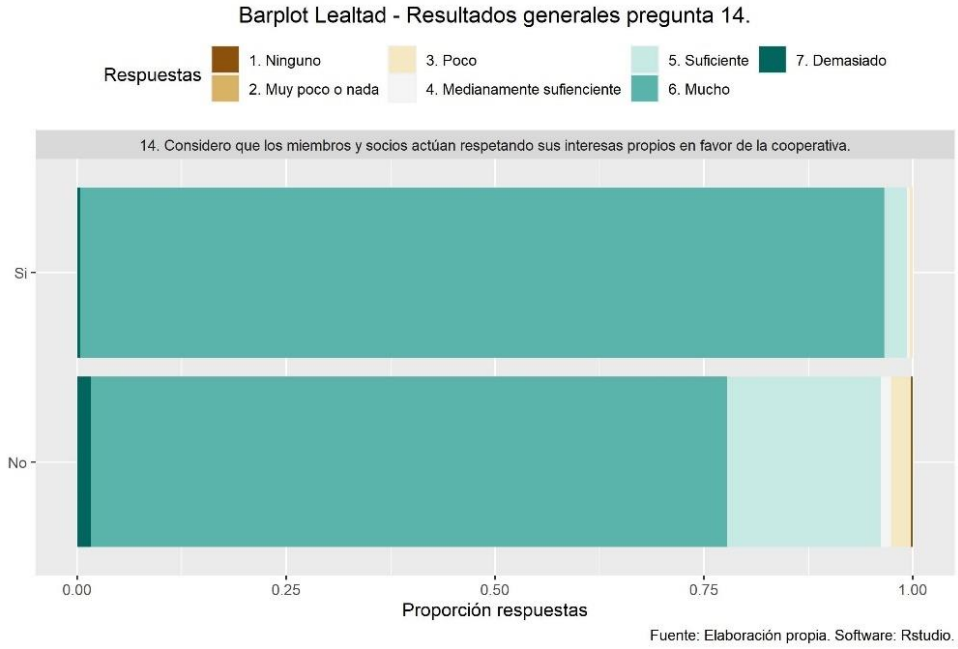
Tabla 29: Tabla contingencia. Variable (ítem): Lealtad. % según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

	Vegas Altas del Guadiana			***Test Chi Cuadrado***	
	Sí	**Sí**		***VALOR***	***p-valor***
14. Considero que los miembros y socios actúan respetando sus interesas propios en favor de la cooperativa.					
Ninguno	.4% (1)	.0% (0)	.1% (1)	4.29 NS	.508
Muy poco o nada	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Poco	.8% (2)	2.2% (11)	1.7% (13)		
Medianamente suficiente	.8% (2)	1.0% (5)	.9% (7)		
Suficiente	12.5% (33)	13.2% (66)	13% (99)		
Mucho	84.5% (223)	82.4% (411)	83.1% (634)		
Demasiado	1.1% (3)	1.2% (6)	1.2% (9)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		

*NS No significativo. * Significativo (p<.05). ** Altamente significativo (p<.01)*

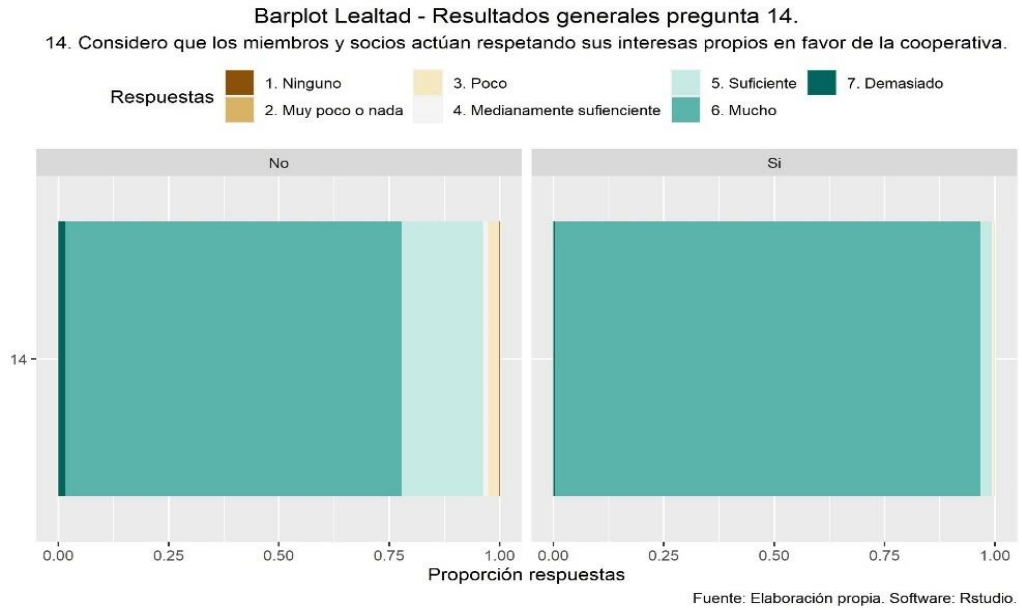
Referente al estudio de la variable *Lealtad*, y atendiendo a la subdivisión según la Comarca (Tabla 28), podemos señalar que también existe una similitud y alineamiento de respuesta única con los resultados generales (Tabla 27). Así mismo se puede visibilizar por medio de las Figuras 29 y 30.

Figura 29. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Lealtad. % según pertenecía a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana (N=763).



Fuente: Elaboración propia. Software: Rstudio.

Figura 30. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Lealtad. Afirmaciones según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana. (N=763).



Fuente: Elaboración propia. Software: Rstudio.

3.2.5. Identificación social.

3.2.5.1. Resultados generales.

Tabla 30: Tabla de frecuencias. Variable (ítem): Identificación social. Según respuestas otorgadas.

Afirmación	Respuestas	Frec. Absoluta	Frec. abs Acumulada	Fre. Relativa	Frec. Relativa acumulada
15. Siento que tengo mucho en común con los demás miembros de esta cooperativa.	*Totalmente en desacuerdo*	1	1	.1%	.1%
	Bastante en desacuerdo	0	1	.0%	.1%
	En desacuerdo	0	1	.0%	.1%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	11	1.3%	1.4%
	De acuerdo	58	69	7.6%	9.0%
	Bastante de acuerdo	657	726	86.1%	95.2%
	Totalmente de acuerdo	37	763	4.8%	100.0%
16. Considero que ser miembro de una	*Totalmente en desacuerdo*	0	0	.0%	.0%

Sociedad Cooperativa, es una seña de identidad de lo que es el socio cooperativista.	*Bastante en desacuerdo*	0	0	.0%	.0%
	En desacuerdo	0	0	.0%	.0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0	.0%	.0%
	De acuerdo	22	22	2.9%	2.9%
	Bastante de acuerdo	421	443	55.2%	58.1%
	Totalmente de acuerdo	320	763	41.9%	100.0%
17. Me siento parte y estoy identificado respecto de los trabajadores y socios de esta cooperativa.	*Totalmente en desacuerdo*	0	0	.0%	.0%
	Bastante en desacuerdo	0	0	.0%	.0%
	En desacuerdo	2	2	.3%	.3%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3	.1%	.4%
	De acuerdo	53	56	6.9%	7.3%
	Bastante de acuerdo	609	665	79.8%	87.2%
	Totalmente de acuerdo	98	763	12.8%	100.0%
18. Me siento orgulloso/a por formar parte de esta cooperativa.	*Totalmente en desacuerdo*	0	0	.0%	.0%
	Bastante en desacuerdo	0	0	.0%	.0%
	En desacuerdo	0	0	.0%	.0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1	.1%	.1%
	De acuerdo	7	8	.9%	1.0%
	Bastante de acuerdo	289	297	37.9%	38.9%
	Totalmente de acuerdo	466	763	61.1%	100.0%
19. Me gusta hablar sobre la cooperativa en presencia de otras personas.	*Totalmente en desacuerdo*	0	0	.0%	.0%
	Bastante en desacuerdo	0	0	.0%	.0%
	En desacuerdo	0	0	.0%	.0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1	.1%	.1%
	De acuerdo	7	8	.9%	1.0%
	Bastante de acuerdo	308	316	40.4%	41.4%
	Totalmente de acuerdo	447	763	58.6%	100.0%
20. Considero que hay demasiadas desigualdades sociales en nuestro país.	*Totalmente en desacuerdo*	0	0	.0%	.0%
	Bastante en desacuerdo	1	1	.1%	.1%
	En desacuerdo	5	6	.7%	.8%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	9	.4%	1.2%
	De acuerdo	98	107	12.8%	14.0%
	Bastante de acuerdo	564	671	73.9%	87.9%
	Totalmente de acuerdo	92	763	12.1%	100.0%
21. Pienso que para que una economía funcione bien, necesariamente debe haber gente rica y	*Totalmente en desacuerdo*	16	16	2.1%	2.1%
	Bastante en desacuerdo	229	245	30.0%	32.1%
	En desacuerdo	441	686	57.8%	89.9%
	Ni de acuerdo ni en	36	722	4.7%	94.6%

pobre.	*desacuerdo*				
	De acuerdo	10	732	1.3%	95.9%
	Bastante de acuerdo	20	752	2.6%	98.6%
	Totalmente de acuerdo	11	763	1.4%	100.0%
22. Considero que la cooperativa nace como un aspecto de solidaridad y de bien común.	*Totalmente en desacuerdo*	0	0	.0%	.0%
	Bastante en desacuerdo	1	1	.1%	.1%
	En desacuerdo	11	12	1.4%	1.6%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	14	.3%	1.8%
	De acuerdo	12	26	1.6%	3.4%
	Bastante de acuerdo	390	416	51.1%	54.5%
	Totalmente de acuerdo	347	763	45.5%	100.0%

A continuación, analizamos los resultados obtenidos para las variables pertenecientes al constructo *Identificación social,* que se encuentran en la Tabla 30.

De forma general podemos observar cómo para todas las afirmaciones las respuestas otorgadas respecto a ambas escalas Likert que se presentan, se muestra claramente balanceada, en ambos casos para una mayor afinidad a la afirmación o con adverbios que implican mayor orden o cantidad.

Para ambos casos la escala tipo Likert utilizada se compone de 7 respuestas, donde en todas las afirmaciones, y sus respuestas están ordenadas desde *totalmente en desacuerdo* hasta *totalmente de acuerdo*.

(15) La afirmación "*Siento que tengo mucho en común con los demás miembros de esta cooperativa*", reúne la mayor repetición de respuestas de este ítems sobre sobre una misma observación, en este caso sobre *bastante de acuerdo*, concentrando así más del 86% (657 personas de un total de 763) en su frecuencia relativa.

(16) Al plantear la afirmación "*Considero que ser miembro de una Sociedad Cooperativa, es una seña de identidad de lo que es el socio cooperativista*", concentran su valor sobre las respuestas *bastante de acuerdo*, y *Totalmente de acuerdo*, con un total de 97.1% de socios y socias cooperativistas, lo que hace que 741 personas se apoyen en estas dos respuestas.

(17) Para la afirmación "*Me siento parte y estoy identificado respecto de los trabajadores y socios de esta cooperativa*", más de 600 personas están *bastante de acuerdo* con esta información.

(18) De "*Me siento orgulloso/a por formar parte de esta cooperativa*" podemos decir que, más del 99% de los individuos (755 personas de un total de 763) están *bastante de acuerdo* o *totalmente de acuerdo*.

(19) Para la afirmación "*Me gusta hablar sobre la cooperativa en presencia de otras personas*", al igual que la afirmación anterior, más del 99% de los individuos (755 personas de un total de 763) están *bastante de acuerdo* o *totalmente de acuerdo*.

(20) En el axioma "*Considero que hay demasiadas desigualdades sociales en nuestro país*". 5 de cada 7 respuestas se corresponden con *bastante de acuerdo*, el resto se reparte equitativamente entre las respuestas *de acuerdo* y *totalmente de acuerdo*.

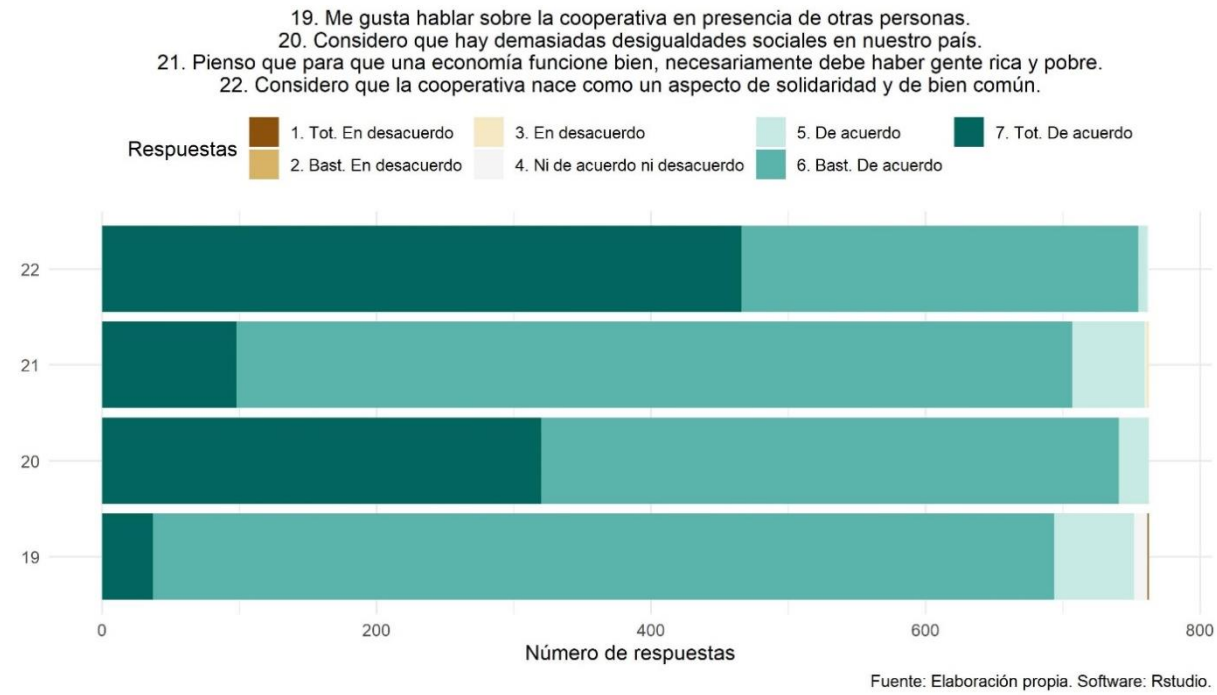
(21) En la afirmación "*Pienso que para que una economía funcione bien, necesariamente debe haber gente rica y pobre*", la respuesta es en negativo, es decir, el 90% de la población encuestada (686 personas) están desde *totalmente en desacuerdo* hasta *en desacuerdo* con esta observación.

(22) Para la última afirmación "*Considero que la cooperativa nace como un aspecto de solidaridad y de bien común*", más del 96% de los individuos (737 personas de un total de 763) están *bastante de acuerdo* o *totalmente de acuerdo*.

De manera más gráfica, podemos visualizar esta información gracias a los Gráficos Barplot (Figuras 31 y 32) expuestos a continuación.

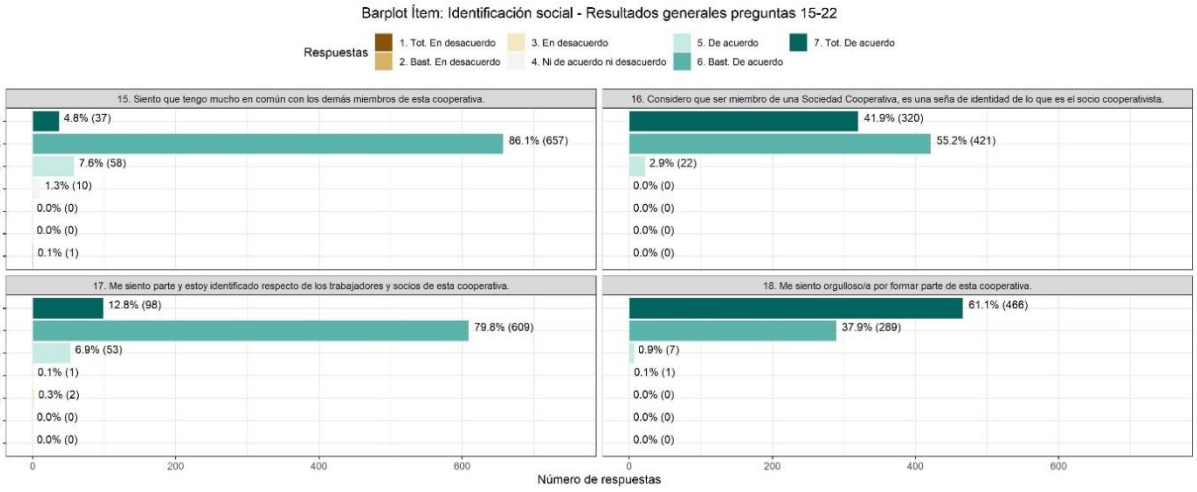
Figura 31. Gráfico Barplot por respuesta otorgada. Variable (ítem): Identificación social. Según respuestas otorgadas. Resultados generales. (N=763).

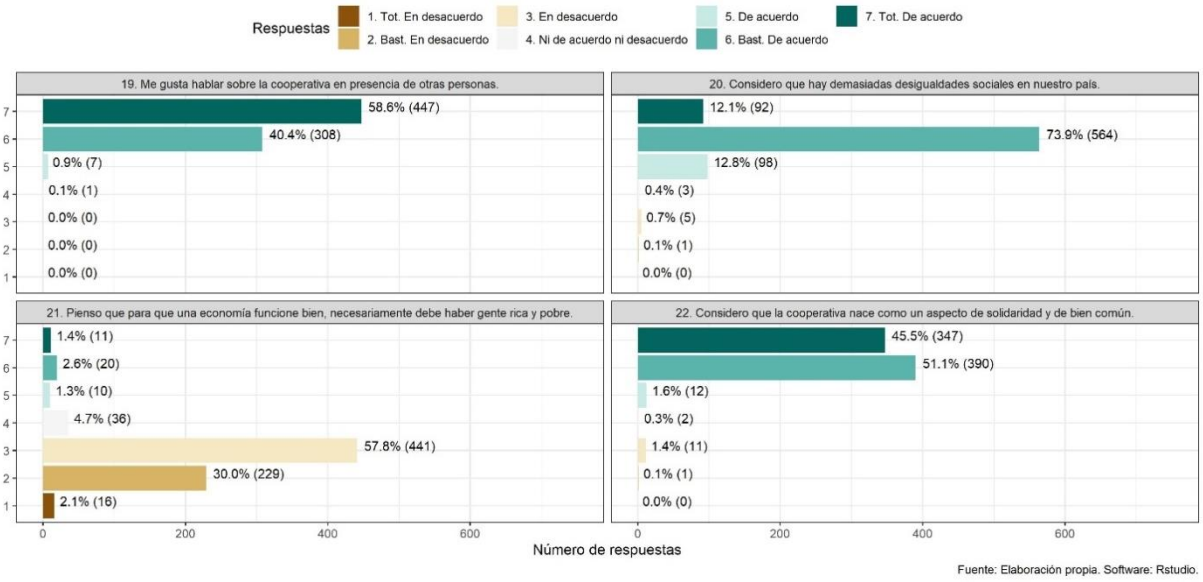
Fuente: Elaboración propia. Software: Rstudio.



Fuente: Elaboración propia. Software: Rstudio.

Figura 32. Gráfico Barplot por respuesta otorgada. Variable (ítem): Identificación social. Según respuestas otorgadas. Resultados generales. (N=763).





Fuente: Elaboración propia. Software: Rstudio.

3.2.5.2. Según tipo de cargo en la cooperativa.

Tabla 31: Tabla contingencia. Variable (ítem): Identificación social. % según tipo de cargo en la cooperativa.

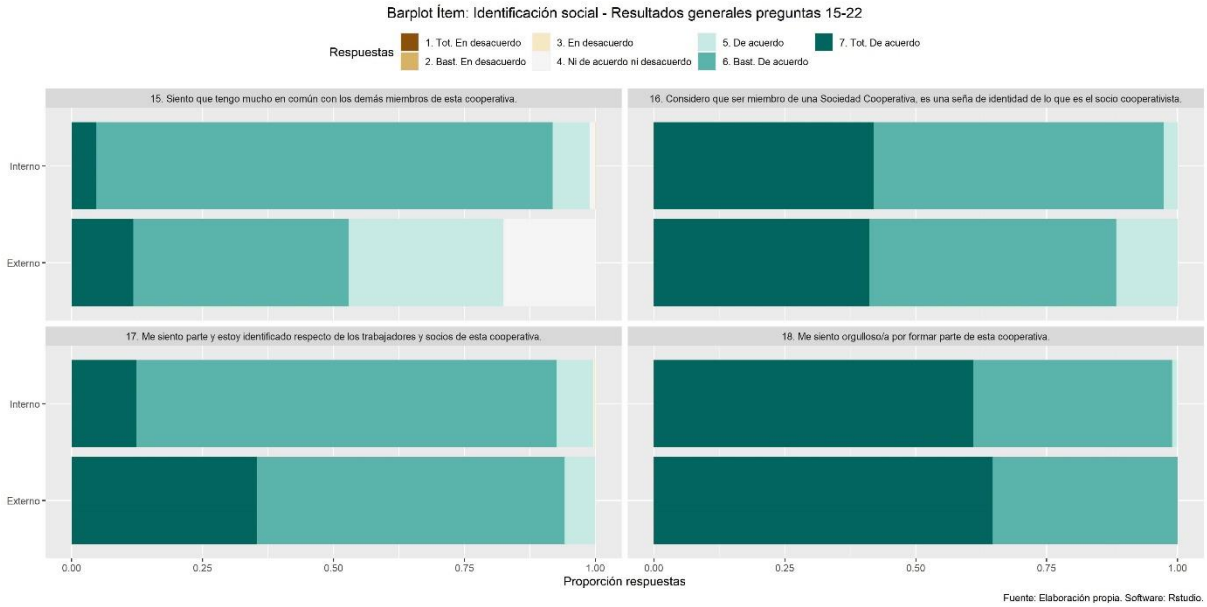
	Tipo de cargo cooperativa			***Test Chi Cuadrado***	
	Interno	**Externo**		***VALOR***	***p-valor***
15. Siento que tengo mucho en común con los demás miembros de esta cooperativa.					
Totalmente en desacuerdo	.1% (1)	.0% (0)	.1% (1)	**52.10****	**.000**
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
En desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.9% (7)	17.6% (3)	1.3% (10)		
De acuerdo	7.1% (53)	29.4% (5)	7.6% (58)		
Bastante de acuerdo	87.1% (650)	41.2% (7)	86.1% (657)		
Totalmente de acuerdo	4.7% (35)	11.8% (2)	4.8% (37)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
16. Considero que ser miembro de una Sociedad Cooperativa, es una seña de identidad de lo que es el socio cooperativista.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	4.97 NS	.083
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		

En desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
De acuerdo	2.7% (20)	11.8% (2)	2.9% (22)		
Bastante de acuerdo	55.4% (413)	47.1% (8)	55.2% (421)		
Totalmente de acuerdo	42.0% (313)	41.2% (7)	41.9% (320)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
17. Me siento parte y estoy identificado respecto de los trabajadores y socios de esta cooperativa.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
En desacuerdo	.3% (2)	.0% (0)	.3% (2)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.1% (1)	.0% (0)	.1% (1)		
De acuerdo	7.0% (52)	5.9% (1)	6.9% (53)	7.88 NS	.096
Bastante de acuerdo	80.3% (599)	58.8% (10)	79.8% (609)		
Totalmente de acuerdo	12.3% (92)	35.3% (6)	12.8% (98)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
18. Me siento orgulloso/a por formar parte de esta cooperativa.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
En desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.1% (1)	.0% (0)	.1% (1)		
De acuerdo	.9% (7)	.0% (0)	.9% (7)	.25 NS	.969
Bastante de acuerdo	37.9% (283)	35.3% (6)	37.9% (289)		
Totalmente de acuerdo	61.0% (455)	64.7% (11)	61.1% (466)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
19. Me gusta hablar sobre la cooperativa en presencia de otras personas.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
En desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.1% (1)	.0% (0)	.1% (1)		
De acuerdo	.9% (7)	.0% (0)	.9% (7)	.47 NS	.926
Bastante de acuerdo	40.2% (300)	47.1% (8)	40.4% (308)		
Totalmente de acuerdo	58.7% (438)	52.9% (9)	58.6% (447)		

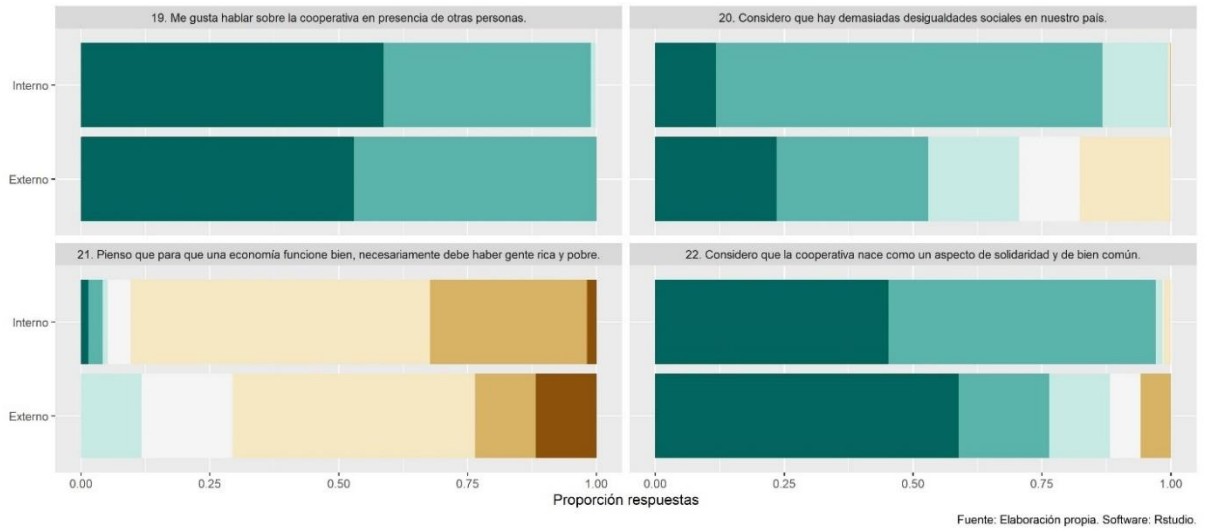
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
20. Considero que hay demasiadas desigualdades sociales en nuestro país.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**140.68***	**.000**
Bastante en desacuerdo	.1% (1)	.0% (0)	.1% (1)		
En desacuerdo	.3% (2)	17.6% (3)	.7% (5)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.1% (1)	11.8% (2)	.4% (3)		
De acuerdo	12.7% (95)	17.6% (3)	12.8% (98)		
Bastante de acuerdo	74.9% (559)	29.4% (5)	73.9% (564)		
Totalmente de acuerdo	11.8% (88)	23.5% (4)	12.1% (92)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
21. Pienso que para que una economía funcione bien, necesariamente debe haber gente rica y pobre.					
Totalmente en desacuerdo	1.9% (14)	11.8% (2)	2.1% (16)	**31.39****	**.000**
Bastante en desacuerdo	30.4% (227)	11.8% (2)	30% (229)		
En desacuerdo	58% (433)	47.1% (8)	57.8% (441)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4.4% (33)	17.6% (3)	4.7% (36)		
De acuerdo	1.1% (8)	11.8% (2)	1.3% (10)		
Bastante de acuerdo	2.7% (20)	.0% (0)	2.6% (20)		
Totalmente de acuerdo	1.5% (11)	.0% (0)	1.4% (11)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
22. Considero que la cooperativa nace como un aspecto de solidaridad y de bien común.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**81.06****	**.000**
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	5.9% (1)	.1% (1)		
En desacuerdo	1.5% (11)	.0% (0)	1.4% (11)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.1% (1)	5.9% (1)	.3% (2)		
De acuerdo	1.3% (10)	11.8% (2)	1.6% (12)		
Bastante de acuerdo	51.9% (387)	17.6% (3)	51.1% (390)		
Totalmente de acuerdo	45.2% (337)	58.8% (10)	45.5% (347)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
*NS No significativo. * Significativo (p<.05). ** Altamente significativo (p<.01)*					

Referente al estudio de la variable *Identificación social*, y atendiendo a la subdivisión según el tipo de cargo en la empresa cooperativa (*Interno vs Externo)* según la Tabla 31, podemos señalar que existe una similitud y alineamiento de respuestas con los resultados generales (Tabla 30). Así mismo, lo podremos observar en las Figuras 33 y 34.

Figura 33. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Identificación social. % según tipo de cargo en la cooperativa. (N=763).

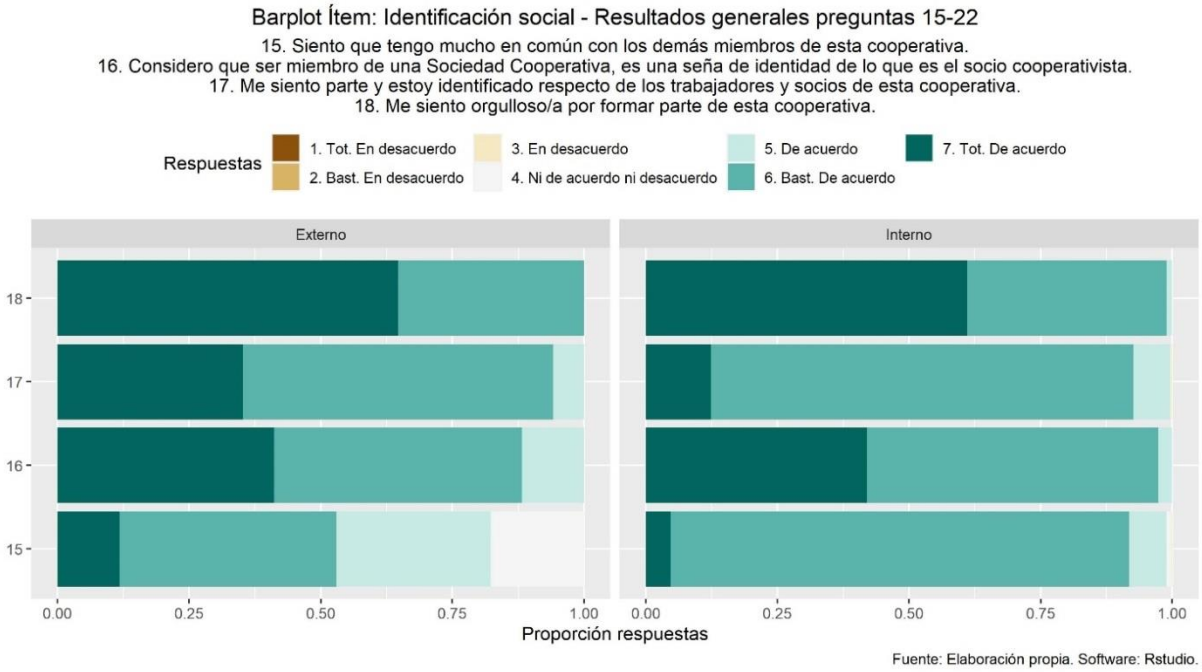


Fuente: Elaboración propia. Software: Rstudio.

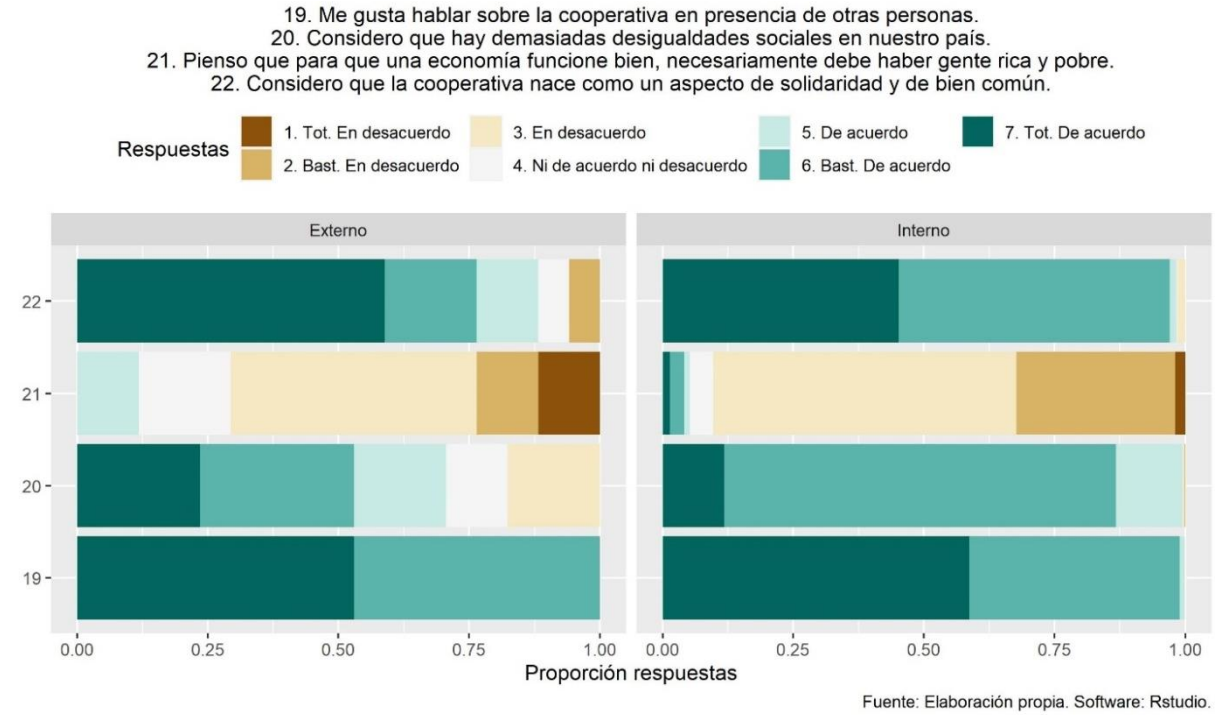


Fuente: Elaboración propia. Software: Rstudio.

Figura 34. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Identificación social. Afirmaciones según tipo de cargo en la cooperativa. (N=763).



Fuente: Elaboración propia. Software: Rstudio.



Fuente: Elaboración propia. Software: Rstudio.

3.2.5.3. Según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

Tabla 32: Tabla contingencia. Variable (ítem): Identificación social. % según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

	Vegas Altas del Guadiana			***Test Chi Cuadrado***	
	Sí	**No**		***VALOR***	***p-valor***
15. Siento que tengo mucho en común con los demás miembros de esta cooperativa.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.2% (1)	.1% (1)	5.45 NS	.244
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
En desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1.1% (3)	1.4% (7)	1.3% (10)		
De acuerdo	4.9% (13)	9% (45)	7.6% (58)		
Bastante de acuerdo	89.8% (237)	84.2% (420)	86.1% (657)		
Totalmente de acuerdo	4.2% (11)	5.2% (26)	4.8% (37)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
16. Considero que ser miembro de una Sociedad Cooperativa, es una seña de identidad de lo que es el socio cooperativista.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	.29 NS	.863
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
En desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
De acuerdo	2.7% (7)	3.0% (15)	2.9% (22)		
Bastante de acuerdo	56.4% (149)	54.5% (272)	55.2% (421)		
Totalmente de acuerdo	40.9% (108)	42.5% (212)	41.9% (320)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
17. Me siento parte y estoy identificado respecto de los trabajadores y socios de esta cooperativa.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**10.45***	**.033**
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
En desacuerdo	.0% (0)	.4% (2)	.3% (2)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.0% (0)	.2% (1)	.1% (1)		
De acuerdo	5.3% (14)	7.8% (39)	6.9% (53)		

Bastante de acuerdo	86.0% (227)	76.6% (382)	79.8% (609)		
Totalmente de acuerdo	8.7% (23)	15.0% (75)	12.8% (98)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
18. Me siento orgulloso/a por formar parte de esta cooperativa.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**35.76****	**.000**
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
En desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.0% (0)	.2% (1)	.1% (1)		
De acuerdo	.4% (1)	1.2% (6)	.9% (7)		
Bastante de acuerdo	40.2% (106)	36.7% (183)	37.9% (289)		
Totalmente de acuerdo	59.5% (157)	61.9% (309)	61.1% (466)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
19. Me gusta hablar sobre la cooperativa en presencia de otras personas.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	2.24 NS	.524
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
En desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.0% (0)	.2% (1)	.1% (1)		
De acuerdo	.8% (2)	1.0% (5)	.9% (7)		
Bastante de acuerdo	43.6% (115)	38.7% (193)	40.4% (308)		
Totalmente de acuerdo	55.7% (147)	60.1% (300)	58.6% (447)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
20. Considero que hay demasiadas desigualdades sociales en nuestro país.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	5.03 NS	.412
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.2% (1)	.1% (1)		
En desacuerdo	.4% (1)	.8% (4)	.7% (5)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.4% (1)	.4% (2)	.4% (3)		
De acuerdo	11.4% (30)	13.6% (68)	12.8% (98)		
Bastante de acuerdo	78.4% (207)	71.5% (357)	73.9% (564)		
Totalmente de acuerdo	9.5% (25)	13.4% (67)	12.1% (92)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
21. Pienso que para que una economía funcione bien, necesariamente debe					

haber gente rica y pobre.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	3.2% (16)	2.1% (16)	**14.99****	**.020**
Bastante en desacuerdo	30.3% (80)	29.9% (149)	30% (229)		
En desacuerdo	62.5% (165)	55.3% (276)	57.8% (441)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3.4% (9)	5.4% (27)	4.7% (36)		
De acuerdo	1.1% (3)	1.4% (7)	1.3% (10)		
Bastante de acuerdo	1.1% (3)	3.4% (17)	2.6% (20)		
Totalmente de acuerdo	1.5% (4)	1.4% (7)	1.4% (11)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
22. Considero que la cooperativa nace como un aspecto de solidaridad y de bien común.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	9.02 NS	.108
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.2% (1)	.1% (1)		
En desacuerdo	.4% (1)	2.0% (10)	1.4% (11)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.0% (0)	.4% (2)	.3% (2)		
De acuerdo	.4% (1)	2.2% (11)	1.6% (12)		
Bastante de acuerdo	51.1% (135)	51.1% (255)	51.1% (390)		
Totalmente de acuerdo	48.1% (127)	44.1% (220)	45.5% (347)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		

*NS No significativo. * Significativo (p<.05). ** Altamente significativo (p<.01)*

Referente al estudio de la variable *Identificación social,* y atendiendo a la subdivisión según la Comarca de Vegas Altas del Guadiana (Tabla 32), podemos señalar que existe una ligera valoración (de la población de la Comarca) en positivo en las respuestas de las ocho afirmaciones planteadas en comparación con la tabla de resultados generales (Tabla 30). Así mismo se puede visibilizar por medio de las Figuras 35 y 36.

Figura 35. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Identificación social. % según pertenecía a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana (N=763).

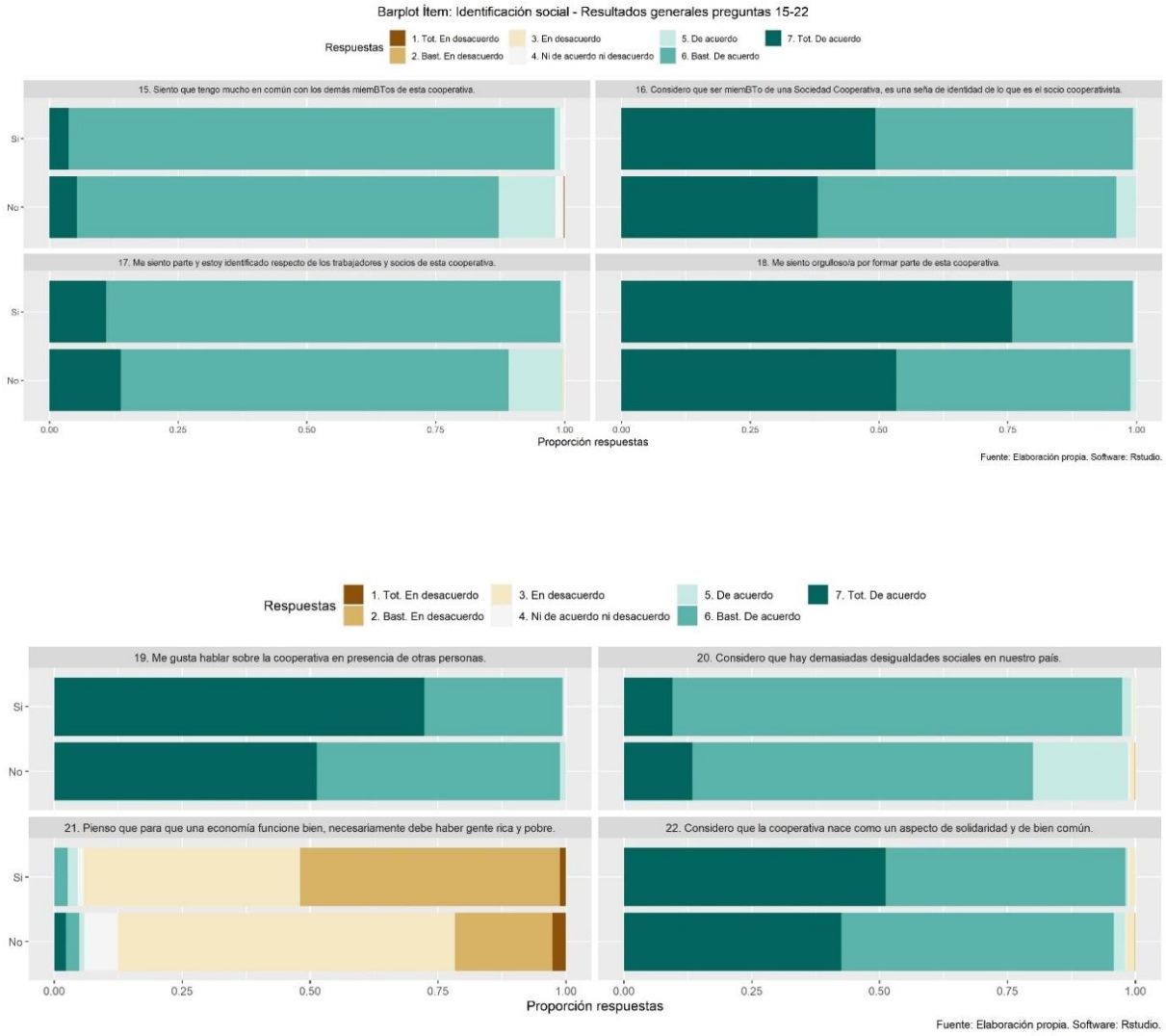
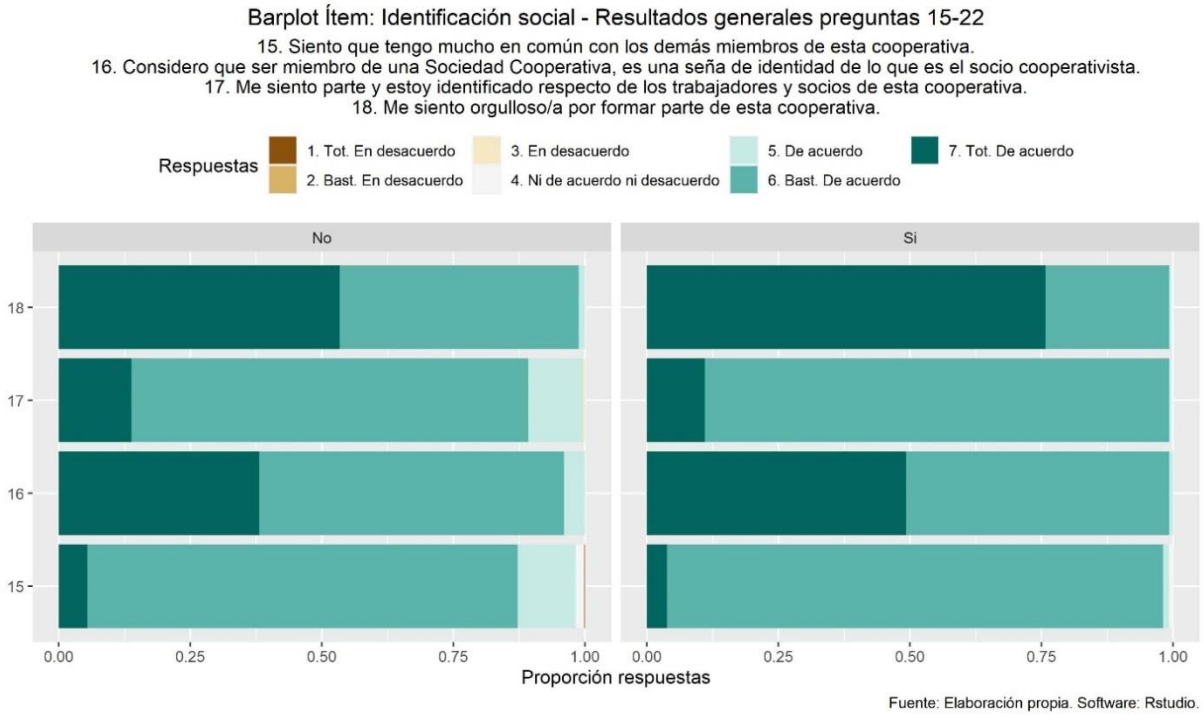
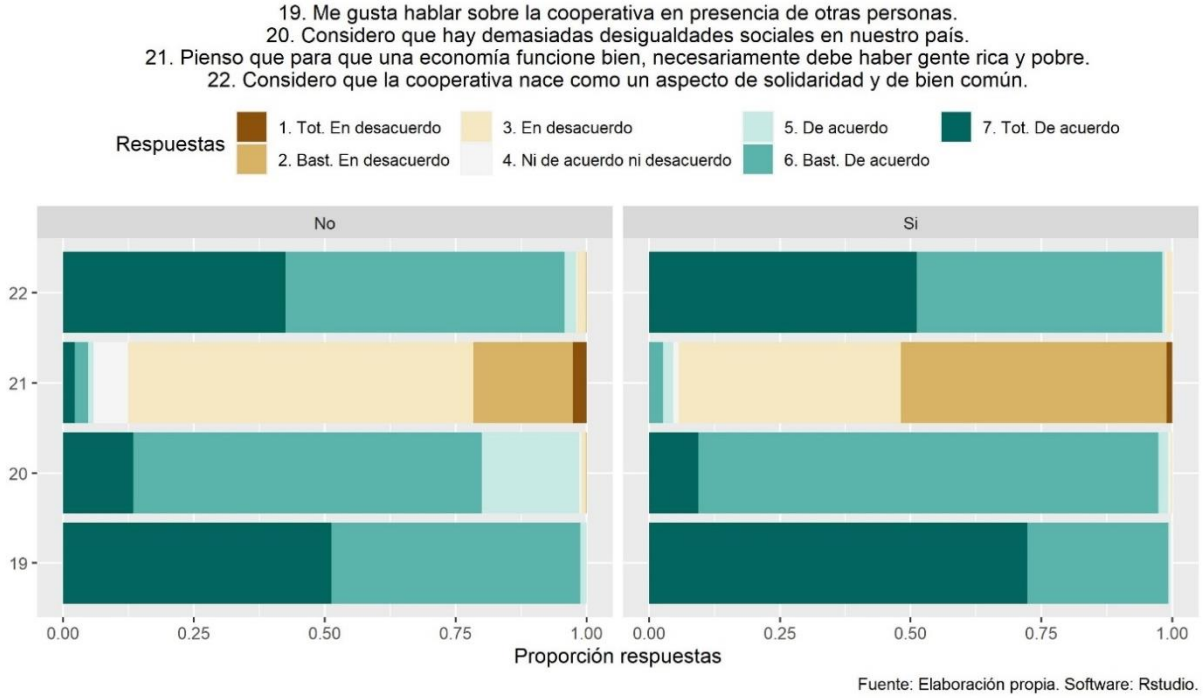


Figura 36. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Identificación social. Afirmaciones según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana. (N=763).



Fuente: Elaboración propia. Software: Rstudio.



Fuente: Elaboración propia. Software: Rstudio.

3.2.6. Objetivos.

3.2.6.1. Resultados generales

Tabla 33: Tabla de frecuencias. Variable (ítem): Objetivos y Metas. Según respuestas otorgadas.

Afirmación	Respuestas	Frec. Absoluta	Frec. abs Acumulada	Fre. Relativa	Frec. Relativa acumulada
23. Considero que los miembros de esta cooperativa, conocen el objetivo común de la misma.	*Ninguno*	0	0	.0%	.0%
	Muy poco o nada	0	0	.0%	.0%
	Poco	11	11	1.4%	1.4%
	Medianamente suficiente	6	17	0.8%	2.2%
	Suficiente	106	123	13.9%	16.1%
	Mucho	617	740	80.9%	97.0%
	Demasiado	23	763	3.0%	100.0%
24. Pienso que los miembros de esta cooperativa luchan por el objetivo común de la misma.	*Ninguno*	0	0	.0%	.0%
	Muy poco o nada	0	0	.0%	.0%
	Poco	11	11	1.4%	1.4%
	Medianamente suficiente	11	22	1.4%	2.9%
	Suficiente	115	137	15.1%	18.0%
	Mucho	600	737	78.6%	96.6%
	Demasiado	26	763	3.4%	100.0%

A continuación, analizamos los resultados obtenidos para las variables pertenecientes a *Objetivos y Metas*, según respuestas otorgadas *y* que se encuentran en la Tabla 33.

De forma general podemos observar cómo para todas las afirmaciones las respuestas otorgadas respecto a ambas escalas Likert que se presentan, se muestra claramente balanceada, en ambos casos para una mayor afinidad a la afirmación o con adverbios que implican mayor orden o cantidad.

Para ambos casos, la escala tipo Likert utilizada se compone de 7 respuestas, para las dos afirmaciones de este tercer elemento del *Tetraktys del Capital Social*, estas respuestas ordenadas van desde *Ninguno* hasta *Demasiado*.

(23) Para la afirmación "*Considero que los miembros de esta cooperativa, conocen el objetivo común de la misma"*, y la afirmación (24) "*Pienso que los miembros de esta cooperativa luchan por el objetivo común de la misma"* coinciden en el resultado del análisis, donde más del 80% de los individuos encuestados (más de 600 personas) lo valoran como *Mucho*.

De manera más gráfica, podemos visualizar esta información gracias a los Gráficos Barplot (Figuras 37 y 38) expuestos a continuación.

Figura 37. ***Gráfico Barplot por respuesta otorgada. Variable (ítem): Objetivo y Metass. Según respuestas otorgadas. Resultados generales. (N=763).***

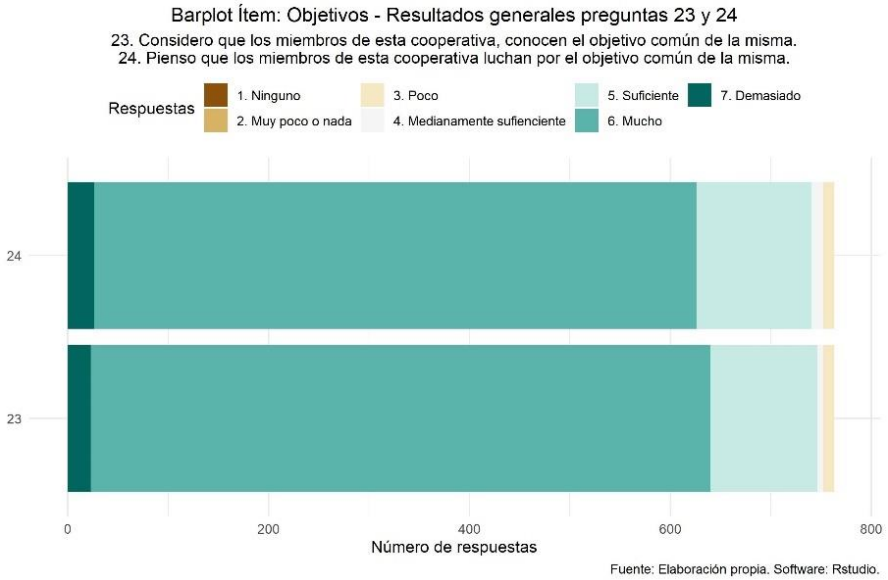
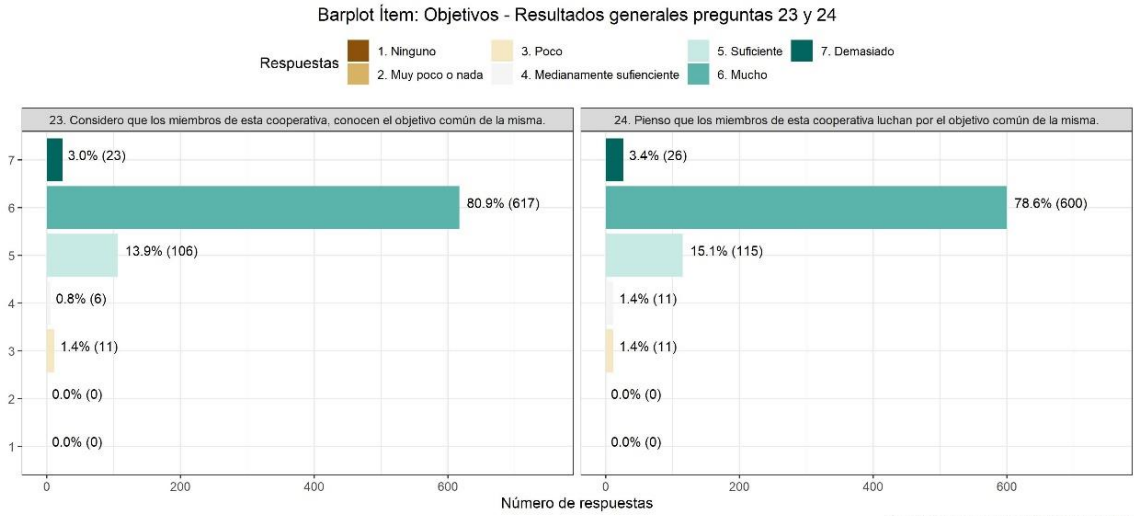


Figura 38. ***Gráfico Barplot por respuesta otorgada. Gráfico Barplot por respuesta otorgada. Variable (ítem): Objetivos y Metas. Según respuestas otorgadas. Resultados generales. (N=763).***



Fuente: Elaboración propia. Software: Rstudio.

3.2.6.2. Según tipo de cargo en la cooperativa.

Tabla 34: Tabla contingencia. Variable (ítem): Objetivos y Metas. % según tipo de cargo en la cooperativa.

	Tipo de cargo cooperativa			***Test Chi Cuadrado***	
	Interno	**Externo**		***VALOR***	***p-valor***
23. Considero que los miembros de esta cooperativa, conocen el objetivo común de la misma.					
Ninguno	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Muy poco o nada	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Poco	1.5% (11)	.0% (0)	1.4% (11)		
Medianamente suficiente	.7% (5)	5.9% (1)	.8% (6)		
Suficiente	13.0% (97)	52.9% (9)	13.9% (106)	**35.19 ****	**.000**
Mucho	82.0% (612)	29.4% (5)	80.9% (617)		
Demasiado	2.8% (21)	11.8% (2)	3.0% (23)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
24. Pienso que los miembros de esta cooperativa luchan por el objetivo común de la misma.					
Ninguno	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Muy poco o nada	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Poco	1.3% (10)	5.9% (1)	1.4% (11)		
Medianamente suficiente	1.1% (8)	17.6% (3)	1.4% (11)		
Suficiente	14.3% (107)	47.1% (8)	15.1% (115)	**57.64 ****	**.000**
Mucho	80.0% (597)	17.6% (3)	78.6% (600)		
Demasiado	3.2% (24)	11.8% (2)	3.4% (26)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
*NS No significativo. * Significativo (p<.05). ** Altamente significativo (p<.01)*					

Siguiendo al estudio de esta variable, según el tipo de cargo en la empresa cooperativa (*Interno vs Externo)* en la Tabla 34, podemos señalar que existe una similitud y alineamiento de respuestas con los resultados generales (Tabla 33).

Como se presenta en la tabla anterior, apenas se obtienen diferencias significativas en todos los casos atendiendo a la segmentación según tipo de cargo, de forma visual en la Figuras 39 y 40.

Figura 39. ***Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Objetivos y Metas. % según tipo de cargo en la cooperativa. (N=763).***

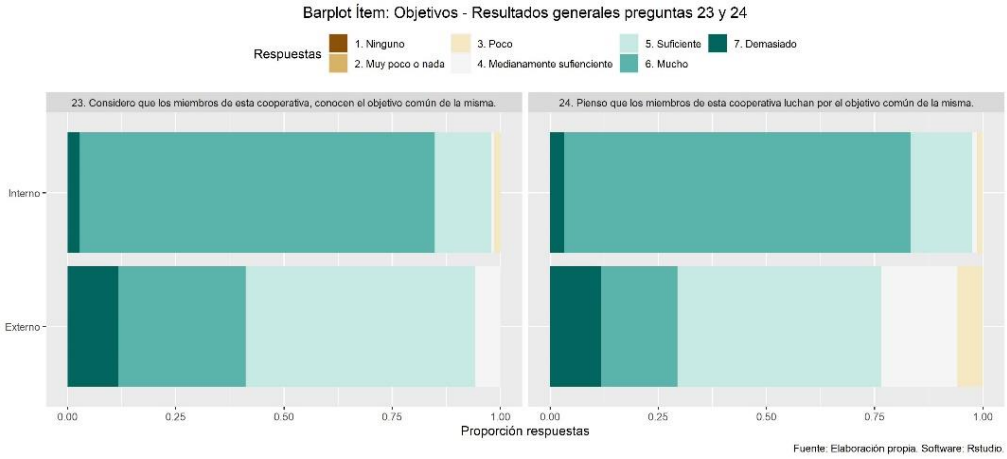
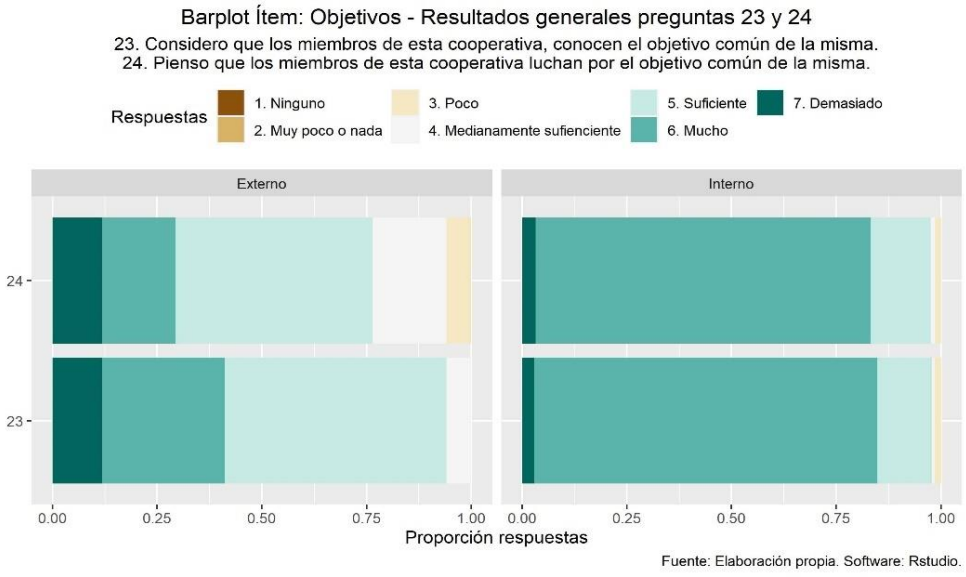


Figura 40. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Objetivos y Metas. Afirmaciones según tipo de cargo en la cooperativa. (N=763).



3.2.6.3. Según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

Tabla 35: Tabla contingencia. Variable (ítem): Objetivos y Metas. % según pertenencia a Vegas Altas del Guadiana.

	Vegas Altas del Guadiana			***Test Chi Cuadrado***	
	Sí	**No**		***VALOR***	***p-valor***
23. Considero que los miembros de esta cooperativa, conocen el objetivo común de la misma.					
Ninguno	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**10.70***	**.030**
Muy poco o nada	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Poco	.0% (0)	2.2% (11)	1.4% (11)		
Medianamente suficiente	.0% (0)	1.2% (6)	.8% (6)		
Suficiente	12.1% (32)	14.8% (74)	13.9% (106)		
Mucho	84.8% (224)	78.8% (393)	80.9% (617)		
Demasiado	3.0% (8)	3.0% (15)	3.0% (23)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
24. Pienso que los miembros de esta cooperativa luchan por el objetivo común de la misma.					
Ninguno	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**11.75***	**.019**
Muy poco o nada	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Poco	.0% (0)	2.2% (11)	1.4% (11)		
Medianamente suficiente	.0% (0)	2.2% (11)	1.4% (11)		
Suficiente	13.3% (35)	16.0% (80)	15.1% (115)		
Mucho	81.4% (215)	77.2% (385)	78.6% (600)		
Demasiado	5.3% (14)	2.4% (12)	3.4% (26)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		

*NS No significativo. * Significativo (p<.05). ** Altamente significativo (p<.01)*

Referente al estudio de la variable *Objetivos y metas,* y atendiendo a la subdivisión según la Comarca de Vegas Altas del Guadiana (Tabla 35), podemos señalar que existe una ligera valoración (de la población de la Comarca) en positivo en las respuestas de estas dos afirmaciones, concretamente un 4%

superior en comparación con la tabla de resultados generales (Tabla 30). Así mismo se puede visibilizar por medio de las Figuras 41 y 42.

Figura 41. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Objetivos y Metas. % según pertenecía a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana (N=763).

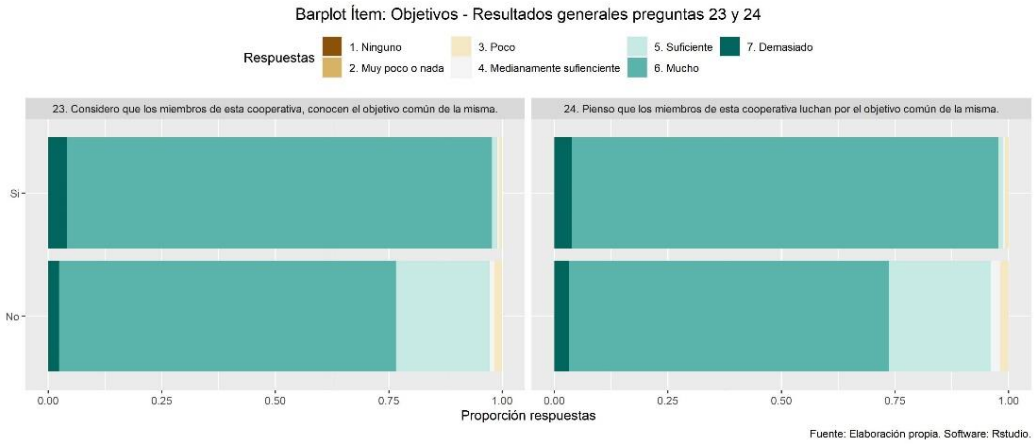
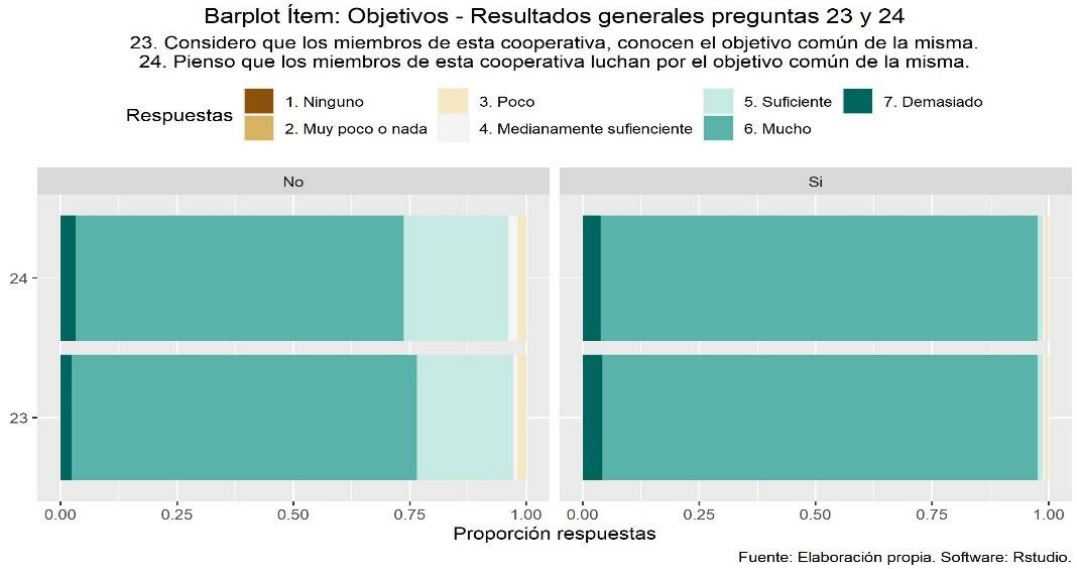


Figura 42. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Objetivos y Metas. Afirmaciones según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana. (N=763).



3.2.7. Información compartida.

3.2.7.1. Resultados generales.

Tabla 36: Tabla de frecuencias. Variable (ítem): Información compartida. Según respuestas otorgadas.

Afirmación	Respuestas	Frec. Absoluta	Frec. abs Acumulada	Fre. Relativa	Frec. Relativa acumulada
25. Los socios de esta cooperativa me han brindado asistencia técnica o información que me han permitido trabajar de manera más eficaz.	*Ninguno*	0	0	.0%	.0%
	Muy poco o nada	0	0	.0%	.0%
	Poco	6	6	.8%	.8%
	Medianamente suficiente	9	15	1.2%	2.0%
	Suficiente	124	139	16.3%	18.2%
	Mucho	621	760	81.4%	99.6%
	Demasiado	3	763	.4%	100.0%

A continuación, analizamos los resultados obtenidos para las variables pertenecientes a *Información compartida*, según respuestas otorgadas *y* que se encuentran en la Tabla 36.

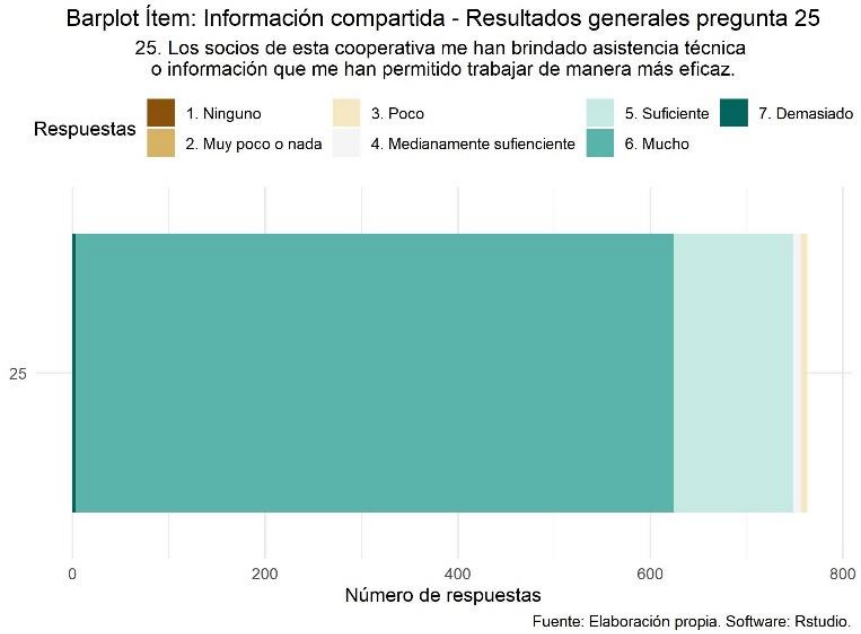
De forma general podemos observar cómo para todas las afirmaciones las respuestas otorgadas respecto a ambas escalas Likert que se presentan, se muestra claramente balanceada, en ambos casos para una mayor afinidad a la afirmación o con adverbios que implican mayor orden o cantidad.

Para ambos casos la escala tipo Likert utilizada se compone de 7 respuestas, para la única afirmación de esta Variable, contaremos con una respuesta ordenada que va desde *Ninguno* hasta *Demasiado*.

(25) Para la afirmación "*Los socios de esta cooperativa me han brindado asistencia técnica o información que me han permitido trabajar de manera más eficaz*", observamos cómo casi 6 de cada 7 respuestas se corresponden con *Mucho*, el 81,4% de la muestra (621 personas de un total de 737).

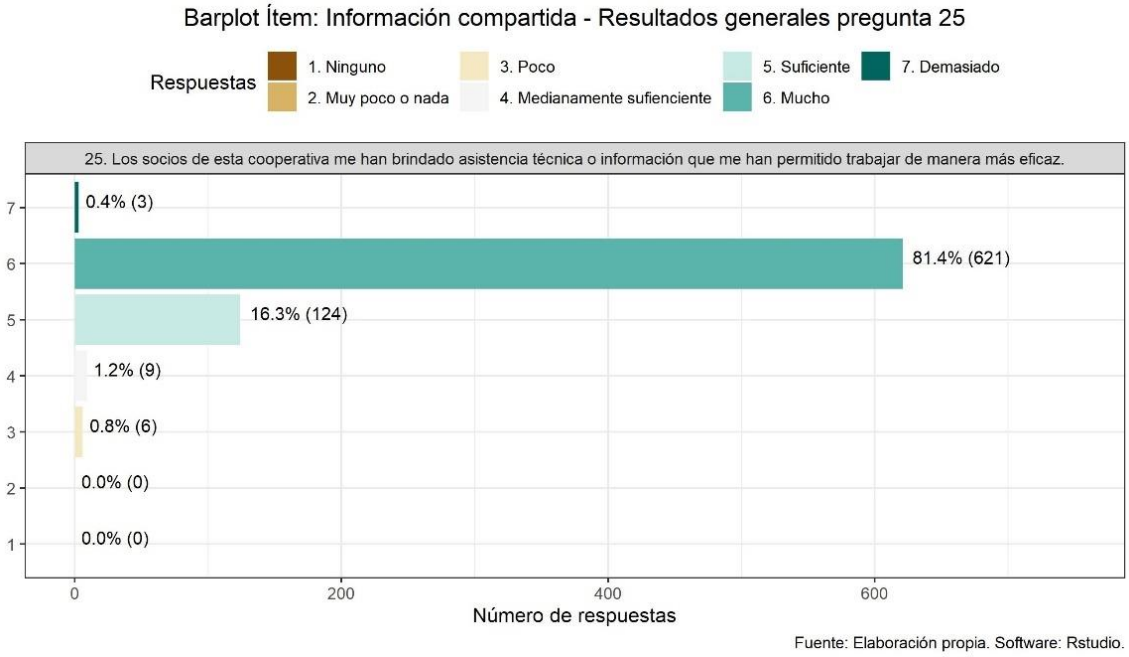
De manera más gráfica, podemos visualizar esta información gracias a los Gráficos Barplot (Figuras 43 y 44) expuestos a continuación.

Figura 43. ***Gráfico Barplot por respuesta otorgada. Variable (ítem): Información compartida. Según respuestas otorgadas. Resultados generales. (N=763).***



Fuente: Elaboración propia. Software: Rstudio.

Figura 44. ***Gráfico Barplot por respuesta otorgada. Variable (ítem): Información compartida. Según respuestas otorgadas. Resultados generales. (N=763).***



Fuente: Elaboración propia. Software: Rstudio.

3.2.7.2. <u>Según tipo de cargo en la cooperativa.</u>

Tabla 37: Tabla contingencia. Variable (ítem): Objetivos. % según tipo de cargo en la cooperativa.

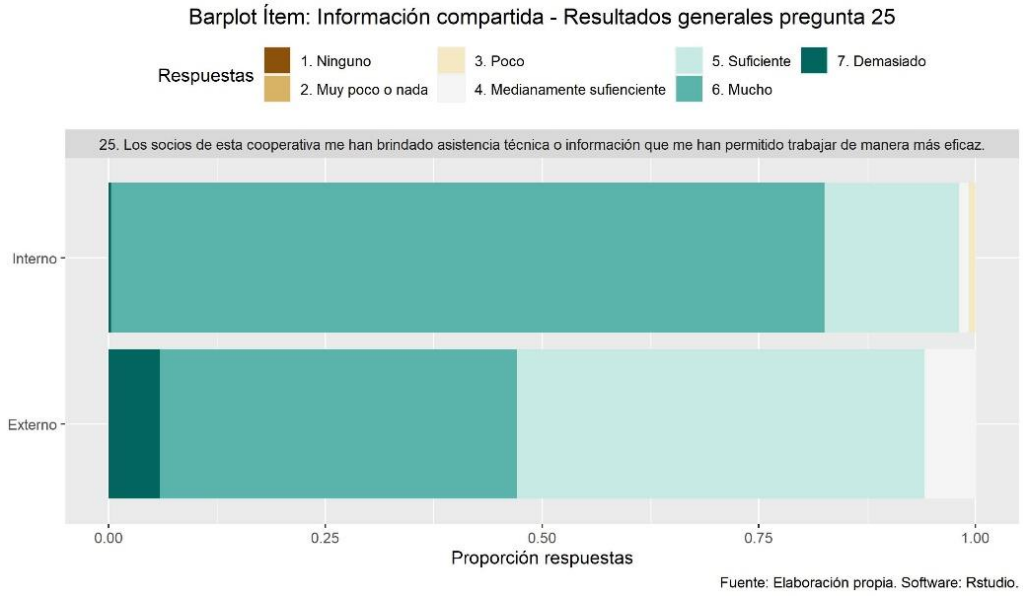
	Tipo de cargo cooperativa			***Test Chi Cuadrado***	
	Interno	**Externo**		***VALOR***	***p-valor***
23. Considero que los miembros de esta cooperativa, conocen el objetivo común de la misma.					
Ninguno	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**30.33****	**.000**
Muy poco o nada	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Poco	.8% (6)	.0% (0)	.8% (6)		
Medianamente suficiente	1.1% (8)	5.9% (1)	1.2% (9)		
Suficiente	15.5% (116)	47.1% (8)	16.3% (124)		
Mucho	82.3% (614)	41.2% (7)	81.4% (621)		
Demasiado	.3% (2)	5.9% (1)	.4% (3)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		

*NS No significativo. * Significativo (p<.05). ** Altamente significativo (p<.01)*

Referente al estudio de la variable *Objetivos y metas*, y atendiendo a la subdivisión según el tipo de cargo en la empresa cooperativa (*Interno vs Externo)* según la Tabla 36, podemos señalar que existe una similitud y alineamiento de respuestas con los resultados generales (Tabla 37).

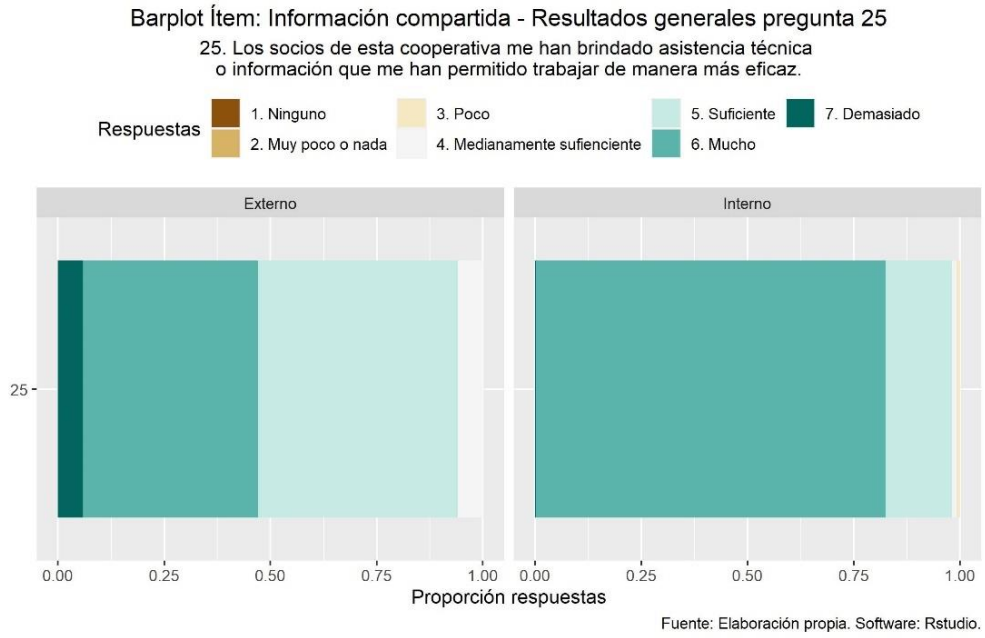
Como se presenta en la tabla anterior, apenas se obtienen diferencias significativas en todos los casos atendiendo a la segmentación según tipo de cargo, de forma visual en la Figuras 45 y 46.

Figura 45. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Información compartida. % según tipo de cargo en la cooperativa. (N=763).



Fuente: Elaboración propia. Software: Rstudio.

Figura 46. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Información compartida. Afirmaciones según tipo de cargo en la cooperativa. (N=763).



3.2.7.3. Según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

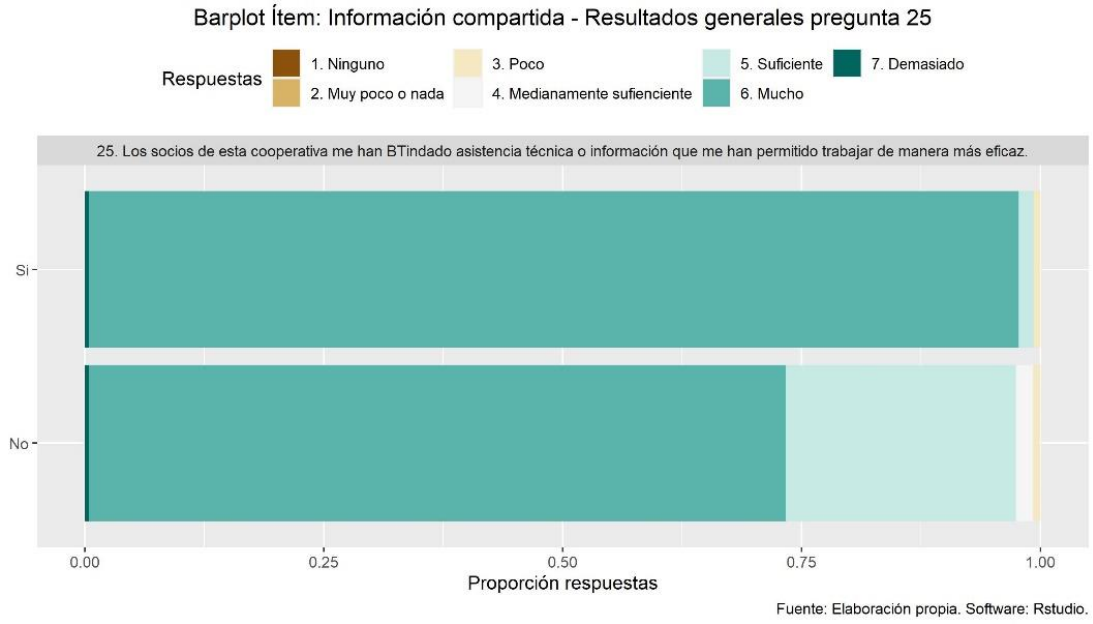
Tabla 38: Tabla contingencia. Variable (ítem): Objetivos. % según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

	Vegas Altas del Guadiana			***Test Chi Cuadrado***	
	Sí	**No**		***VALOR***	***p-valor***
23. Considero que los miembros de esta cooperativa, conocen el objetivo común de la misma.					
Ninguno	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	8.42 NS	.077
Muy poco o nada	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Poco	.8% (2)	.8% (4)	.8% (6)		
Medianamente suficiente	.0% (0)	1.8% (9)	1.2% (9)		
Suficiente	13.6% (36)	17.6% (88)	16.3% (124)		
Mucho	84.8% (224)	79.6% (397)	81.4% (621)		
Demasiado	.8% (2)	.2% (1)	.4% (3)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		

*NS No significativo. * Significativo (p<.05). ** Altamente significativo (p<.01)*

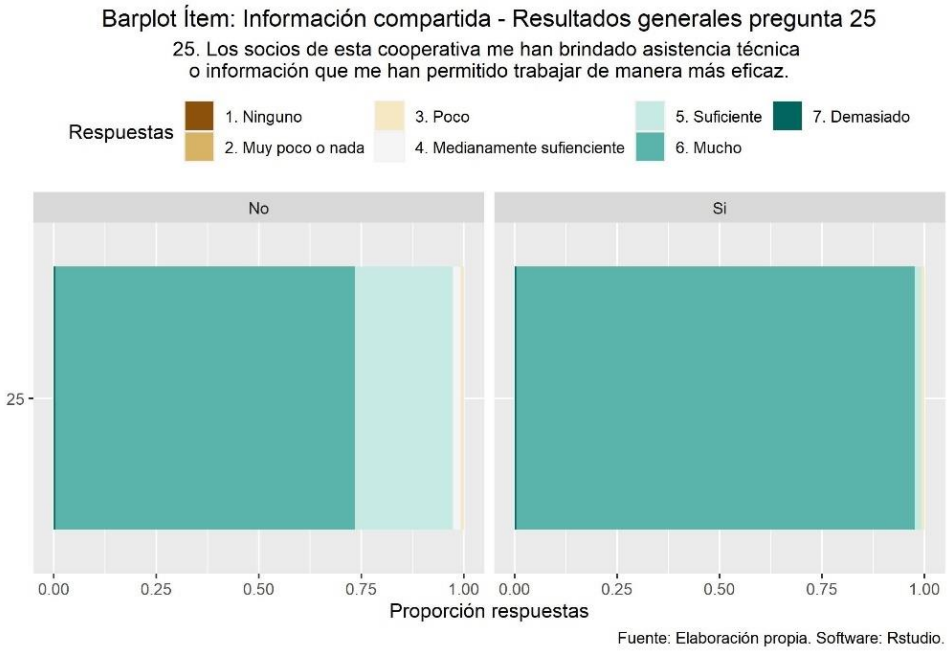
Referente al estudio de la variable *Objetivos y metas,* y atendiendo a la subdivisión según la Comarca de Vegas Altas del Guadiana (Tabla 38), podemos señalar que existe una ligera valoración (de la población de la Comarca) en positivo en las respuestas de estas dos afirmaciones, concretamente un 3% superior en comparación con la tabla de resultados generales (Tabla 30). Así mismo se puede visibilizar por medio de las Figuras 47 y 48.

Figura 47. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Información compartida. % según pertenecía a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana (N=763).



Fuente: Elaboración propia. Software: Rstudio.

Figura 48. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Información compartida según pertenece a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana. (N=763).



3.2.8. Innovación.

3.2.8.1. Resultados generales.

Tabla 39: Tabla de frecuencias. Variable (ítem): Innovación. Según respuestas otorgadas.

Afirmación	Respuestas	Frec. Absoluta	Frec. abs Acumulada	Fre. Relativa	Frec. Relativa acumulada
26. Considero que, en esta cooperativa, nos preocupamos por adaptarnos a los cambios, y dar soluciones nuevas a los problemas de gestión.	*Ninguno*	0	0	.0%	.0%
	Muy poco o nada	0	0	.0%	.0%
	Poco	7	7	.9%	.9%
	Medianamente suficiente	11	18	1.4%	2.4%
	Suficiente	77	95	10.1%	12.5%
	Mucho	660	755	86.5%	99.0%
	Demasiado	8	763	1.0%	100.0%

27. En esta cooperativa somos innovadores en nuestros productos y servicios, y en nuestros procesos productivos.	*Ninguno*	0	0	.0%	.0%
	Muy poco o nada	7	7	.9%	.9%
	Poco	72	79	9.4%	10.4%
	Medianamente suficiente	145	224	19.0%	29.4%
	Suficiente	410	634	53.7%	83.1%
	Mucho	126	760	16.5%	99.6%
	Demasiado	3	763	.4%	100.0%
28. Siempre estamos intentando mejorar la comercialización y el marketing de esta cooperativa.	*Ninguno*	3	3	.4%	.4%
	Muy poco o nada	48	51	6.3%	6.7%
	Poco	176	227	23.1%	29.8%
	Medianamente suficiente	222	449	29.1%	58.8%
	Suficiente	211	660	27.7%	86.5%
	Mucho	102	762	13.4%	99.9%
	Demasiado	1	763	.1%	100.0%
29. En esta cooperativa, nos adaptamos a las tecnologías de la información y comunicación (TIC) tanto como sea necesario.	*Ninguno*	24	24	3.1%	3.1%
	Muy poco o nada	254	278	33.3%	36.4%
	Poco	212	490	27.8%	64.2%
	Medianamente suficiente	105	595	13.8%	78.0%
	Suficiente	136	731	17.8%	95.8%
	Mucho	32	763	4.2%	100.0%
	Demasiado	0	763	.0%	100.0%
30. En esta cooperativa, entendemos, actualizamos y ampliamos las prácticas de responsabilidad social.	*Ninguno*	0	0	.0%	.0%
	Muy poco o nada	4	4	.5%	.5%
	Poco	33	37	4.3%	4.8%
	Medianamente suficiente	94	131	12.3%	17.2%
	Suficiente	454	585	59.5%	76.7%
	Mucho	177	762	23.2%	99.9%
	Demasiado	1	763	.1%	100.0%
31. Valoramos el trabajo en red y apostamos por la inter-cooperación y las alianzas de esta cooperativa.	*Ninguno*	3	3	.4%	.4%
	Muy poco o nada	73	76	9.6%	10.0%
	Poco	317	393	41.5%	51.5%
	Medianamente suficiente	168	561	22.0%	73.5%
	Suficiente	124	685	16.3%	89.8%
	Mucho	75	760	9.8%	99.6%
	Demasiado	3	763	.4%	100.0%
32. En esta cooperativa, consideramos importante dar a conocer la innovación que llevamos a cabo, tanto a nuestros socios como a nuestra	*Ninguno*	1	1	.1%	.1%
	Muy poco o nada	9	10	1.2%	1.3%
	Poco	55	65	7.2%	8.5%
	Medianamente suficiente	111	176	14.5%	23.1%
	Suficiente	298	474	39.1%	62.1%
	Mucho	287	761	37.6%	99.7%

sociedad.	*Demasiado*	2	763	.3%	100.0%
33. Divulgamos la innovación realizada en esta cooperativa, en la web y otros espacios para que puedan conocerla personas ajenas a la misma.	*Ninguno*	414	414	54.3%	54.3%
	Muy poco o nada	180	594	23.6%	77.9%
	Poco	109	703	14.3%	92.1%
	Medianamente suficiente	30	733	3.9%	96.1%
	Suficiente	21	754	2.8%	98.8%
	Mucho	8	762	1.0%	99.9%
	Demasiado	1	763	.1%	100.0%
34. Consideramos a esta cooperativa como un entorno creativo.	*Ninguno*	3	3	.4%	.4%
	Muy poco o nada	2	5	.3%	.7%
	Poco	29	34	3.8%	4.5%
	Medianamente suficiente	97	131	12.7%	17.2%
	Suficiente	509	640	66.7%	83.9%
	Mucho	122	762	16.0%	99.9%
	Demasiado	1	763	.1%	100.0%
35. En esta cooperativa, los máximos responsables de la gestión empresarial han sido formados en técnicas de creatividad.	*Ninguno*	7	7	.9%	.9%
	Muy poco o nada	8	15	1.0%	2.0%
	Poco	17	32	2.2%	4.2%
	Medianamente suficiente	32	64	4.2%	8.4%
	Suficiente	383	447	50.2%	58.6%
	Mucho	313	760	41.0%	99.6%
	Demasiado	3	763	.4%	100.0%
36. Estimamos que, en esta cooperativa, existe una atmósfera de innovación entre los socios.	*Ninguno*	4	4	.5%	.5%
	Muy poco o nada	11	15	1.4%	2.0%
	Poco	53	68	6.9%	8.9%
	Medianamente suficiente	107	175	14.0%	22.9%
	Suficiente	489	664	64.1%	87.0%
	Mucho	99	763	13.0%	100.0%
	Demasiado	0	763	.0%	100.0%
37. Llevamos a cabo actividades de transferencia de conocimiento cooperativo con Instituciones de Investigación y Universidad de Extremadura.	*Ninguno*	476	476	62.4%	62.4%
	Muy poco o nada	235	711	30.8%	93.2%
	Poco	38	749	5.0%	98.2%
	Medianamente suficiente	5	754	.7%	98.8%
	Suficiente	4	758	.5%	99.3%
	Mucho	5	763	.7%	100.0%
	Demasiado	0	763	.0%	100.0%

A continuación, analizamos los resultados obtenidos para las variables pertenecientes a *Innovación*, según respuestas otorgadas *y* que se encuentran en la Tabla 39.

De forma general, podemos observar cómo para todas las afirmaciones, las respuestas otorgadas respecto a ambas escalas Likert que se presentan, se muestra mayoritariamente balanceada, en ambos casos para una mayor afinidad a la afirmación o con adverbios que implican mayor orden o cantidad.

Para ambos supuestos, la escala tipo Likert utilizada que se compone de 7 respuestas, para un total de 12 afirmaciones de esta Variable, contaremos con una respuesta ordenada que va desde *Ninguno* hasta *Demasiado*.

Las afirmaciones (28) "*Siempre estamos intentando mejorar la comercialización y el marketing de esta cooperativa*" y (31) "*Valoramos el trabajo en red y apostamos por la inter-cooperación y las alianzas de esta cooperativa*" son las dos que se encuentran más equilibradas del resto de afirmaciones, y es donde encontramos mayor dispersión en las respuestas.

(26) En la afirmación "*Considero que, en esta cooperativa, nos preocupamos por adaptarnos a los cambios, y dar soluciones nuevas a los problemas de gestión*", reúne la mayor repetición de respuestas de este ítems sobre una misma observación, así con un 86,5% (660 personas) de la población encuestada, en concreto, se va hacia la respuesta de *Mucho*.

(27) Para el axioma "*En esta cooperativa somos innovadores en nuestros productos y servicios, y en nuestros procesos productivos*", más de la mitad de las personas encuestadas, se apoyan en la respuesta *Suficiente.*

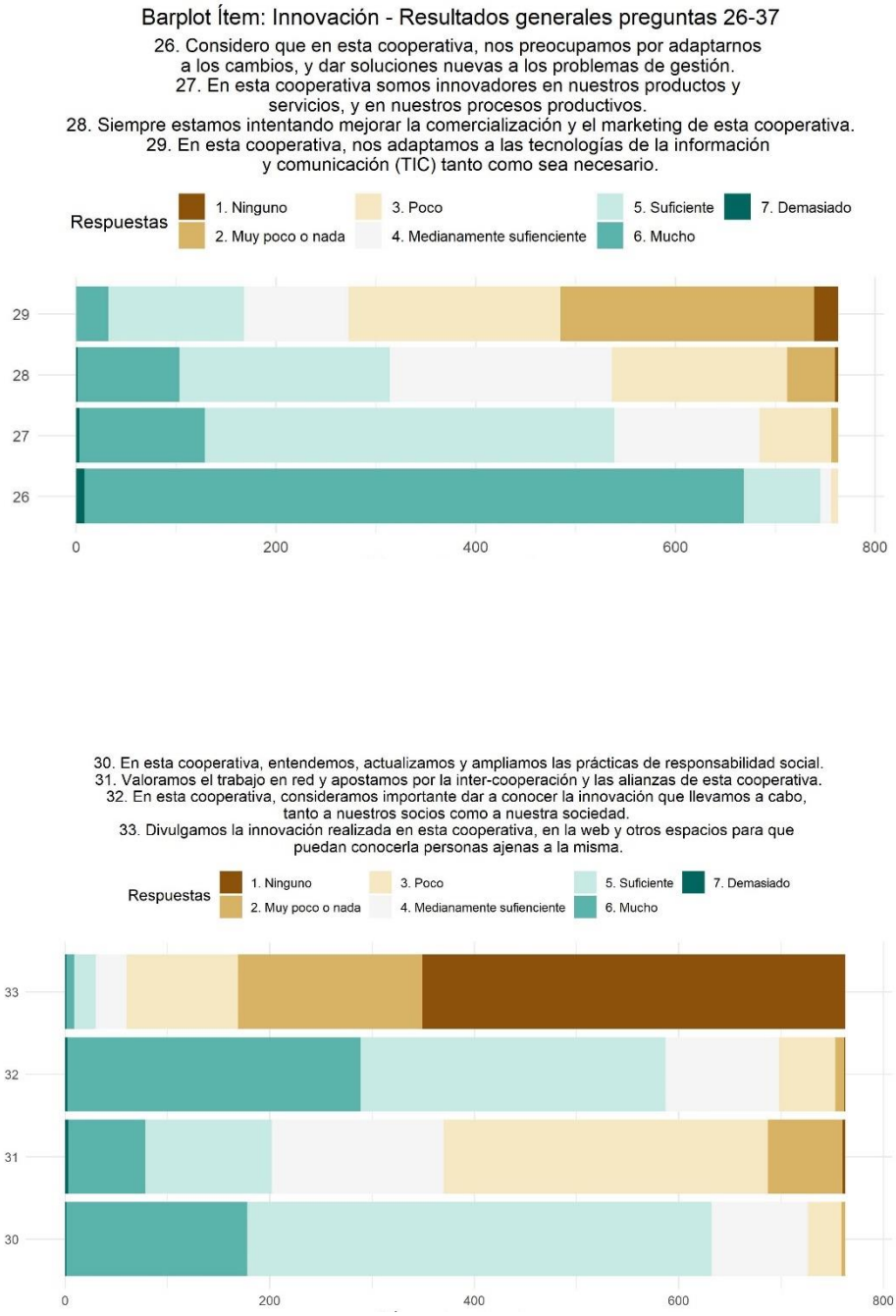
Las afirmaciones (29) "*En esta cooperativa, nos adaptamos a las tecnologías de la información y comunicación (TIC) tanto como sea necesario*", (33) "*Divulgamos la innovación realizada en esta cooperativa, en la web y otros espacios para que puedan conocerla personas ajenas a la misma*" y (37) "*Llevamos a cabo actividades de transferencia de conocimiento cooperativo con Instituciones de Investigación y Universidad de Extremadura*", tienen en sus respuestas un valor negativo en la opinión de la población encuestada, incluso, más del 60% está valorando la respuesta de *Ninguno* a *Poco*.

(30) Para la afirmación "*En esta cooperativa, entendemos, actualizamos y ampliamos las prácticas de responsabilidad social*", destacamos que casi el 60% de las personas encuestadas se apoyan en el valor *Suficiente*, mientras que 177 personas (más del 20%) lo fijan en la respuesta *Mucho*.

En las cuatro últimas afirmaciones, (32) "*En esta cooperativa, consideramos importante dar a conocer la innovación que llevamos a cabo, tanto a nuestros socios como a nuestra sociedad*", (34) "*Consideramos a esta cooperativa como un entorno creativo*", (35) "*En esta cooperativa, los máximos responsables de la gestión empresarial han sido formados en técnicas de creatividad*" y (36) "*Estimamos que, en esta cooperativa, existe una atmósfera de innovación entre los socios*" más 600 personas (el 80% de la población entrevistada), tasan como respuesta los valores con *Suficiente* y *Mucho*.

De manera más gráfica, podemos visualizar esta información gracias a los Gráficos Barplot (Figuras 49 y 50) expuestos a continuación.

Figura 49. Gráfico Barplot por respuesta otorgada. Variable (ítem): Innovación. Según respuestas otorgadas. Resultados generales. (N=763).



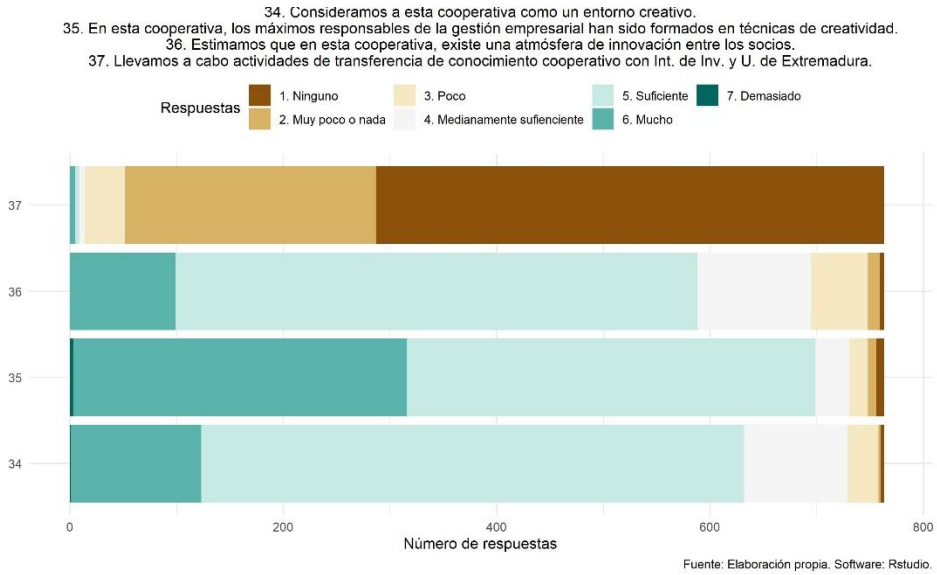
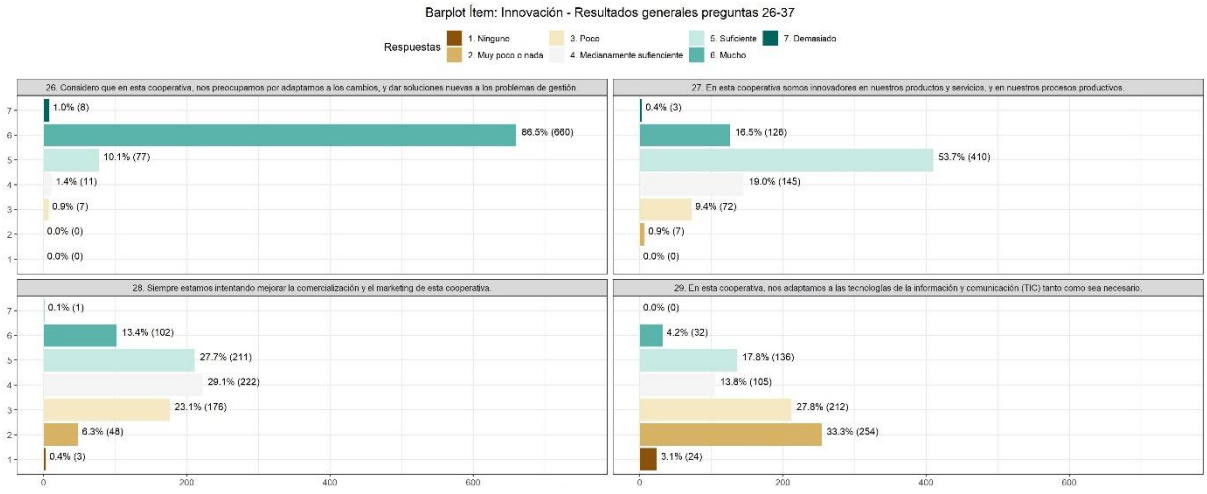
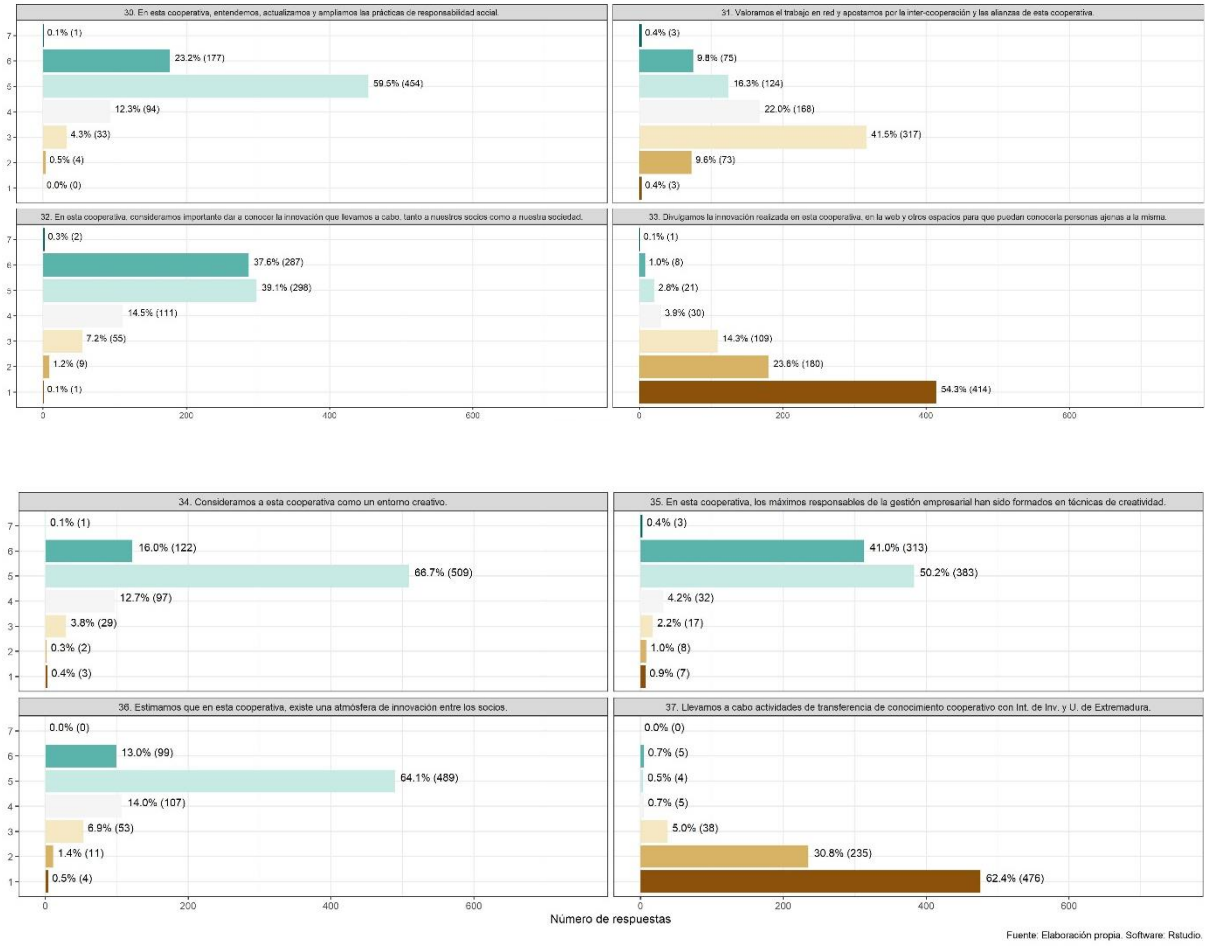


Figura 50. Gráfico Barplot por respuesta otorgada. Variable (ítem): Innovación Según respuestas otorgadas. Resultados generales. (N=763).





3.2.8.2. Según tipo de cargo en la cooperativa.

Tabla 40: Tabla contingencia. Variable (ítem): Innovación. % según tipo de cargo en la cooperativa.

	Tipo de cargo cooperativa			***Test Chi Cuadrado***	
	Interno	**Externo**		***VALOR***	***p-valor***
26. Considero que en esta cooperativa, nos preocupamos por adaptarnos a los cambios, y dar soluciones nuevas a los problemas de gestión.					
Ninguno	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	7.91 NS	.095
Muy poco o nada	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Poco	.9% (7)	.0% (0)	.9% (7)		
Medianamente suficiente	1.3% (10)	5.9% (1)	1.4% (11)		
Suficiente	9.9% (74)	17.6% (3)	10.1%		

			(77)		
Mucho	86.9% (648)	70.6% (12)	86.5% (660)		
Demasiado	.9% (7)	5.9% (1)	1.0% (8)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
27. En esta cooperativa somos innovadores en nuestros productos y servicios, y en nuestros procesos productivos.					
Ninguno	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Muy poco o nada	.9% (7)	.0% (0)	.9% (7)		
Poco	9.7% (72)	.0% (0)	9.4% (72)		
Medianamente suficiente	19.3% (144)	5.9% (1)	19% (145)		
Suficiente	53.8% (401)	52.9% (9)	53.7% (410)	**20.42****	**.001**
Mucho	16.1% (120)	35.3% (6)	16.5% (126)		
Demasiado	.3% (2)	5.9% (1)	.4% (3)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
28. Siempre estamos intentando mejorar la comercialización y el marketing de esta cooperativa.					
Ninguno	.4% (3)	.0% (0)	.4% (3)		
Muy poco o nada	6.4% (48)	.0% (0)	6.3% (48)		
Poco	23.3% (174)	11.8% (2)	23.1% (176)		
Medianamente suficiente	29.8% (222)	.0% (0)	29.1% (222)		
Suficiente	27.5% (205)	35.3% (6)	27.7% (211)	**27.94****	**.000**
Mucho	12.5% (93)	52.9% (9)	13.4% (102)		
Demasiado	.1% (1)	.0% (0)	.1% (1)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
29. En esta cooperativa, nos adaptamos a las tecnologías de la información y comunicación (TIC) tanto como sea necesario.					
Ninguno	3.2% (24)	.0% (0)	3.1% (24)		
Muy poco o nada	34.0% (254)	.0% (0)	33.3% (254)		
Poco	28.2% (210)	11.8% (2)	27.8% (212)		
Medianamente suficiente	14.1% (105)	.0% (0)	13.8% (105)		
Suficiente	17.3% (129)	41.2% (7)	17.8% (136)	**91.83****	**. 000**
Mucho	3.2% (24)	47.1% (8)	4.2% (32)		
Demasiado	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		

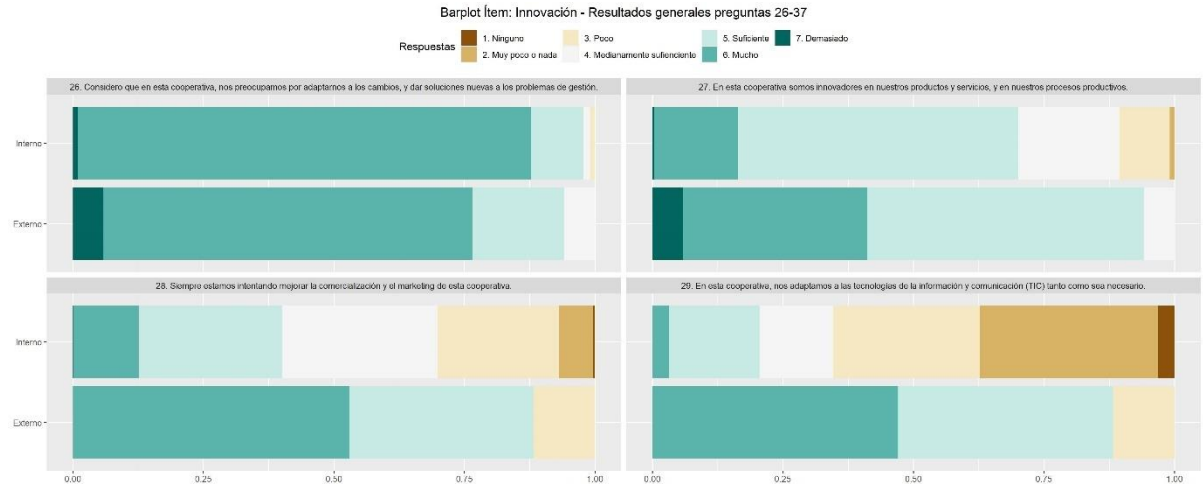
30. En esta cooperativa, entendemos. actualizamos y ampliamos las prácticas de responsabilidad social.					
Ninguno	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	4.74NS	.448
Muy poco o nada	0.5% (4)	.0% (0)	0.5% (4)		
Poco	4.3% (32)	5.9% (1)	4.3% (33)		
Medianamente suficiente	12.2% (91)	17.6% (3)	12.3% (94)		
Suficiente	60.1% (448)	35.3% (6)	59.5% (454)		
Mucho	22.8% (170)	41.2% (7)	23.2% (177)		
Demasiado	0.1% (1)	.0% (0)	0.1% (1)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
31. Valoramos el trabajo en red y apostamos por la inter-cooperación y las alianzas de esta cooperativa.					
Ninguno	0.4% (3)	.0% (0)	.4% (3)	**32.68****	**.000**
Muy poco o nada	9.5% (71)	11.8% (2)	9.6% (73)		
Poco	42.5% (317)	.0% (0)	41.5% (317)		
Medianamente suficiente	22.1% (165)	17.6% (3)	22% (168)		
Suficiente	16.1% (120)	23.5% (4)	16.3% (124)		
Mucho	9.0% (67)	47.1% (8)	9.8% (75)		
Demasiado	.4% (3)	.0% (0)	.4% (3)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
32. En esta cooperativa. consideramos importante dar a conocer la innovación que llevamos a cabo, tanto a nuestros socios como a nuestra sociedad.					
Ninguno	.1% (1)	.0% (0)	.1% (1)	**32.84****	**.000**
Muy poco o nada	1.2% (9)	.0% (0)	1.2% (9)		
Poco	6.8% (51)	23.5% (4)	7.2% (55)		
Medianamente suficiente	14.9% (111)	.0% (0)	14.5% (111)		
Suficiente	38.7% (289)	52.9% (9)	39.1% (298)		
Mucho	38.1% (284)	17.6% (3)	37.6% (287)		
Demasiado	.1% (1)	5.9% (1)	.3% (2)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
33. Divulgamos la innovación realizada en esta cooperativa, en la web y otros espacios para que puedan conocerla personas ajenas a la misma.					
Ninguno	55.2% (412)	11.8% (2)	54.3% (414)	**147.00***	**.000**
Muy poco o nada	23.9% (178)	11.8% (2)	23.6% (180)		
Poco	14.2%	17.6% (3)	14.3%		

	(106)		(109)		
Medianamente suficiente	3.8% (28)	11.8% (2)	3.9% (30)		
Suficiente	1.9% (14)	41.2% (7)	2.8% (21)		
Mucho	1.1% (8)	.0% (0)	1.0% (8)		
Demasiado	.0% (0)	5.9% (1)	.1% (1)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
34. Consideramos a esta cooperativa como un entorno creativo.					
Ninguno	.4% (3)	.0% (0)	.4% (3)		
Muy poco o nada	.3% (2)	.0% (0)	.3% (2)		
Poco	3.1% (23)	35.3% (6)	3.8% (29)		
Medianamente suficiente	12.7% (95)	11.8% (2)	12.7% (97)		
Suficiente	67.4% (503)	35.3% (6)	66.7% (509)	**48.12****	**.000**
Mucho	16% (119)	17.6% (3)	16% (122)		
Demasiado	.1% (1)	.0% (0)	.1% (1)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
35. En esta cooperativa, los máximos responsables de la gestión empresarial han sido formados en técnicas de creatividad.					
Ninguno	.4% (3)	23.5% (4)	.9% (7)		
Muy poco o nada	.8% (6)	11.8% (2)	1.0% (8)		
Poco	1.3% (10)	41.2% (7)	2.2% (17)		
Medianamente suficiente	4.0% (30)	11.8% (2)	4.2% (32)		
Suficiente	51.1% (381)	11.8% (2)	50.2% (383)	**249.02***	**.000**
Mucho	42.0% (313)	.0% (0)	41.0% (313)		
Demasiado	.4% (3)	.0% (0)	.4% (3)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
36. Estimamos que en esta cooperativa, existe una atmósfera de innovación entre los socios.					
Ninguno	.4% (3)	5.9% (1)	.5% (4)		
Muy poco o nada	1.1% (8)	17.6% (3)	1.4% (11)		
Poco	6.4% (48)	29.4% (5)	6.9% (53)		
Medianamente suficiente	13.9% (104)	17.6% (3)	14% (107)		
Suficiente	65.3% (487)	11.8% (2)	64.1% (489)	**61.71****	**.000**
Mucho	12.9% (96)	17.6% (3)	13.0% (99)		
Demasiado	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
37. Llevamos a cabo actividades de transferencia de conocimiento cooperativo					

con Instituciones de Investigación y Universidad de Extremadura.					
Ninguno	63.7% (475)	5.9% (1)	62.4% (476)	**151.62****	**.000**
Muy poco o nada	30.6% (228)	41.2% (7)	30.8% (235)		
Poco	4.6% (34)	23.5% (4)	5.0% (38)		
Medianamente suficiente	.7% (5)	.0% (0)	.7% (5)		
Suficiente	.1% (1)	17.6% (3)	.5% (4)		
Mucho	.4% (3)	11.8% (2)	.7% (5)		
Demasiado	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
*NS No significativo. * Significativo (p<.05). ** Altamente significativo (p<.01)*					

Siguiendo al estudio de esta variable, según el tipo de cargo en la empresa cooperativa (*Interno vs Externo)* en la Tabla 40, podemos señalar que existe una similitud y alineamiento de respuestas con los resultados generales (Tabla 39), representadas gráficamente en las figuras siguientes:

Figura 51. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Innovación. % según tipo de cargo en la cooperativa. (N=763).



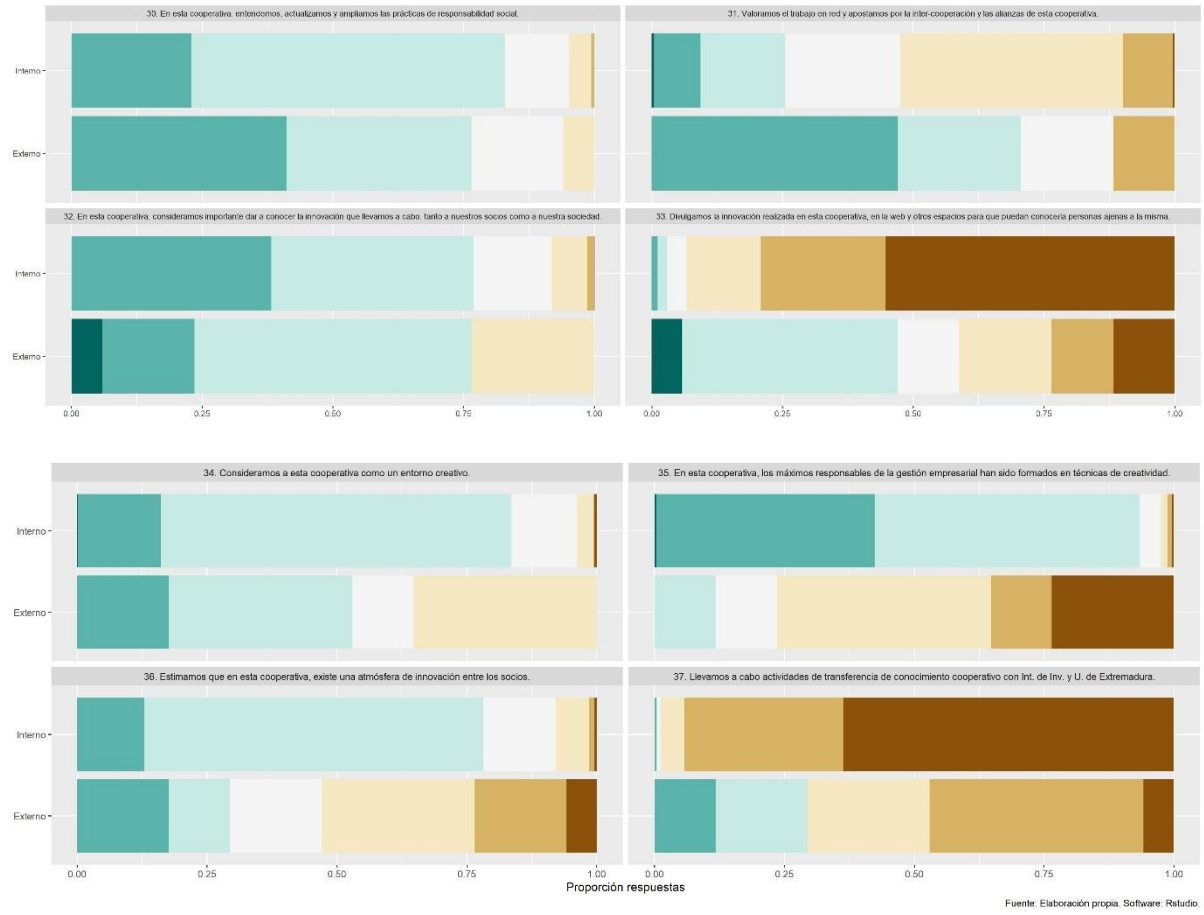
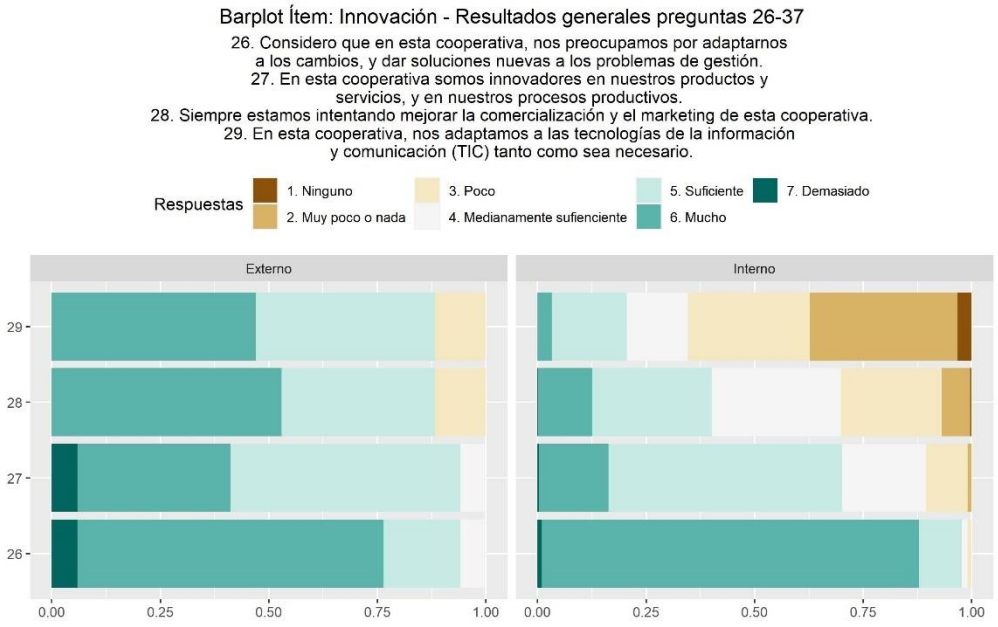
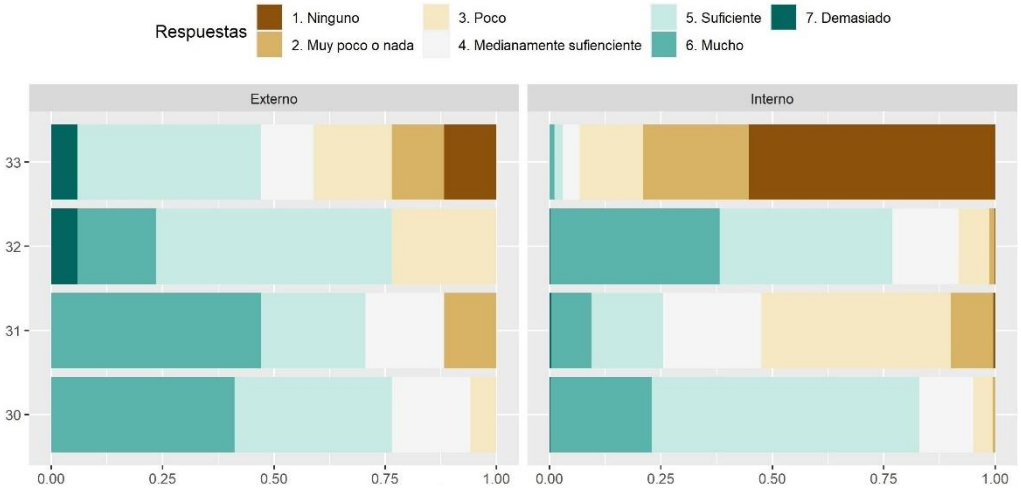


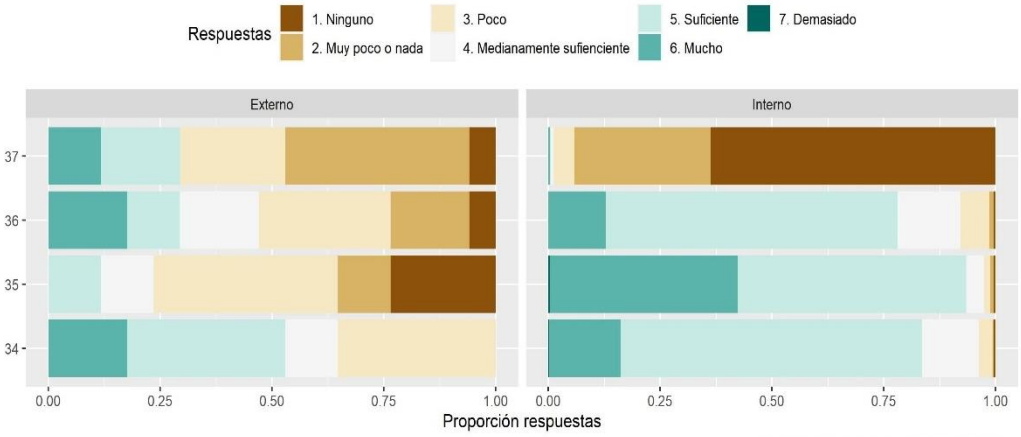
Figura 52. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Innovación. Afirmaciones según tipo de cargo en la cooperativa. (N=763)



30. En esta cooperativa, entendemos, actualizamos y ampliamos las prácticas de responsabilidad social.
31. Valoramos el trabajo en red y apostamos por la inter-cooperación y las alianzas de esta cooperativa.
32. En esta cooperativa, consideramos importante dar a conocer la innovación que llevamos a cabo, tanto a nuestros socios como a nuestra sociedad.
33. Divulgamos la innovación realizada en esta cooperativa, en la web y otros espacios para que puedan conocerla personas ajenas a la misma.



34. Consideramos a esta cooperativa como un entorno creativo.
35. En esta cooperativa, los máximos responsables de la gestión empresarial han sido formados en técnicas de creatividad.
36. Estimamos que en esta cooperativa, existe una atmósfera de innovación entre los socios.
37. Llevamos a cabo actividades de transferencia de conocimiento cooperativo con Int. de Inv. y U. de Extremadura.



Fuente: Elaboración propia. Software: Rstudio.

3.2.8.3. Según pertenencia en la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

Tabla 41: Tabla contingencia. Variable (ítem): Innovación. % según pertenencia a Vegas Altas del Guadiana.

	Vegas Altas del Guadiana			***Test Chi Cuadrado***	
	Sí	**No**		***VALOR***	***p-valor***
26. Considero que en esta cooperativa, nos preocupamos por adaptarnos a los cambios, y dar soluciones nuevas a los problemas de gestión.					
Ninguno	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Muy poco o nada	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Poco	.0% (0)	1.4% (7)	.9% (7)		
Medianamente suficiente	.4% (1)	2.0% (10)	1.4% (11)		
Suficiente	8.0% (21)	11.2% (56)	10.1% (77)	**9.48***	**.050**
Mucho	90.5% (239)	84.4% (421)	86.5% (660)		
Demasiado	1.1% (3)	1.0% (5)	1.0% (8)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
27. En esta cooperativa somos innovadores en nuestros productos y servicios, y en nuestros procesos productivos.					
Ninguno	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Muy poco o nada	.0% (0)	1.4% (7)	.9% (7)		
Poco	8.0% (21)	10.2% (51)	9.4% (72)		
Medianamente suficiente	25.0% (66)	15.8% (79)	19.0% (145)		
Suficiente	59.5% (157)	50.7% (253)	53.7% (410)	**39.09**	**.000**
Mucho	6.8% (18)	21.6% (108)	16.5% (126)		
Demasiado	.8% (2)	.2% (1)	.4% (3)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
28. Siempre estamos intentando mejorar la comercialización y el marketing de esta cooperativa.					
Ninguno	.0% (0)	.6% (3)	.4% (3)		
Muy poco o nada	6.1% (16)	6.4% (32)	6.3% (48)		
Poco	29.9% (79)	19.4% (97)	23.1% (176)		
Medianamente suficiente	37.9% (100)	24.4% (122)	29.1% (222)	**47.82**	**.000**
Suficiente	19.7% (52)	31.9% (159)	27.7% (211)		
Mucho	6.1% (16)	17.2% (86)	13.4% (102)		
Demasiado	.4% (1)	.0% (0)	.1% (1)		

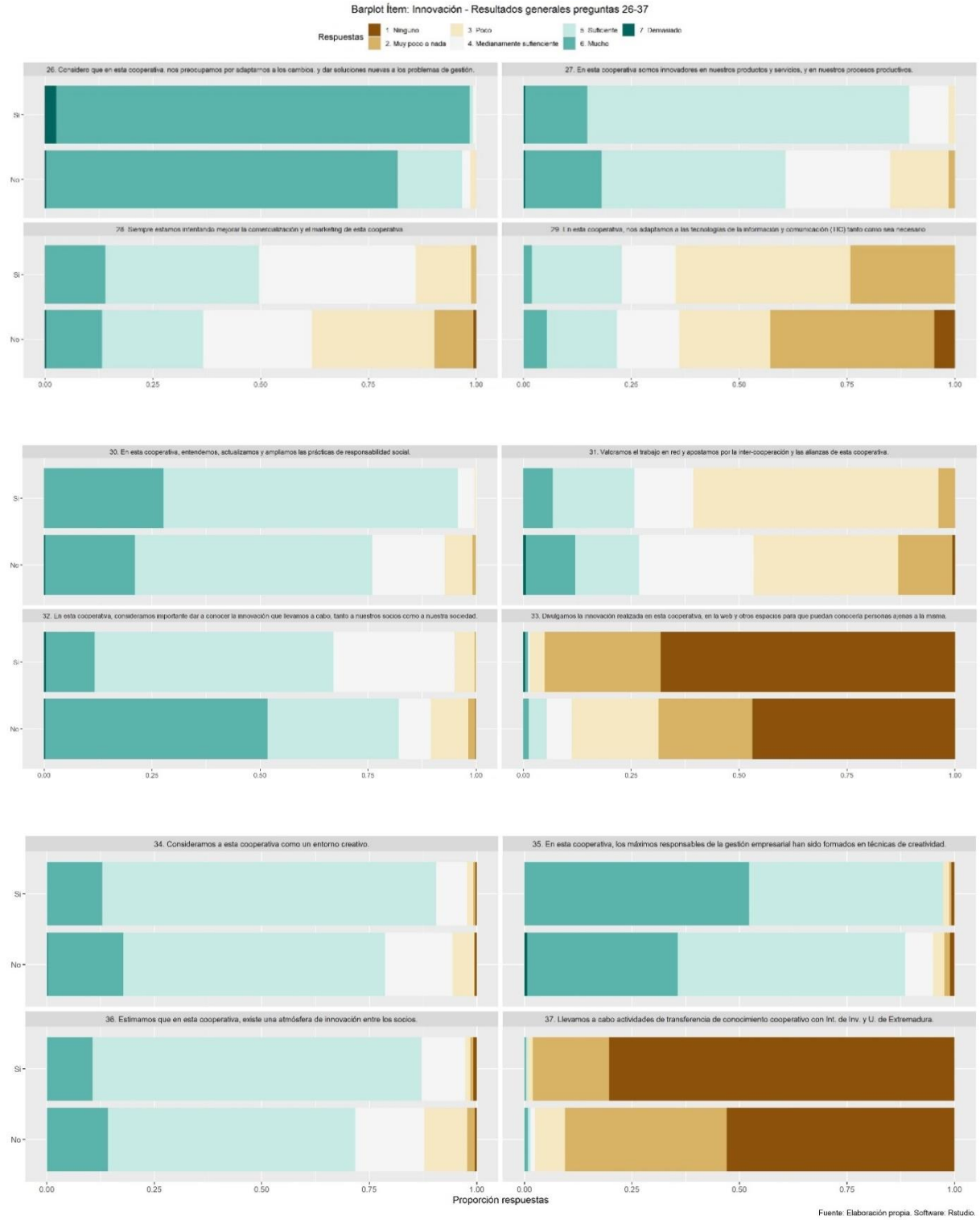
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
29. En esta cooperativa, nos adaptamos a las tecnologías de la información y comunicación (TIC) tanto como sea necesario.					
Ninguno	3.0% (8)	3.2% (16)	3.1% (24)	**51.43****	**.000**
Muy poco o nada	43.9% (116)	27.7% (138)	33.3% (254)		
Poco	33.7% (89)	24.6% (123)	27.8% (212)		
Medianamente suficiente	9.5% (25)	16% (80)	13.8% (105)		
Suficiente	8% (21)	23% (115)	17.8% (136)		
Mucho	1.9% (5)	5.4% (27)	4.2% (32)		
Demasiado	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
30. En esta cooperativa, entendemos, actualizamos y ampliamos las prácticas de responsabilidad social.					
Ninguno	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**24.03****	**.000**
Muy poco o nada	.8% (2)	.4% (2)	.5% (4)		
Poco	3.4% (9)	4.8% (24)	4.3% (33)		
Medianamente suficiente	16.3% (43)	10.2% (51)	12.3% (94)		
Suficiente	65.5% (173)	56.3% (281)	59.5% (454)		
Mucho	14.0% (37)	28.1% (140)	23.2% (177)		
Demasiado	.0% (0)	.2% (1)	.1% (1)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
31. Valoramos el trabajo en red y apostamos por la inter-cooperación y las alianzas de esta cooperativa.					
Ninguno	.4% (1)	.4% (2)	.4% (3)	**24.89****	**.000**
Muy poco o nada	11.4% (30)	8.6% (43)	9.6% (73)		
Poco	46.2% (122)	39.1% (195)	41.5% (317)		
Medianamente suficiente	23.1% (61)	21.4% (107)	22.0% (168)		
Suficiente	15.9% (42)	16.4% (82)	16.3% (124)		
Mucho	2.7% (7)	13.6% (68)	9.8% (75)		
Demasiado	.4% (1)	.4% (2)	.4% (3)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
32. En esta cooperativa. consideramos importante dar a conocer la innovación que llevamos a cabo, tanto a nuestros socios como a nuestra sociedad.					
Ninguno	.0% (0)	.2% (1)	.1% (1)	**22.89****	**.000**
Muy poco o nada	1.5% (4)	1.0% (5)	1.2% (9)		

Poco	4.9% (13)	8.4% (42)	7.2% (55)		
Medianamente suficiente	11.7% (31)	16.0% (80)	14.5% (111)		
Suficiente	48.9% (129)	33.9% (169)	39.1% (298)		
Mucho	32.2% (85)	40.5% (202)	37.6% (287)		
Demasiado	.8% (2)	.0% (0)	.3% (2)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
33. Divulgamos la innovación realizada en esta cooperativa, en la web y otros espacios para que puedan conocerla personas ajenas a la misma.					
Ninguno	64.4% (170)	48.9% (244)	54.3% (414)		
Muy poco o nada	23.5% (62)	23.6% (118)	23.6% (180)		
Poco	8.7% (23)	17.2% (86)	14.3% (109)		
Medianamente suficiente	.4% (1)	5.8% (29)	3.9% (30)	**33.34****	**.000**
Suficiente	2.3% (6)	3.0% (15)	2.8% (21)		
Mucho	.4% (1)	1.4% (7)	1.0% (8)		
Demasiado	.4% (1)	.0% (0)	.1% (1)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
34. Consideramos a esta cooperativa como un entorno creativo.					
Ninguno	.0% (0)	.6% (3)	.4% (3)		
Muy poco o nada	.0% (0)	.4% (2)	.3% (2)		
Poco	3.4% (9)	4.0% (20)	3.8% (29)		
Medianamente suficiente	10.6% (28)	13.8% (69)	12.7% (97)		
Suficiente	75.8% (200)	61.9% (309)	66.7% (509)	**18.08****	**.006**
Mucho	10.2% (27)	19.0% (95)	16.0% (122)		
Demasiado	.0% (0)	.2% (1)	.1% (1)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
35. En esta cooperativa, los máximos responsables de la gestión empresarial han sido formados en técnicas de creatividad.					
Ninguno	.8% (2)	1.0% (5)	.9% (7)		
Muy poco o nada	1.1% (3)	1.0% (5)	1.0% (8)		
Poco	2.3% (6)	2.2% (11)	2.2% (17)		
Medianamente suficiente	3.8% (10)	4.4% (22)	4.2% (32)		
Suficiente	48.5% (128)	51.1% (255)	50.2% (383)	2.76^{NS}	.838
Mucho	43.6% (115)	39.7% (198)	41.0% (313)		
Demasiado	.0% (0)	.6% (3)	.4% (3)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		

36. Estimamos que en esta cooperativa, existe una atmósfera de innovación entre los socios.					
Ninguno	.4% (1)	.6% (3)	.5% (4)	8.16^{NS}	.147
Muy poco o nada	1.1% (3)	1.6% (8)	1.4% (11)		
Poco	7.6% (20)	6.6% (33)	6.9% (53)		
Medianamente suficiente	12.1% (32)	15.0% (75)	14.0% (107)		
Suficiente	70.5% (186)	60.7% (303)	64.1% (489)		
Mucho	8.3% (22)	15.4% (77)	13.0% (99)		
Demasiado	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
37. Llevamos a cabo actividades de transferencia de conocimiento cooperativo con Instituciones de Investigación y Universidad de Extremadura.					
Ninguno	68.6% (181)	59.1% (295)	62.4% (476)	**13.10***	**.022**
Muy poco o nada	25.4% (67)	33.7% (168)	30.8% (235)		
Poco	3.4% (9)	5.8% (29)	5% (38)		
Medianamente suficiente	1.5% (4)	.2% (1)	.7% (5)		
Suficiente	.4% (1)	.6% (3)	.5% (4)		
Mucho	.8% (2)	.6% (3)	.7% (5)		
Demasiado	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
*^{NS} No significativo. * Significativo (p<.05). ** Altamente significativo (p<.01)*					

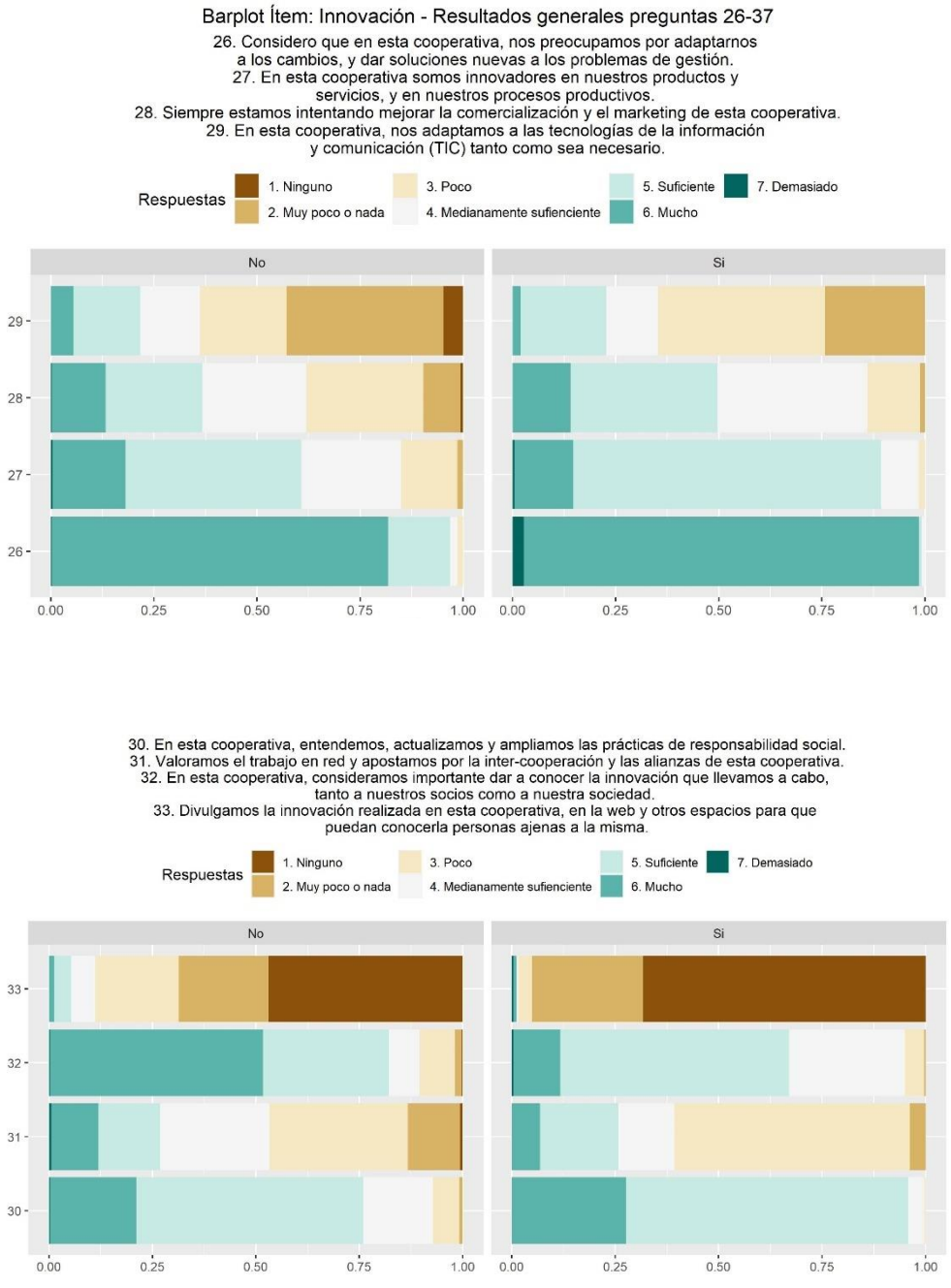
Referente al estudio de la variable *Innovación,* y atendiendo a la subdivisión según la Comarca de Vegas Altas del Guadiana (Tabla 41), podemos señalar que existe una ligera valoración (de la población de la Comarca) en positivo en las respuestas de estas dos afirmaciones, concretamente un 4% superior en comparación con la tabla de resultados generales (Tabla 39). Así mismo se puede visibilizar por medio de las Figuras 53 y 54.

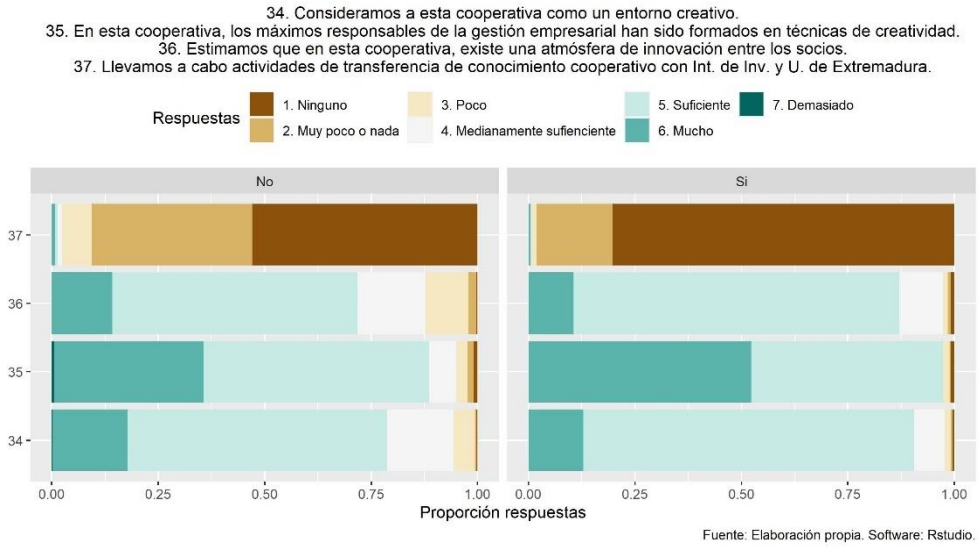
Figura 53. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Innovación. % según pertenecía en la Comarca de Vegas Altas del Guadiana (N=763).



Fuente: Elaboración propia. Software: Rstudio.

Figura 54. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Innovación. Afirmaciones según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana. (N=763).





Fuente: Elaboración propia. Software: Rstudio.

3.2.9. Internacional.

3.2.9.1. Resultados generales.

Tabla 42: Tabla de frecuencias. Variable (ítem): Internacional. Según respuestas otorgadas.

A continuación, analizamos los resultados obtenidos para las variables pertenecientes a *Internacionalización*, según respuestas otorgadas *y* que se encuentran en la Tabla 42.

De forma general, podemos observar cómo para todas las afirmaciones, las respuestas otorgadas respecto a ambas escalas Likert que se presentan, se muestra mayoritariamente balanceada, en ambos casos para una mayor afinidad a la afirmación o con adverbios que implican mayor orden o cantidad.

Para ambos supuestos, la escala tipo Likert utilizada que se compone de 7 respuestas, para un total de 11 afirmaciones de esta Variable, contaremos con una respuesta ordenada que para la primera y tercera afirmación (38 y 40) va

desde *Totalmente en desacuerdo* hasta *Totalmente de acuerdo*, y para el resto de afirmaciones que van desde *Ninguno* hasta *Demasiado*.

(38) Para la primera afirmación, "*En esta cooperativa estamos obligados a participar en negocios internacionales si queremos crecer*", más de 70 personas, un 95% de la población encuestada, se decantan en la balanza por las respuestas *Bastante de acuerdo* y *Totalmente de acuerdo.*

(39) "*En el Consejo Rector existe un gran interés en la internacionalización de esta cooperativa*", es una afirmación que tasan como respuesta los valores en *Suficiente* y *Mucho*. En más de un 90%, es decir, 689 personas de la población encuestada las que se decantan por esta opción.

(40) En la afirmación "*En esta cooperativa nunca se ha considerado el mercado nacional como su único mercado*", más del 80% de la población encuestada reflejan su opinión hacia los valores *De acuerdo* y *Bastante de acuerdo* (602 personas).

(41) Para la afirmación "*El Consejo Rector de esta cooperativa, posee habilidades gerenciales avanzadas en comercio exterior*", observamos cómo casi 4 de cada 5 respuestas se corresponden con *Mucho*. El 91.5% de la muestra (695) ha respondido *suficiente* o *mucho*.

(42) En la afirmación "*En esta cooperativa se incorporan tecnologías avanzadas y nuevas de países extranjeros*", tienen en sus respuestas un valor negativo en la opinión de la población encuestada, lo que equivale que el 72% está valorando la respuesta de *Ninguno* a *Poco*, es decir, 548 personas, de un total de 763.

(43) "*El Consejo Rector busca con intensidad mercados internacionales para esta cooperativa*", es también una afirmación cuyas respuestas dan un resultado

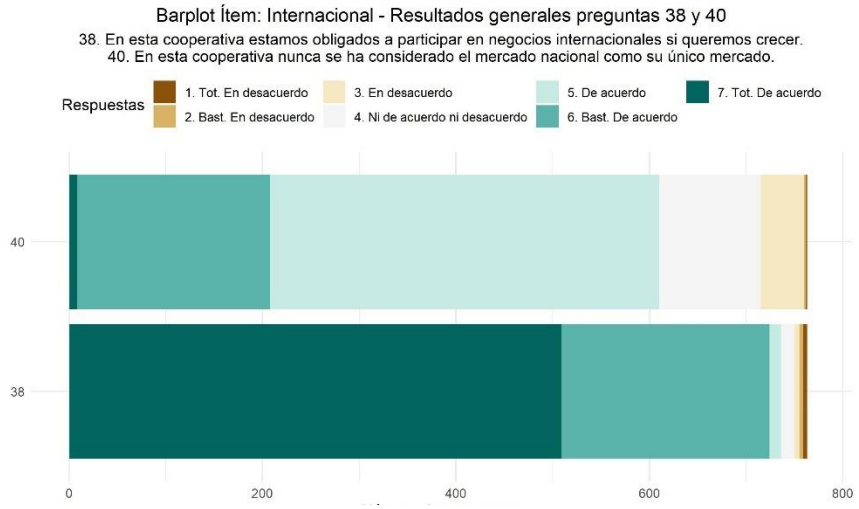
balanceado, otorgando un 86% a la respuesta *Suficiente* y *Mucho,* con 585 personas, 76,6% del total de la población.

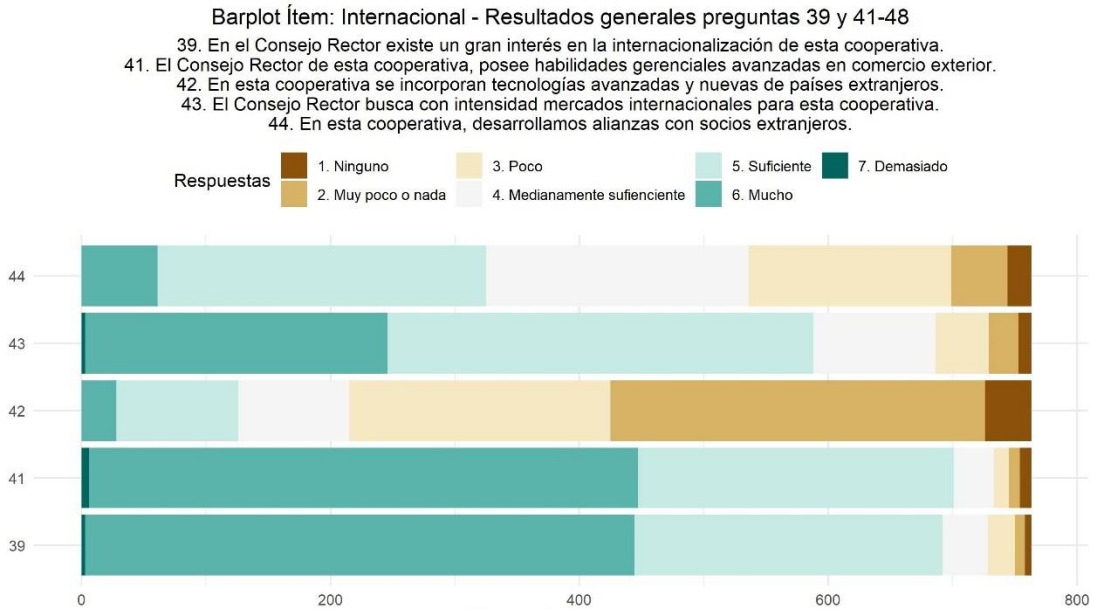
(45) "*Los Gobiernos locales, provinciales y/o regionales, ayudan a la internacionalización de esta empresa cooperativa*", es una afirmación que tasan como respuesta los valores en *Suficiente* y *Mucho*. En casi un 80%, es decir, 601 personas de la población encuestada las que se decantan por esta opción.

Las últimas afirmaciones de esta variable, es decir, (44) "*En esta cooperativa, desarrollamos alianzas con socios extranjeros*", (46) "*En esta cooperativa, utilizamos las relaciones y redes sociales para fomentar el comercio exterior*", (47) "*En esta cooperativa, buscamos crear relaciones duraderas con nuestros clientes internacionales*", y (48) "*En esta cooperativa se gestiona de forma eficaz las actividades de marketing con mercados internacionales*", coinciden en la valoración de la población encuestada, señalando que más de 600 personas, es decir, más del 80% de cada una de las afirmaciones, se declinan por el valor de respuesta de *Poco* a *Suficiente*, valores situados en el centro de las siete respuestas.

De manera más gráfica, podemos visualizar esta información gracias a los Gráficos Barplot (Figuras 55 y 56) expuestos a continuación.

Figura 55. Gráfico Barplot por respuesta otorgada. Variable (ítem): Internacional. Según respuestas otorgadas. Resultados generales. (N=763).





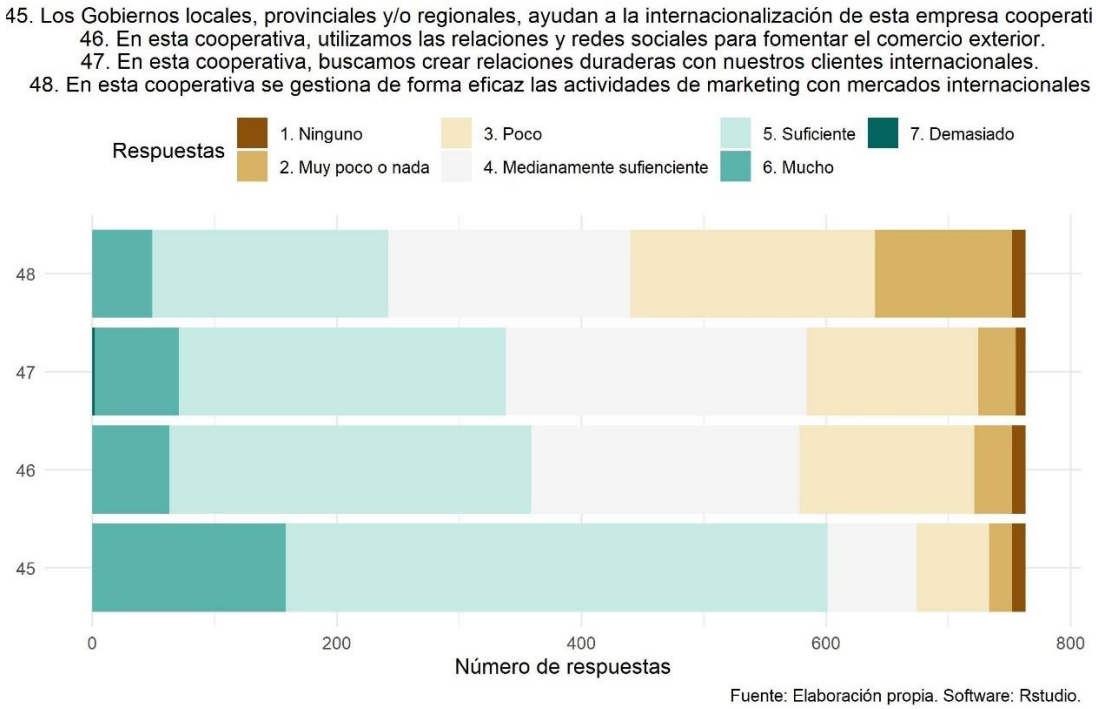
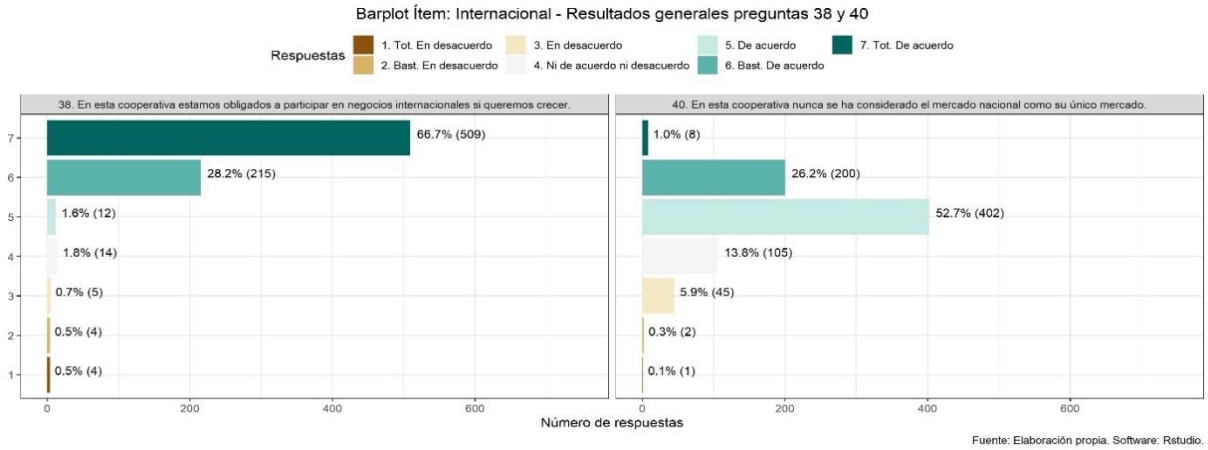
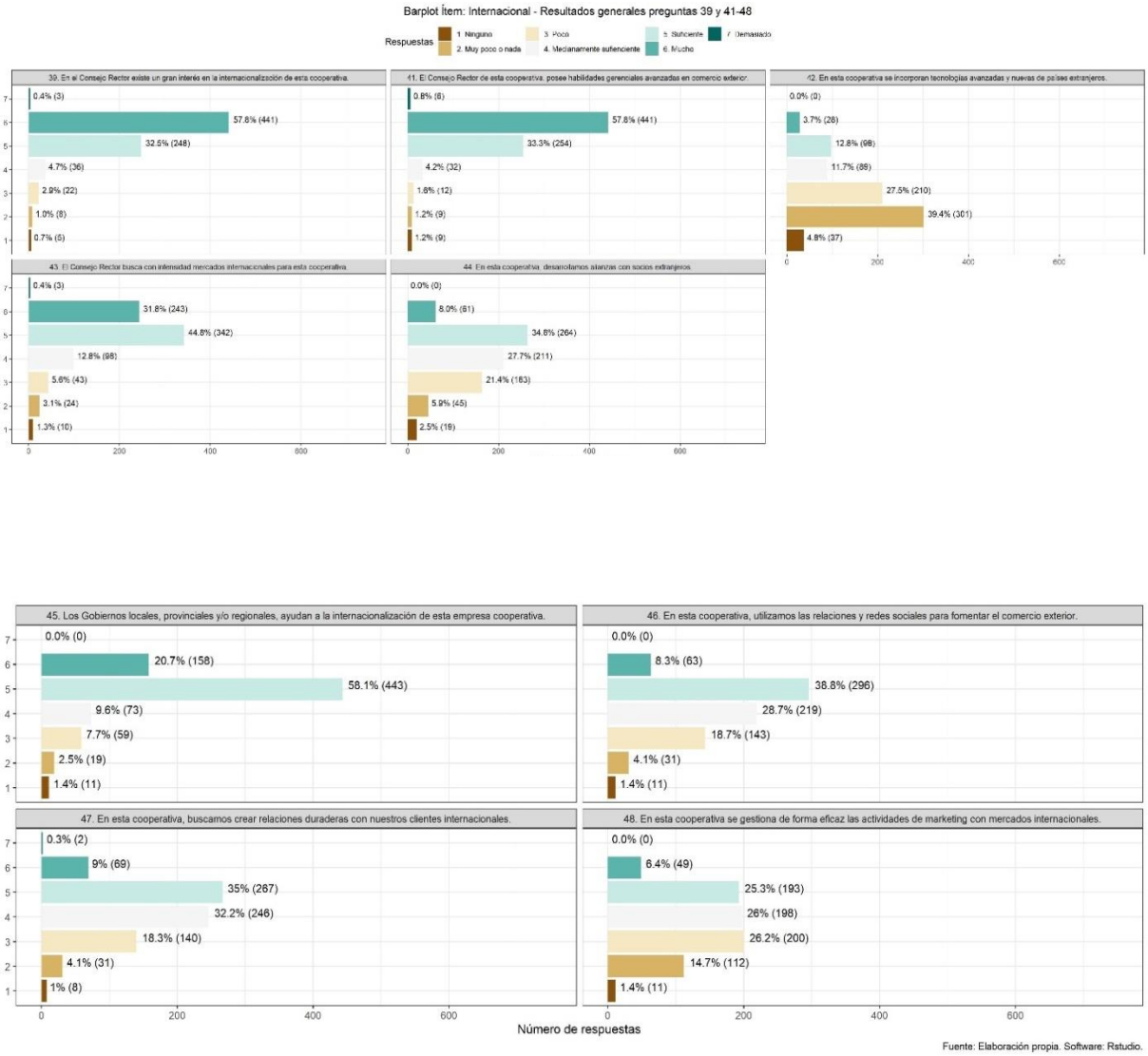


Figura 56. Gráfico Barplot por respuesta otorgada. Variable (ítem): Internacional. Según respuestas otorgadas. Resultados generales. (N=763).





Fuente: Elaboración propia. Software: Rstudio.

3.2.9.2. Según tipo de cargo en la cooperativa.

Tabla 43: Tabla contingencia. Variable (ítem): Internacional. % según tipo de cargo en la cooperativa.

		Tipo de cargo cooperativa			*Test Chi Cuadrado*	
		Interno	**Externo**		***VALOR***	***p-valor***
	38. En esta cooperativa estamos obligados a participar en negocios internacionales si queremos crecer.					
Totalmente en desacuerdo		.3% (2)	11.8% (2)	.5% (4)	**221.73****	**.000**
Bastante en desacuerdo		.5% (4)	.0% (0)	.5% (4)		
En desacuerdo		.5% (4)	5.9% (1)	.7% (5)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo		1.1% (8)	35.3% (6)	1.8% (14)		
De acuerdo		.9% (7)	29.4% (5)	1.6% (12)		
Bastante de acuerdo		28.6% (213)	11.8% (2)	28.2% (215)		
Totalmente de acuerdo		68.1% (508)	5.9% (1)	66.7% (509)		
		97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
	39. En el Consejo Rector existe un gran interés en la internacionalización de esta cooperativa.					
Ninguno		.4% (3)	11.8% (2)	.7% (5)	**165.35****	**.000**
Muy poco o nada		.8% (6)	11.8% (2)	1.0% (8)		
Poco		2.0% (15)	41.2% (7)	2.9% (22)		
Medianamente suficiente		4.3% (32)	23.5% (4)	4.7% (36)		
Suficiente		33.2% (248)	.0% (0)	32.5% (248)		
Mucho		58.8% (439)	11.8% (2)	57.8% (441)		
Demasiado		.4% (3)	.0% (0)	.4% (3)		
		97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
	40. En esta cooperativa nunca se ha considerado el mercado nacional como su único mercado.					
Totalmente en desacuerdo		.1% (1)	.0% (0)	.1% (1)	**91.09****	**.000**
Bastante en desacuerdo		.3% (2)	.0% (0)	.3% (2)		
En desacuerdo		5.8% (43)	11.8% (2)	5.9% (45)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo		13.5% (101)	23.5% (4)	13.8% (105)		
De acuerdo		52.9% (395)	41.2% (7)	52.7% (402)		

Bastante de acuerdo		26.8% (200)	.0% (0)	26.2% (200)		
Totalmente de acuerdo		.5% (4)	23.5% (4)	1.0% (8)		
		97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
	41. El Consejo Rector de esta cooperativa, posee habilidades gerenciales avanzadas en comercio exterior.					
Ninguno		.3% (2)	41.2% (7)	1.2% (9)	**420.58****	**.000**
Muy poco o nada		1.2% (9)	.0% (0)	1.2% (9)		
Poco		.7% (5)	41.2% (7)	1.6% (12)		
Medianamente suficiente		4.3% (32)	.0% (0)	4.2% (32)		
Suficiente		33.9% (253)	5.9% (1)	33.3% (254)		
Mucho		58.8% (439)	11.8% (2)	57.8% (441)		
Demasiado		.8% (6)	.0% (0)	.8% (6)		
		97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
	42. En esta cooperativa se incorporan tecnologías avanzadas y nuevas de países extranjeros.					
Ninguno		4.2% (31)	35.3% (6)	4.8% (37)	**38.60****	**.000**
Muy poco o nada		39.8% (297)	23.5% (4)	39.4% (301)		
Poco		27.9% (208)	11.8% (2)	27.5% (210)		
Medianamente suficiente		11.8% (88)	5.9% (1)	11.7% (89)		
Suficiente		12.6% (94)	23.5% (4)	12.8% (98)		
Mucho		3.8% (28)	.0% (0)	3.7% (28)		
Demasiado		.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
		97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
	43. El Consejo Rector busca con intensidad mercados internacionales para esta cooperativa.					
Ninguno		.5% (4)	35.3% (6)	1.3% (10)	**184.58****	**.000**
Muy poco o nada		2.8% (21)	17.6% (3)	3.1% (24)		
Poco		5.2% (39)	23.5% (4)	5.6% (43)		
Medianamente suficiente		12.9% (96)	11.8% (2)	12.8% (98)		
Suficiente		45.6% (340)	11.8% (2)	44.8% (342)		
Mucho		32.6% (243)	.0% (0)	31.8% (243)		
Demasiado		.4% (3)	.0% (0)	.4% (3)		
		97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
	44. En esta cooperativa, desarrollamos alianzas con socios extranjeros.					
Ninguno		1.1% (8)	64.7% (11)	2.5% (19)	**280.86****	**.000**
Muy poco o nada		5.8% (43)	11.8% (2)	5.9% (45)		
Poco		21.6%	11.8% (2)	21.4%		

		(161)		(163)		
Medianamente suficiente		28.3% (211)	.0% (0)	27.7% (211)		
Suficiente		35.1% (262)	11.8% (2)	34.6% (264)		
Mucho		8.2% (61)	.0% (0)	8.0% (61)		
Demasiado		.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
		97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
	45. Los Gobiernos locales, provinciales y/o regionales, ayudan a la internacionalización de esta empresa cooperativa.					
Ninguno		.9% (7)	23.5% (4)	1.4% (11)		
Muy poco o nada		1.9% (14)	29.4% (5)	2.5% (19)		
Poco		7.4% (55)	23.5% (4)	7.7% (59)		
Medianamente suficiente		9.5% (71)	11.8% (2)	9.6% (73)		
Suficiente		59.1% (441)	11.8% (2)	58.1% (443)	**125.16***	**.000**
Mucho		21.2% (158)	.0% (0)	20.7% (158)		
Demasiado		.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
		97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
	46. En esta cooperativa, utilizamos las relaciones y redes sociales para fomentar el comercio exterior.					
Ninguno		.8% (6)	29.4% (5)	1.4% (11)		
Muy poco o nada		3.4% (25)	35.3% (6)	4.1% (31)		
Poco		18.9% (141)	11.8% (2)	18.7% (143)		
Medianamente suficiente		29.1% (217)	11.8% (2)	28.7% (219)	**143.26***	**.000**
Suficiente		39.5% (295)	5.9% (1)	38.8% (296)		
Mucho		8.3% (62)	5.9% (1)	8.3% (63)		
Demasiado		.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
		97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
	47. En esta cooperativa, buscamos crear relaciones duraderas con nuestros clientes internacionales.					
Ninguno		.7% (5)	17.6% (3)	1.0% (8)		
Muy poco o nada		3.6% (27)	23.5% (4)	4.1% (31)		
Poco		18.2% (136)	23.5% (4)	18.3% (140)		
Medianamente suficiente		33% (246)	.0% (0)	32.2% (246)	**70.73****	**.000**
Suficiente		35.4% (264)	17.6% (3)	35.0% (267)		
Mucho		8.8% (66)	17.6% (3)	9.0% (69)		
Demasiado		.3% (2)	.0% (0)	.3% (2)		
		97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
	48. En esta cooperativa se gestiona de forma eficaz las actividades de marketing con mercados internacionales.					

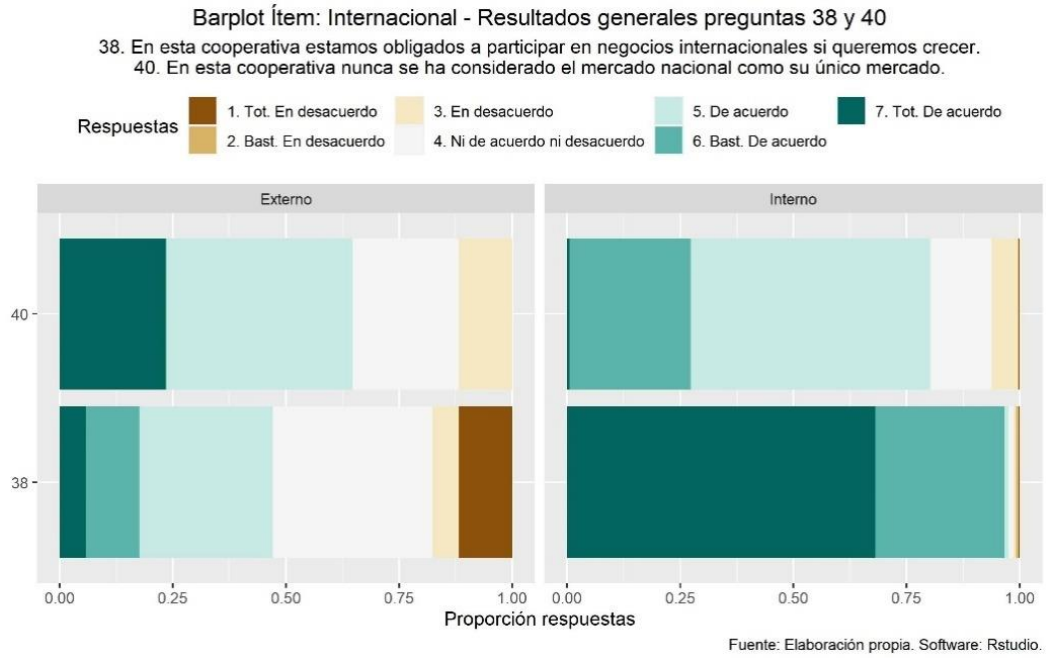
Ninguno		.8% (6)	29.4% (5)	1.4% (11)	**110.94****	**.000**
Muy poco o nada		14.1% (105)	41.2% (7)	14.7% (112)		
Poco		26.3% (196)	23.5% (4)	26.2% (200)		
Medianamente suficiente		26.5% (198)	.0% (0)	26.0% (198)		
Suficiente		25.7% (192)	5.9% (1)	25.3% (193)		
Mucho		6.6% (49)	.0% (0)	6.4% (49)		
Demasiado		.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
		97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
	*NS No significativo. * Significativo (p<.05). ** Altamente significativo (p<.01)*					

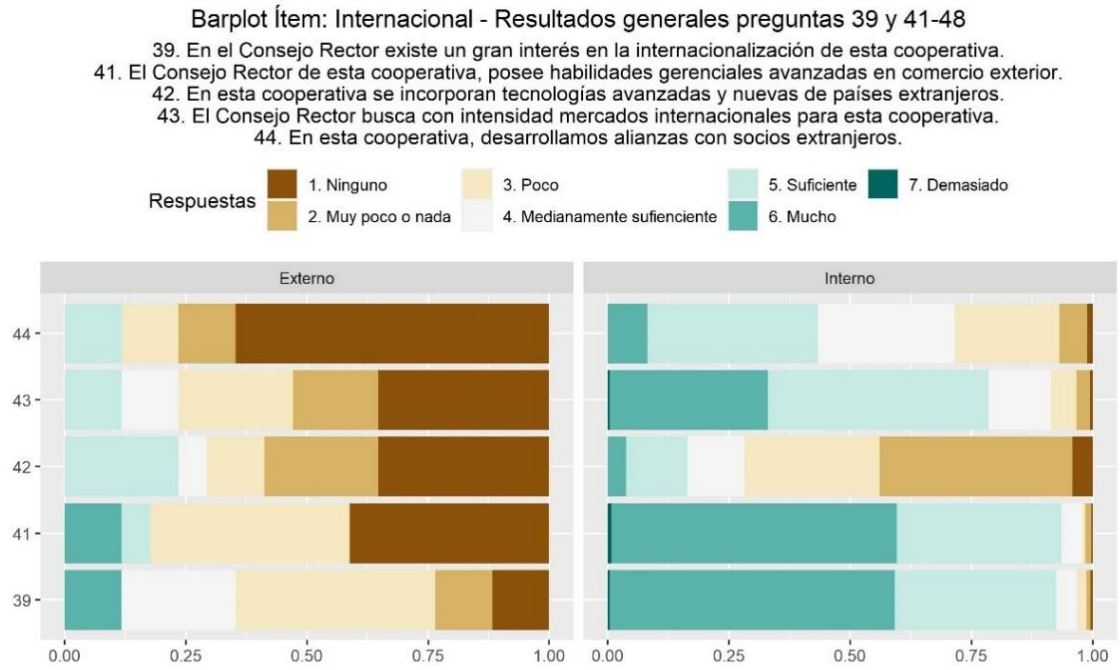
Siguiendo al estudio de esta variable, según el tipo de cargo en la empresa cooperativa (*Interno vs Externo)* en la Tabla 43, podemos señalar que existe una similitud y alineamiento de respuestas con los resultados generales (Tabla 42).

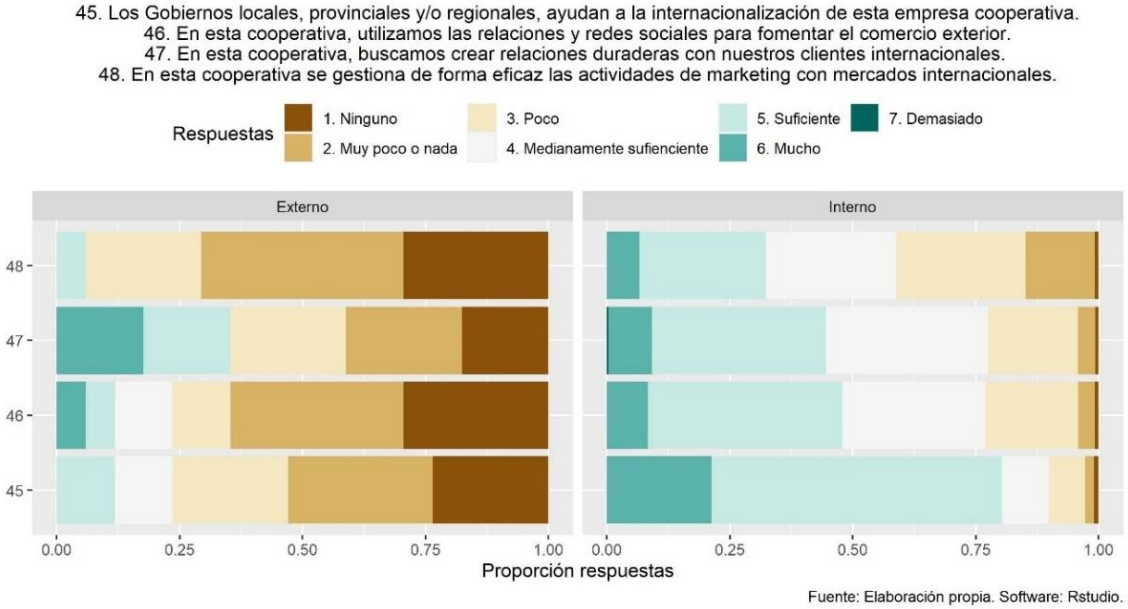
Como se presenta en la tabla anterior, apenas se obtienen diferencias significativas en todos los casos atendiendo a la segmentación según tipo de cargo, de forma visual en la Figuras 57 y 58.

Figura 57. ***Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Internacional. % según tipo de cargo en la cooperativa. (N=763).***

Figura 58. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Internacional. Afirmaciones según tipo de cargo en la cooperativa. (N=763).







Fuente: Elaboración propia. Software: Rstudio.

3.2.9.3. Según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

Tabla 44: Tabla contingencia. Variable (ítem): Internacional. % según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

	Vegas Altas del Guadiana			***Test Chi Cuadrado***	
	Sí	**No**		***VALOR***	***p-valor***
38. En esta cooperativa estamos obligados a participar en negocios internacionales si queremos crecer.					
Totalmente en desacuerdo	1.1% (3)	.2% (1)	.5% (4)	**17.16****	**.009**
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.8% (4)	.5% (4)		
En desacuerdo	.4% (1)	.8% (4)	.7% (5)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2.7% (7)	1.4% (7)	1.8% (14)		
De acuerdo	1.1% (3)	1.8% (9)	1.6% (12)		
Bastante de acuerdo	21.2% (56)	31.9% (159)	28.2% (215)		
Totalmente de acuerdo	73.5% (194)	63.1% (315)	66.7% (509)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		

39. En el Consejo Rector existe un gran interés en la internacionalización de esta cooperativa.					
Ninguno	.4% (1)	.8% (4)	.7% (5)		
Muy poco o nada	1.5% (4)	.8% (4)	1.0% (8)		
Poco	2.3% (6)	3.2% (16)	2.9% (22)		
Medianamente suficiente	4.9% (13)	4.6% (23)	4.7% (36)		
Suficiente	27.3% (72)	35.3% (176)	32.5% (248)	7.63^{NS}	.178
Mucho	63.6% (168)	54.7% (273)	57.8% (441)		
Demasiado	.0% (0)	.6% (3)	.4% (3)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
40. En esta cooperativa nunca se ha considerado el mercado nacional como su único mercado.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.2% (1)	.1% (1)		
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.4% (2)	.3% (2)		
En desacuerdo	2.7% (7)	7.6% (38)	5.9% (45)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8.7% (23)	16.4% (82)	13.8% (105)		
De acuerdo	60.6% (160)	48.5% (242)	52.7% (402)	**21.58****	**.001**
Bastante de acuerdo	27.3% (72)	25.7% (128)	26.2% (200)		
Totalmente de acuerdo	.8% (2)	1.2% (6)	1.0% (8)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
41. El Consejo Rector de esta cooperativa, posee habilidades gerenciales avanzadas en comercio exterior.					
Ninguno	1.1% (3)	1.2% (6)	1.2% (9)		
Muy poco o nada	.8% (2)	1.4% (7)	1.2% (9)		
Poco	.8% (2)	2.0% (10)	1.6% (12)		
Medianamente suficiente	4.5% (12)	4.0% (20)	4.2% (32)		
Suficiente	30.7% (81)	34.7% (173)	33.3% (254)	7.74^{NS}	.257
Mucho	62.1% (164)	55.5% (277)	57.8% (441)		
Demasiado	.0% (0)	1.2% (6)	.8% (6)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
42. En esta cooperativa se incorporan tecnologías avanzadas y nuevas de países extranjeros.					
Ninguno	4.5% (12)	5.0% (25)	4.8% (37)		
Muy poco o nada	45.8% (121)	36.1% (180)	39.4% (301)		
Poco	36.4% (96)	22.8% (114)	27.5% (210)	**47.65****	**.000**
Medianamente suficiente	5.3% (14)	15.0% (75)	11.7% (89)		
Suficiente	6.1% (16)	16.4% (82)	12.8% (98)		

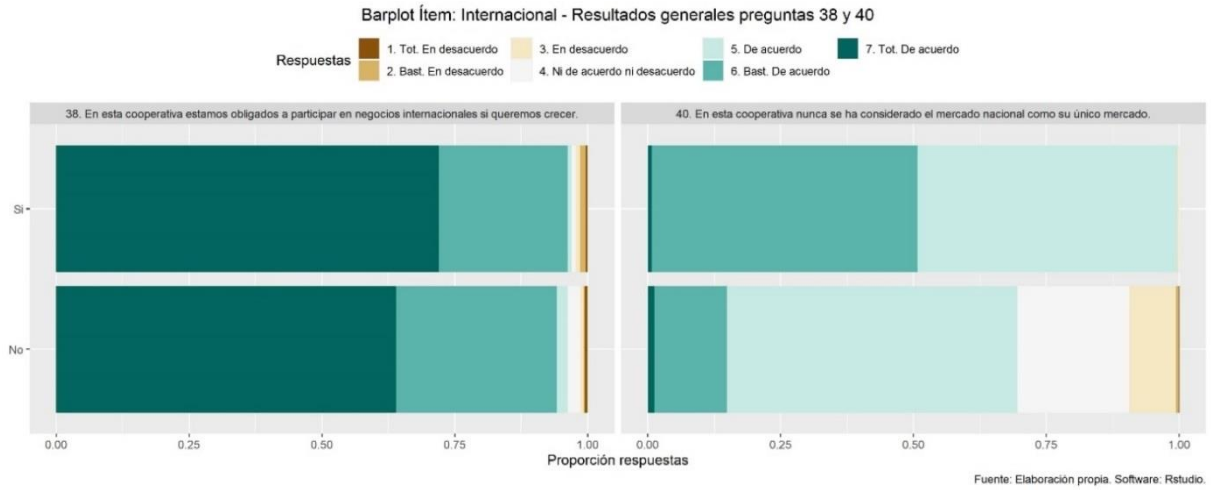
Mucho	1.9% (5)	4.6% (23)	3.7% (28)		
Demasiado	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
43. El Consejo Rector busca con intensidad mercados internacionales para esta cooperativa.					
Ninguno	1.9% (5)	1.0% (5)	1.3% (10)		
Muy poco o nada	1.1% (3)	4.2% (21)	3.1% (24)		
Poco	4.2% (11)	6.4% (32)	5.6% (43)		
Medianamente suficiente	13.3% (35)	12.6% (63)	12.8% (98)		
Suficiente	49.2% (130)	42.5% (212)	44.8% (342)	9.88^{NS}	.130
Mucho	30.3% (80)	32.7% (163)	31.8% (243)		
Demasiado	34.6% (264)	65.4% (499)	.4% (3)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
44. En esta cooperativa, desarrollamos alianzas con socios extranjeros.					
Ninguno	1.9% (5)	2.8% (14)	2.5% (19)		
Muy poco o nada	3.8% (10)	7% (35)	5.9% (45)		
Poco	24.6% (65)	19.6% (98)	21.4% (163)		
Medianamente suficiente	30.7% (81)	26.1% (130)	27.7% (211)		
Suficiente	34.8% (92)	34.5% (172)	34.6% (264)	**14.37***	**.013**
Mucho	4.2% (11)	10.0% (50)	8.0% (61)		
Demasiado	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
45. Los Gobiernos locales. provinciales y/o regionales. ayudan a la internacionalización de esta empresa cooperativa.					
Ninguno	.8% (2)	1.8% (9)	1.4% (11)		
Muy poco o nada	1.1% (3)	3.2% (16)	2.5% (19)		
Poco	4.5% (12)	9.4% (47)	7.7% (59)		
Medianamente suficiente	8.0% (21)	10.4% (52)	9.6% (73)		
Suficiente	66.3% (175)	53.7% (268)	58.1% (443)	15.76**	.007
Mucho	19.3% (51)	21.4% (107)	20.7% (158)		
Demasiado	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
46. En esta cooperativa, utilizamos las relaciones y redes sociales para fomentar el comercio exterior.					
Ninguno	1.1% (3)	1.6% (8)	1.4% (11)		
Muy poco o nada	2.3% (6)	5.0% (25)	4.1% (31)	**15.24***	**.009**
Poco	17.4%	19.4%	18.7%		

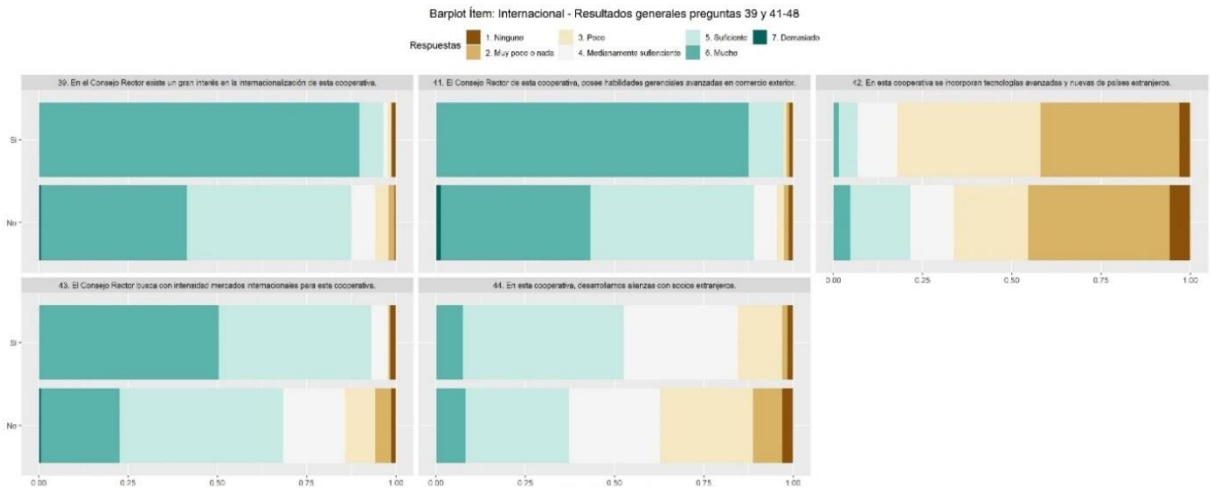
	(46)	(97)	(143)		
Medianamente suficiente	35.2% (93)	25.3% (126)	28.7% (219)		
Suficiente	39.0% (103)	38.7% (193)	38.8% (296)		
Mucho	4.9% (13)	10.0% (50)	8.3% (63)		
Demasiado	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
47. En esta cooperativa, buscamos crear relaciones duraderas con nuestros clientes internacionales.					
Ninguno	.8% (2)	1.2% (6)	1.0% (8)	**32.32****	**.000**
Muy poco o nada	1.9% (5)	5.2% (26)	4.1% (31)		
Poco	16.7% (44)	19.2% (96)	18.3% (140)		
Medianamente suficiente	42.8% (113)	26.7% (133)	32.2% (246)		
Suficiente	33.7% (89)	35.7% (178)	35.0% (267)		
Mucho	3.8% (10)	11.8% (59)	9.0% (69)		
Demasiado	.4% (1)	.2% (1)	.3% (2)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
48. En esta cooperativa se gestiona de forma eficaz las actividades de marketing con mercados internacionales.					
Ninguno	1.1% (3)	1.6% (8)	1.4% (11)	**32.81****	**.000**
Muy poco o nada	17.4% (46)	13.2% (66)	14.7% (112)		
Poco	30.3% (80)	24.0% (120)	26.2% (200)		
Medianamente suficiente	31.4% (83)	23.0% (115)	26.0% (198)		
Suficiente	18.2% (48)	29.1% (145)	25.3% (193)		
Mucho	1.5% (4)	9.0% (45)	6.4% (49)		
Demasiado	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
*NS No significativo. * Significativo (p<.05). ** Altamente significativo (p<.01)*					

Referente al estudio de la variable *Internacionalización,* y atendiendo a la subdivisión según la Comarca de Vegas Altas del Guadiana (Tabla 44), podemos señalar que existe una ligera valoración (de la población de la Comarca) en positivo en las respuestas de estas dos afirmaciones, concretamente entre un 6 -

7% superior en comparación con la tabla de resultados generales (Tabla 442). Así mismo se puede visibilizar por medio de las Figuras 59 y 60.

Figura 59. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Internacional. % según pertenecía a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana (N=763).





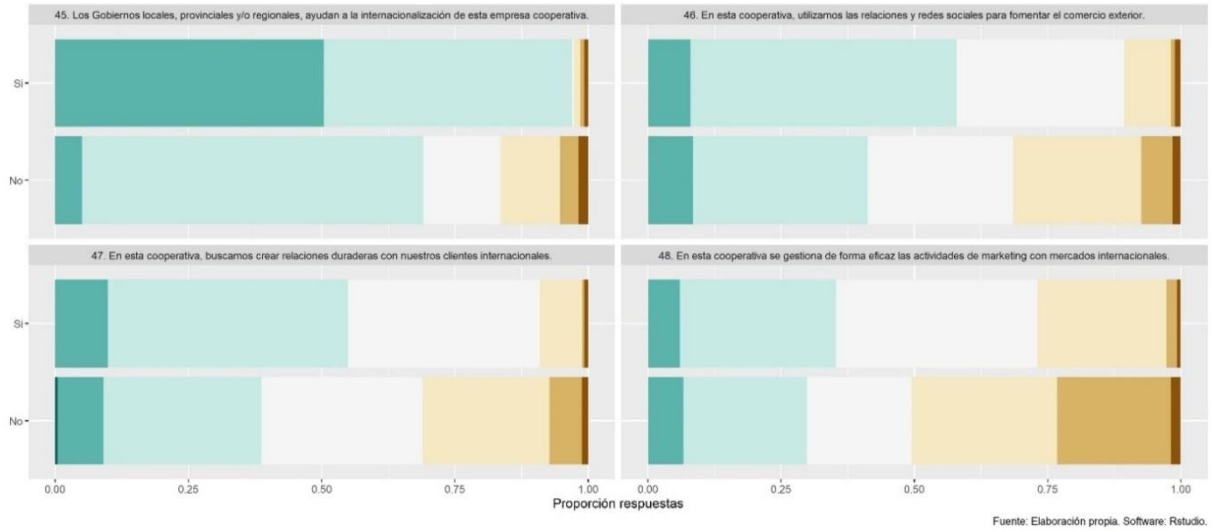
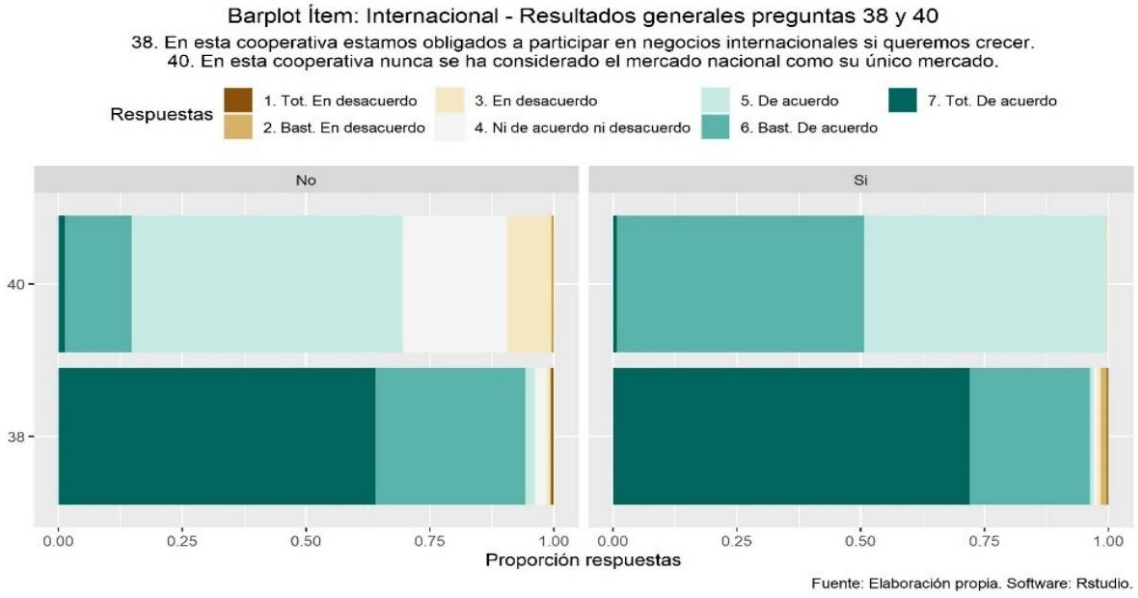
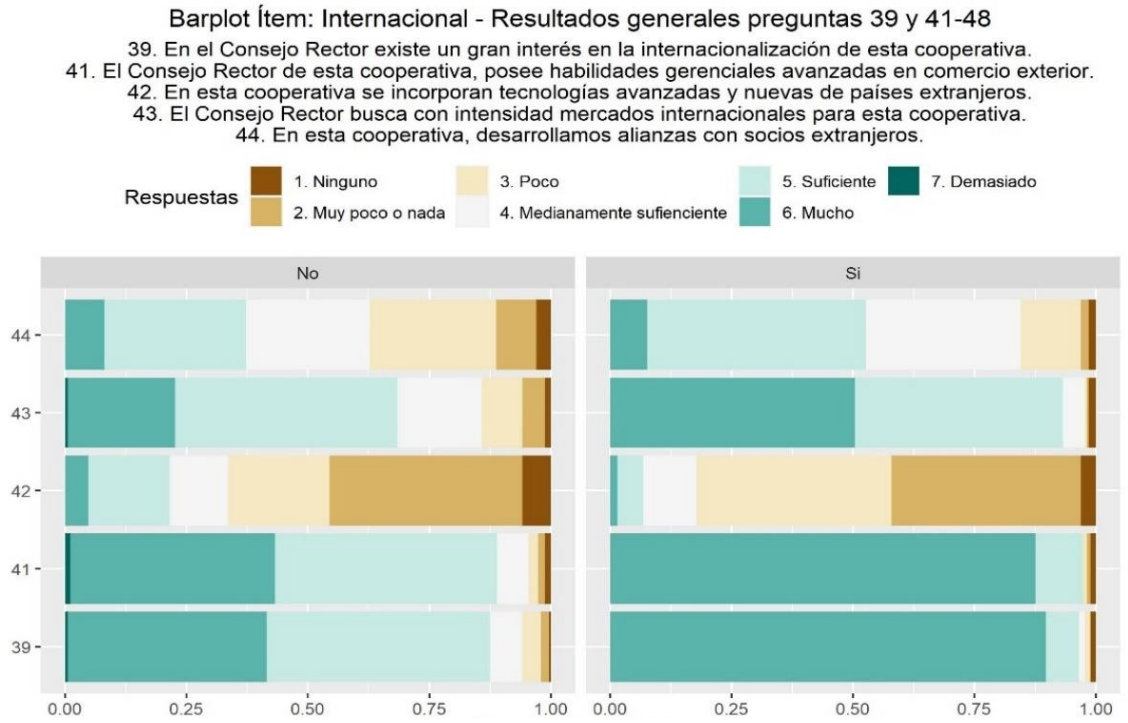
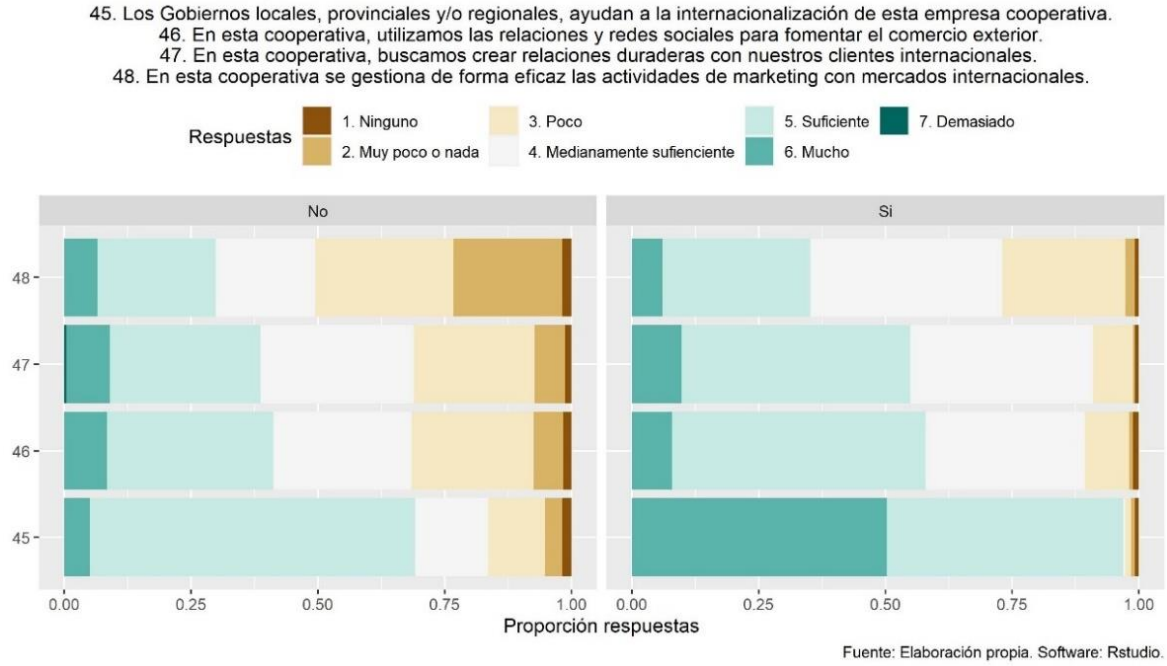


Figura 60. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Internacional. Afirmaciones según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana. (N=763).







Fuente: Elaboración propia. Software: Rstudio.

3.2.10. Éxito competitivo.

3.2.10.1. Resultados generales.

Tabla 45: Tabla de frecuencias. Variable (ítem): Éxito competitivo. Según respuestas otorgadas.

Afirmación	Respuestas	Frec. Absoluta	Frec. abs Acumulada	Fre. Relativa	Frec. Relativa acumulada
49. En esta cooperativa, nos interesamos por la calidad en la gestión de recursos humanos.	*Totalmente en desacuerdo*	0	0	.0%	.0%
	Bastante en desacuerdo	4	4	.5%	.5%
	En desacuerdo	1	5	.1%	.7%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	13	1.0%	1.7%
	De acuerdo	34	47	4.5%	6.2%
	Bastante de acuerdo	544	591	71.3%	77.5%
	Totalmente de acuerdo	172	763	22.5%	100.0%
50. Los miembros y socios que forman esta cooperativa tienen óptimos niveles de capacitación y empoderamiento.	*Totalmente en desacuerdo*	0	0	.0%	.0%
	Bastante en desacuerdo	2	2	.3%	.3%
	En desacuerdo	3	5	.4%	.7%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	14	1.2%	1.8%
	De acuerdo	30	44	3.9%	5.8%
	Bastante de acuerdo	625	669	81.9%	87.7%
	Totalmente de acuerdo	94	763	12.3%	100.0%
51. Considero que el Consejo Rector, tiene las capacidades directivas adecuadas.	*Totalmente en desacuerdo*	0	0	.0%	.0%
	Bastante en desacuerdo	1	1	.1%	.1%
	En desacuerdo	3	4	.4%	.5%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	15	1.4%	2.0%
	De acuerdo	16	31	2.1%	4.1%
	Bastante de acuerdo	634	665	83.1%	87.2%
	Totalmente de acuerdo	98	763	12.8%	100.0%
52. Percibo que en el Consejo Rector, se fomentan las capacidades en el campo del marketing cooperativo.	*Totalmente en desacuerdo*	0	0	.0%	.0%
	Bastante en desacuerdo	4	4	.5%	.5%
	En desacuerdo	41	45	5.4%	5.9%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	240	285	31.5%	37.4%
	De acuerdo	374	659	49.0%	86.4%
	Bastante de acuerdo	101	760	13.2%	99.6%
	Totalmente de acuerdo	3	763	.4%	100.0%

53. En esta cooperativa, velamos por la Calidad de nuestros productos y servicios.	*Totalmente en desacuerdo*	0	0	.0%	.0%
	Bastante en desacuerdo	0	0	.0%	.0%
	En desacuerdo	0	0	.0%	.0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0	.0%	.0%
	De acuerdo	11	11	1.4%	1.4%
	Bastante de acuerdo	478	489	62.6%	64.1%
	Totalmente de acuerdo	274	763	35.9%	100.0%
54. Considero que los niveles de gestión y organización de mi cooperativa son altos.	*Totalmente en desacuerdo*	1	1	.1%	.1%
	Bastante en desacuerdo	0	1	.0%	.1%
	En desacuerdo	2	3	.3%	.4%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	8	.7%	1.0%
	De acuerdo	26	34	3.4%	4.5%
	Bastante de acuerdo	604	638	79.2%	83.6%
	Totalmente de acuerdo	125	763	16.4%	100.0%
55. Percibo que en el Consejo Rector, se interesan por los recursos tecnológicos y sistemas de información.	*Totalmente en desacuerdo*	0	0	.0%	.0%
	Bastante en desacuerdo	3	3	.4%	.4%
	En desacuerdo	47	50	6.2%	6.6%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	173	223	22.7%	29.2%
	De acuerdo	340	563	44.6%	73.8%
	Bastante de acuerdo	185	748	24.2%	98.0%
	Totalmente de acuerdo	15	763	2.0%	100.0%
56. Siento que en el Consejo Rector, se impulsa la transparencia de nuestra gestión financiera.	*Totalmente en desacuerdo*	0	0	.0%	.0%
	Bastante en desacuerdo	0	0	.0%	.0%
	En desacuerdo	0	0	.0%	.0%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	8	1.0%	1.0%
	De acuerdo	19	27	2.5%	3.5%
	Bastante de acuerdo	643	670	84.3%	87.8%
	Totalmente de acuerdo	93	763	12.2%	100.0%
57. Pienso que los miembros y socios que forman esta cooperativa, muestran interés en la cohesión de nuestros valores corporativos y cultura.	*Totalmente en desacuerdo*	0	0	.0%	.0%
	Bastante en desacuerdo	0	0	.0%	.0%
	En desacuerdo	3	3	.4%	.4%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	10	.9%	1.3%
	De acuerdo	21	31	2.8%	4.1%
	Bastante de acuerdo	555	586	72.7%	76.8%
	Totalmente de acuerdo	177	763	23.2%	100.0%
58. En esta cooperativa, considero que promovemos entre	*Totalmente en desacuerdo*	0	0	.0%	.0%
	Bastante en desacuerdo	0	0	.0%	.0%

los miembros y socios, el conocimiento del mercado, habilidades y experiencia acumulada.	*En desacuerdo*	5	5	.7%	.7%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	14	1.2%	1.8%
	De acuerdo	14	28	1.8%	3.7%
	Bastante de acuerdo	557	585	73.0%	76.7%
	Totalmente de acuerdo	178	763	23.3%	100.0%

Por último, analizamos los resultados obtenidos para las variables pertenecientes a *Éxito competitivo*, según respuestas otorgadas *y* que se encuentran en la Tabla 45.

De forma general, podemos observar cómo para todas las afirmaciones, las respuestas otorgadas respecto a ambas escalas Likert que se presentan, se muestra mayoritariamente balanceada, en ambos casos para una mayor afinidad a la afirmación o con adverbios que implican mayor orden o cantidad.

Para ambos supuestos, la escala tipo Likert utilizada que se compone de 7 respuestas, para un total de 10 afirmaciones de esta Variable, contaremos con una respuesta ordenada que va desde *Totalmente en desacuerdo* hasta *Totalmente de acuerdo*.

En este último elemento del Tetraktys *del Capital Social*, podemos dividir, según las respuestas, en dos bloques:

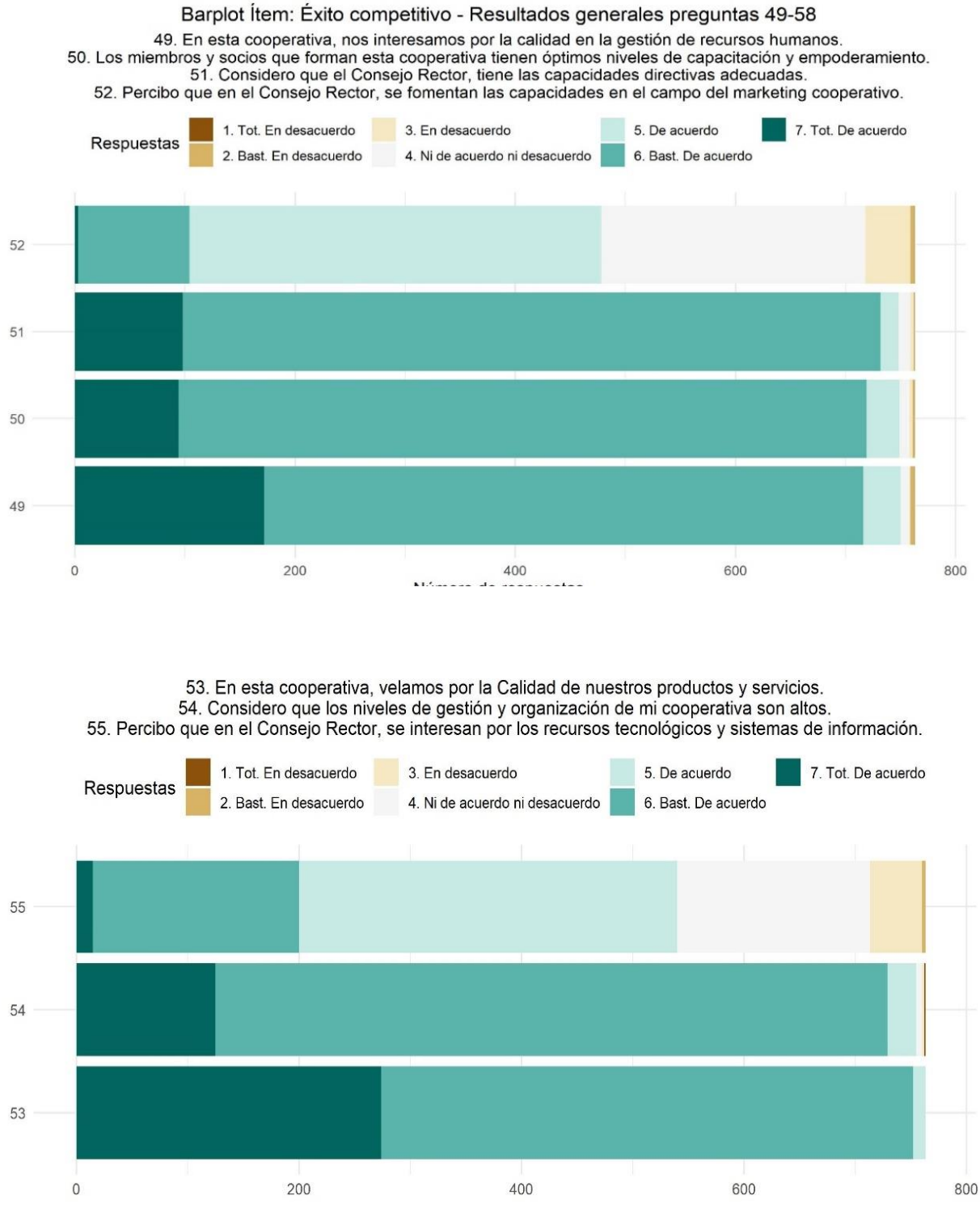
Uno formado por las afirmaciones (49) "*En esta cooperativa, nos interesamos por la calidad en la gestión de recursos humanos*", (50) "*Los miembros y socios que forman esta cooperativa tienen óptimos niveles de capacitación y empoderamiento*", (51) "*Considero que el Consejo Rector, tiene las capacidades directivas adecuadas*", (53) "*En esta cooperativa, velamos por la Calidad de nuestros productos y servicios*", (54) "*Considero que los niveles de gestión y*

organización de mi cooperativa son altos", (56) "*Siento que en el Consejo Rector, se impulsa la transparencia de nuestra gestión financiera*", (57) "*Pienso que los miembros y socios que forman esta cooperativa, muestran interés en la cohesión de nuestros valores corporativos y cultura*" y (58) "*En esta cooperativa, considero que promovemos entre los miembros y socios, el conocimiento del mercado, habilidades y experiencia acumulada*", en la que coinciden en un alto grado de opinión en un ala de respuestas del cuestionario, es decir, más del 95% de la población encuestada, o lo que es lo mismo, más de 720 personas de un total de 763 sobre los valores *Bastante de acuerdo* y *Totalmente de acuerdo*.

Y otro bloque formado por las dos afirmaciones (52) "*Percibo que en el Consejo Rector, se fomentan las capacidades en el campo del marketing cooperativo*" y (55) "*Percibo que en el Consejo Rector, se interesan por los recursos tecnológicos y sistemas de información*", donde se aprecia un detalle interesante en las respuestas, ya que entre un 23% y 30% se apoyan en el valor neutro para dar su respuesta de opinión, y posteriormente se decantan por un 62% y 68% respectivamente sobre los valores de respuesta *De acuerdo* y *Bastante de acuerdo* (475 y 525 personas).

De manera más gráfica, podemos visualizar esta información gracias a los Gráficos Barplot (Figuras 61 y 62) expuestos a continuación.

Figura 61. Gráfico Barplot por respuesta otorgada. Variable (ítem): Éxito competitivo. Según respuestas otorgadas. Resultados generales. (N=763).



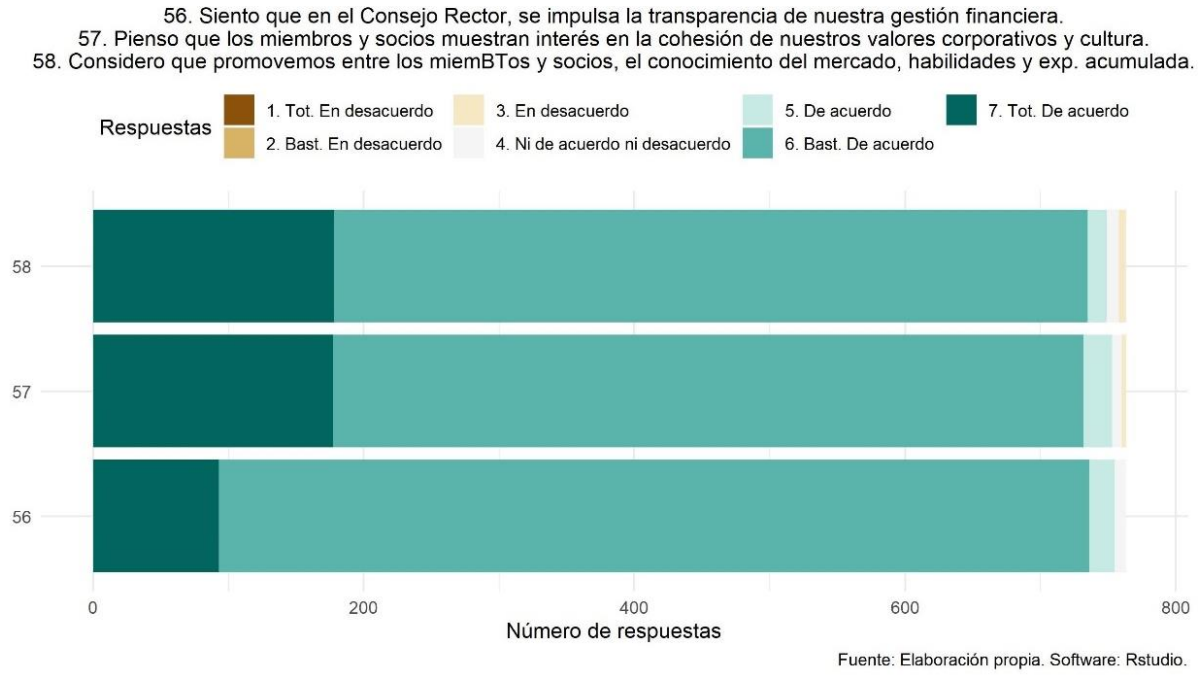
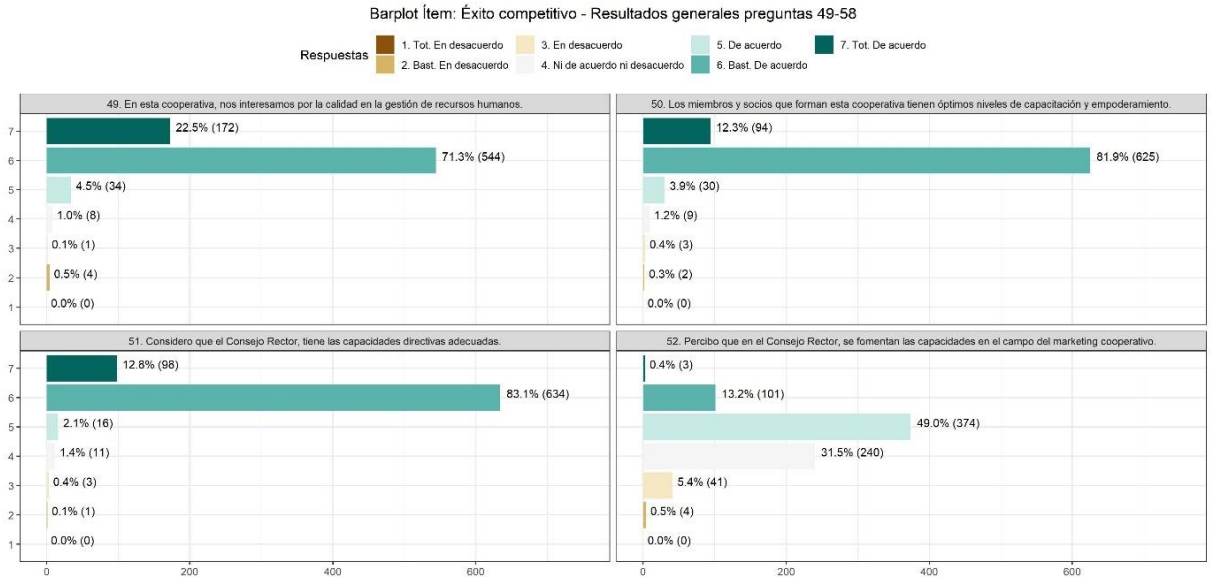
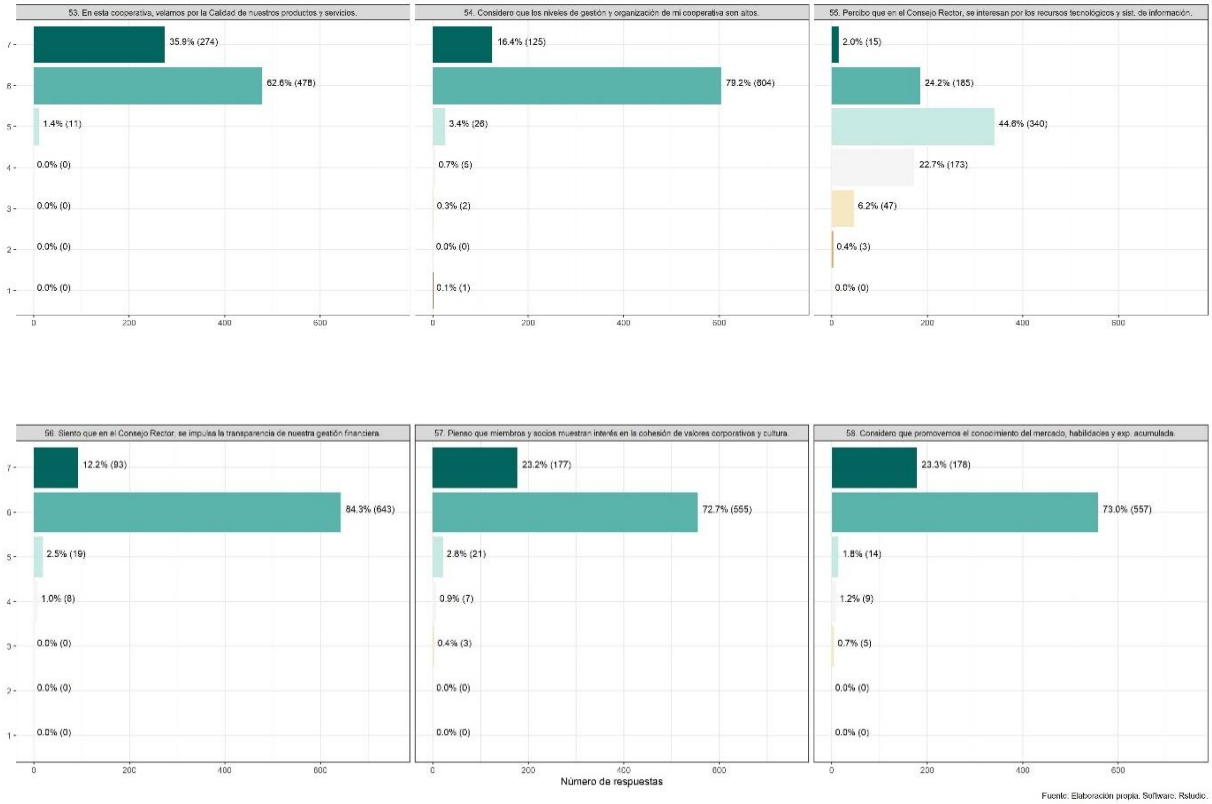


Figura 62. Gráfico Barplot por respuesta otorgada. Variable (ítem): Éxito competitivo. Según respuestas otorgadas. Resultados generales. (N=763).





3.2.10.2. Según tipo de cargo en la cooperativa.

Tabla 46: Tabla contingencia. Variable (ítem): Éxito competitivo. % según tipo de cargo en la cooperativa.

	Tipo de cargo cooperativa			***Test Chi Cuadrado***	
	Interno	**Externo**		***VALOR***	***p-valor***
49. En esta cooperativa, nos interesamos por la calidad en la gestión de recursos humanos.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**125.75****	**.000**
Bastante en desacuerdo	.5% (4)	.0% (0)	.5% (4)		
En desacuerdo	.1% (1)	.0% (0)	.1% (1)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.9% (7)	5.9% (1)	1.0% (8)		
De acuerdo	3.2% (24)	58.8% (10)	4.5% (34)		
Bastante de acuerdo	72.4% (540)	23.5% (4)	71.3% (544)		
Totalmente de acuerdo	22.8% (170)	11.8% (2)	22.5% (172)		

	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
50. Los miembros y socios que forman esta cooperativa tienen óptimos niveles de capacitación y empoderamiento.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**224.14****	**.000**
Bastante en desacuerdo	.1% (1)	5.9% (1)	.3% (2)		
En desacuerdo	.1% (1)	11.8% (2)	.4% (3)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.7% (5)	23.5% (4)	1.2% (9)		
De acuerdo	3.1% (23)	41.2% (7)	3.9% (30)		
Bastante de acuerdo	83.5% (623)	11.8% (2)	81.9% (625)		
Totalmente de acuerdo	12.5% (93)	5.9% (1)	12.3% (94)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
51. Considero que el Consejo Rector, tiene las capacidades directivas adecuadas.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**325.67****	**.000**
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	5.9% (1)	.1% (1)		
En desacuerdo	.0% (0)	17.6% (3)	.4% (3)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1.2% (9)	11.8% (2)	1.4% (11)		
De acuerdo	1.2% (9)	41.2% (7)	2.1% (16)		
Bastante de acuerdo	84.7% (632)	11.8% (2)	83.1% (634)		
Totalmente de acuerdo	12.9% (96)	11.8% (2)	12.8% (98)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
52. Percibo que en el Consejo Rector, se fomentan las capacidades en el campo del marketing cooperativo.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**66.83****	**.000**
Bastante en desacuerdo	.3% (2)	11.8% (2)	.5% (4)		
En desacuerdo	4.8% (36)	29.4% (5)	5.4% (41)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	31.2% (233)	41.2% (7)	31.5% (240)		
De acuerdo	49.9% (372)	11.8% (2)	49.0% (374)		
Bastante de acuerdo	13.4% (100)	5.9% (1)	13.2% (101)		
Totalmente de acuerdo	.4% (3)	.0% (0)	.4% (3)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		

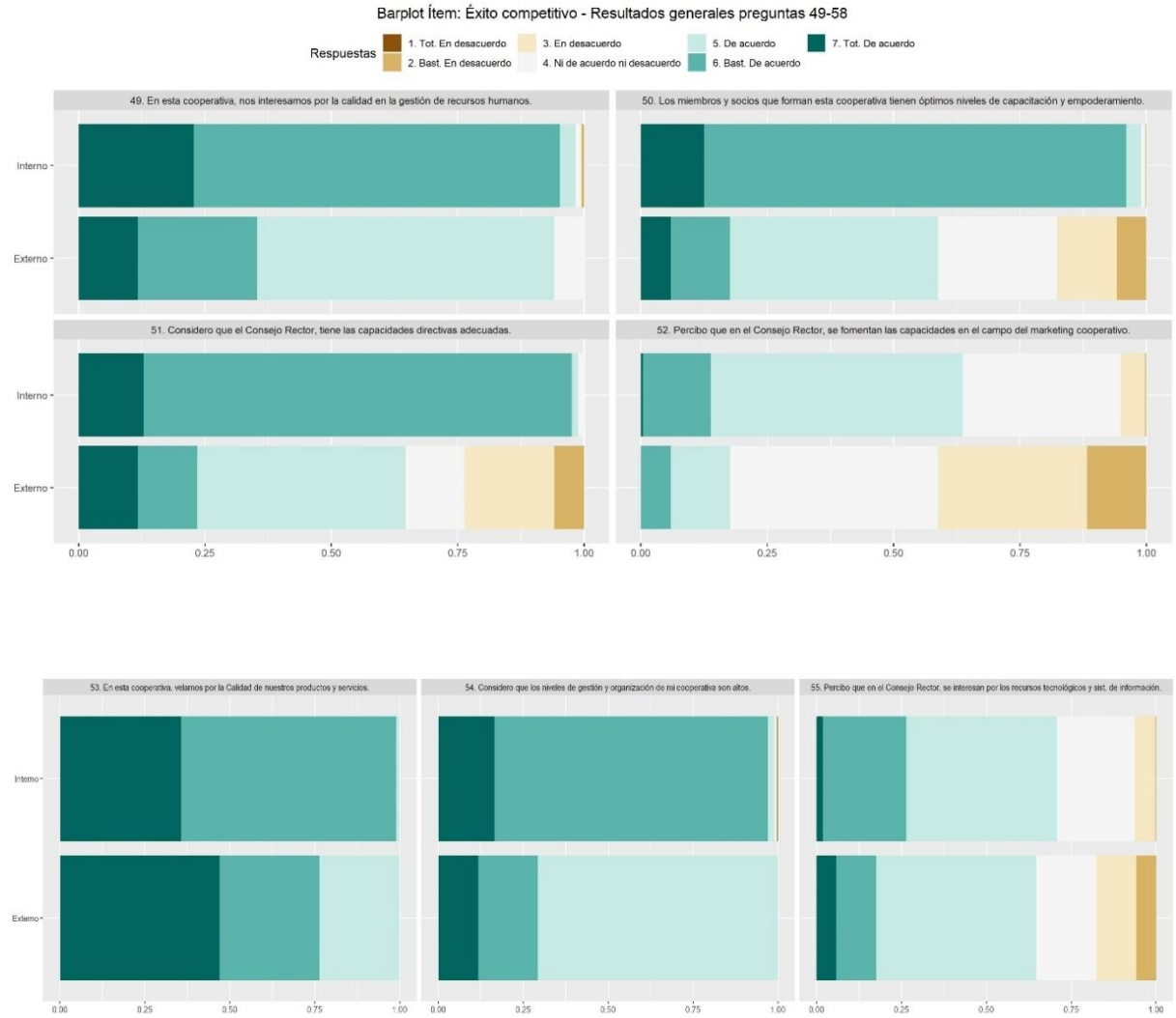
53. En esta cooperativa, velamos por la Calidad de nuestros productos y servicios.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
En desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
De acuerdo	.9% (7)	23.5% (4)	1.4% (11)	**62.51****	**.000**
Bastante de acuerdo	63.4% (473)	29.4% (5)	62.6% (478)		
Totalmente de acuerdo	35.7% (266)	47.1% (8)	35.9% (274)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
54. Considero que los niveles de gestión y organización de mi cooperativa son altos.					
Totalmente en desacuerdo	.1% (1)	.0% (0)	.1% (1)		
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
En desacuerdo	.3% (2)	.0% (0)	.3% (2)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.7% (5)	.0% (0)	.7% (5)		
De acuerdo	1.9% (14)	70.6% (12)	3.4% (26)	**239.01***	**.000**
Bastante de acuerdo	80.6% (601)	17.6% (3)	79.2% (604)		
Totalmente de acuerdo	16.5% (123)	11.8% (2)	16.4% (125)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
55. Percibo que en el Consejo Rector, se interesan por los recursos tecnológicos y sistemas de información.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Bastante en desacuerdo	.3% (2)	5.9% (1)	0.4% (3)		
En desacuerdo	6.0% (45)	11.8% (2)	6.2% (47)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	22.8% (170)	17.6% (3)	22.7% (173)		
De acuerdo	44.5% (332)	47.1% (8)	44.6% (340)	**16.90****	**.004**
Bastante de acuerdo	24.5% (183)	11.8% (2)	24.2% (185)		
Totalmente de acuerdo	1.9% (14)	5.9% (1)	2% (15)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
56. Siento que en el Consejo Rector, se impulsa la transparencia de nuestra gestión financiera.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**55.48****	**.000**
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		

En desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1.1% (8)	.0% (0)	1.0% (8)		
De acuerdo	1.9% (14)	29.4% (5)	2.5% (19)		
Bastante de acuerdo	85.1% (635)	47.1% (8)	84.3% (643)		
Totalmente de acuerdo	11.9% (89)	23.5% (4)	12.2% (93)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
57. Pienso que los miembros y socios que forman esta cooperativa, muestran interés en la cohesión de nuestros valores corporativos y cultura.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**307.26****	**.000**
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
En desacuerdo	.4% (3)	.0% (0)	.4% (3)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.4% (3)	23.5% (4)	.9% (7)		
De acuerdo	1.5% (11)	58.8% (10)	2.8% (21)		
Bastante de acuerdo	74.3% (554)	5.9% (1)	72.7% (555)		
Totalmente de acuerdo	23.5% (175)	11.8% (2)	23.2% (177)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		
58. En esta cooperativa, considero que promovemos entre los miembros y socios, el conocimiento del mercado. habilidades y experiencia acumulada.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**158.60****	**.000**
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
En desacuerdo	.5% (4)	5.9% (1)	.7% (5)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.7% (5)	23.5% (4)	1.2% (9)		
De acuerdo	1.2% (9)	29.4% (5)	1.8% (14)		
Bastante de acuerdo	73.9% (551)	35.3% (6)	73% (557)		
Totalmente de acuerdo	23.7% (177)	5.9% (1)	23.3% (178)		
	97.8% (746)	2.2% (17)	(763)		

*NS No significativo. * Significativo (p<.05). ** Altamente significativo (p<.01)*

Siguiendo al estudio de esta variable, según el tipo de cargo en la empresa cooperativa (*Interno vs Externo)* en la Tabla 46, podemos señalar que existe una similitud y alineamiento de respuestas con los resultados generales (Tabla 45), y atendiendo a la segmentación según tipo de cargo, lo podemos visualizar de manera más gráfica en la Figuras 63 y 64.

Figura 63. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Éxito competitivo % según tipo de cargo en la cooperativa. (N=763).



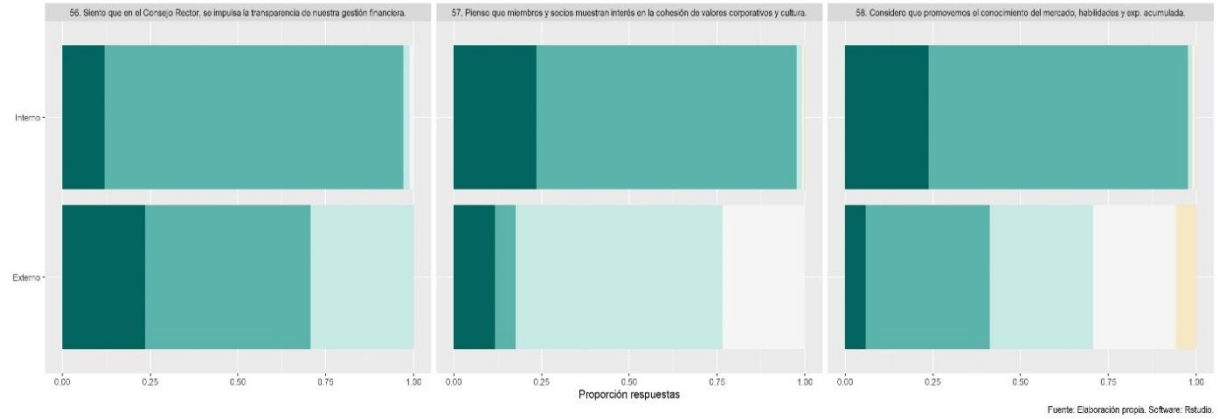
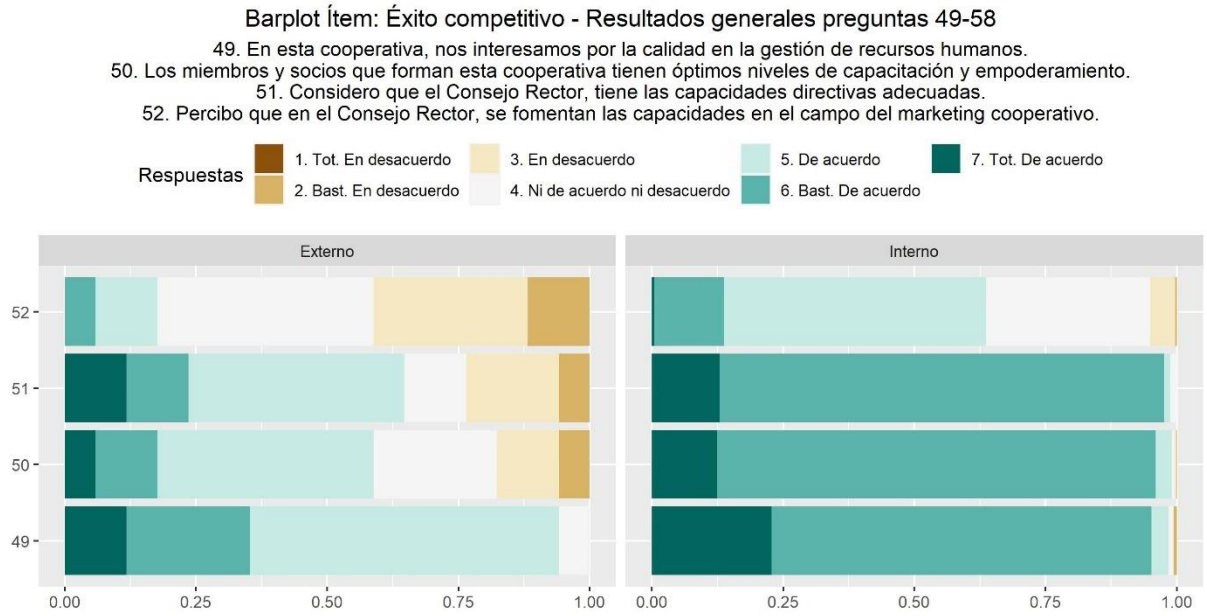
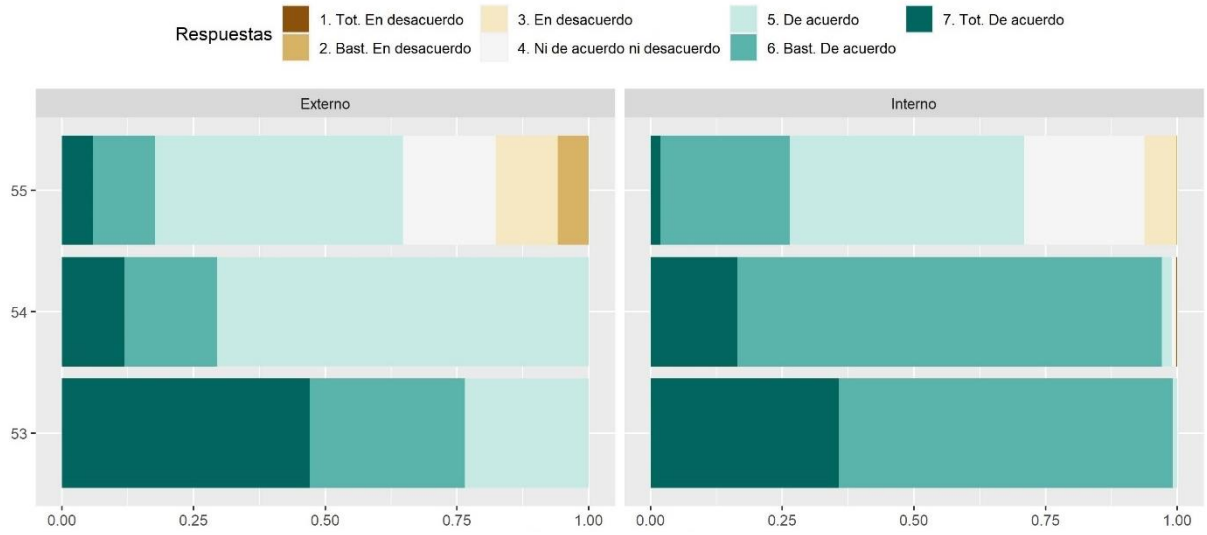


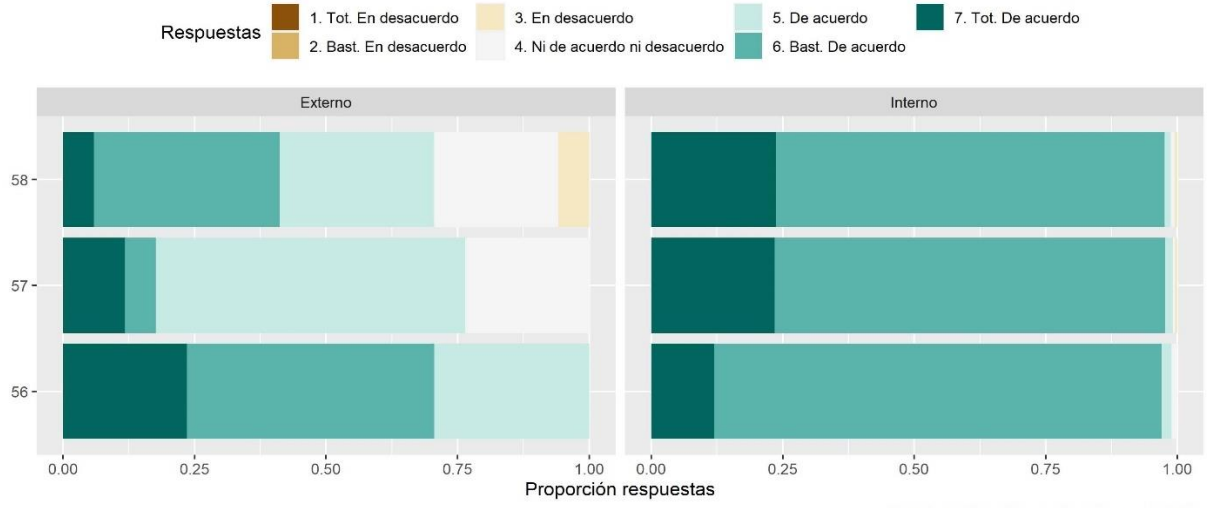
Figura 64. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Éxito competitivo Afirmaciones según tipo de cargo en la cooperativa. (N=763).



53. En esta cooperativa, velamos por la Calidad de nuestros productos y servicios.
54. Considero que los niveles de gestión y organización de mi cooperativa son altos.
55. Percibo que en el Consejo Rector, se interesan por los recursos tecnológicos y sistemas de información.



56. Siento que en el Consejo Rector, se impulsa la transparencia de nuestra gestión financiera.
57. Pienso que los miembros y socios muestran interés en la cohesión de nuestros valores corporativos y cultura.
58. Considero que promovemos entre los miembros y socios, el conocimiento del mercado, habilidades y exp. acumulada.



Fuente: Elaboración propia. Software: Rstudio.

3.2.10.3. Según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

Tabla 47: Tabla contingencia. Variable (ítem): Éxito competitivo. % según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

	Vegas Altas del Guadiana			***Test Chi Cuadrado***	
	Sí	**Sí**		***VALOR***	***p-valor***
49. En esta cooperativa, nos interesamos por la calidad en la gestión de recursos humanos.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	7.68^{NS}	.175
Bastante en desacuerdo	.8% (2)	.4% (2)	.5% (4)		
En desacuerdo	.0% (0)	.2% (1)	.1% (1)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.4% (1)	1.4% (7)	1% (8)		
De acuerdo	2.3% (6)	5.6% (28)	4.5% (34)		
Bastante de acuerdo	74.6% (197)	69.5% (347)	71.3% (544)		
Totalmente de acuerdo	22.0% (58)	22.8% (114)	22.5% (172)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
50. Los miembros y socios que forman esta cooperativa tienen óptimos niveles de capacitación y empoderamiento.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	9.16^{NS}	.103
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.4% (2)	.3% (2)		
En desacuerdo	.4% (1)	.4% (2)	.4% (3)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.8% (2)	1.4% (7)	1.2% (9)		
De acuerdo	2.7% (7)	4.6% (23)	3.9% (30)		
Bastante de acuerdo	87.5% (231)	79.0% (394)	81.9% (625)		
Totalmente de acuerdo	8.7% (23)	14.2% (71)	12.3% (94)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
51. Considero que el Consejo Rector, tiene las capacidades directivas adecuadas.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	9.22^{NS}	.100
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.2% (1)	.1% (1)		
En desacuerdo	.4% (1)	.4% (2)	.4% (3)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.4% (1)	2.0% (10)	1.4% (11)		

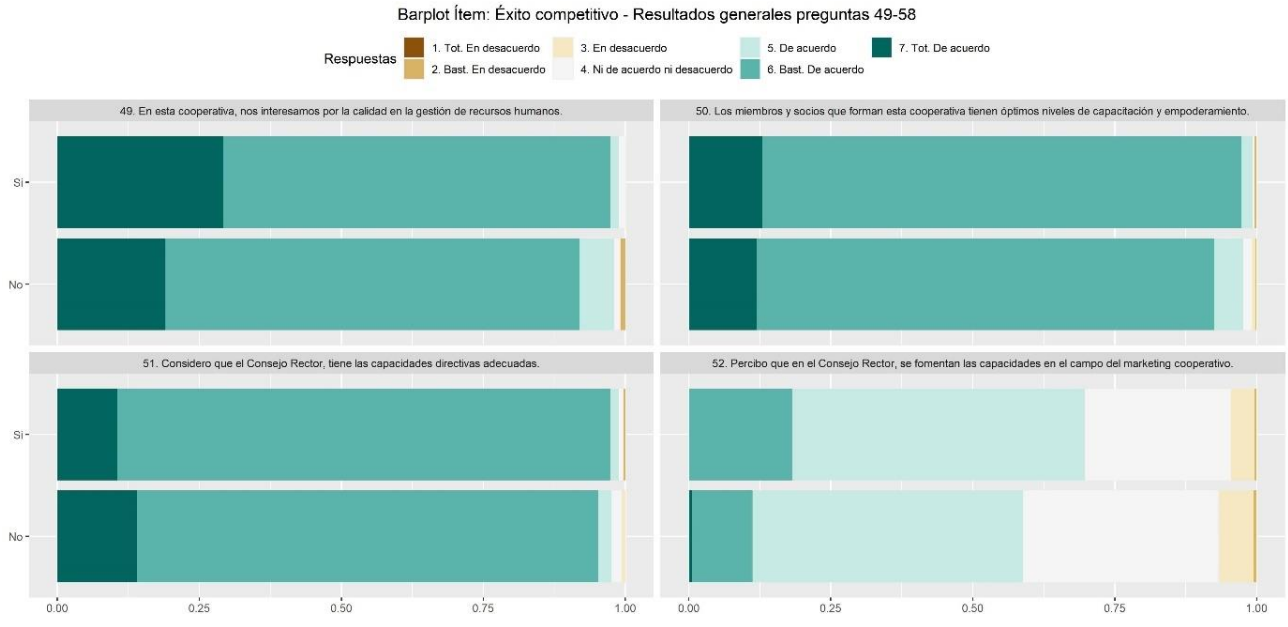
De acuerdo	1.5% (4)	2.4% (12)	2.1% (16)		
Bastante de acuerdo	88.3% (233)	80.4% (401)	83.1% (634)		
Totalmente de acuerdo	9.5% (25)	14.6% (73)	12.8% (98)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
52. Percibo que en el Consejo Rector, se fomentan las capacidades en el campo del marketing cooperativo.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**24.69****	**.000**
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.8% (4)	.5% (4)		
En desacuerdo	3.8% (10)	6.2% (31)	5.4% (41)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	39.4% (104)	27.3% (136)	31.5% (240)		
De acuerdo	49.6% (131)	48.7% (243)	49% (374)		
Bastante de acuerdo	6.8% (18)	16.6% (83)	13.2% (101)		
Totalmente de acuerdo	.4% (1)	.4% (2)	.4% (3)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
53. En esta cooperativa, velamos por la Calidad de nuestros productos y servicios.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**20.13****	**.000**
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
En desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
De acuerdo	.4% (1)	2.0% (10)	1.4% (11)		
Bastante de acuerdo	73.1% (193)	57.1% (285)	62.6% (478)		
Totalmente de acuerdo	26.5% (70)	40.9% (204)	35.9% (274)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
54. Considero que los niveles de gestión y organización de mi cooperativa son altos.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.2% (1)	.1% (1)	8.86^{NS}	.115
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
En desacuerdo	.4% (1)	.2% (1)	.3% (2)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.4% (1)	.8% (4)	.7% (5)		
De acuerdo	2.3% (6)	4.0% (20)	3.4% (26)		
Bastante de acuerdo	84.8% (224)	76.2% (380)	79.2% (604)		
Totalmente de acuerdo	12.1% (32)	18.6% (93)	16.4% (125)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		

55. Percibo que en el Consejo Rector, se interesan por los recursos tecnológicos y sistemas de información.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.6% (3)	.4% (3)		
En desacuerdo	3.4% (9)	7.6% (38)	6.2% (47)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	23.9% (63)	22.0% (110)	22.7% (173)		
De acuerdo	45.8% (121)	43.9% (219)	44.6% (340)	7.05 NS	.217
Bastante de acuerdo	25.0% (66)	23.8% (119)	24.2% (185)		
Totalmente de acuerdo	1.9% (5)	2.0% (10)	2.0% (15)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
56. Siento que en el Consejo Rector, se impulsa la transparencia de nuestra gestión financiera.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
En desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	.8% (2)	1.2% (6)	1.0% (8)		
De acuerdo	1.5% (4)	3.0% (15)	2.5% (19)	3.64 NS	.303
Bastante de acuerdo	87.5% (231)	82.6% (412)	84.3% (643)		
Totalmente de acuerdo	10.2% (27)	13.2% (66)	12.2% (93)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
57. Pienso que los miembros y socios que forman esta cooperativa, muestran interés en la cohesión de nuestros valores corporativos y cultura.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
En desacuerdo	.0% (0)	.6% (3)	.4% (3)		
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1.1% (3)	.8% (4)	.9% (7)		
De acuerdo	1.9% (5)	3.2% (16)	2.8% (21)	**10.24***	**.037**
Bastante de acuerdo	79.2% (209)	69.3% (346)	72.7% (555)		
Totalmente de acuerdo	17.8% (47)	26.1% (130)	23.2% (177)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
58. En esta cooperativa. considero que promovemos entre los miembros y socios. el conocimiento del mercado. habilidades y experiencia acumulada.					
Totalmente en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)		
Bastante en desacuerdo	.0% (0)	.0% (0)	.0% (0)	**12.38***	**.015**
En desacuerdo	.4% (1)	.8% (4)	.7% (5)		
Ni de acuerdo ni en	1.1% (3)	1.2% (6)	1.2% (9)		

desacuerdo					
De acuerdo	.4% (1)	2.6% (13)	1.8% (14)		
Bastante de acuerdo	79.9% (211)	69.3% (346)	73.0% (557)		
Totalmente de acuerdo	18.2% (48)	26.1% (130)	23.3% (178)		
	34.6% (264)	65.4% (499)	(763)		
*NS No significativo. * Significativo (p<.05). ** Altamente significativo (p<.01)*					

Referente al estudio de esta variable, y atendiendo a la subdivisión según la Comarca de Vegas Altas del Guadiana (Tabla 47), podemos señalar que existe una ligera valoración (de la población de la Comarca) en positivo en las respuestas de estas dos afirmaciones, concretamente entre un 3% y 5% superior en comparación con la tabla de resultados generales (Tabla 45). Así mismo se puede visibilizar por medio de las Figuras 65 y 66.

Figura 65. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Variable (ítem): Éxito competitivo % según pertenecía a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana (N=763).



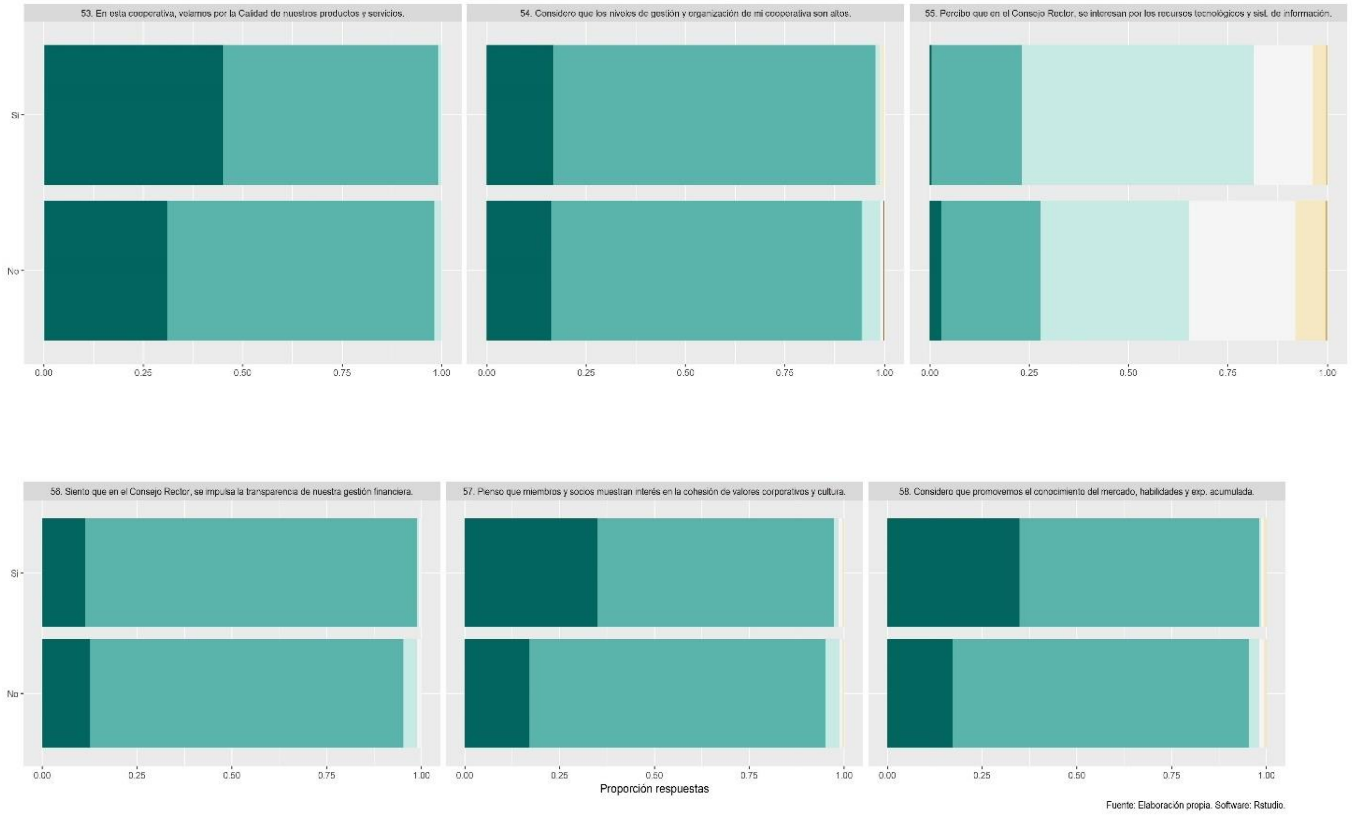
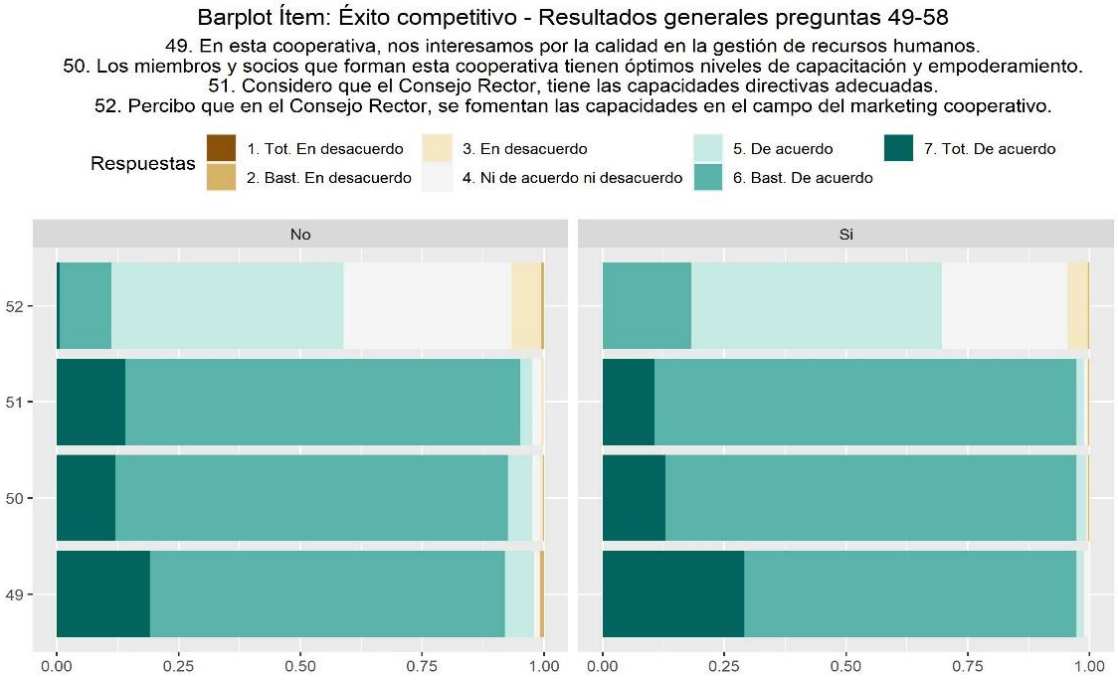
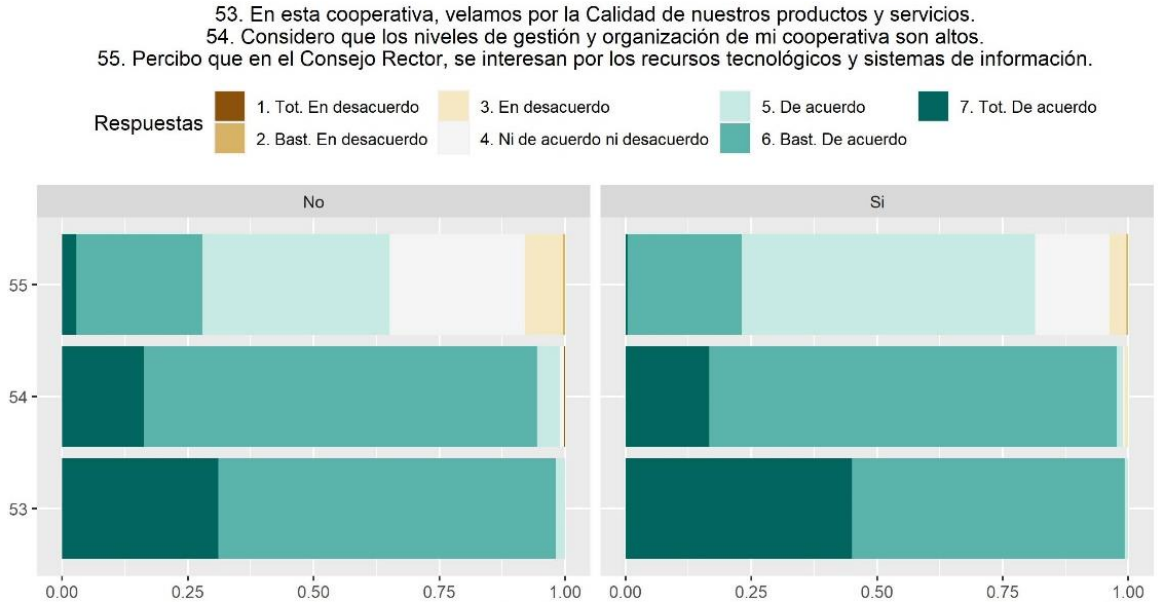
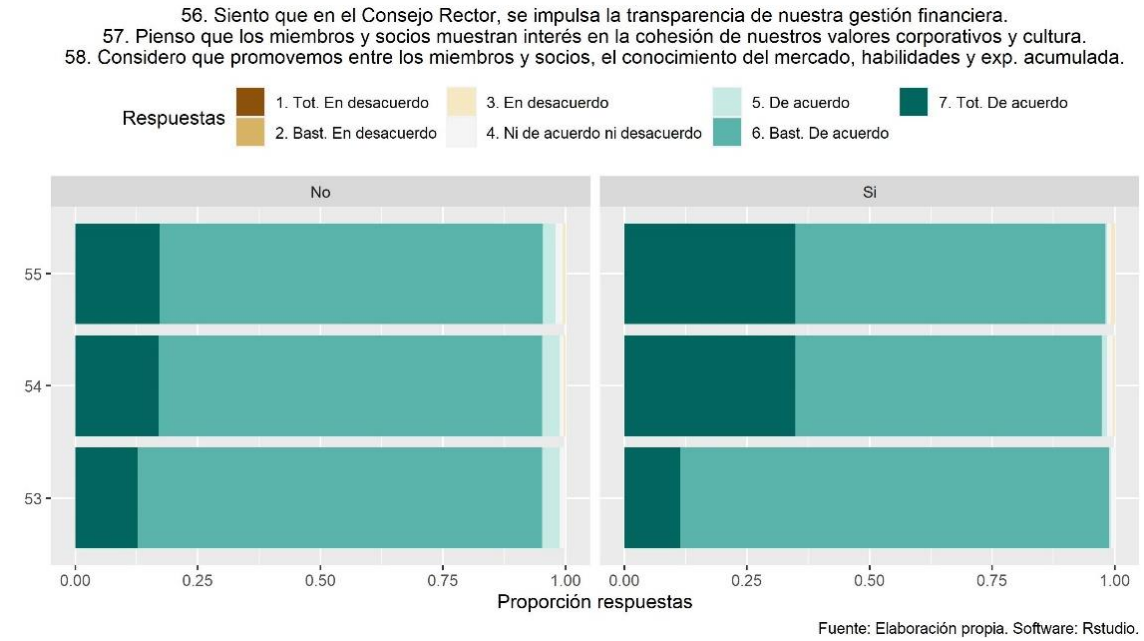


Figura 66. Gráfico Barplot horizontal por la. Variable (ítem): Éxito competitivo. Afirmaciones según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana. (N=763).







Fuente: Elaboración propia. Software: Rstudio.

4. Hipótesis objeto de estudio.

A continuación, nos centramos en las tres hipótesis objeto de estudio.

En la tercera hipótesis, donde se busca analizar el papel del socio cooperativista en la cooperativa y su capital social, se pide hacer una valoración global, atendiendo a “qué dice el socio en esas 58 preguntas detalladas”.

Los puntos anteriormente expuestos nos sirven para dar respuesta, según los distintos constructos propuestos en el estudio de investigación y realizando las segmentaciones pertinentes (según si es interno o externo a la empresa, y si pertenece o no a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana).

Por último, hay que añadir que las afirmaciones 7, 8, 18, 19, 28, 29, 32, 33, 34, 37, 40, 41, 42, 43, 45, 48, 51, 52, 53 y 55 no se incluyen ni se tienen en consideración para la hipótesis 1 y 2.

4.1. Hipótesis 1. Principios cooperativos.

Las cooperativas se basan en los valores de ayuda mutua, responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad. Siguiendo la tradición de sus fundadores, sus miembros creen en los valores éticos de honestidad, transparencia, responsabilidad social y preocupación por los demás.

P1 – Adhesión voluntaria y abierta – Afirmación 12.

P2 – Gestión democrática – Afirmación 4 y 54.

P3 – Participación económica por parte de los socios – Afirmación 2, 10, 17 y 35.

P4 – Autonomía e independencia – Afirmación 9 y 50.

P5 – Educación, formación e información – Afirmación 1, 3, 13 y 25.

P6 – Intercooperación – Afirmación 31, 38, 39, 44, 46 y 47.

P7 – Interés por la comunicad donde están implantadas – Afirmación 14, 27 y 49.

Tabla 48. Hipótesis 1. Principios cooperativos. Relaciones variables independientes con dependientes.

Variable D	Variable I		Variable D	Variable I
1	P5		**27**	P7
2	P3		**31**	P6
3	P5		**35**	P3
4	P2		**38**	P6
9	P4		**39**	P6
10	P3		**44**	P6
12	P1		**46**	P6
13	P5		**47**	P6
14	P7		**49**	P7
17	P3		**50**	P4
25	P5		**54**	P2

4.1.1. Análisis factorial.

1º. Cálculo alfa de Cronbach ítems seleccionados.

El coeficiente *alfa de Cronbach* nos sirve para conocer la consistencia interna de un cuestionario, se basa en el promedio de las correlaciones entre los distintos ítems. Es un coeficiente que oscila entre 0 y 1, cuanto más próximo se encuentre a 1, más consistentes serán los ítems entre sí.

Debemos de tener en cuenta que a mayor longitud *-número de elementos-* que posea el cuestionario mayor, será el alfa.

Como se puede observar en la Tabla 49, la selección de ítems para la consecución del primer objetivo obtiene un valor de .878, lo que es un valor muy próximo a uno, por lo que podemos decir que la selección de ítems presenta una consistencia interna óptima para el estudio factorial.

Tabla 49. Estadísticos de fiabilidad. Hipótesis 1. Principios cooperativos.

Hipótesis 1	***Alfa***	***Alfa est***	***Nº elementos***
Principios cooperativos	*.878*	*.886*	*22*

4.1.2. Cálculo de correlaciones e ítems seleccionados.

A continuación, tras comprobar la consistencia interna del test para los ítems seleccionados, se estudia la correlación entre los mismos, en la Tabla 51 se presentan todas las correlaciones. A tener en cuenta que la correlación de un ítem consigo mismo es siempre 1. Se sombrea en color rojizo aquellas correlaciones correspondientes a un mismo principio cooperativo.

En dicha matriz se muestran los valores resultantes tras realizar la correlación de *Pearson*, esta mide el grado de relación lineal entre cada par de ítems. Estos valores oscilan desde -1 hasta 1 (valor estandarizado), cuando los valores son negativos indica que a medida que uno aumenta, el otro disminuye y viceversa (correlación inversamente proporcional), por el contrario, si el valor es positivo indica que cuando uno toma mayores valores el otro también.

En las correlaciones de *Pearson*, se toma como valor el .7, es decir, todos los valores por encima de este valor se consideran altamente correlacionados. Es decir, que existe alta correlación entre los mismos.

Tabla 50. Matriz correlaciones ítems seleccionados para la hipótesis 1.

	I12	*I4*	*I54*	*I2*	*I10*	*I17*	*I35*	*I9*	*I50*	*I1*	*I3*	*I13*	*I25*	*I31*	*I38*	*I39*	*I44*	*I46*	*I47*	*I14*	*I27*	*I49*
I12	1.00	.42**	.20**	.19**	.22**	.26**	.14**	.24**	.19**	-.03	.27**	.13**	.27**	.21**	-.03	.15**	.20**	.26**	.27**	.19**	.38**	.09*
I4	.42**	1.00	.26**	.37**	.24**	.35**	.28**	.45**	.31**	.03	.57**	.22**	.40**	.13**	.20**	.27**	.24**	.32**	.32**	.38**	.29**	.20**
I54	.20**	.26**	1.00	.22**	.22**	.35**	.37**	.45**	.62**	-.03	.35**	.35**	.32**	.18**	.24**	.31**	.34**	.27**	.29**	.24**	.18**	.37**
I2	.19**	.37**	.22**	1.00	.24**	.35**	.19**	.38**	.26**	-.01	.51**	.17**	.37**	.13**	.10**	.14**	.20**	.20**	.22**	.32**	.19**	.18**
I10	.22**	.24**	.22**	.24**	1.00	.27**	.13**	.29**	.21**	.03	.24**	.26**	.22**	.14**	.09**	.14**	.08*	.09**	.13**	.28**	.11**	.14**
I17	.26**	.35**	.35**	.35**	.27**	1.00	.09	.43**	.29**	-.05	.43**	.31**	.28**	.19**	.12**	.04	.12**	.11**	.10**	.30**	.23**	.08*
I35	.14**	.28**	.37**	.19**	.13**	.09*	1.00	.30**	.49**	.04	.38**	.36**	.42**	.21**	.44**	.65**	.55**	.53**	.46**	.42**	.30**	.45**
I9	.24**	.45**	.45**	.38**	.29**	.43**	.30**	1.00	.53**	.00	.60**	.32**	.41**	.08*	.28**	.21**	.24**	.20**	.17**	.39**	.17**	.21**
I50	.19**	.31**	.62**	.26**	.21**	.29**	.49**	.53**	1.00	.02	.42**	.40**	.33**	.10**	.38**	.39**	.37**	.32**	.30**	.37**	.14**	.45**
I1	-.03	.03	-.03	-.01	.03	-.05	.04	.00	.02	1.00	.04	.03	.02	-.14**	-.03	.04	-.05	-.02	-.08	.01	-.09	.03
I3	.27**	.57**	.35**	.51**	.24**	.43**	.38**	.60**	.42**	.04	1.00	.30**	.43**	.10**	.31**	.29**	.24**	.24**	.23**	.51**	.23**	.31**
I13	.13**	.22**	.35**	.17**	.26**	.31**	.36**	.32**	.40**	.03	.30**	1.00	.32**	.16**	.27**	.28**	.28**	.29**	.27**	.34**	.17**	.27**
I25	.27**	.40**	.32**	.37**	.22**	.28**	.42**	.41**	.33**	.02	.43**	.32**	1.00	.10**	.27**	.46**	.34**	.33**	.32**	.51**	.29**	.33**
I31	.21**	.13**	.18**	.13**	.14**	.19**	.21**	.08	.10**	-.14**	.10**	.16**	.10**	1.00	-.02	.14	.37**	.37**	.40**	.05	.51**	.12**
I38	-.03	.20**	.24**	.10**	.09*	.12**	.44**	.28**	.38**	-.03	.31**	.27**	.27**	-.02	1.00	.46**	.33**	.35**	.22**	.35**	.06	.24**
I39	.15**	.27**	.31**	.14**	.14**	.04	.65**	.21**	.39**	.04	.29**	.28**	.46**	.14**	.46**	1.00	.57**	.58**	.54**	.36**	.26**	.36**
I44	.20**	.24**	.34**	.20**	.08*	.12**	.55**	.24**	.37**	-.05	.24**	.28**	.34**	.37**	.33**	.57**	1.00	.74**	.72**	.26**	.45**	.26**
I46	.26**	.32**	.27**	.20**	.09*	.11**	.53**	.20**	.32**	-.02	.24**	.29**	.33**	.37**	.35**	.58**	.74**	1.00	.81**	.29**	.47**	.26**
I47	.27**	.32**	.29**	.22**	.13**	.10**	.46**	.17**	.30**	-.08	.23**	.27**	.32**	.40**	.22**	.54**	.72**	.81**	1.00	.21**	.46**	.24**
I14	.19**	.38**	.24**	.32**	.28**	.30**	.42**	.39**	.37**	.01	.51**	.34**	.51**	.05	.35**	.36**	.26**	.29**	.21**	1.00	.20**	.33**
I27	.38**	.29**	.18**	.19**	.11**	.23**	.30**	.17**	.14**	-.09	.23**	.17**	.29**	.51**	.06	.26**	.45**	.47**	.46**	.20**	1.00	.15**
I49	.09*	.20**	.37**	.18**	.14**	.08	.45**	.21**	.45**	.03	.31**	.27**	.33**	.12**	.24**	.36**	.26**	.26**	.24**	.33**	.15**	1.00

*NS No significativo. * Significativo (p<.05). ** Altamente significativo (p<.01)*

A continuación, en la Tabla 51 se presenta un resumen de las medidas de posición obtenidas, diferenciando según cada principio cooperativo. Debemos de tener en cuenta que cuanto más cerca se encuentren las medias de las respuestas entre varios ítems, quiere decir que de media las respuestas han sido más parecidas entre ellas.

La desviación estándar nos muestra cuanto han variado las respuestas dentro de cada ítem y de forma general, es por ello por lo que cuanto menor sea dicha desviación, indicará que los encuestados han contestado de forma más parecida.

El principio cooperativo 6 es el que muestra una desviación estándar para algunos ítems y para el general de principio superior a 1, lo que en comparación a otros principios, nos indicaría que para ese conjunto de ítems han tenido mayor dispersión en las respuestas que los encuestados han dado a la encuesta de opinión.

Tabla 51: Tabla medida posición y dispersión según principios cooperativos. Resultado General.

PRINCIPIOS COOPERATIVOS	**Media**	**Desv. Est.**
Principio 1: Adhesión voluntaria y abierta		
I3.1 - 12. Pienso que los socios están satisfechos, con respecto a los precios, servicios y accesibilidad de esta cooperativa.	5.26	.61
Principio 2: Gestión Democrática		
I1.4 - 4. Percibo que todos los socios votan cuando se celebran las Asambleas de la cooperativa.	5.43	.76
I10.6 - 54. Considero que los niveles de gestión y organización de mi cooperativa son altos.	6.10	.52
GENERAL PRINCIPIO	5.77	.64
Principio 3: Participación económica por parte de los socios.		
I1.2 - 2. Los socios de esta cooperativa consideran que su voz y su participación es necesaria.	5.93	.45
I2.6 - 10. Percibo que el presidente de esta cooperativa siempre toma en cuenta los beneficios de los socios.	6.36	.56
I5.3 - 17. Me siento parte y estoy identificado respecto de los trabajadores y socios de esta cooperativa.	6.05	.47
I8.9 - 35. En esta cooperativa, los máximos responsables de la gestión empresarial han sido formados en técnicas de creatividad.	5.26	.85
GENERAL PRINCIPIO	5.90	0.58

Principio 4: Autonomía e independencia		
I2.5 - 9. La mayoría de las veces, creo que los socios tratan de ser útiles en esta cooperativa.	5.99	.46
I10.2 - 50. Los miembros y socios que forman esta cooperativa tienen óptimos niveles de capacitación y empoderamiento.	6.04	.53
GENERAL PRINCIPIO	6.02	.50
Principio 5: Educación, formación e información.		
I1.1 - 1Los socios participan en la toma de decisiones de la Cooperativa.	5.76	.62
I1.3 - 3. Los socios de esta cooperativa se interesan por obtener información sobre la gestión, el desarrollo y el día a día de la misma.	5.90	.51
I3.2 - 13. Me siento 5 con respecto a las actividades, información, relación personal de esta cooperativa.	6.38	.56
I7.1 - 25. Los socios de esta cooperativa me han brindado asistencia técnica o información que me han permitido trabajar de manera más eficaz.	5.79	.49
GENERAL PRINCIPIO	5.96	.55
Principio 6: Intercooperación.		
I8.6 - 31. Valoramos el trabajo en red y apostamos por la inter-cooperación y las alianzas de esta cooperativa.	3.75	1.17
I9.1 - 38. En esta cooperativa estamos obligados a participar en negocios internacionales si queremos crecer.	6.55	.85
I9.2 - 39. En el Consejo Rector existe un gran interés en la internacionalización de esta cooperativa.	5.42	.88
I9.7 - 44. En esta cooperativa, desarrollamos alianzas con socios extranjeros.	4.10	1.15
I9.9 - 46. En esta cooperativa, utilizamos las relaciones y redes sociales para fomentar el comercio exterior.	4.24	1.07
I9.10 - 47. En esta cooperativa, buscamos crear relaciones duraderas con nuestros clientes internacionales.	4.24	1.06
GENERAL PRINCIPIO	4.72	1.03
Principio 7: Interés por la comunidad donde están implantadas.		
I4.1 - 14. Considero que los miembros y socios actúan respetando sus interesas propios en favor de la cooperativa.	5.81	.57
I8.2 - 27. En esta cooperativa somos innovadores en nuestros productos y servicios, y en nuestros procesos productivos.	4.77	.88
I10.1 - 49. En esta cooperativa, nos interesamos por la calidad en la gestión de recursos humanos.	6.13	.62
GENERAL PRINCIPIO	5.57	.69

Debemos de tener en cuenta que no todas las respuestas están medidas con la misma escala, es decir, la afirmación 12 se presenta con una escala ordinal que va desde Muy insatisfecho hasta Muy satisfecho, mientras que, para el segundo principio, el ítem 4, la escala Likert que se presenta está medida desde Totalmente en desacuerdo hasta totalmente de acuerdo. Esto es una grave limitación ya que para principios diferentes no habría problema, pero incluso dentro de los mismos principios el encuestado ha respondido con escalas distintas. Por ejemplo, para la afirmación 17, el encuestado debe responde según

la escala “Totalmente en desacuerdo” hasta “Totalmente de acuerdo”, mientras que para la afirmación 35 el encuestado responde con una escala que va desde “Ninguno” hasta “Demasiado”.

Para representar las figuras pertinentes, se atiende a la siguiente igualdad de las escalas Likert, se busca igualar el orden que se presentan en las respuestas:

1. Ninguno – Totalmente en desacuerdo – Muy insatisfecho.
2. Muy poco o nada – Bastante en desacuerdo – Bastante insatisfecho.
3. Poco – En desacuerdo – Algo insatisfecho.
4. Medianamente suficiente – Ni de acuerdo ni en desacuerdo – Ni satisfecho ni insatisfecho.
5. Suficiente – De acuerdo – Satisfecho.
6. Mucho – Bastante de acuerdo – Bastante satisfecho.
7. Demasiado – Totalmente de acuerdo – Muy satisfecho.

Ninguno – Totalmente en desacuerdo – Muy Insatisfecho – 1.

Nada – Bastante desacuerdo – Bastante insatisfecho – 2.

Poco – Desacuerdo – Algo Insatisfecho – 3.

Medianamente suficiente – Ni de acuerdo/satisfecho ni en desacuerdo/insatisfecho – 4.

Suficiente – De acuerdo – Satisfecho – 5.

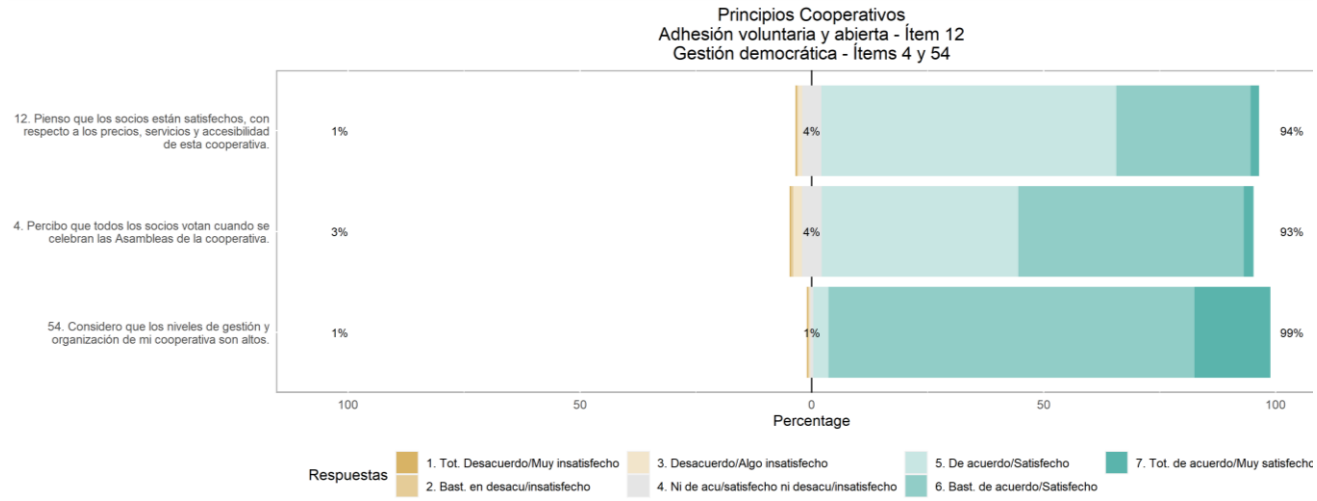
Mucho – Bastante de acuerdo/Satisfecho – 6.

Demasiado – Totalmente de acuerdo – Muy satisfecho – 7.

4.1.3. Principio Cooperativo 1 "Adhesión voluntaria y abierta" y 2 "Gestión democrática".

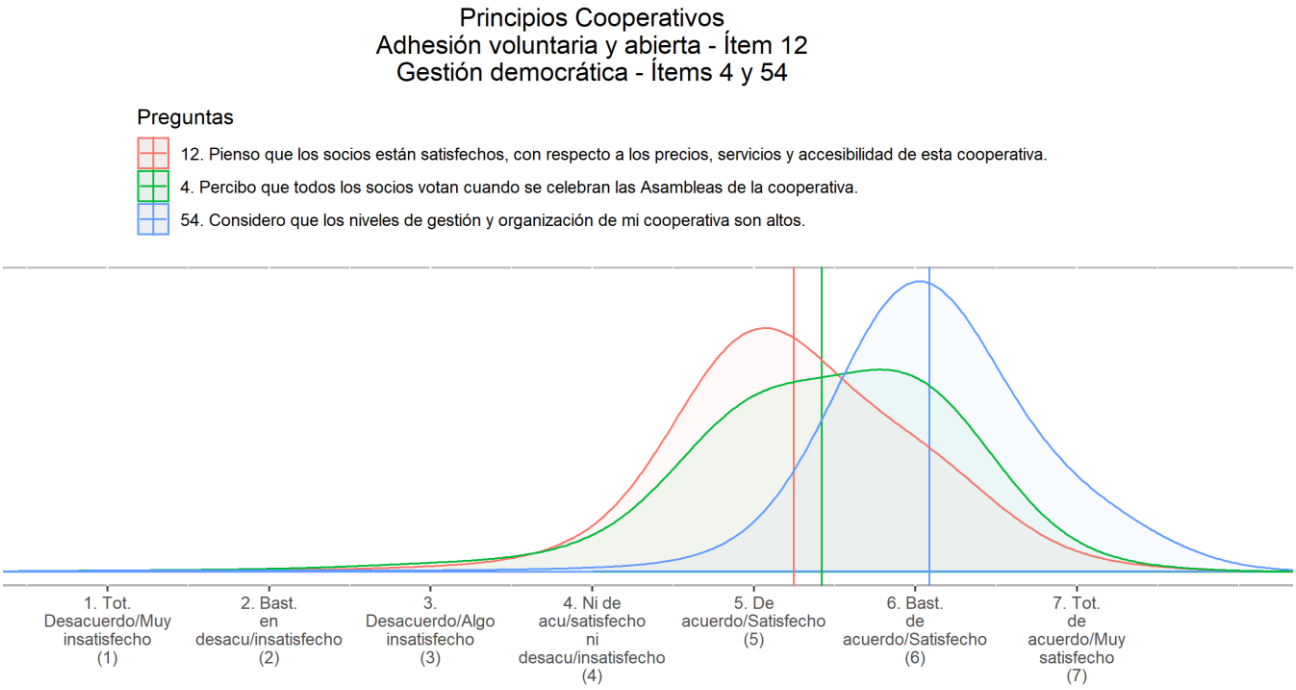
De forma gráfica y visual, a continuación, -ver Figura 67- se presenta una serie de figuras que nos van a permitir dirimir si existen diferencias, o efectivamente aquellos ítems seleccionados tienen una cierta relación respecto a las preguntas otorgadas por las personas encuestadas.

Figura 67. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Principio cooperativo 1 y 2. Ítems 12 (principio 1), 4 y 54 (principio 2).



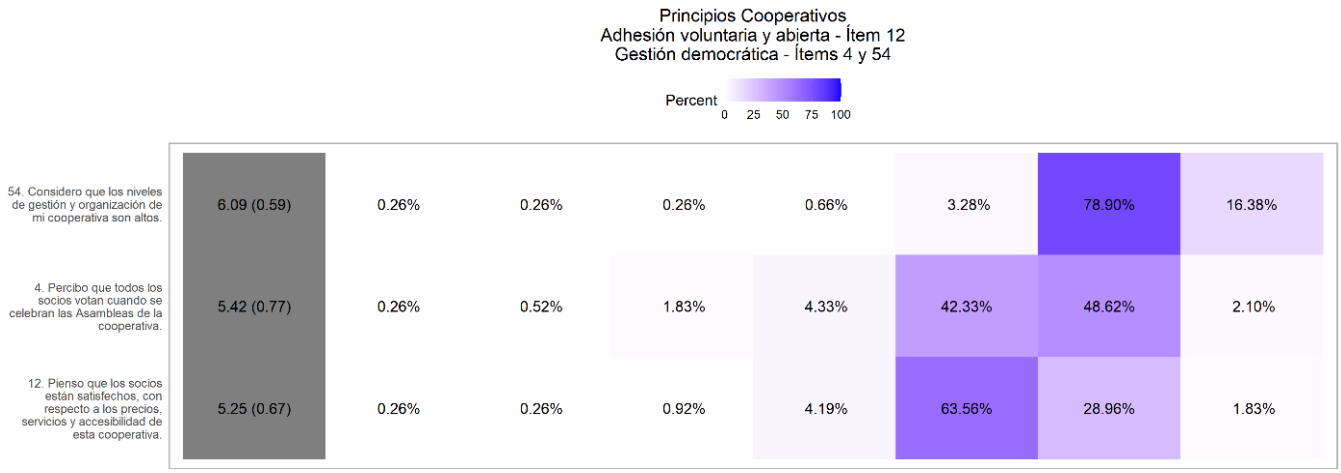
Como podemos ver en la figura que se muestra a continuación la Figura 68, la concentración general de los ítems 4 y 54 -colores verdes y azul- es similar en composición de las curvas de densidad, sí que es cierto que para el ítem 4 se subdividen en mayor medida las respuestas entre *De acuerdo/Satisfecho* y *Bastante de acuerdo/Satisfecho.*

Figura 68. Gráfico densidad ítems superpuestos. Principio cooperativo 1 y 2. Ítems 12 (principio 1), 4 y 54 (principio 2).



Por último, se presenta la Figura 69, donde a través de las tonalidades en color morado observamos la distribución de las respuestas para los distintos principios cooperativos.

Figura 69. Gráfico HeatMap. Principio cooperativo 1 y 2. Ítems 12 (principio 1), 4 y 54 (principio 2).



4.1.3.1. Segmentación pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

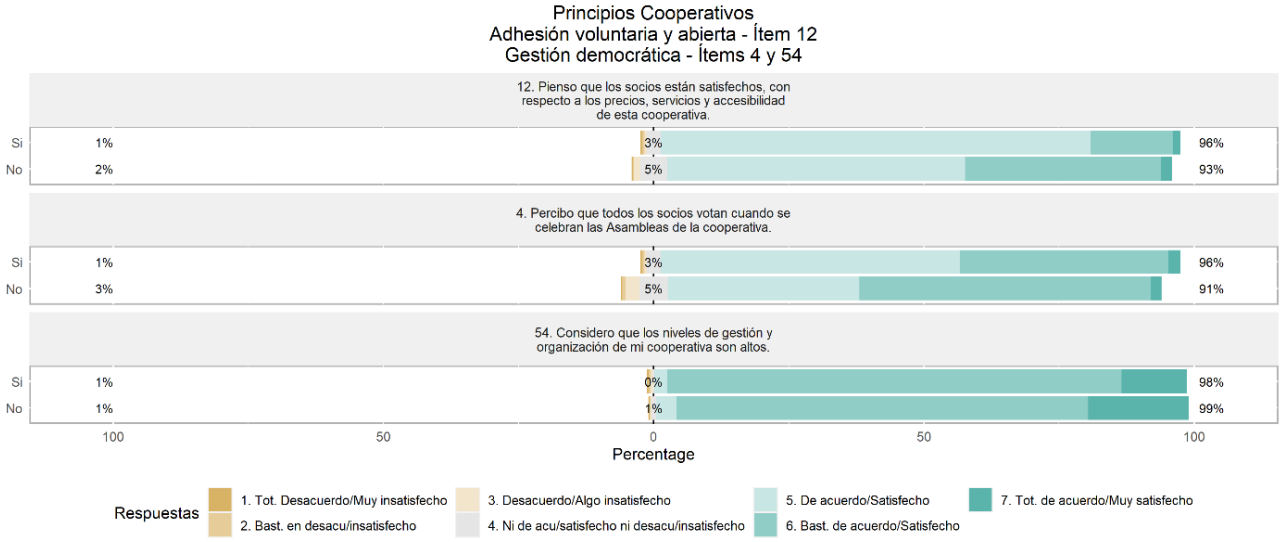
En este subapartado se presentan las figuras correspondientes atendiendo a la segmentación según la Comarca objeto de estudio. Como se puede observar en la Figura 70, de forma general las respuestas se encuentran en el espectro de color verde, es decir, la mayoría de las observaciones afirman encontrarse *De acuerdo/Satisfecho, Bastante de acuerdo/Satisfecho* o *Totalmente de acuerdo o muy satisfecho*.

Debemos de prestar atención a que efectivamente, se pueden encontrar diferencias significativas en los ítems como se ha mostrado en tablas presentadas con anterioridad, ello no quita para que se puedan observar ciertas tendencias.

Para esta figura se introducen los ítems 12, 4 y 54, con la idea de conocer si las diferencias que se observan son significativas o no (según pertenencia a la

Comarca de Vegas Altas del Guadiana) deberemos observar las tablas: Tabla 26, Tabla 20 y Tabla 47. Nótese que las tablas están ordenadas según la agrupación y correspondencias de los ítems presentados.

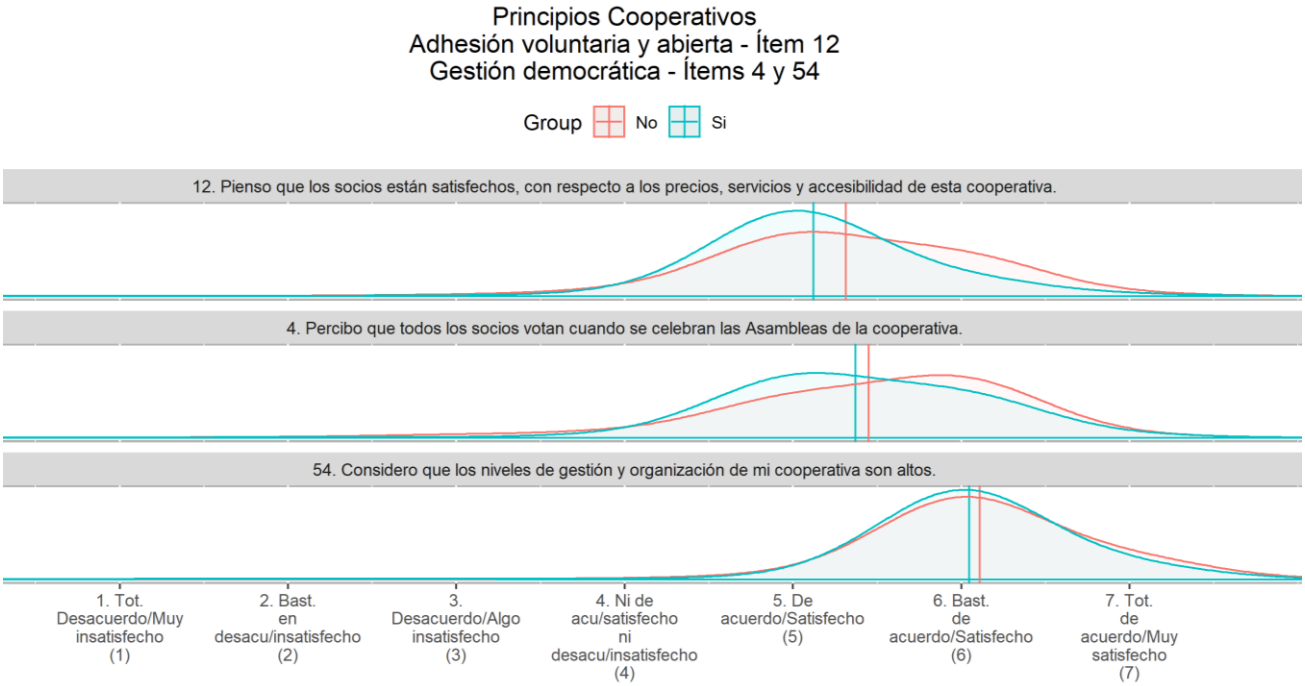
Figura 70. Gráfico Barplot. Principio cooperativo 1 y 2. Ítems 12 (principio 1), 4 y 54 (principio 2).



La Figura 71 nos permite comparar, a través del gráfico de densidad, la diferencia entre las curvas según pertenencia o no de los individuos a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

Las líneas de color en posición vertical indican dónde se encuentra la media de las respuestas para cada una de las segmentaciones. Una mayor altura de la curva en un punto nos indicará que existe mayor cantidad (densidad) de personas encuestadas que hayan dado esas respuestas.

Figura 71. Gráfico Densidad. Principio cooperativo 1 y 2. Ítems 12 (principio 1), 4 y 54 (principio 2). Segmentación según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.



4.1.4. Principio Cooperativo 3 – Participación económica por parte de los socios.

Figura 72. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Principio cooperativo: Participación económica por parte de los socios. Ítems 2, 10, 17 y 35.

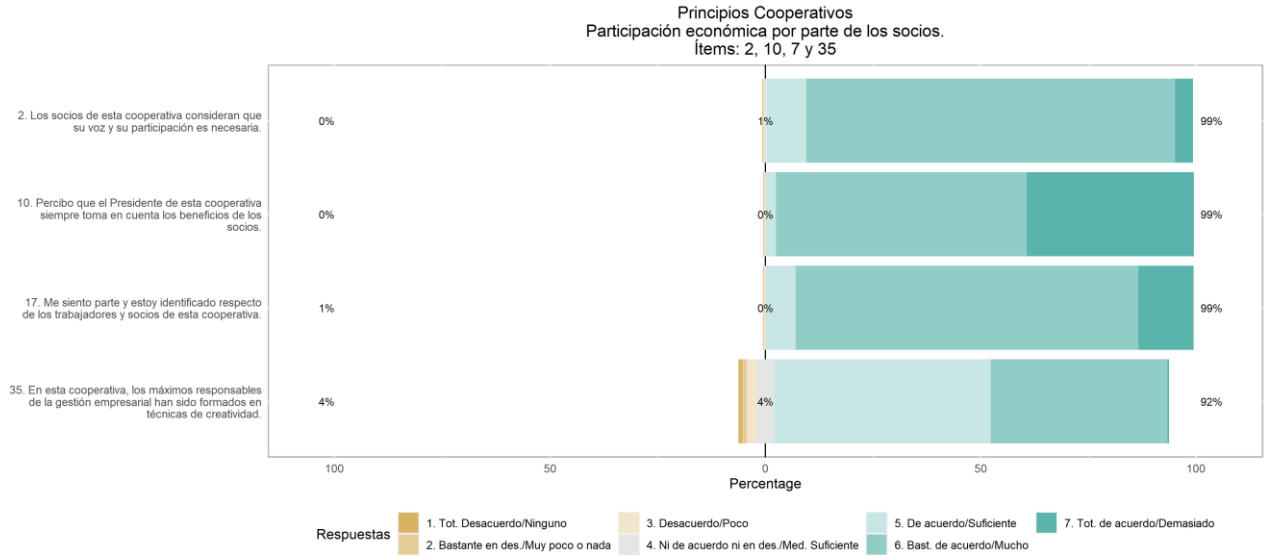


Figura 73. Gráfico densidad ítems superpuestos. Principio cooperativo: Participación económica por parte de los socios. Ítems 2, 10, 17 y 35.

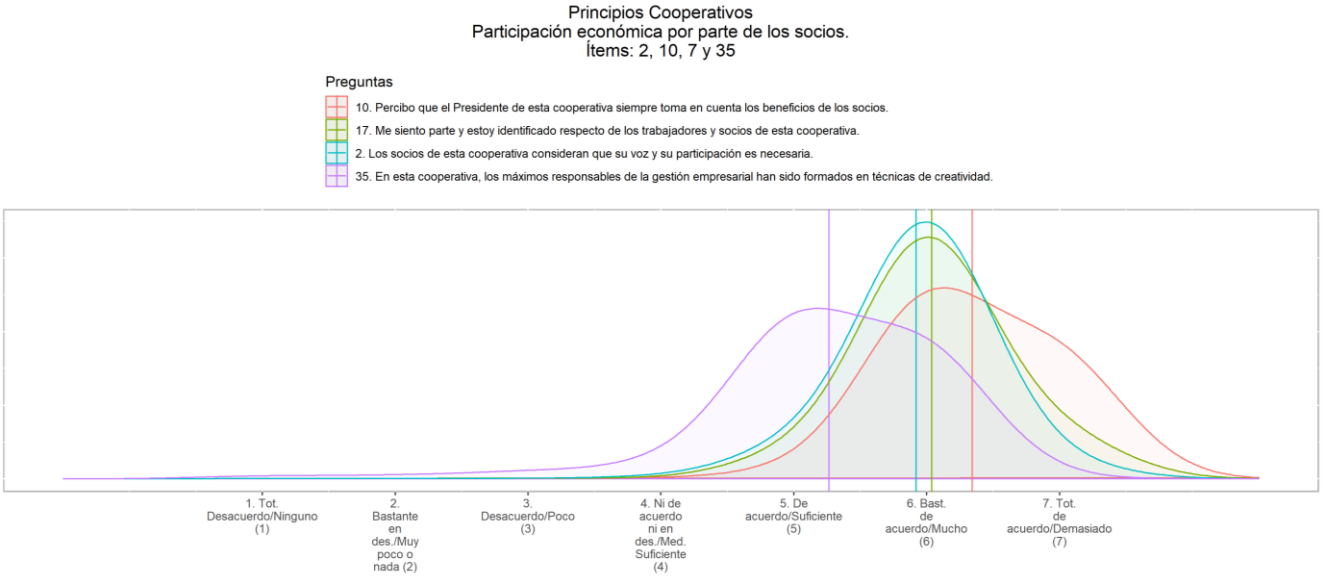
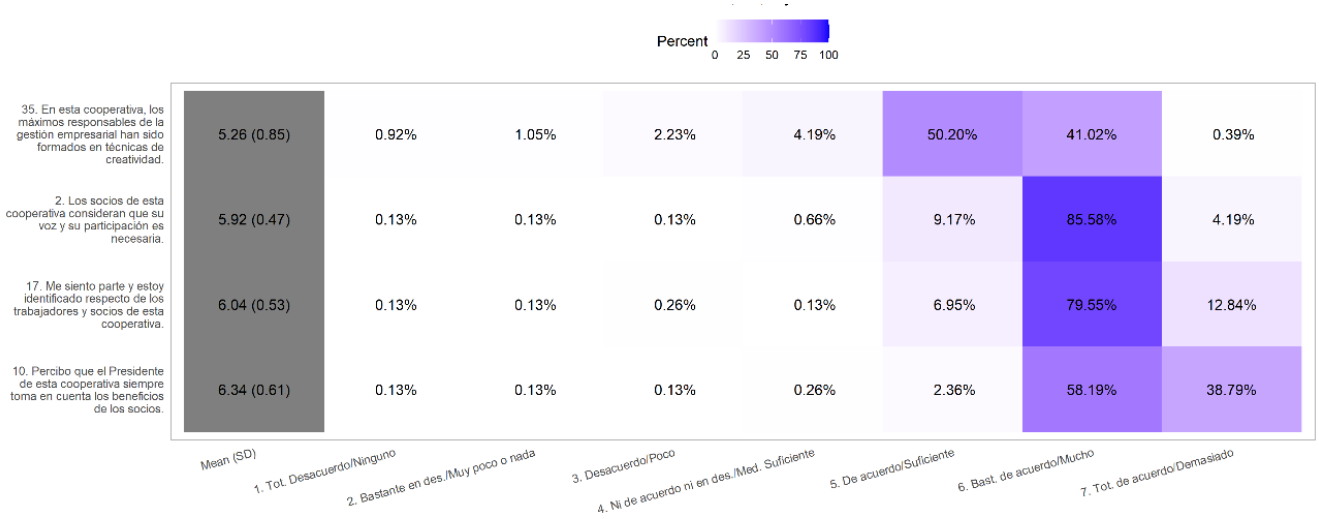


Figura 74. Gráfico HeatMap. Principio cooperativo: Participación económica por parte de los socios. Ítems 2, 10, 17 y 35.



4.1.4.1. Segmentación pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

Figura 75. Gráfico Barplot. Principio cooperativo: Participación económica por parte de los socios. Ítems 2, 10, 17 y 35. Segmentación según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

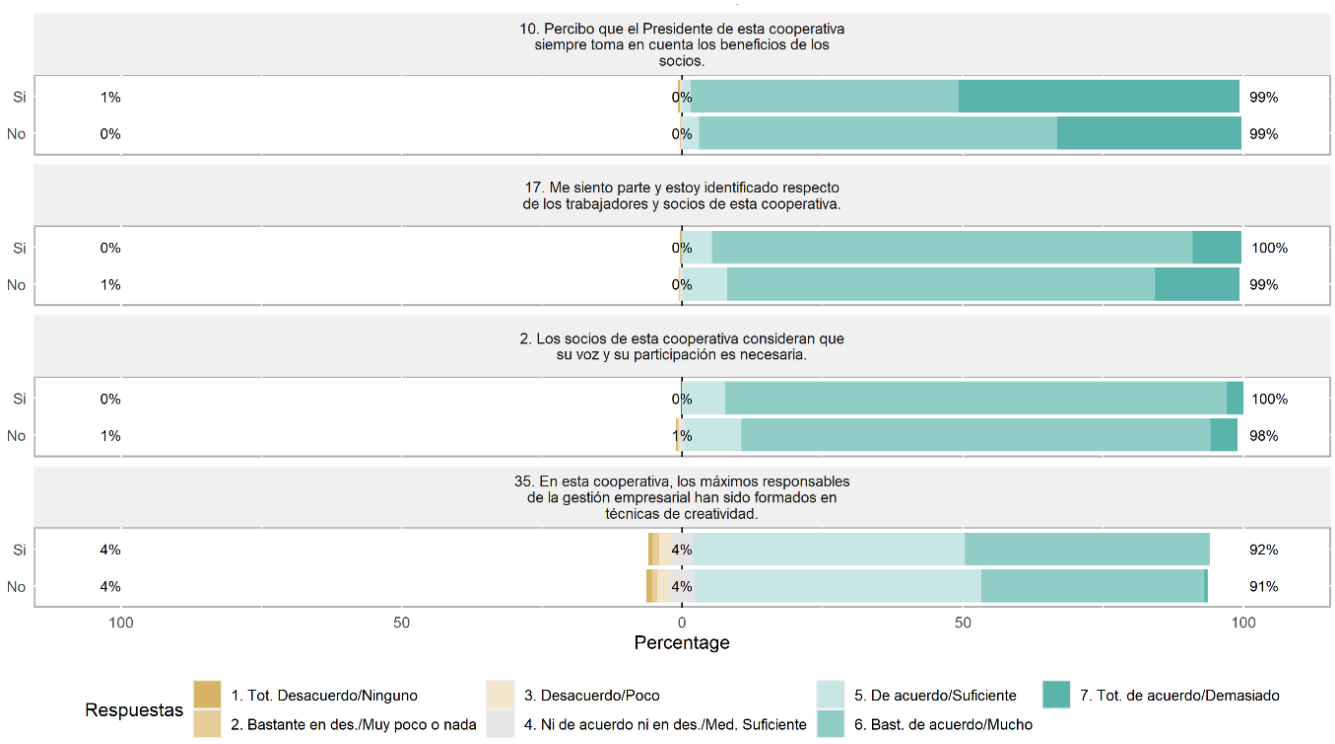
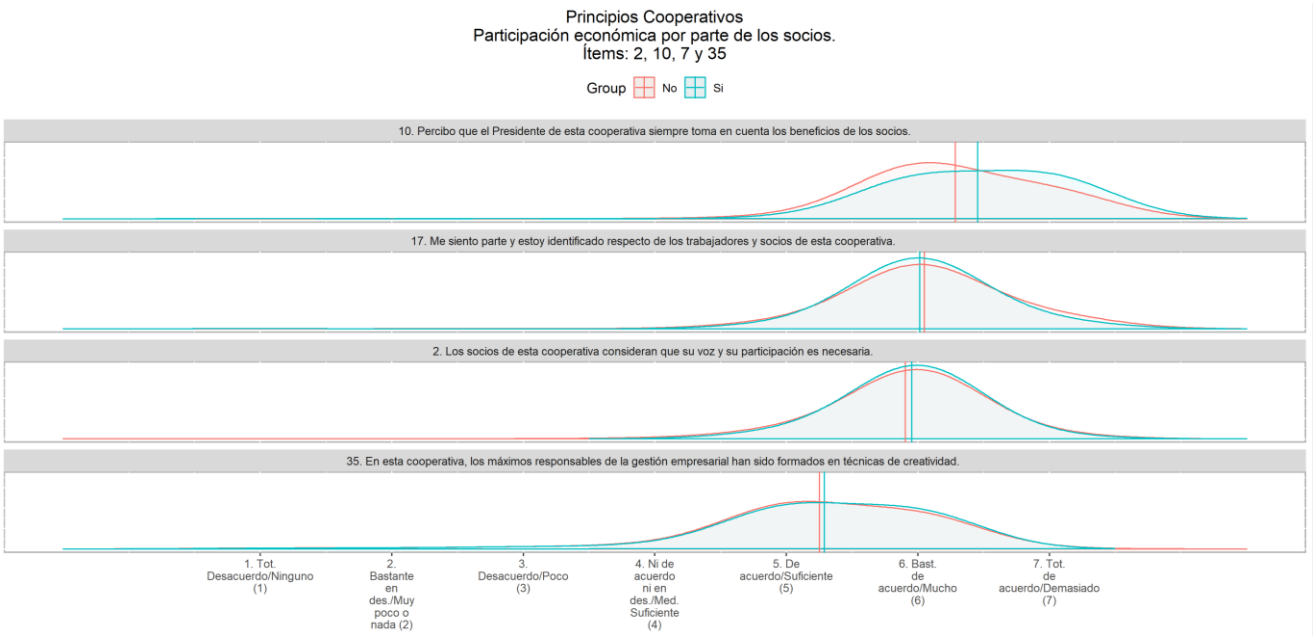


Figura 76. Gráfico Densidad. Principio cooperativo: Participación económica por parte de los socios. Ítems 2, 10, 17 y 35. Segmentación según pertenencia a la Comarca.



4.1.5. Principio Cooperativo 4 "Autonomía e independencia".

Figura 77. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Principio cooperativo: Autonomía e independencia. Ítems 9 y 50.

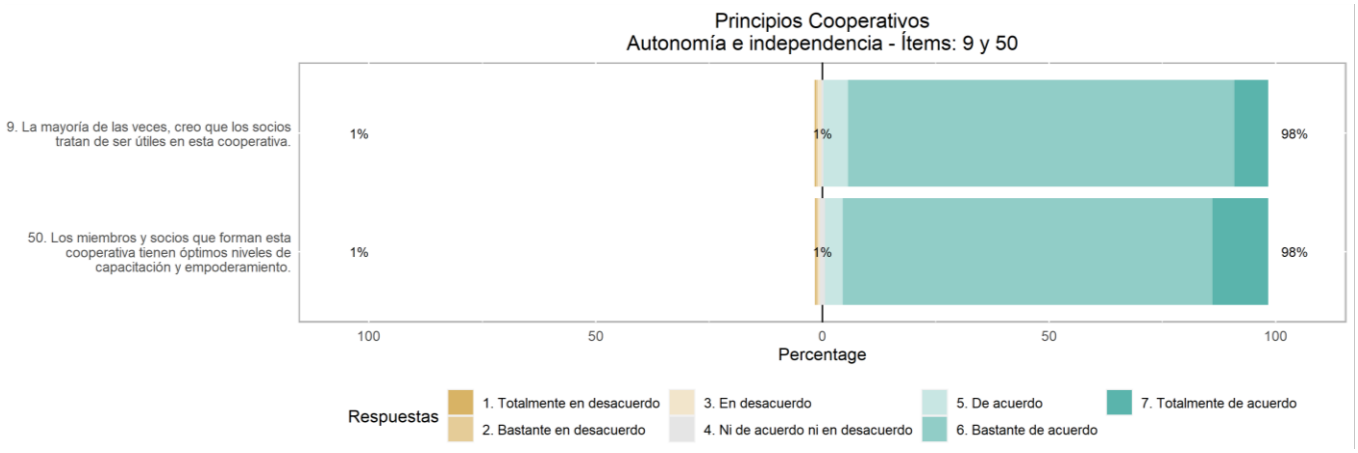


Figura 78. Gráfico densidad ítems superpuestos. Principio cooperativo: Autonomía e independencia. Ítems 9 y 50.

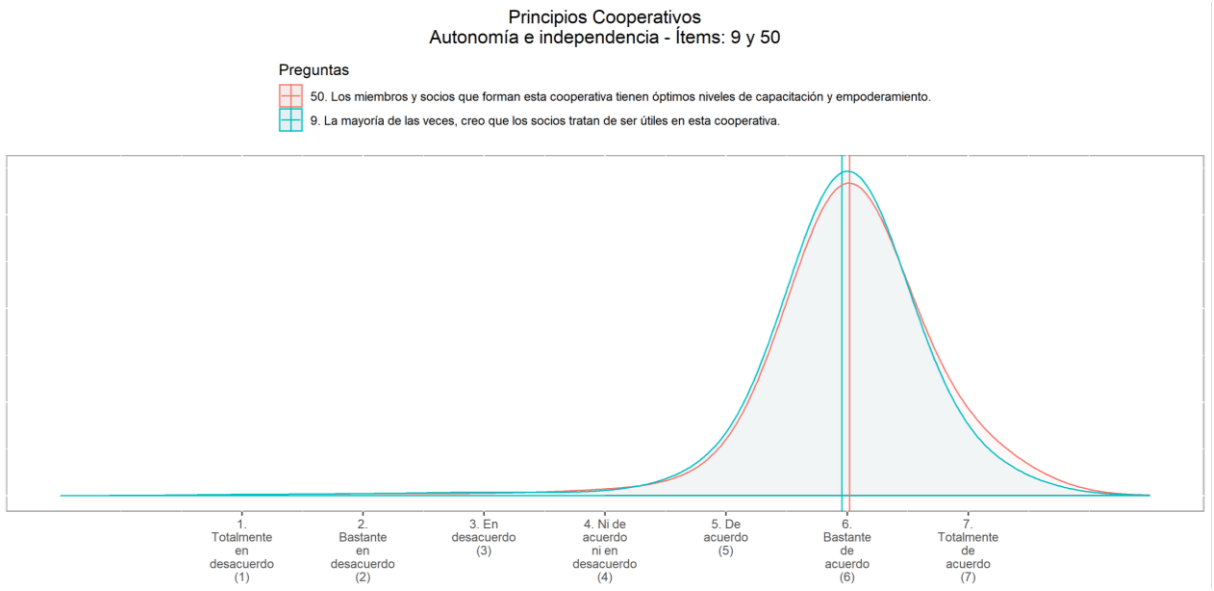
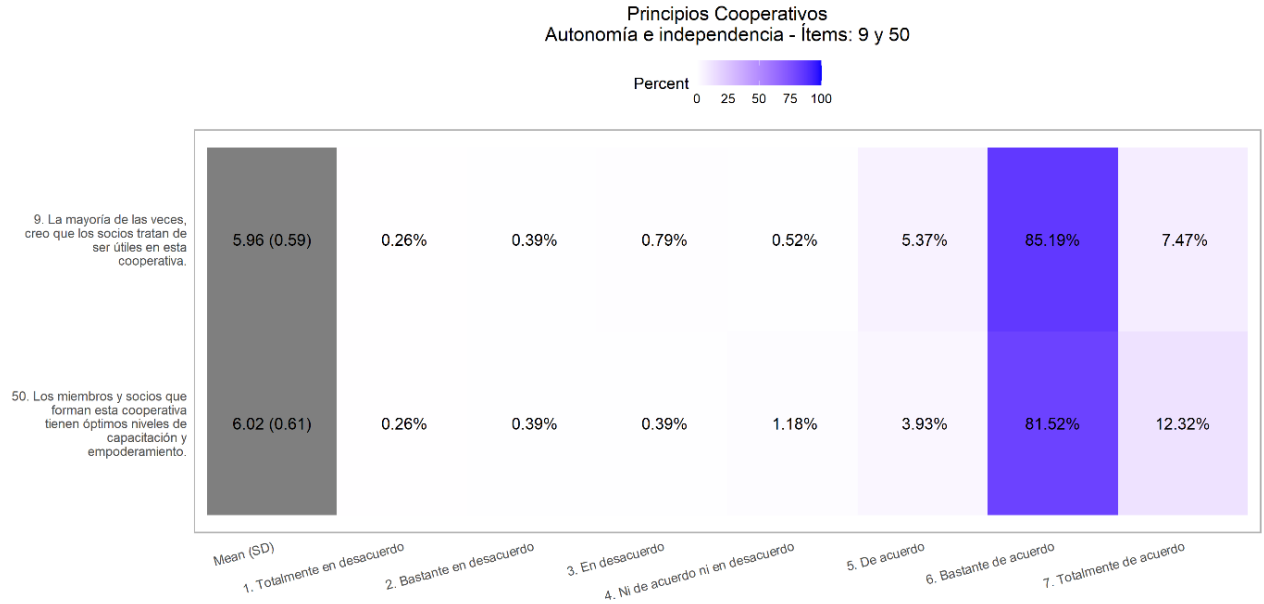


Figura 79. Gráfico HeatMap. Principio cooperativo: Autonomía e independencia. Ítems 9 y 50.



4.1.5.1. *Segmentación pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.*

Figura 80. Gráfico Barplot. Principio cooperativo: Autonomía e independencia. Ítems 9 y 50. Segmentación según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

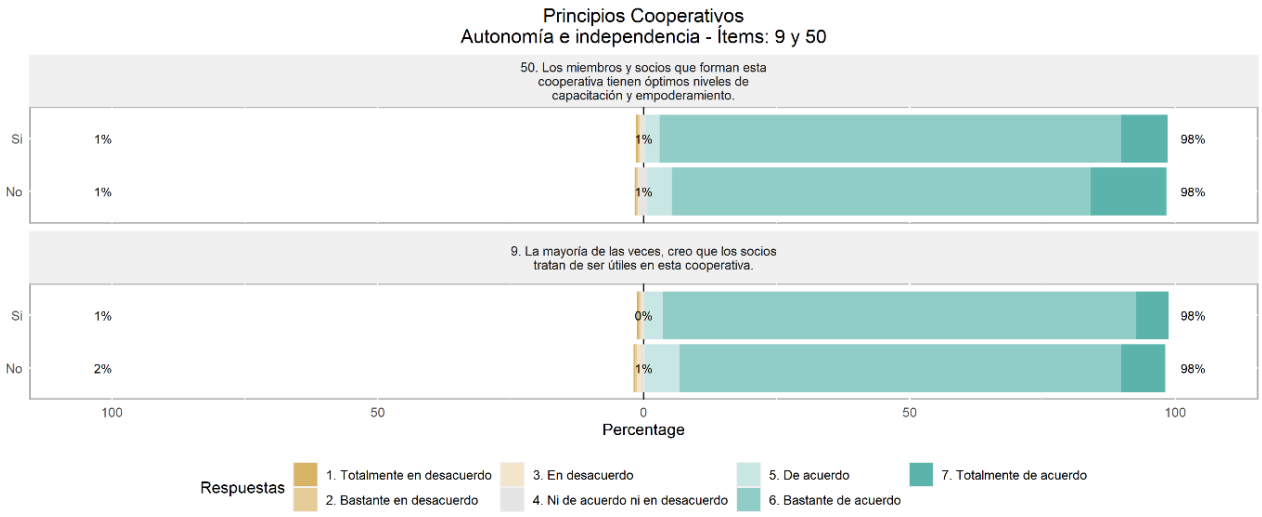
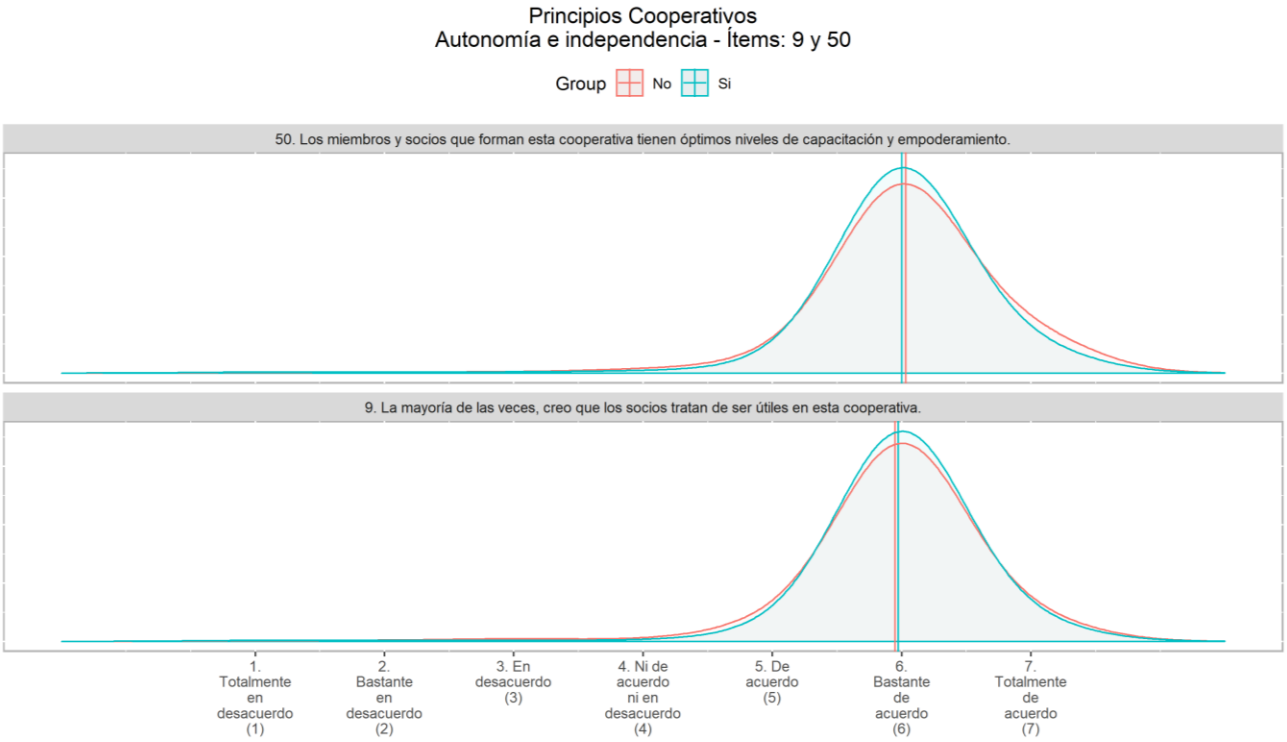


Figura 81. Gráfico Densidad. Principio cooperativo: Autonomía e independencia. Ítems 9 y 50. Segmentación según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.



4.1.6. Principio Cooperativo 5 "Educación, formación e información".

Figura 82. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Principio cooperativo: Autonomía e independencia. Ítems 9 y 50.

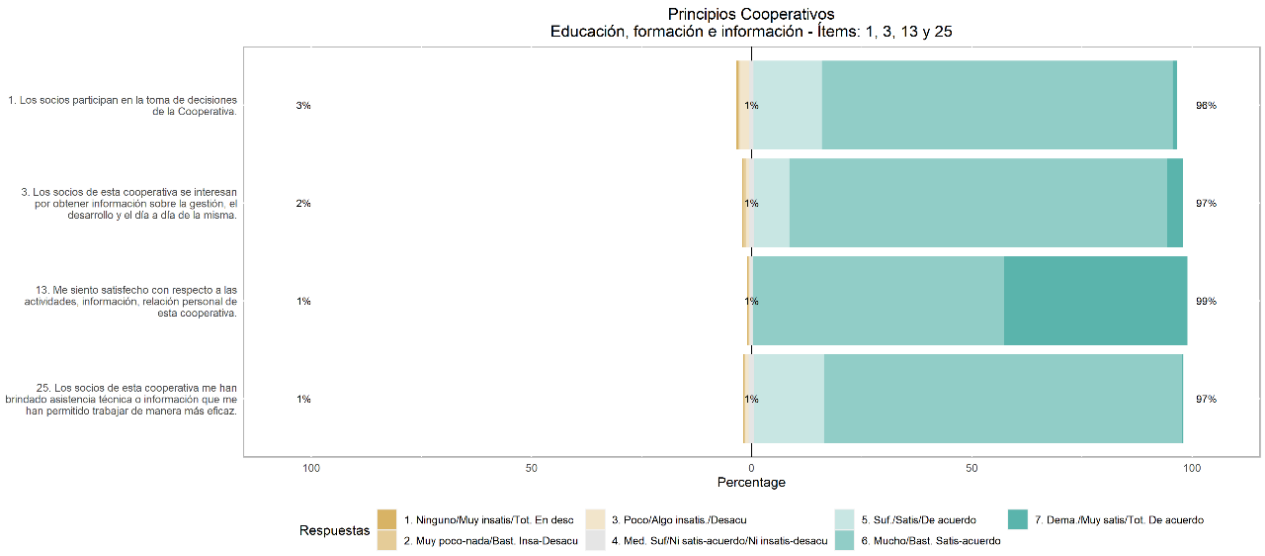


Figura 83. Gráfico densidad ítems superpuestos. Principio cooperativo: Autonomía e independencia. Ítems 9 y 50.

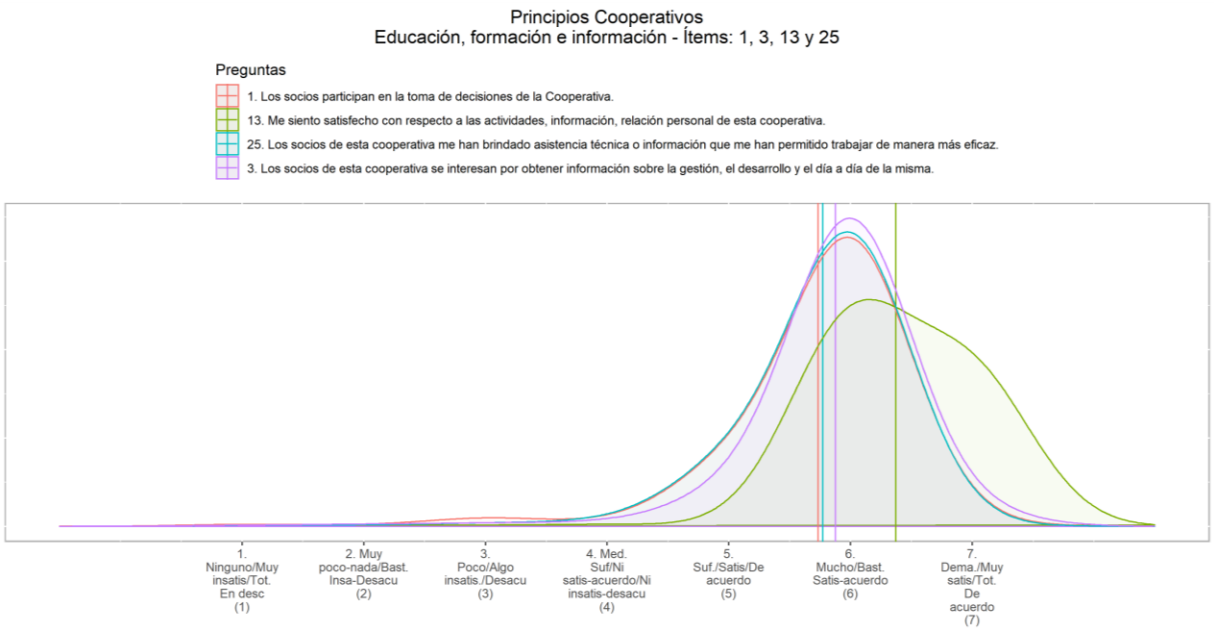
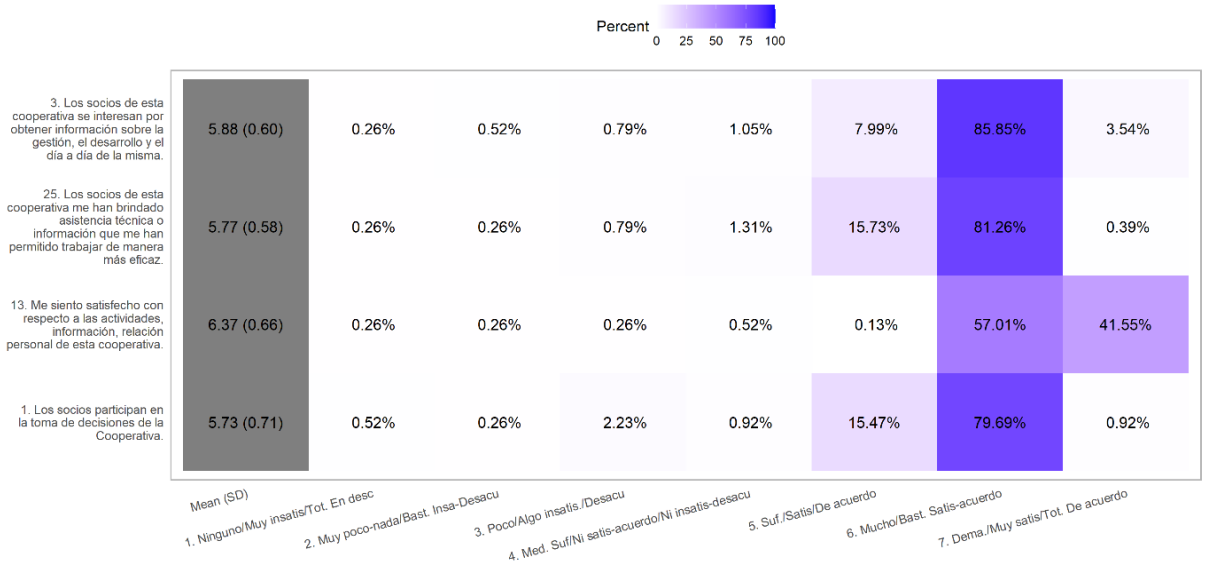


Figura 84. Gráfico HeatMap. Principio cooperativo: Autonomía e independencia. Items 9 y 50.



4.1.6.1. *Segmentación pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.*

Figura 85. Gráfico Barplot. Principio cooperativo: Autonomía e independencia. Ítems 9 y 50. Según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

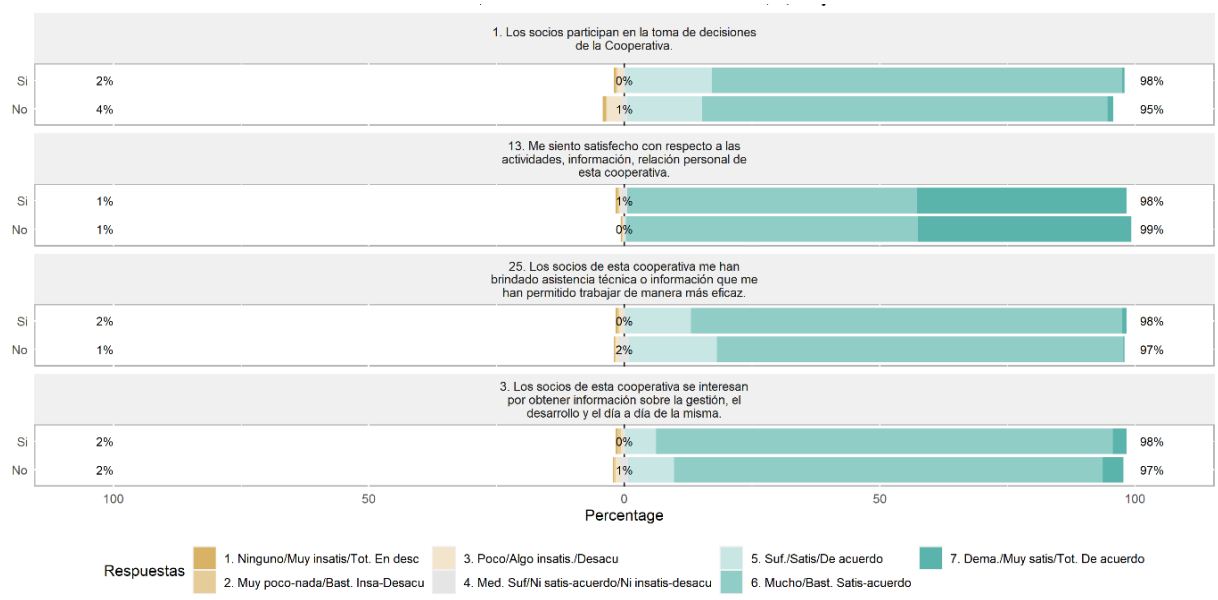
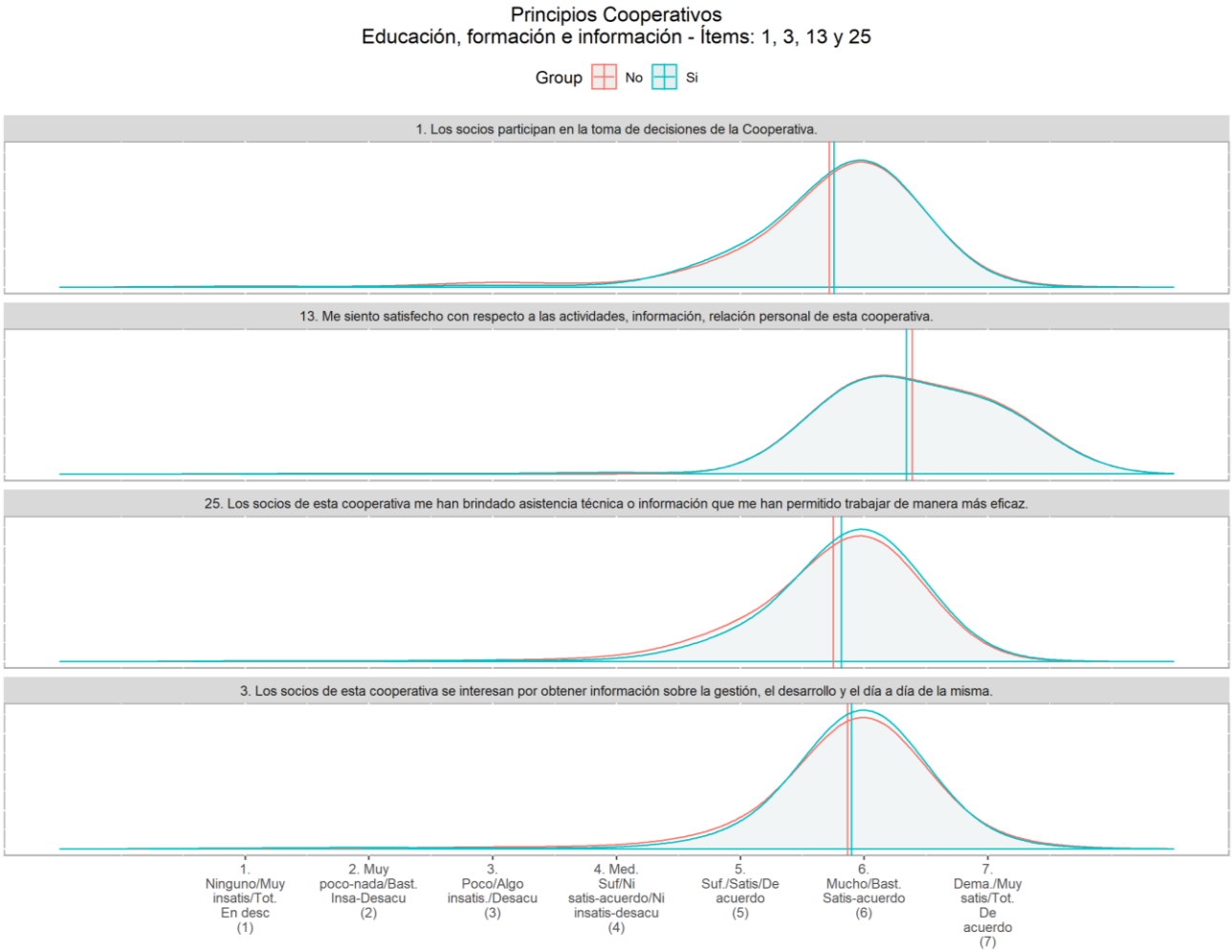


Figura 86. Gráfico Densidad. Principio cooperativo: Autonomía e independencia. Ítems 9 y 50. Segmentación según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.



4.1.7. Principio Cooperativo 6 "Intercooperación".

Figura 87. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Principio cooperativo: Intercooperación. Ítems 31, 38, 39, 44, 46 y 47.

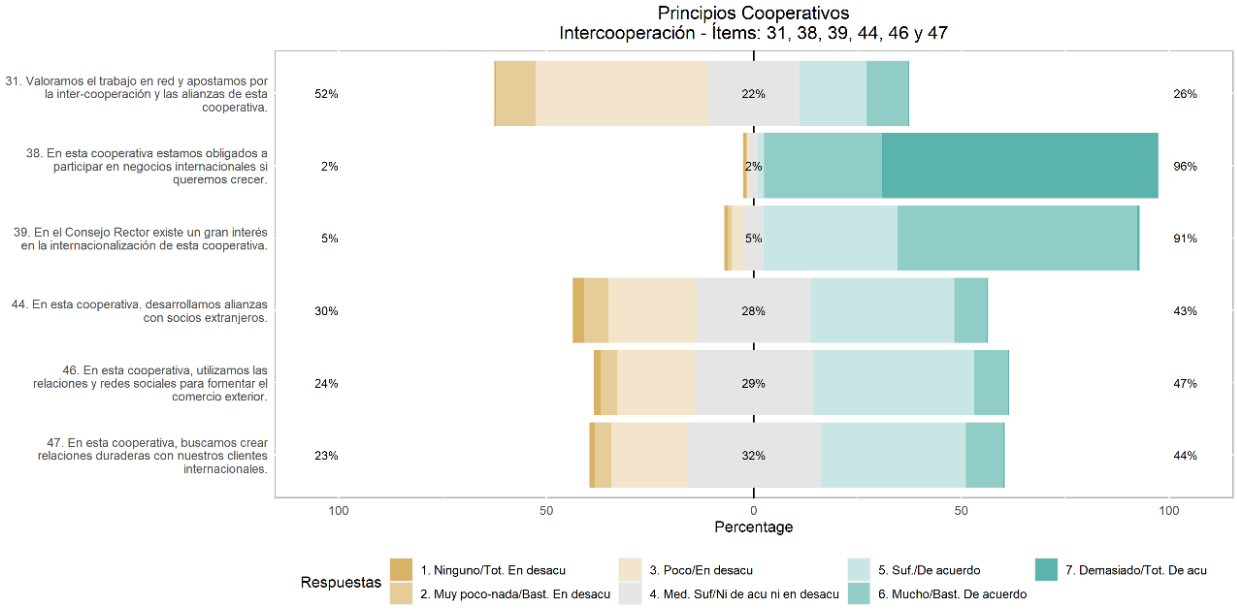


Figura 88. Gráfico densidad ítems superpuestos. Principio cooperativo: Intercooperación. Ítems 31, 38, 39, 44, 46 y 47.

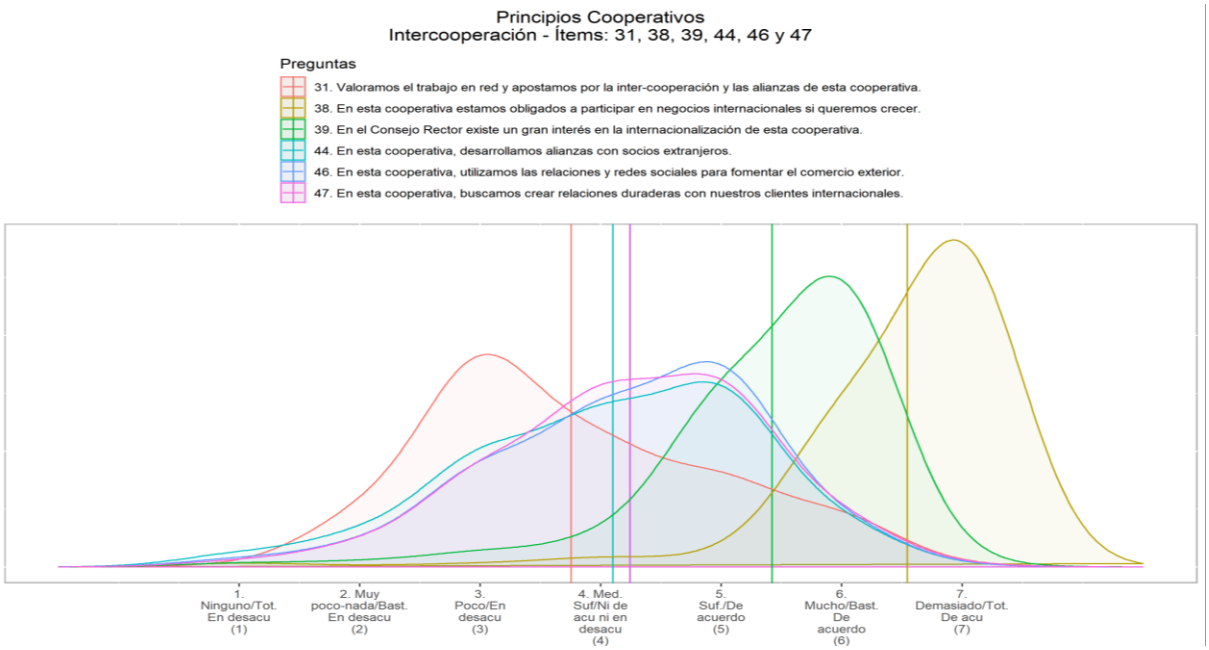
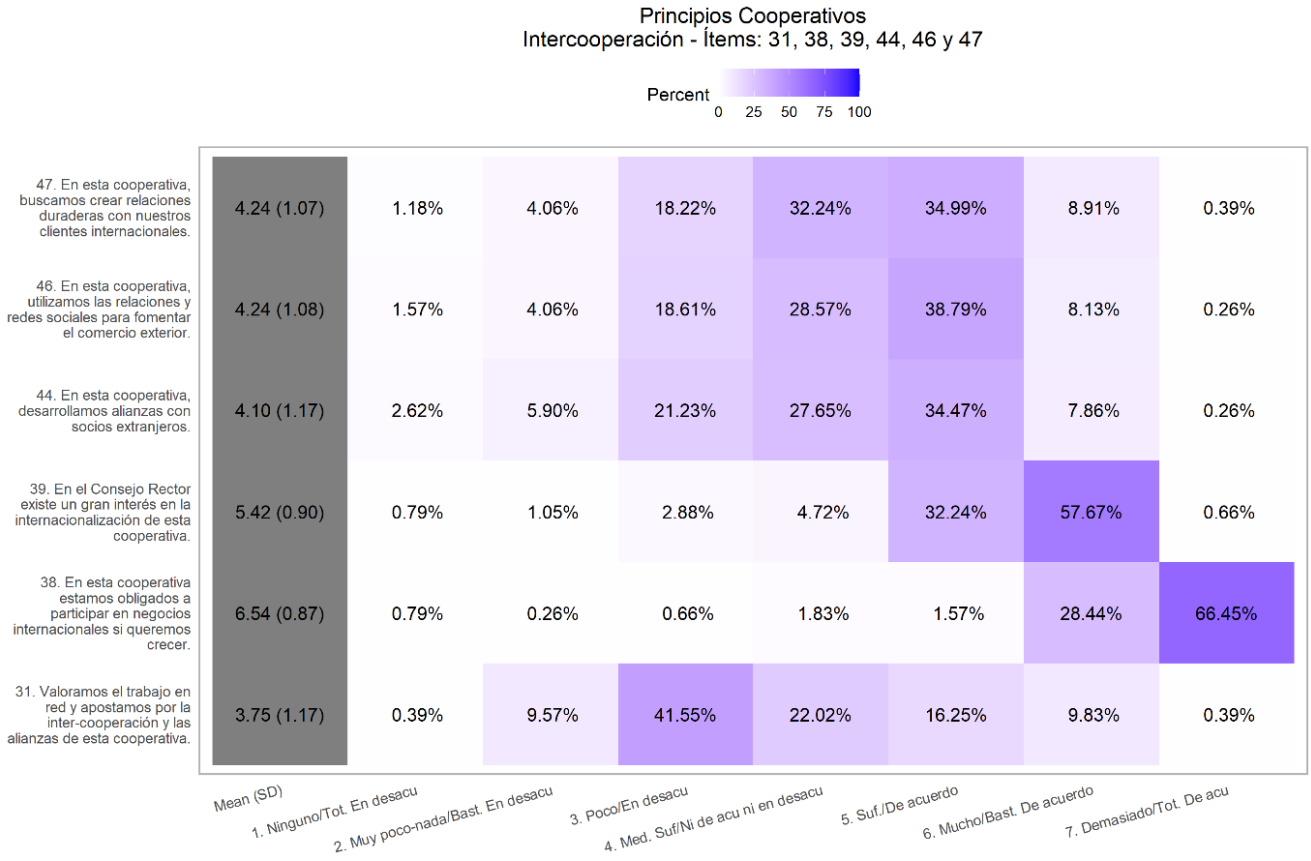


Figura 89. Gráfico HeatMap. Principio cooperativo: Intercooperación. Ítems 31, 38, 39, 44, 46 y 47.



4.1.7.1. Segmentación pertenencia a la Comarca.

Figura 90. Gráfico Barplot. Principio cooperativo: Intercooperación. Ítems 31, 38, 39, 44, 46 y 47. Segmentación según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

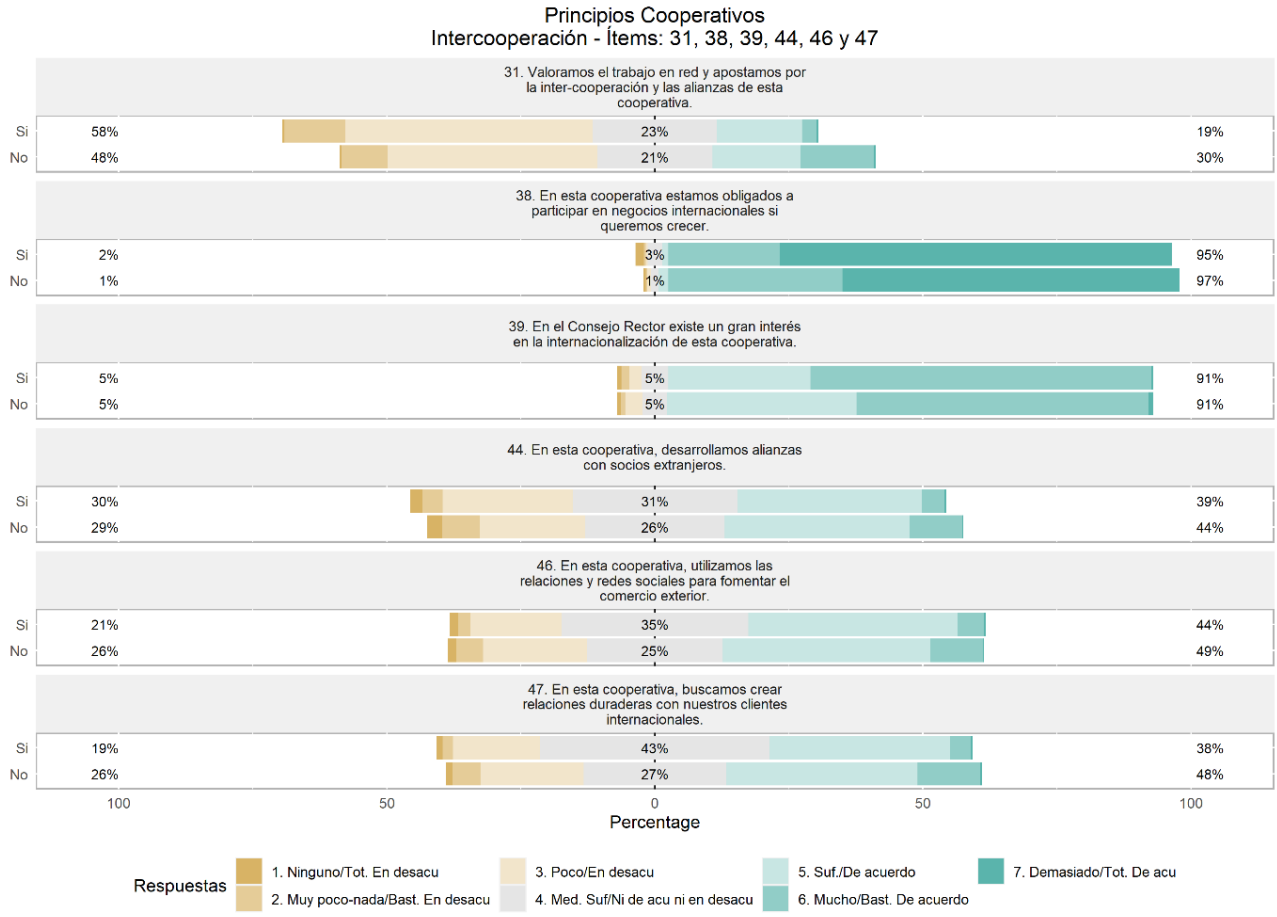
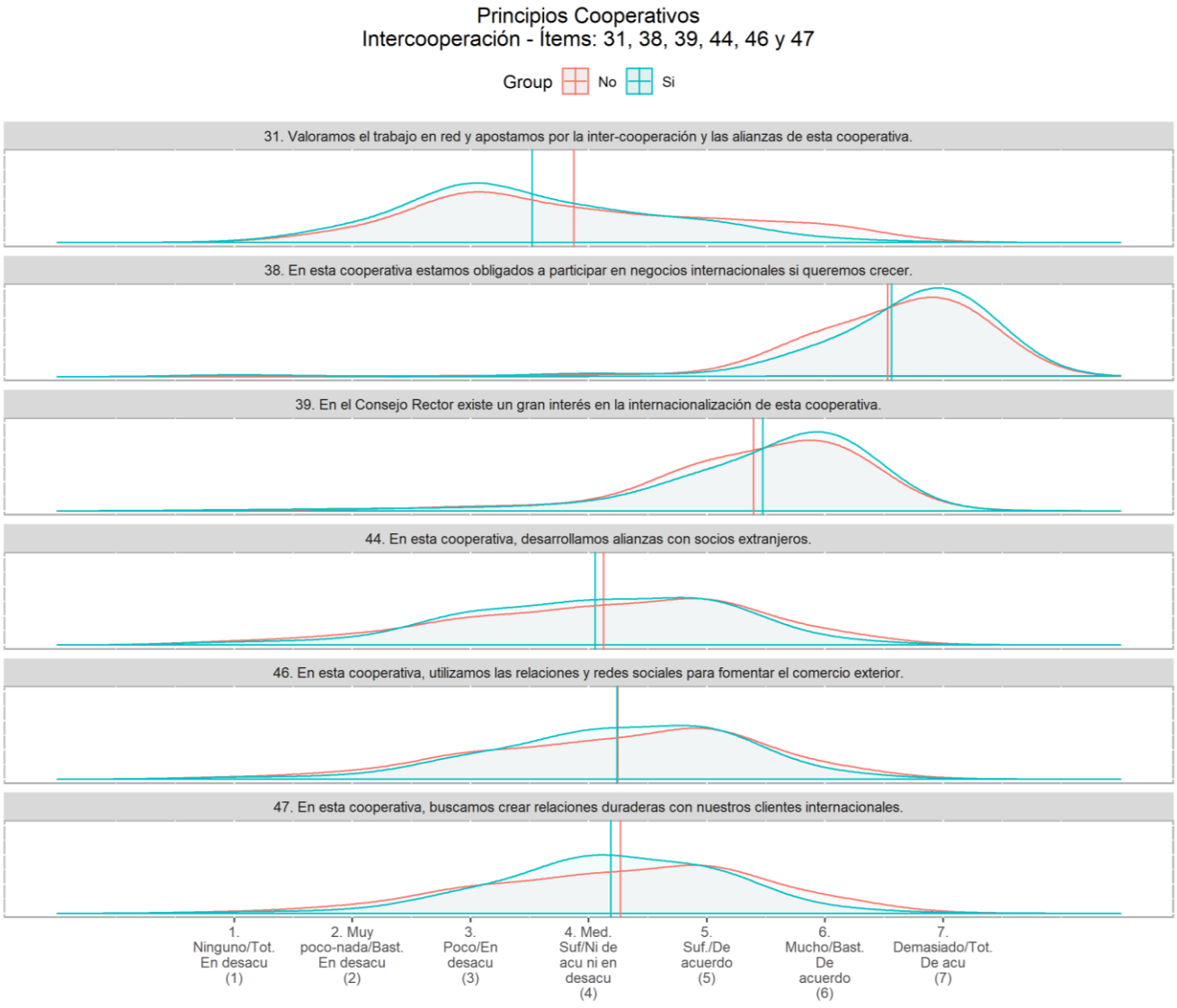


Figura 91. Gráfico Densidad. Principio cooperativo: Intercooperación. Ítems 31, 38, 39, 44, 46 y 47. Segmentación según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.



4.1.8. Principio Cooperativo “7 Interés por la comunidad donde están implantadas”.

Figura 92. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Principio cooperativo: Interés por la comunidad donde están implantas. Ítems 14, 27 y 49.

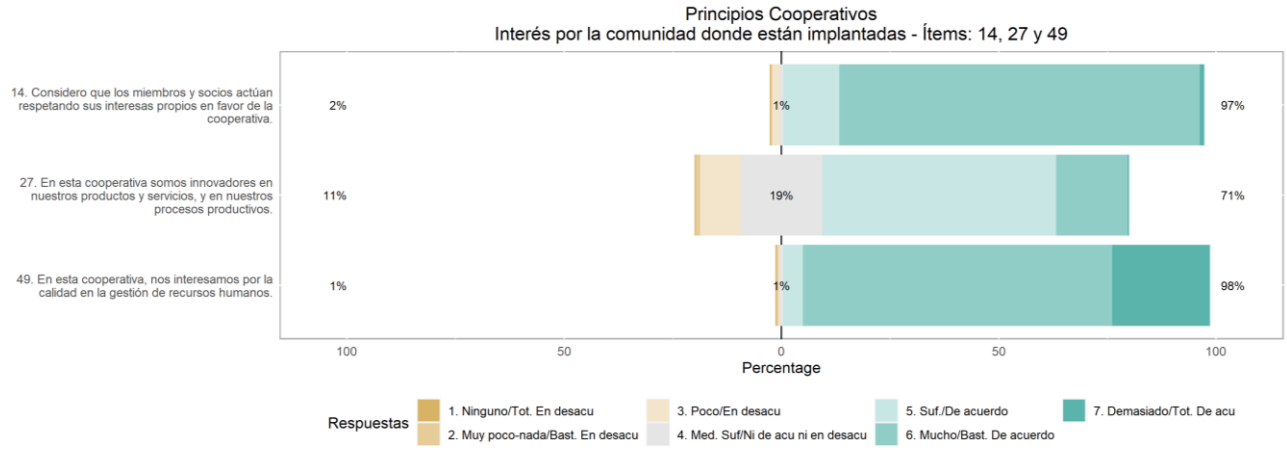


Figura 93. Gráfico densidad ítems superpuestos. Principio cooperativo: Interés por la comunidad donde están implantas. Ítems 14, 27 y 49.

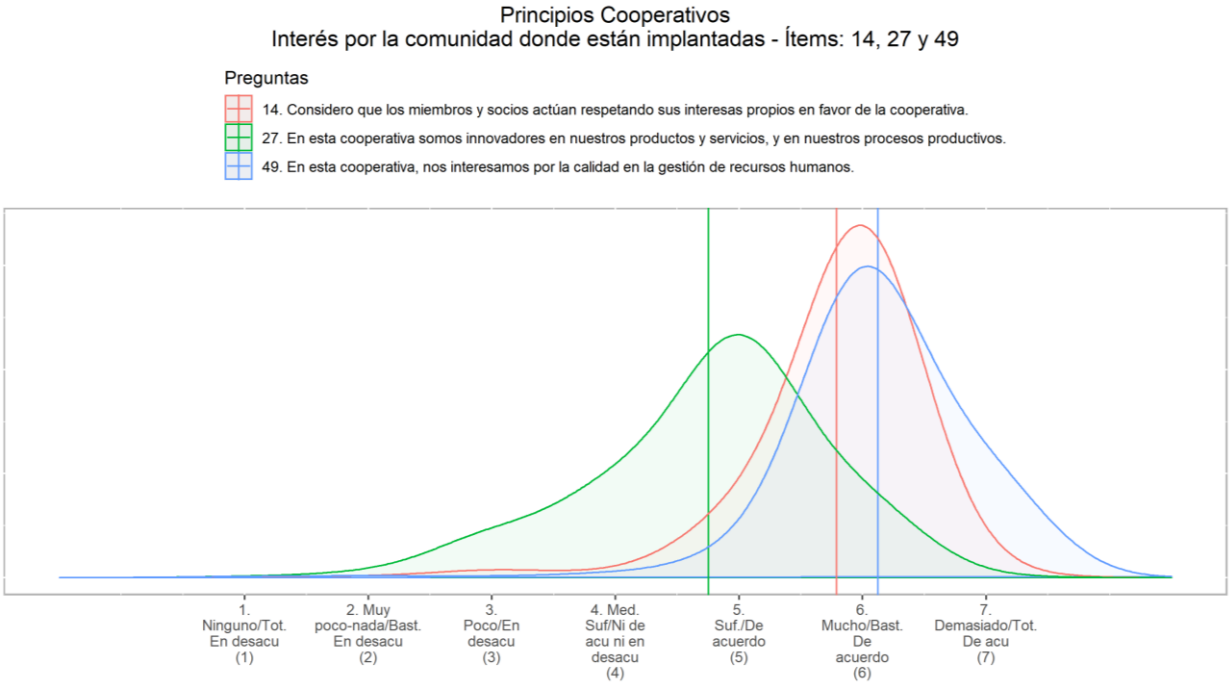
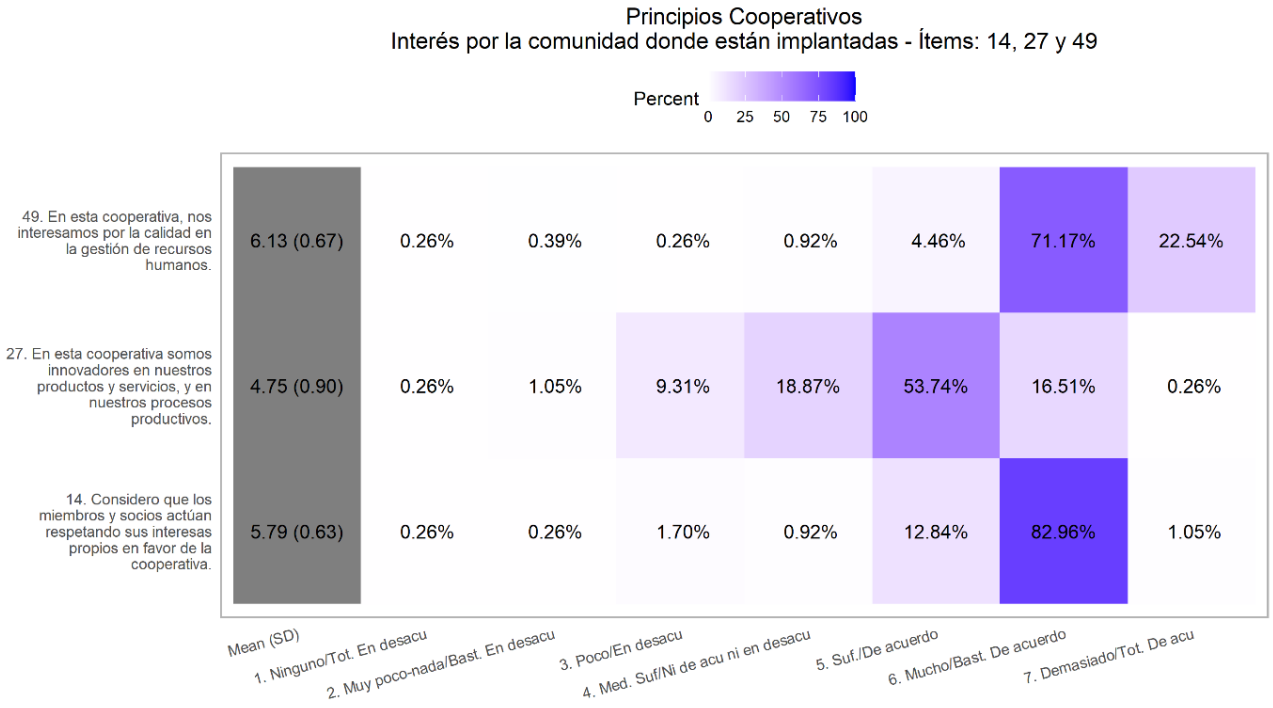


Figura 94. Gráfico HeatMap. Principio cooperativo: Interés por la comunidad donde están implantas. Ítems 14, 27 y 49.



4.1.8.1. Segmentación pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

Figura 95. Gráfico Barplot. Principio cooperativo: Interés por la comunidad donde están implantas. Ítems 14, 27 y 49. Segmentación según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

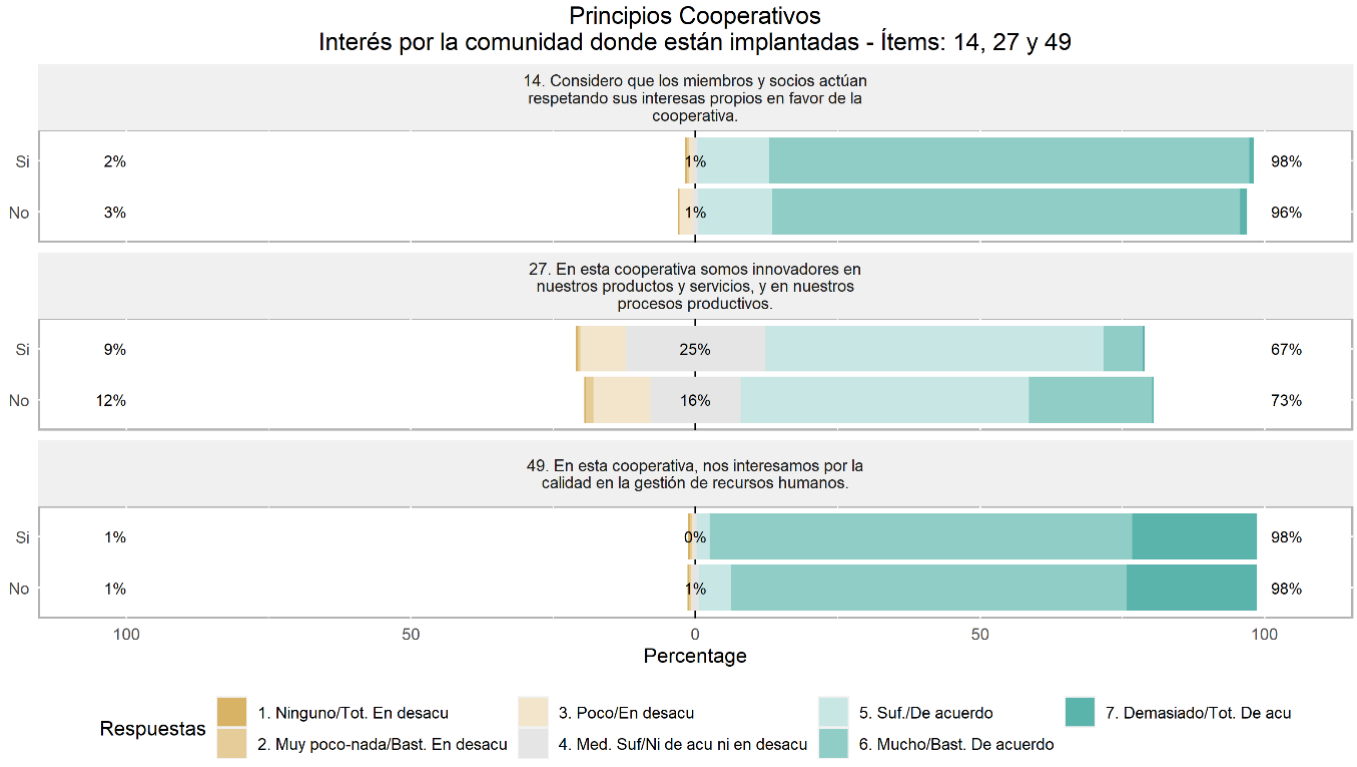
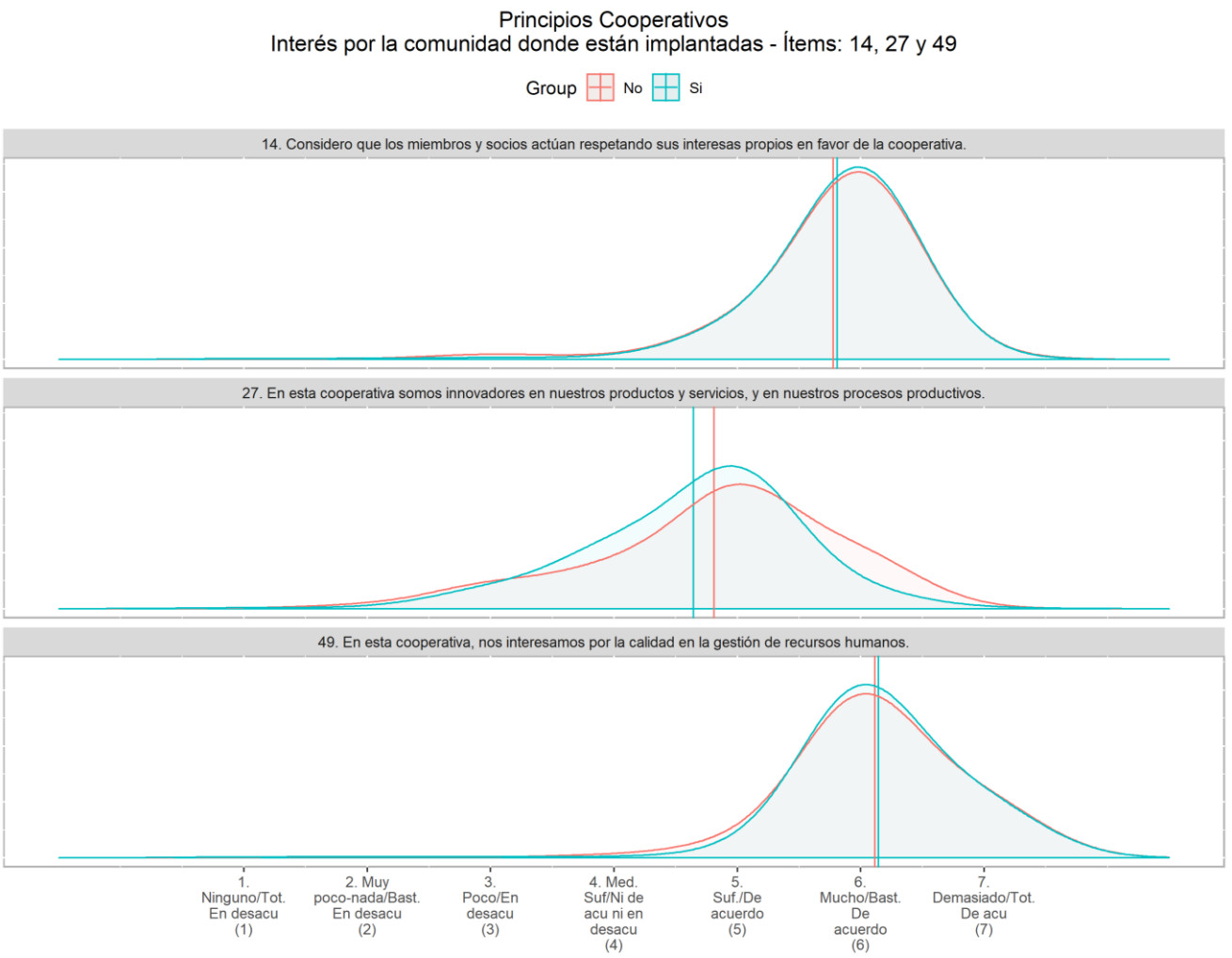


Figura 96. Gráfico Densidad. Principio cooperativo: Interés por la comunidad donde están implantas. Ítems 14, 27 y 49Segmentación según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.



4.2. Hipótesis 2. Valores cooperativos.

Las cooperativas se basan en los valores de ayuda mutua, responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad. Siguiendo la tradición de sus fundadores, sus miembros creen en los valores éticos de honestidad, transparencia, responsabilidad social y preocupación por los demás.

Con ello, la ACI, recoge los valores en dos grupos:

Tabla 52. Hipótesis 2. Valores cooperativos. Grupos valores.

VALORES COOPERATIVOS				
Grupo 1 Valores Operativos			**Grupo 2 Valores Eticos**	
V1	Autoayuda		**V7**	Honestidad
V2	Autorresponsabilidad		**V8**	Transparencia
V3	Democracia		**V9**	Responsabilidad Social
V4	Igualdad		**V10**	Vocación Social
V5	Equidad			
V6	Solidaridad			

- **Valores operativos.**

Tabla 53. Hipótesis 2. Valores operativos. Relaciones variables independientes con dependientes.

Variable D	Variable I		Variable D	Variable I
4	V3		**23**	V1
5	V6		**24**	V1
11	V2		**26**	V2
15	V6		**30**	V2
20	V4		**56**	V2
21	V4		**57**	V5
22	V6		**58**	V5
V1 – Afirmación: 23 y 24			V4 – Afirmación: 20 y 21	
V2 – Afirmación: 11, 26, 30, 56			V5 – Afirmación: 57 y 58.	
V3 – Afirmación: 4			V6 – Afirmación: 5, 15 y 22	

- **Valores éticos.**

Tabla 54. Hipótesis 2. Valores éticos. Relaciones variables independientes con dependientes.

Variable D	Variable I		Variable D	Variable I
3	V8		**22**	V10
11	V7		**30**	V9
14	V7		**56**	V8
20	V10		**58**	V9
21	V10			
V7 – Afirmación: 11 y 14			V9 – Afirmación: 30 y 58	
V8 – Afirmación: 3 y 56			V10 – Afirmación: 20, 21 y 22	

4.2.1. Análisis factorial.

1º. Calculo alfa de Cronbach ítems seleccionados.

Explicación: El coeficiente *alfa de Cronbach* nos sirve para conocer la consistencia interna de un cuestionario, se basa en el promedio de las correlaciones entre los distintos ítems. Es un coeficiente que oscila entre 0 y 1, cuanto más próximo se encuentre a 1, más consistentes serán los ítems entre sí.

Debemos de tener en cuenta que a mayor longitud *-número de elementos-* que posea el cuestionario, mayor será el alfa.

Como se puede observar en la Tabla 53, la selección de ítems para la consecución del primer objetivo obtiene un valor de .878, lo que es un valor muy próximo a uno, por lo que podemos decir que la selección de ítems presenta una consistencia interna óptima para el estudio factorial.

Tabla 55. Estadísticos de fiabilidad. Hipótesis 1. Principios cooperativos.

Hipótesis 1	***Alfa***	***Alfa est***	***Nº elementos***
Principios cooperativos	*.866*	*897*	*23*

4.2.2. Calculo correlaciones ítems seleccionados.

En la Tabla 56, que se muestra a continuación, se presenta la matriz de correlaciones para los ítems seleccionados para la hipótesis 2. Nos permite comparar las correlaciones que existen entre las respuestas otorgadas para el conjunto de encuestados.

Algunas correlaciones, fuera de la diagonal principal, se corresponden a 1.00, sería una correlación perfecta, esto se debe a que en algunos casos un mismo ítem es utilizado en distintos valores cooperativos y la correlación de un mismo ítem consigo mismo es siempre de 1.00.

Entre el ítem 23 y el 24, existe una alta correlación (.78), posteriormente ambos parecen tener una respuesta similar en los encuestados de forma general. Además, la matriz nos permite comparar los ítems fuera del valor cooperativo en cuestión, por ejemplo, el ítem 23, tiene una correlación de .66 con el ítem 26, de .54 con el ítem 3, .46 para los ítems 5 y 15.

Para el resto de los valores y constructos, la explicación y justificación es similar. Para tener en cuenta que la correlación I23-I24 es la misma que I24-I23, por eso, los resultados por encima de la diagonal principal son los mismos que los que están por debajo de la misma.

Tabla 56. Matriz correlaciones ítems seleccionados para la hipótesis 2.

	I23	*I24*	*I11*	*I26*	*I30*	*I56*	*I4*	*I20*	*I21*	*I57*	*I58*	*I5*	*I15*	*I22*	*I11*	*I14*	*I3*	*I56*	*I30*	*I58*	*I20*	*I21*	*I22*
I23	1.00	.78**	.28**	.66**	.35**	.28**	.48**	.16**	-.17**	.37**	.39**	.46**	.46**	.24**	.28**	.54**	.51**	.28**	.35**	.39**	.16**	-.17**	.23**
I24	.78**	1.00	.36**	.66**	.41**	.33**	.54**	.22**	-.07	.44**	.46**	.51**	.51**	.27**	.36**	.58**	.54**	.33**	.41**	.46**	.22**	-.07	.27**
I11	.28**	.36**	1.00	.29**	.34**	.48**	.30**	.08*	0.01	.36**	.35**	.27**	.33**	.15**	1.00**	.28**	.36**	.48**	.34**	.35**	.08*	.01	.15**
I26	.66**	.66**	.29**	1.00	.36**	.20**	.41**	.17**	-.16**	.28**	.34**	.37**	.44**	.21**	.29**	.53**	.46**	.20**	.36**	.34**	.17**	-.16**	.21**
I30	.35**	.41**	.34**	.36**	1.00	.32**	.37**	.12**	-.08*	.31**	.34**	.17**	.31**	.11**	.34**	.33**	.29**	.32**	1.00**	.34**	.12**	-.08*	.12**
I56	.28**	.33**	.48**	.20**	.32**	1.00	.27**	.15**	.05	.61**	.55**	.31**	.31**	.21**	.48**	.270**	.31**	1.00**	.32**	.55**	.15**	.05	.21**
I4	.48**	.54**	.30**	.41**	.37**	.27**	1.00	.23**	-.04	.34**	.35**	.41**	.45**	.17**	.30**	.38**	.57**	.27**	.37**	.35**	.23**	-0.04	.17**
I20	.16**	.22**	.08*	.17**	.12**	.15**	.23**	1.00	-.08*	.23**	.23**	.22**	.18**	.32**	.08*	.24**	.25**	.15**	.120**	.23**	1.00**	-.08*	.32**
I21	-.17**	-.07	.01	-.16**	-.08*	.05	-.04	-.08*	1.00	-.07	-.08*	-.14**	-.08*	-.30**	.01	-.08*	-.06	.05	-.08*	-.08*	-.08*	1.00**	-.30**
I57	.37**	.44**	.36**	.28**	.31**	.61**	.34**	.23**	-.07	1.00	.87**	.43**	.36**	.23**	.36**	.35**	.38**	.61**	.31**	.87**	.23**	-.07	.23**
I58	.39**	.46**	.35**	.34**	.34**	.55**	.35**	.23**	-.06*	.87**	1.00	.43**	.38**	.23**	.35**	.40**	.42**	.55**	.34**	1.00**	.23**	-.08*	.23**
I5	.46**	.51**	.27**	.37**	.16**	.31**	.41**	.22**	-.14**	.43**	.43**	1.00	.42**	.31**	.27**	.43**	.49**	.31**	.17**	.43**	.22**	-.14**	.31**
I15	.46**	.51**	.33**	.44**	.31**	.31**	.45**	.18**	-.0*	.36**	.38**	.42**	1.00	.20**	.33**	.47**	.49**	.31**	.31**	.37**	.18**	-.08*	.20**
I22	.24**	.27**	.15**	.21**	.12**	.21**	.17**	.32**	-.30**	.23**	.23**	.31**	.20**	1.00	.15**	.24**	.20**	.21**	.12**	.23**	.32**	-.30**	1.00**
I11	.28**	.36**	1.00**	.29**	.34**	.48**	.30**	.08*	.01	.36**	.35**	.27**	.33**	.15**	1.00	.28**	.36**	.48**	.34**	.35**	.08*	.01	.15**
I14	.54**	.58**	.26**	.53**	.33**	.27**	.38**	.24**	-.08*	.35**	.40**	.43**	.47**	.24**	.28**	1.00	.46**	.27**	.33**	.40**	.24**	-.08*	.24**
I3	.54**	.54**	.36**	.46**	.29**	.31**	.57**	.25**	-.06	.38**	.42**	.49**	.49**	.20**	.36**	.46**	1.00	.31**	.29**	.42**	.25**	-.06	.20**
I56	.28**	.33**	.48**	.20**	.32**	1.00**	.27**	.15**	.05	.61**	.55**	.31**	.31**	.21**	.48**	.27**	.31**	1.00	.32**	.55**	.15**	.05	.21**
I30	.35**	.41**	.34**	.36**	1.00**	.32**	.37**	.12**	-.08*	.31**	.34**	.17**	.31**	.12**	.34**	.33**	.29**	.32**	1.00	.34**	.12**	-.08*	.12**
I58	.39**	.46**	.35**	.34**	.34**	.55**	.35**	.23**	-.08*	.87**	1.00**	.43**	.38**	.23**	.35**	.40**	.42**	.55**	.34**	1.00	.23**	-.08*	.23**
I20	.16**	.22**	.08*	.17**	.12**	.15**	.23**	1.00**	-.08*	.23**	.23**	.22**	.18**	.32**	.08*	.24**	.25**	.15**	.12**	.23**	1.00	-.08*	.32**
I21	-.17**	-.07	.01	-.16**	-.08*	.05	-.04	-.08*	1.00**	-.07	-.08*	-.14**	-.08*	-.30**	.01	-.08*	-.06	.05	-.08*	-.08*	-.08*	1.00	-.30**
I22	.24**	.27**	.15**	.21**	.12**	.21**	.17**	.32**	-.30**	.23**	.23**	.31**	.20**	1.00**	.15**	.24**	.20**	.21**	.12**	.23**	.32**	-.30**	1.00

** Significativo (p<.05). ** Altamente significativo (p<.01)*

A continuación, en la Tabla 57 se presenta un resumen de las medidas de posición obtenidas, diferenciando según cada principio cooperativo.

Tabla 57: Tabla medida posición y dispersión según principios cooperativos. Resultado General.

VALORES COOPERATIVOS	Media	Desv. Est.
Valor operativo 1 - Autoayuda		
I6.1 - 23. Considero que los miembros de esta cooperativa, conocen el objetivo común de la misma.	5.83	.55
I6.2 - 24. Pienso que los miembros de esta cooperativa luchan por el objetivo común de la misma.	5.81	.58
GENERAL VALOR COOPERATIVO	5.82	.57
Valor operativo 2 - Autorresponsabilidad		
I2.7 - 11. Considero que la Asamblea de esta cooperativa no duda de mi lealtad y compromiso de los socios.	6.06	.34
I8.1 - 26. Considero que en esta cooperativa, nos preocupamos por adaptarnos a los cambios, y dar soluciones nuevas a los problemas de gestión.	5.85	.48
I8.5 - 30. En esta cooperativa, entendemos, actualizamos y ampliamos las prácticas de responsabilidad social.	5.01	.76
I10.8 - 56. Siento que en el Consejo Rector, se impulsa la transparencia de nuestra gestión financiera.	6.08	.43
GENERAL VALOR COOPERATIVO	5.75	.50
Valor operativo 3 - Democracia		
I1.4 - 4. Percibo que todos los socios votan cuando se celebran las Asambleas de la cooperativa.	5.42	.78
Valor operativo 4 - Igualdad		
I5.6 - 20. Considero que hay demasiadas desigualdades sociales en nuestro país.	5.96	.59
I5.7 - 21. Pienso que para que una economía funcione bien, necesariamente debe haber gente rica y pobre.	2.87	.97
GENERAL VALOR COOPERATIVO	4.41	.78
Valor operativo 5 - Equidad		
I10.9 - 57. Pienso que los miembros y socios que forman esta cooperativa, muestran interés en la cohesión de nuestros valores corporativos y cultura.	6.17	.55
I10.10 - 58. En esta cooperativa, considero que promovemos entre los miembros y socios, el conocimiento del mercado, habilidades y experiencia acumulada.	6.17	.57
GENERAL VALOR COOPERATIVO	6.17	.56
Valor operativo 6 – Solidaridad		
I2.1 - 5. Percibo que los socios de la cooperativa reconocen la labor que realizan los directivos del Consejo Rector de la cooperativa.	6.18	.69
I5.1 - 15. Siento que tengo 6 en común con los demás miembros de esta cooperativa.	5.94	.45
I5.8 - 22. Considero que la cooperativa nace como un aspecto de solidaridad y de bien común.	6.39	.70
GENERAL VALOR COOPERATIVO	6.17	.61
Valor ético 7 - Honestidad		
I2.7 - 11. Considero que la Asamblea de esta cooperativa no duda de mi lealtad y compromiso de los socios.	6.06	.34
I4.1 - 14. Considero que los miembros y socios actúan respetando sus interesas propios en favor de la cooperativa.	5.81	.57
GENERAL VALOR COOPERATIVO	5.93	.46

Valor ético 8 – Transparencia		
I1.3 - 3. Los socios de esta cooperativa se interesan por obtener información sobre la gestión, el desarrollo y el día a día de la misma.	5.89	.56
I10.8 - 56. Siento que en el Consejo Rector, se impulsa la transparencia de nuestra gestión financiera.	6.08	.43
GENERAL VALOR COOPERATIVO	5.98	.50
Valor ético 9 – Responsabilidad social		
I8.5 - 30. En esta cooperativa, entendemos, actualizamos y ampliamos las prácticas de responsabilidad social.	5.01	.76
I10.10 - 58. En esta cooperativa, considero que promovemos entre los miembros y socios, el conocimiento del mercado, habilidades y experiencia acumulada.	6.17	.57
GENERAL VALOR COOPERATIVO	5.59	.67
Valor ético 10 – Vocación social		
I5.6 - 20. Considero que hay demasiadas desigualdades sociales en nuestro país.	5.96	.59
I5.7 - 21. Pienso que para que una economía funcione bien, necesariamente debe haber gente rica y pobre.	2.87	.97
I5.8 - 22. Considero que la cooperativa nace como un aspecto de solidaridad y de bien común.	6.39	.70
GENERAL VALOR COOPERATIVO	5.07	.75

4.2.3. Valores Operativos – 1 "Autoayuda".

Figura 97. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Valores cooperativos: Autoayuda. Ítems 23 y 24.

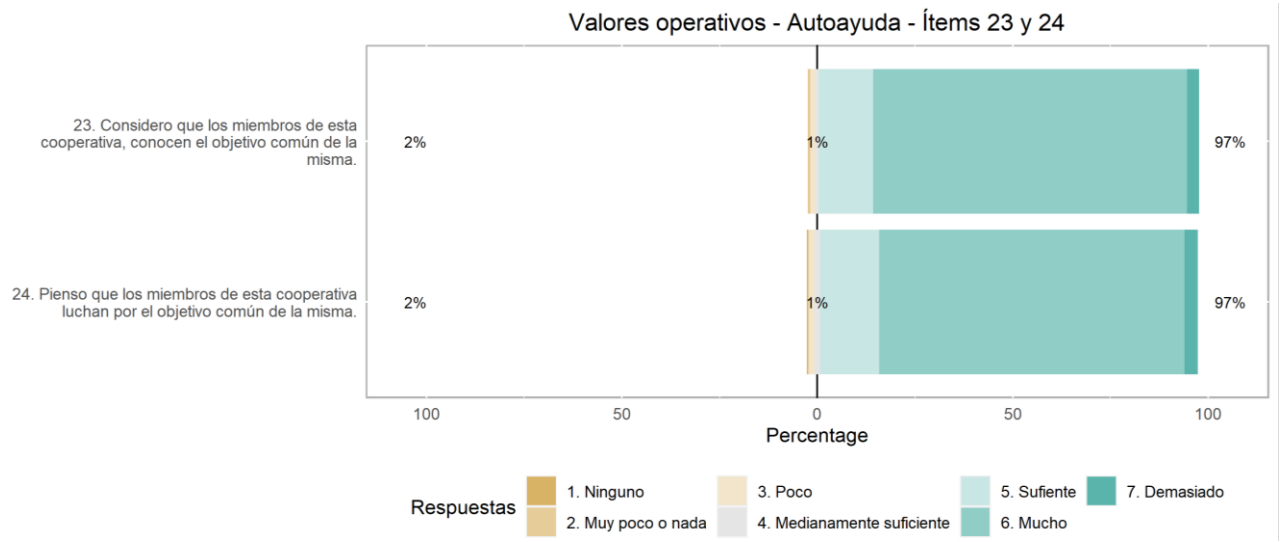


Figura 98. Gráfico densidad ítems superpuestos. Valores cooperativos: Autoayuda. Ítems 23 y 24.

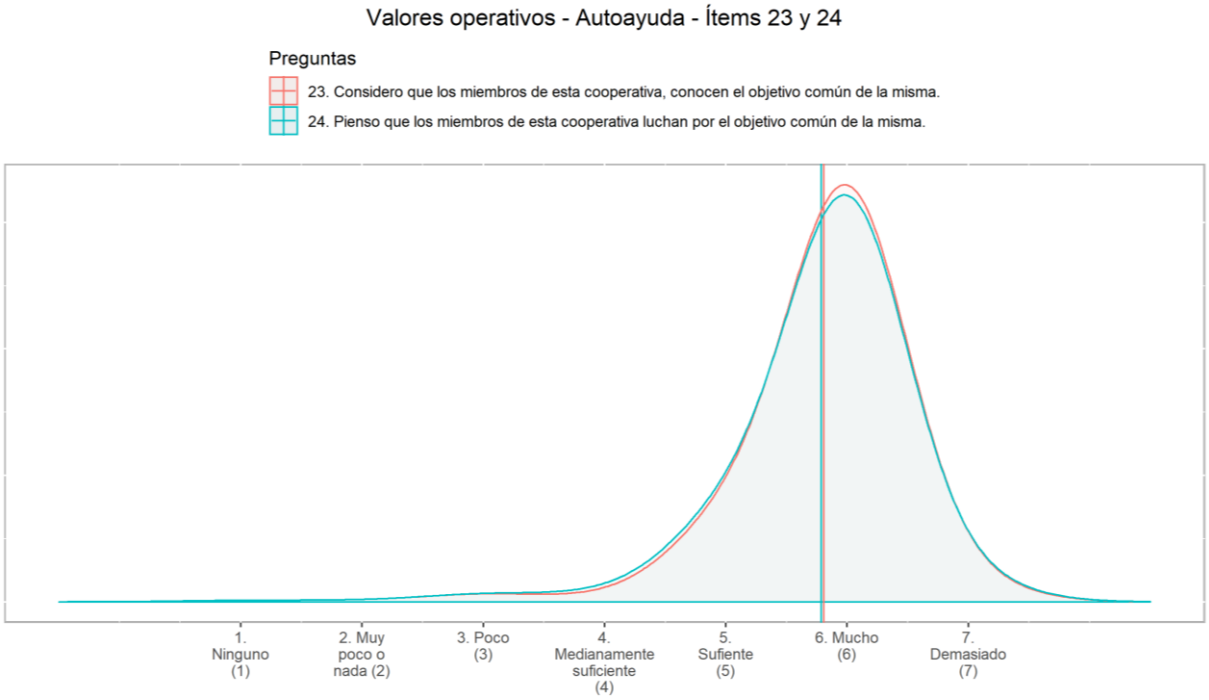
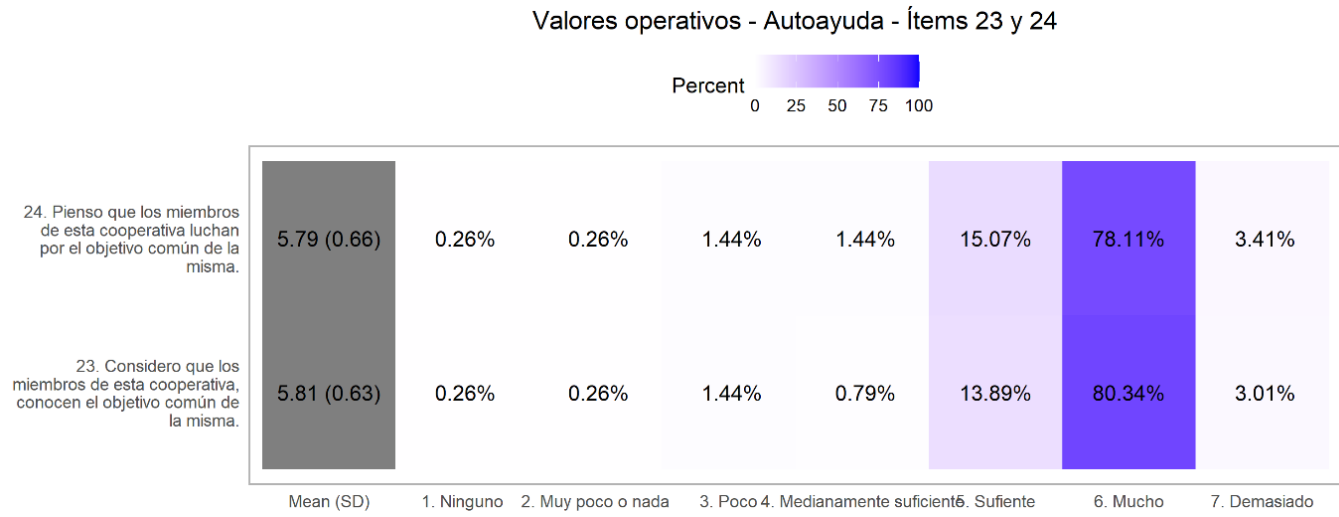


Figura 99. Gráfico HeatMap. Valores cooperativos: Autoayuda. Ítems 23 y 24.



4.2.3.1. Segmentación pertenencia a la Comarca.

Figura 100. Gráfico Barplot. Valores cooperativos: Autoayuda. Ítems 23 y 24. Segmentación según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

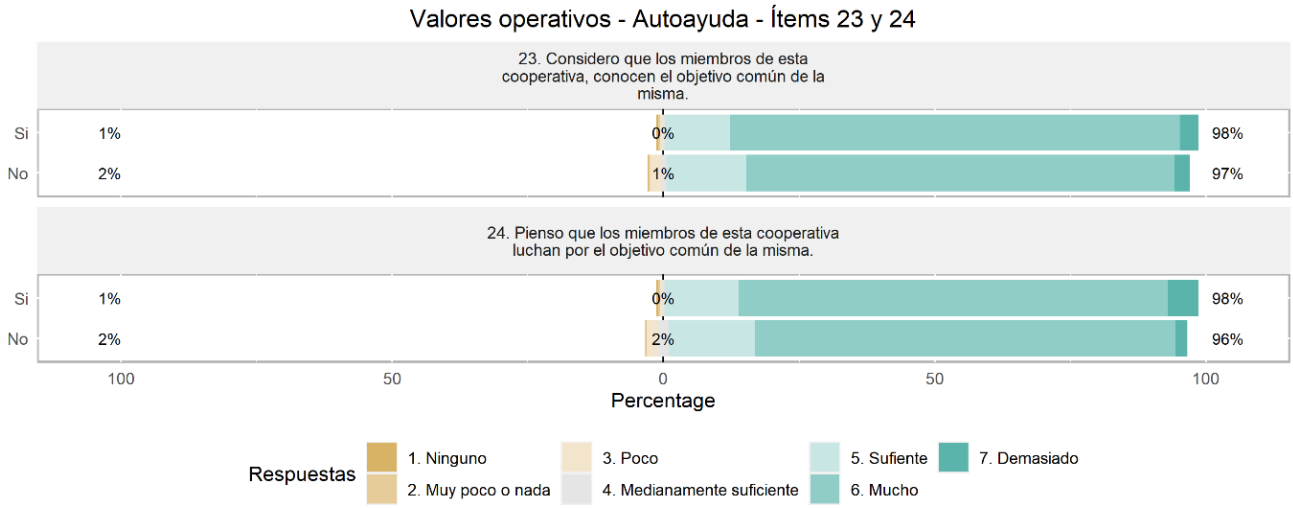
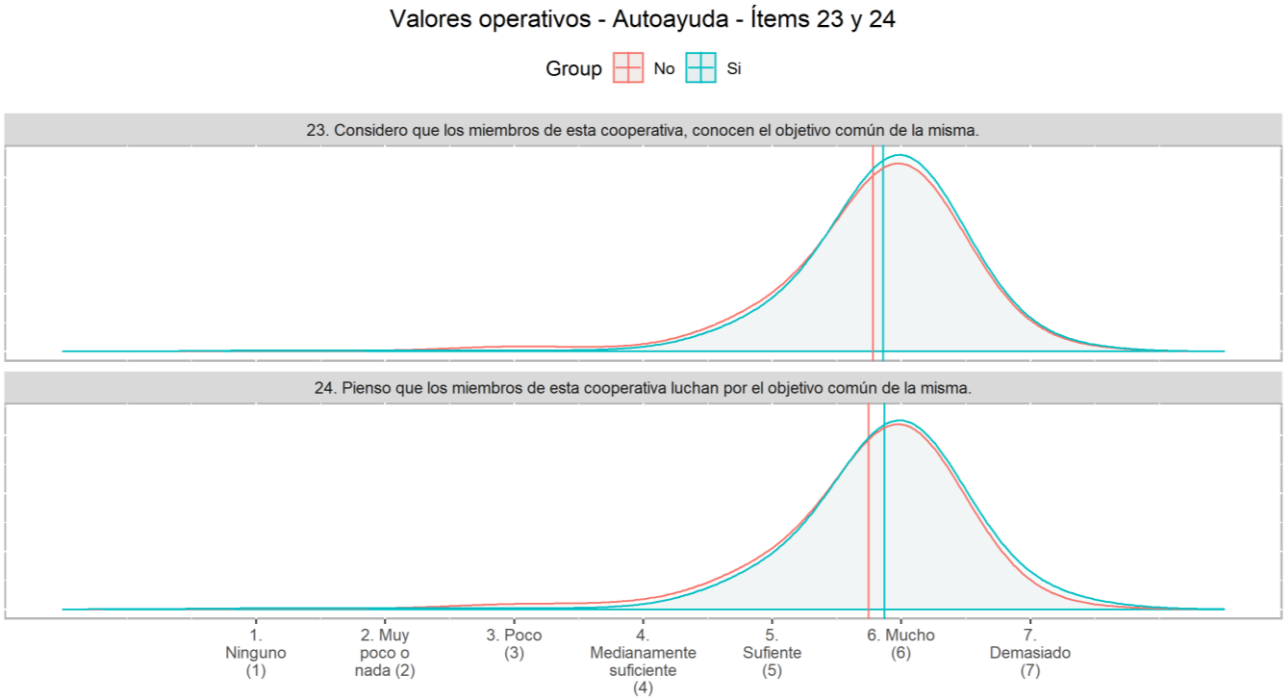


Figura 101. Gráfico Densidad. Valores cooperativos: Autoayuda. Ítems 23 y 24. Segmentación según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.



4.2.4. Valores Operativos – 2 "Autorresponsabilidad".

Figura 102. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada Valores cooperativos: Autorresponsabilidad. Ítems 11, 26, 30 y 56.

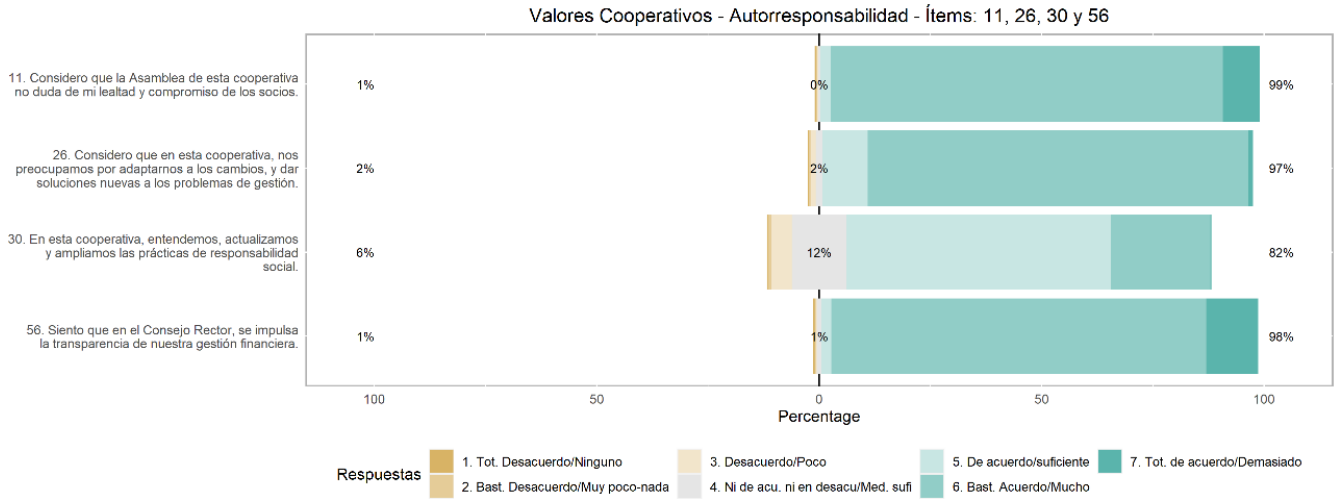


Figura 103. Gráfico densidad ítems superpuestos. Valores cooperativos: Autorresponsabilidad. Ítems 11, 26, 30 y 56.

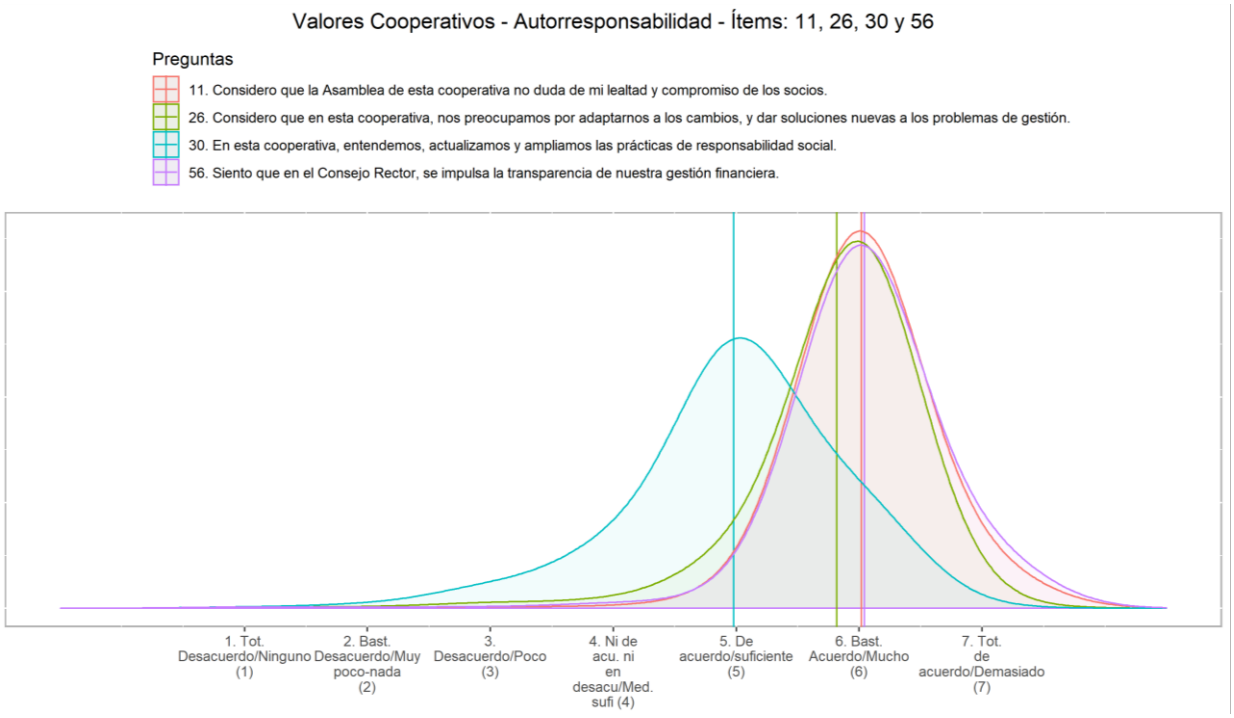
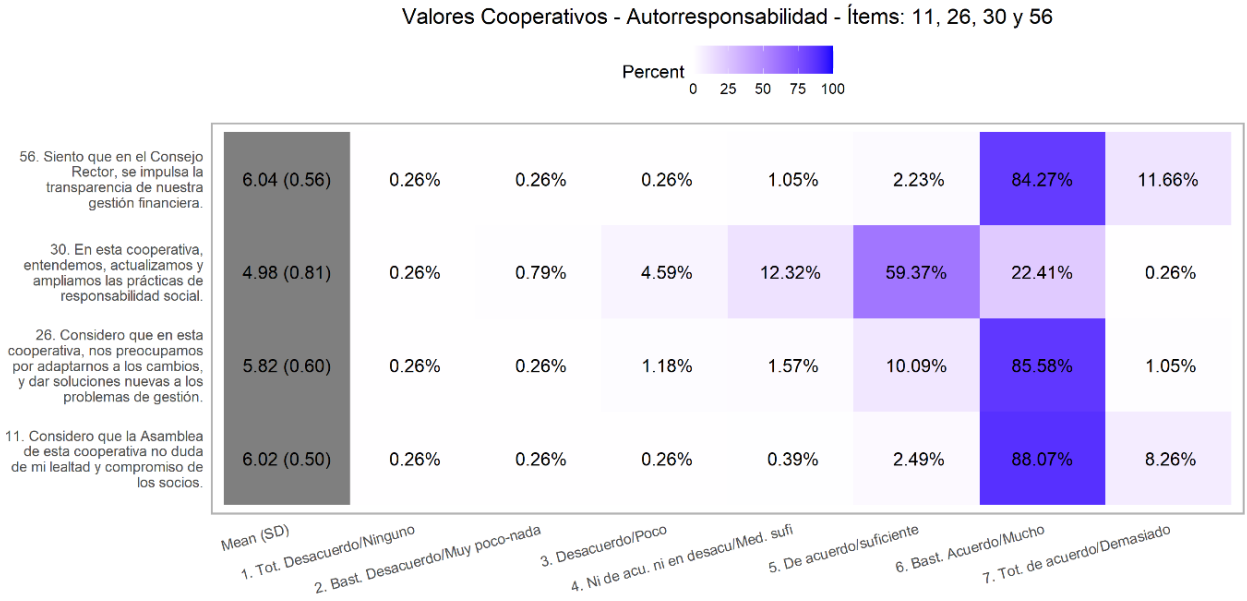


Figura 104. Gráfico HeatMap. Valores cooperativos: Autorresponsabilidad. Ítems 11, 26, 30 y 56.



4.2.4.1. Segmentación pertenencia a la Comarca.

Figura 105. Gráfico Barplot. Valores cooperativos: Autorresponsabilidad. Ítems 11, 26, 30 y 56. Segmentación según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

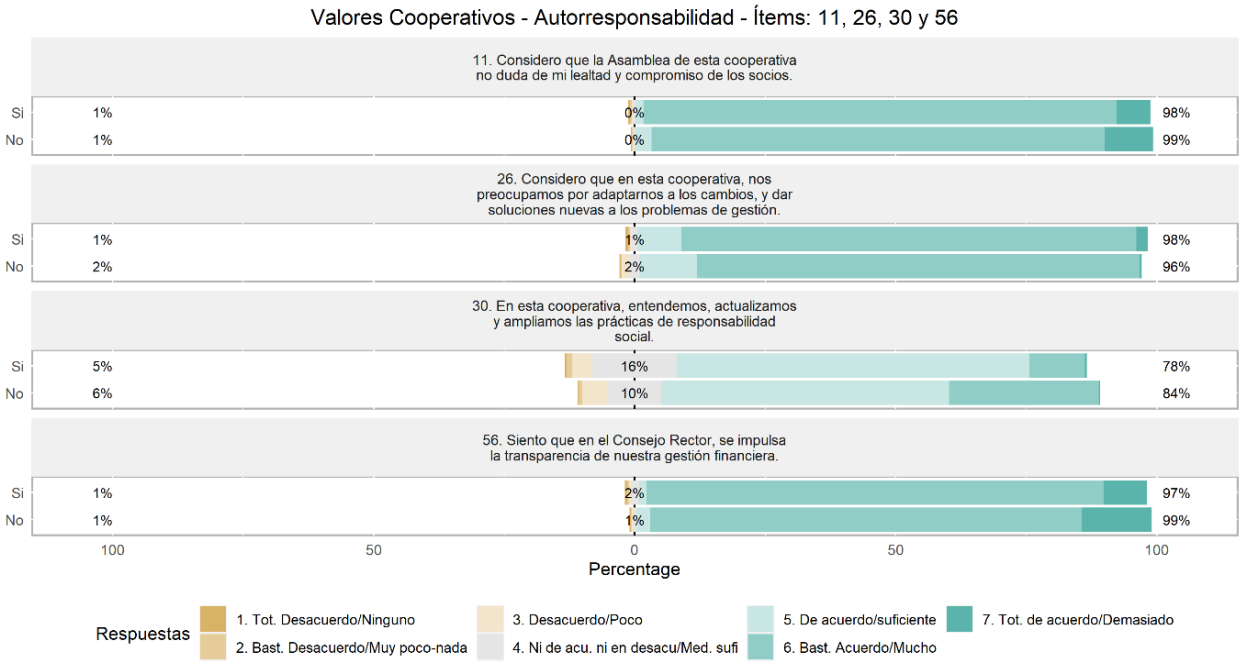
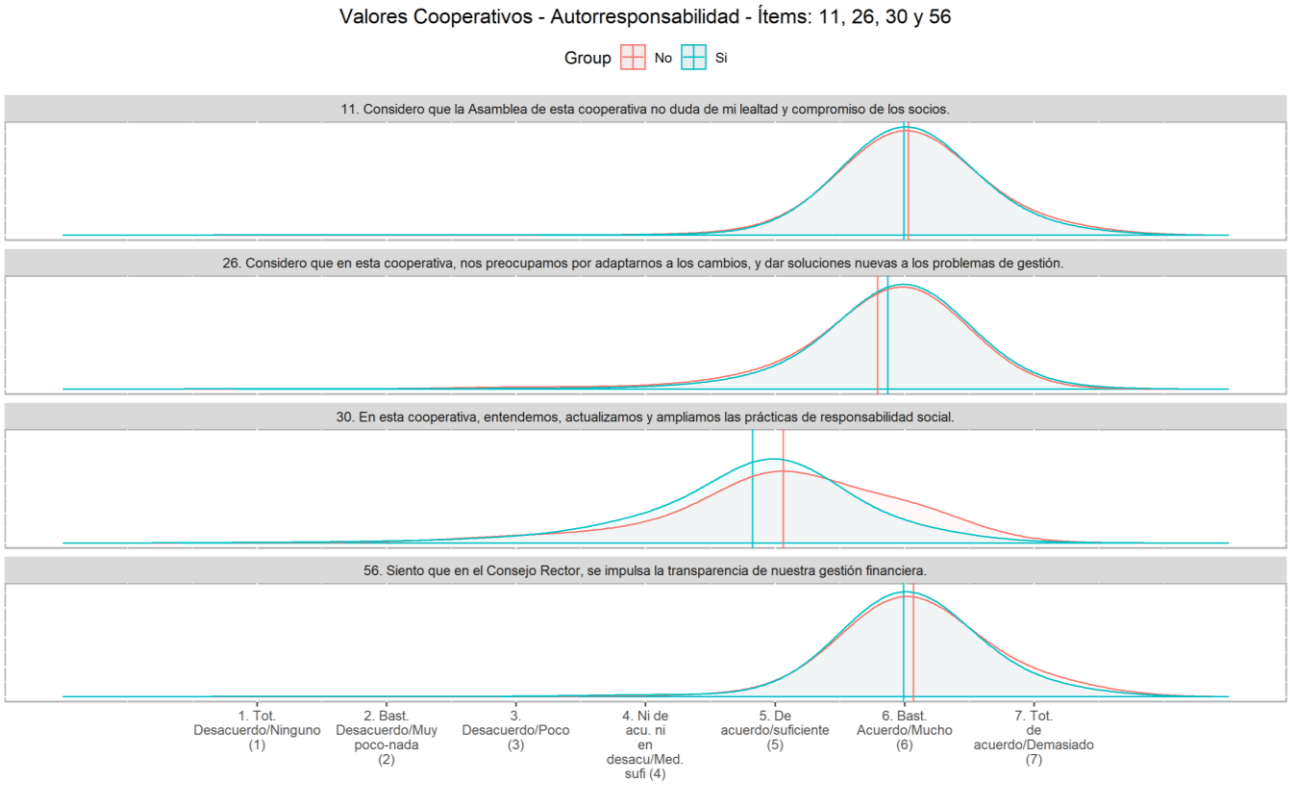


Figura 106. Gráfico Densidad. Valores cooperativos: Autorresponsabilidad. Ítems 11, 26, 30 y 56. Segmentación según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana



4.2.5. Valores Operativos – 3 "Democracia" y 4. "Igualdad".

Figura 107. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Valores cooperativos: Democracia (ítem 4) e Igualdad (ítem 20 y 21).

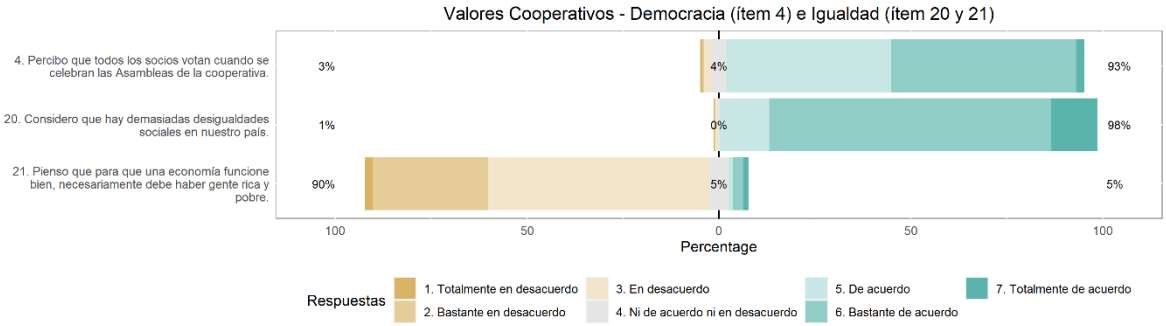


Figura 108. Gráfico densidad ítems superpuestos. Valores cooperativos: Democracia (ítem 4) e Igualdad (ítem 20 y 21).

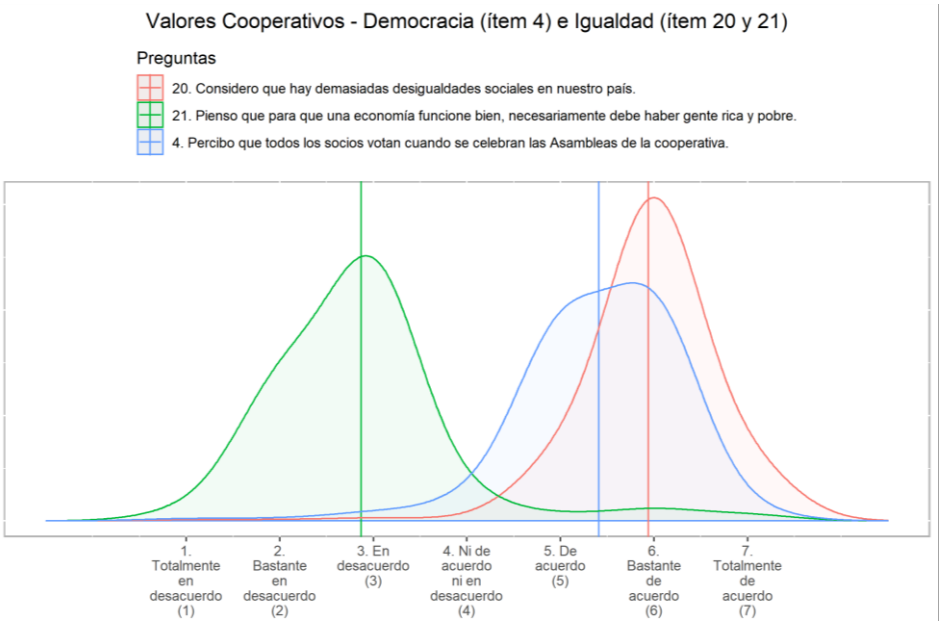
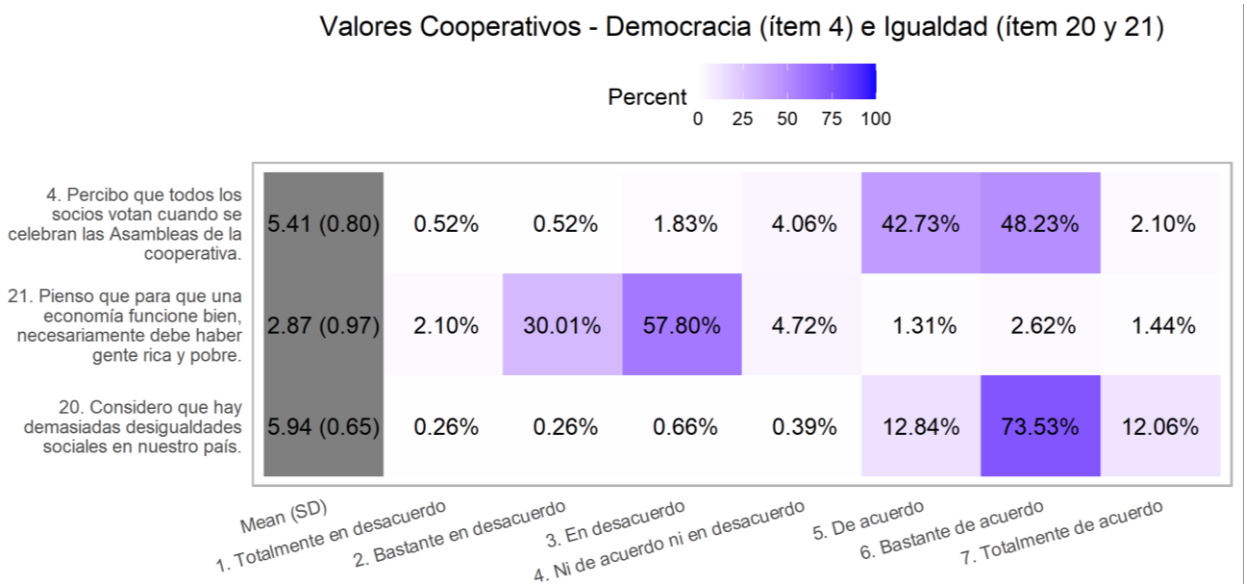


Figura 109. Gráfico HeatMap. Valores cooperativos: Democracia (ítem 4) e Igualdad (ítem 20 y 21).



4.2.5.1. Segmentación pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

Figura 110. Gráfico Barplot. Valores cooperativos: Democracia (ítem 4) e Igualdad (ítem 20 y 21). Segmentación según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

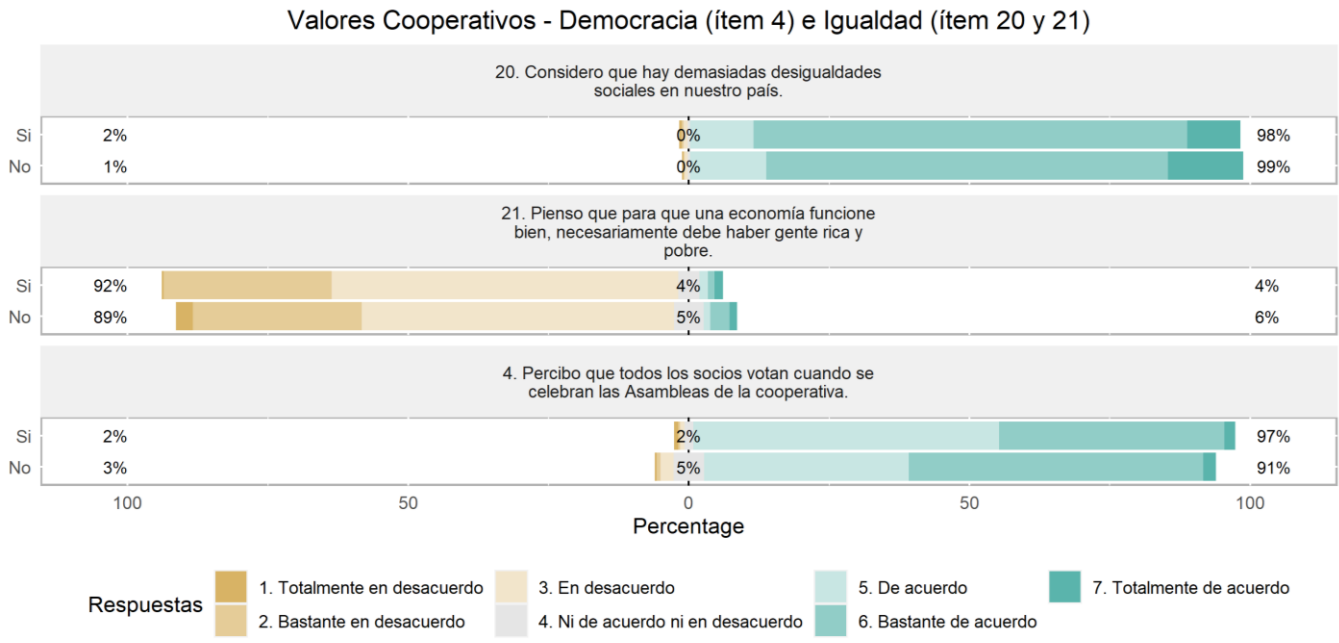
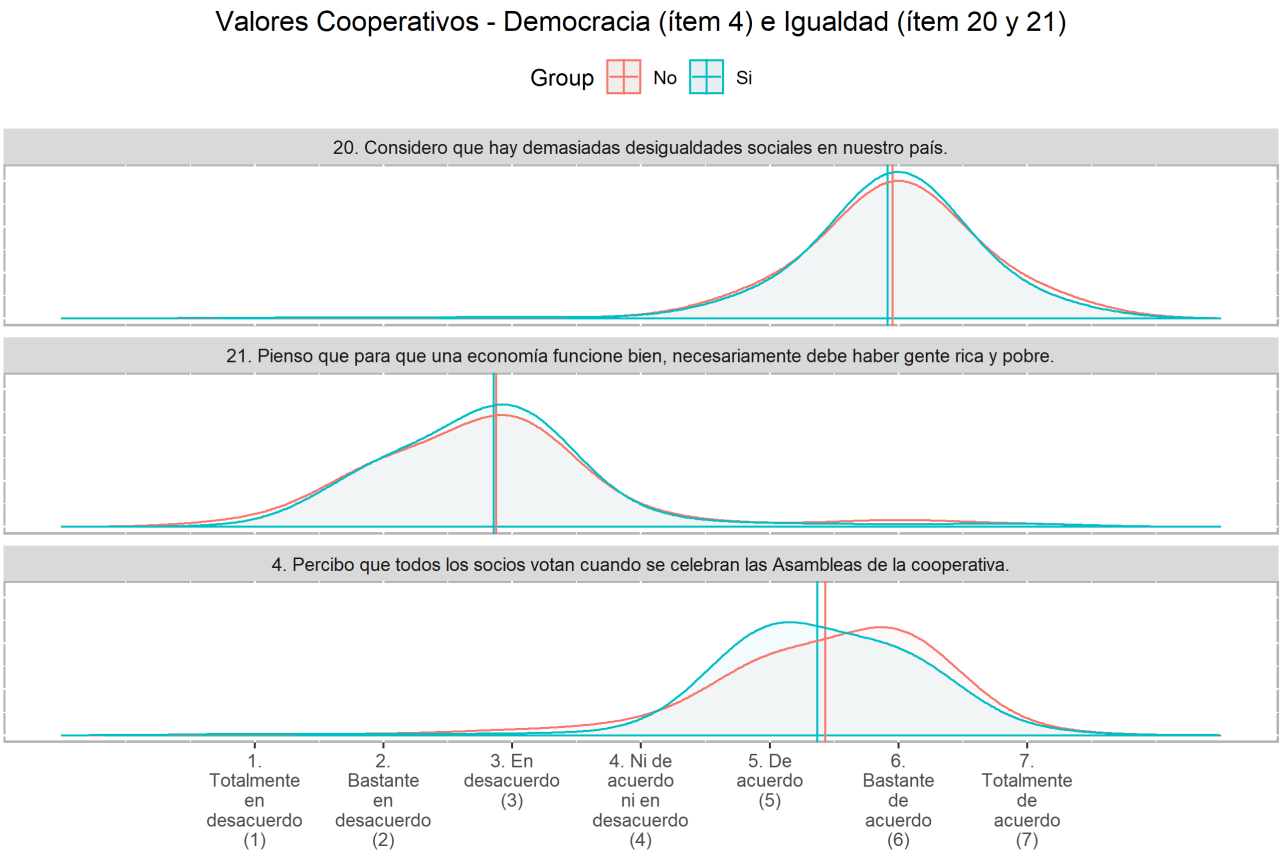


Figura 111. Gráfico Densidad. Valores cooperativos: Democracia (ítem 4) e Igualdad (ítem 20 y 21). Segmentación según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.



4.2.6. Valores Operativos – 5 "Equidad".

Figura 112. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Valores cooperativos: Equidad. Ítems 57 y 58.

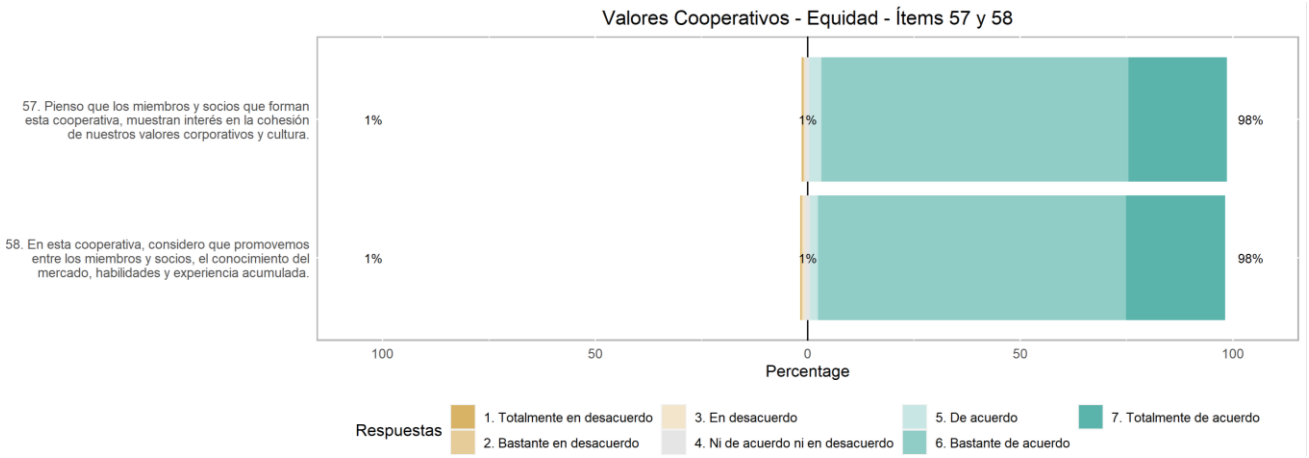


Figura 113. Gráfico densidad ítems superpuestos. Valores cooperativos: Equidad. Ítems 57 y 58.

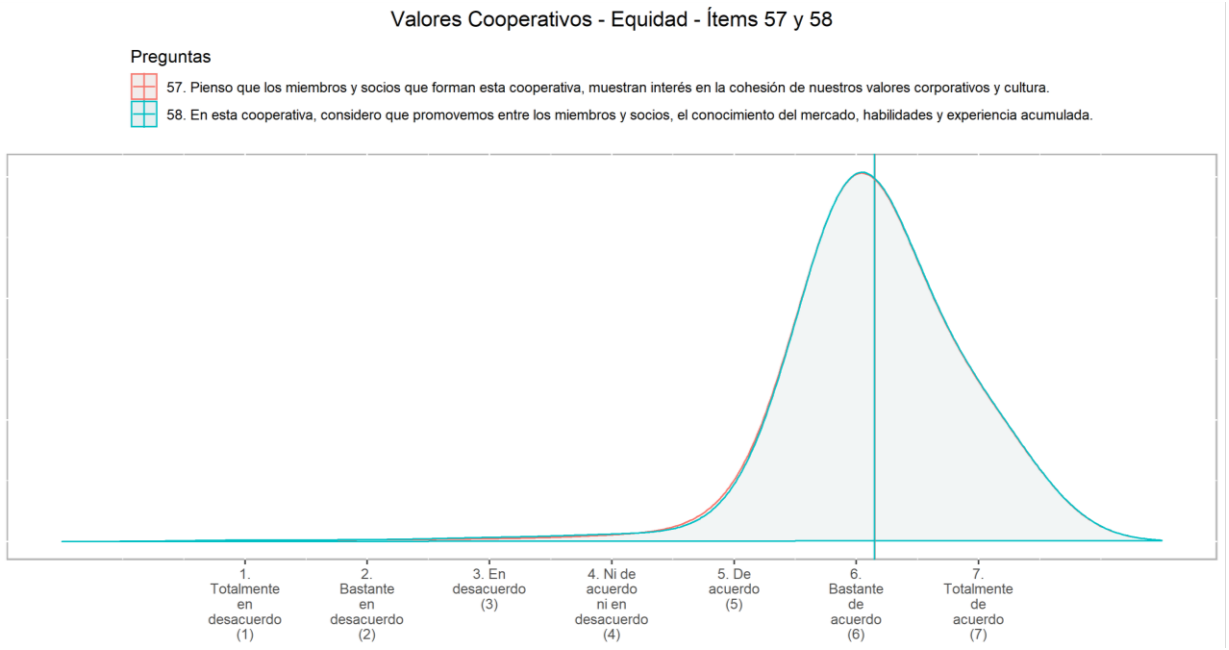
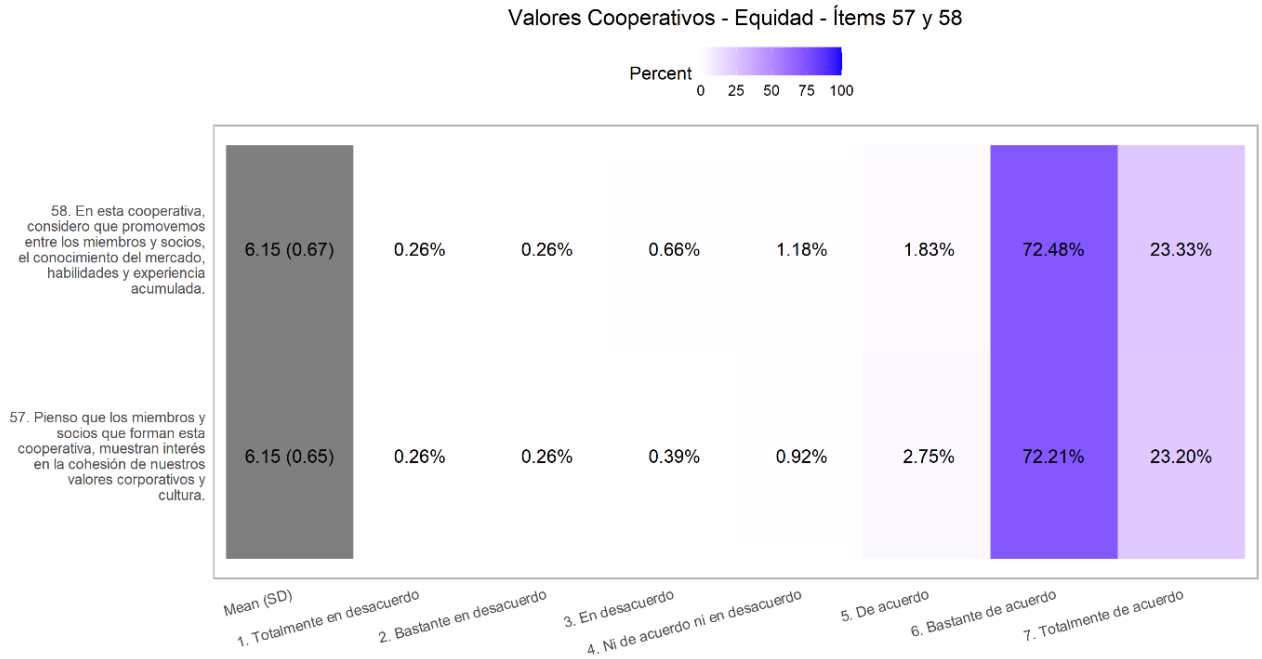


Figura 114. Gráfico HeatMap. Valores cooperativos: Equidad. Ítems 57 y 58.



4.2.6.1. Segmentación pertenencia a la Comarca.

Figura 115. Gráfico Barplot. Valores cooperativos: Equidad. Ítems 57 y 58. Segmentación según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

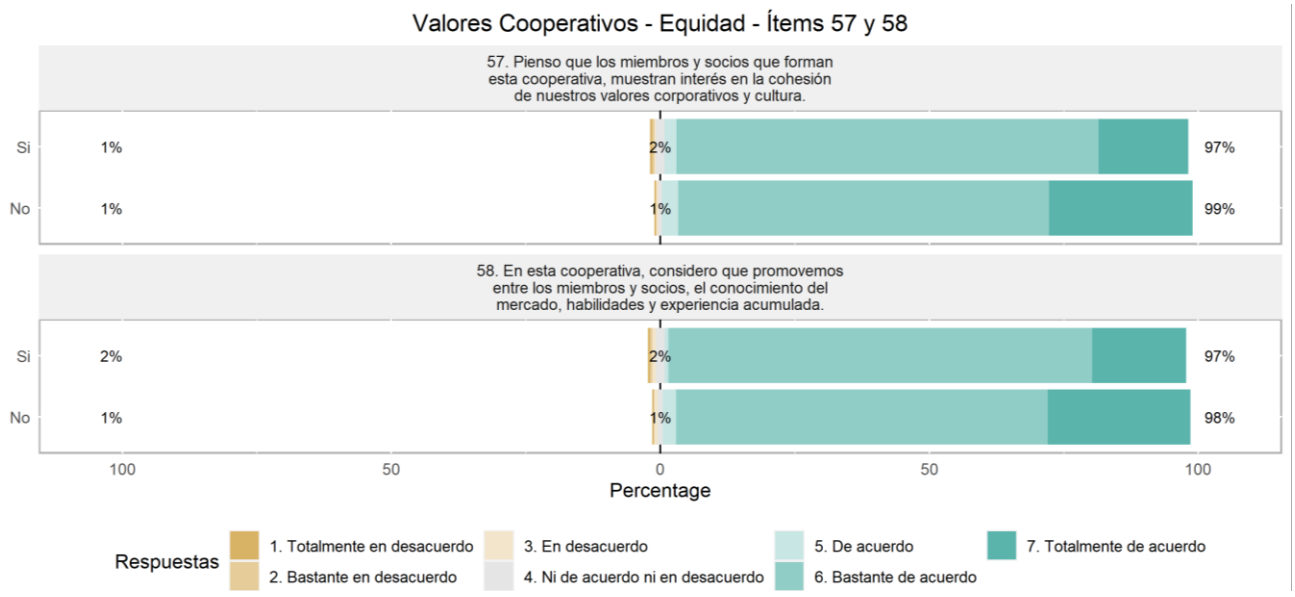
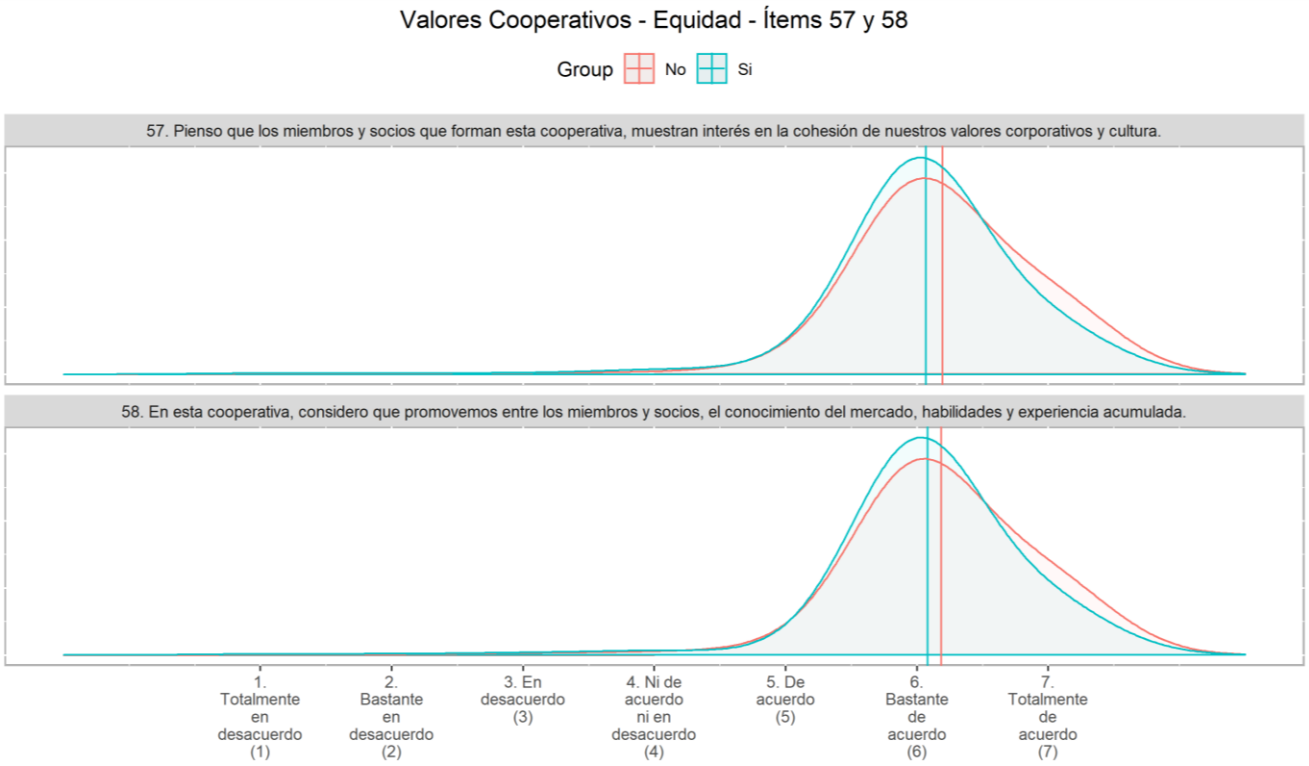


Figura 116. Gráfico Densidad. Valores cooperativos: Equidad. Ítems 57 y 58. Segmentación según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.



4.2.7. Valores Operativos – 6 "Solidaridad".

Figura 117. ***Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Valores cooperativos: Solidaridad. Ítems 5, 15 y 22.***

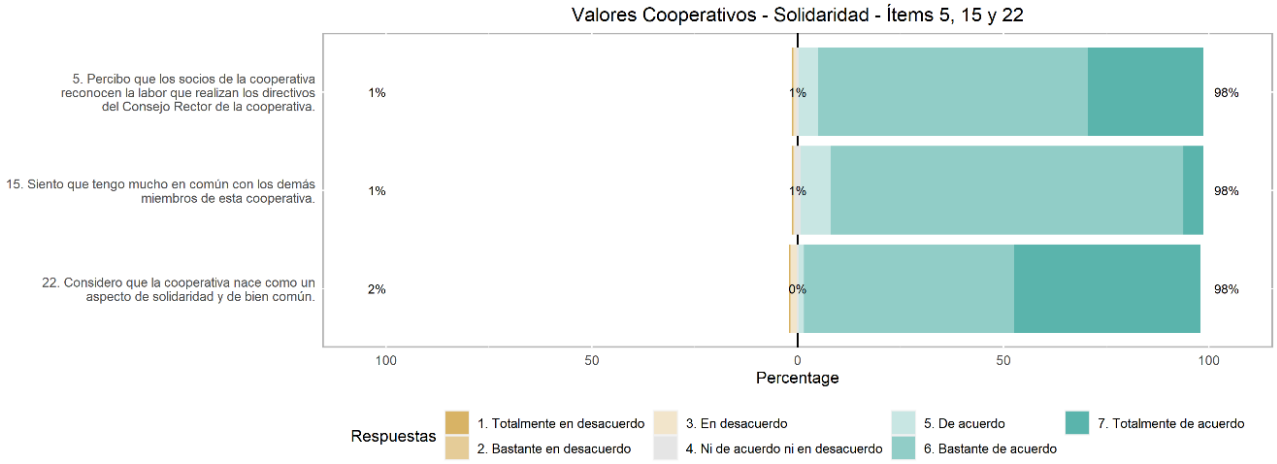


Figura 118. Gráfico densidad ítems superpuestos. Valores cooperativos: Solidaridad. Ítems 5, 15 y 22.

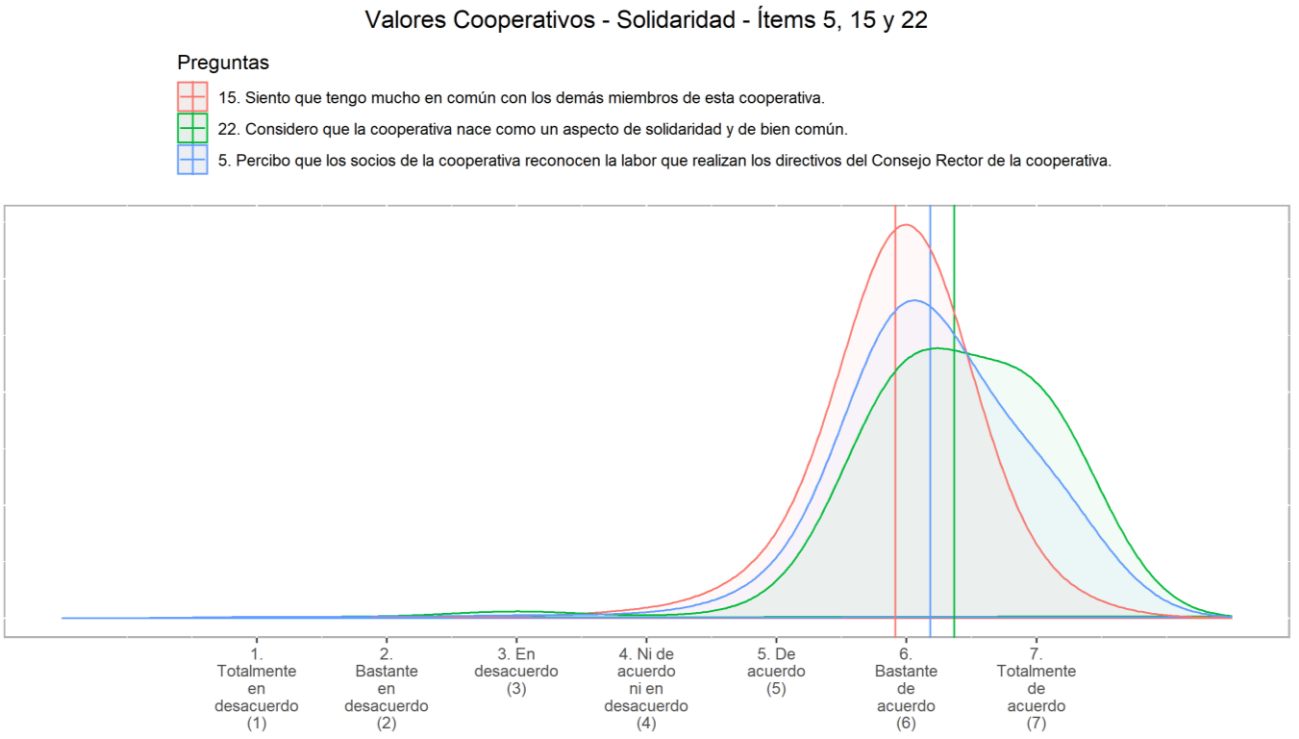
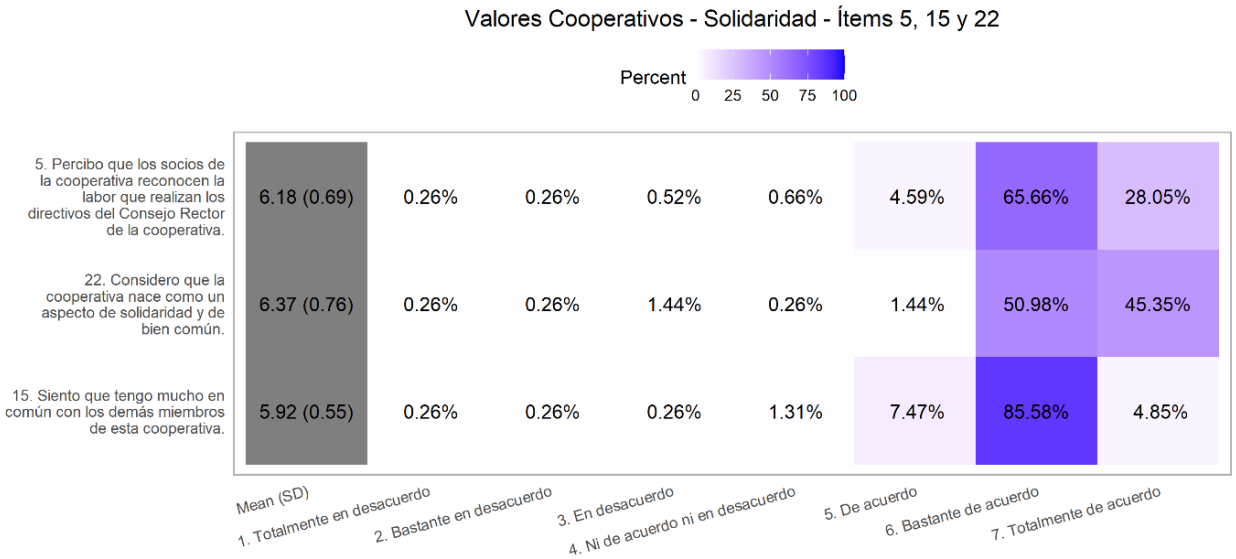


Figura 119. Gráfico HeatMap. Valores cooperativos: Solidaridad. Ítems 5, 15 y 22.



4.2.7.1. Segmentación pertenencia a la Comarca.

Figura 120. Gráfico Barplot. Valores cooperativos: Solidaridad. Ítems 5, 15 y 22. Segmentación según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

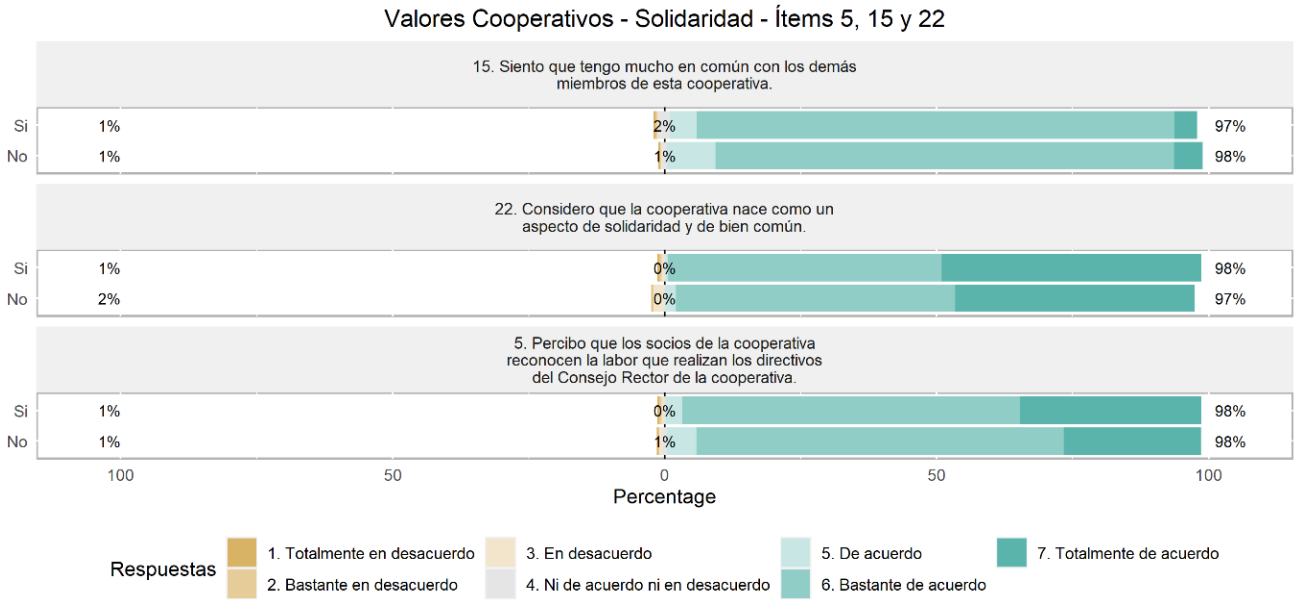
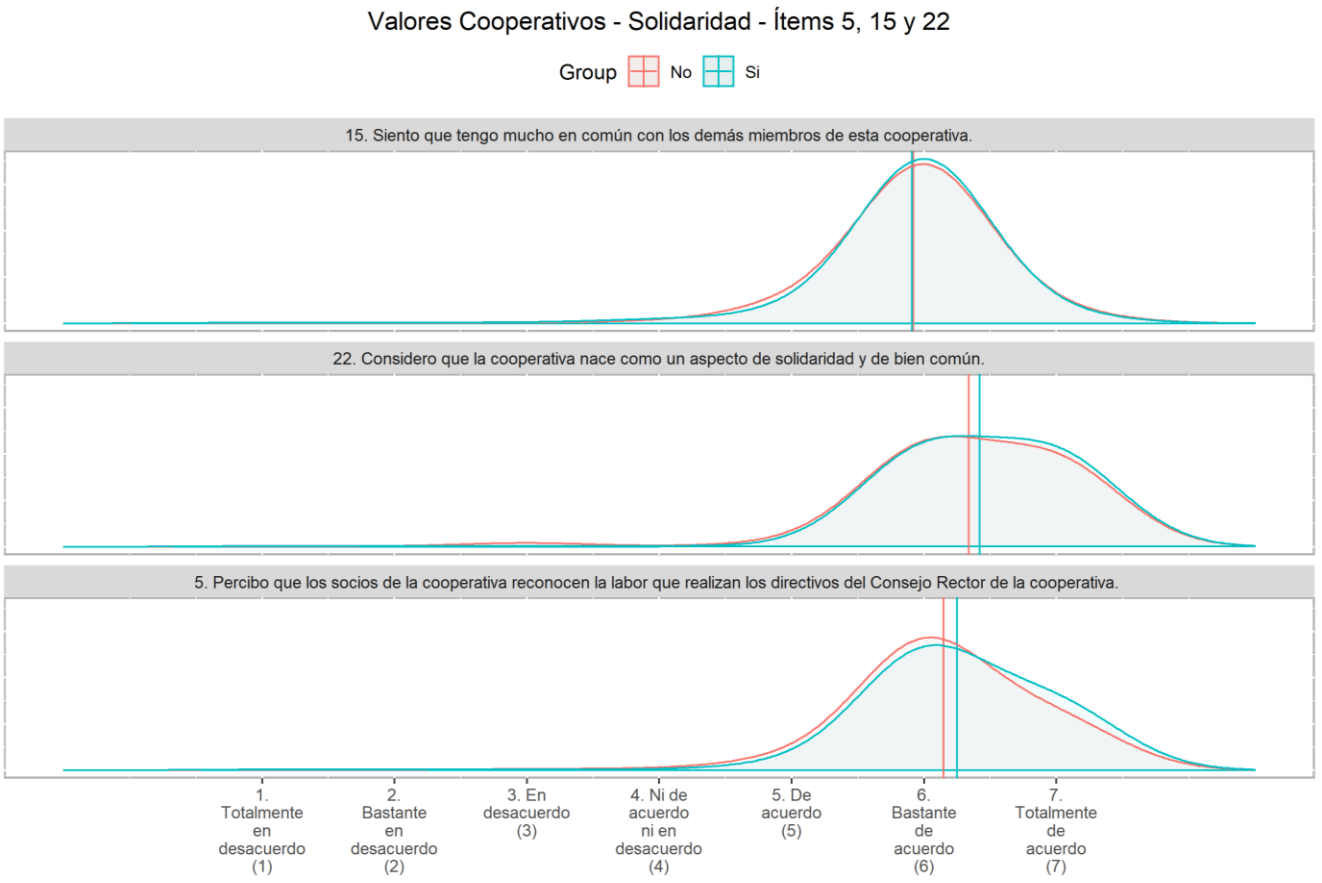


Figura 121. Gráfico Densidad. Valores cooperativos: Solidaridad. Ítems 5, 15 y 22. Segmentación según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.



4.2.8. Valores Éticos – 7 "Honestidad".

Figura 122. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Valores cooperativos: Honestidad. Ítems 11 y 14.

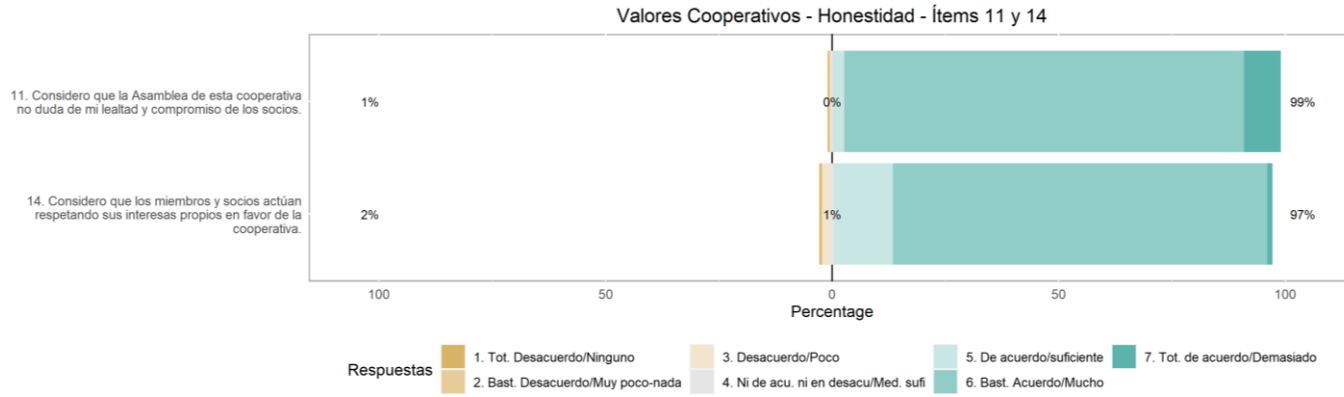


Figura 123. Gráfico densidad ítems superpuestos. Valores cooperativos: Honestidad. Ítems 11 y 14.

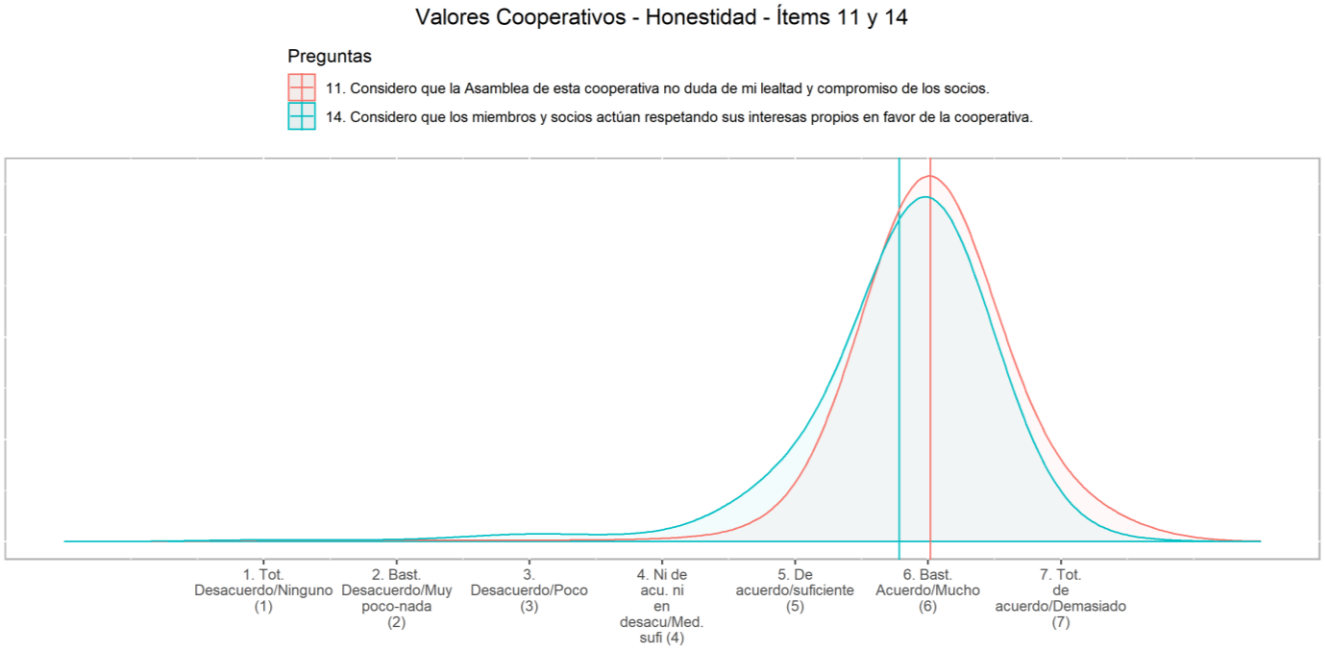
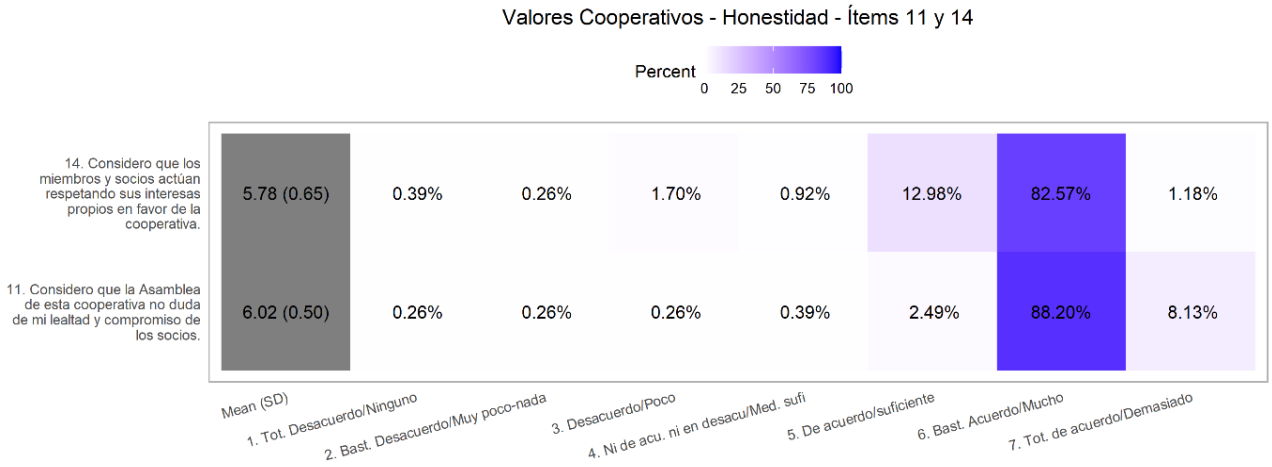


Figura 124. Gráfico HeatMap. Valores cooperativos: Honestidad. Ítems 11 y 14.



4.2.8.1. Segmentación pertenencia a la Comarca.

Figura 125. Gráfico Barplot. Valores cooperativos: Honestidad. Ítems 11 y 14. Segmentación según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

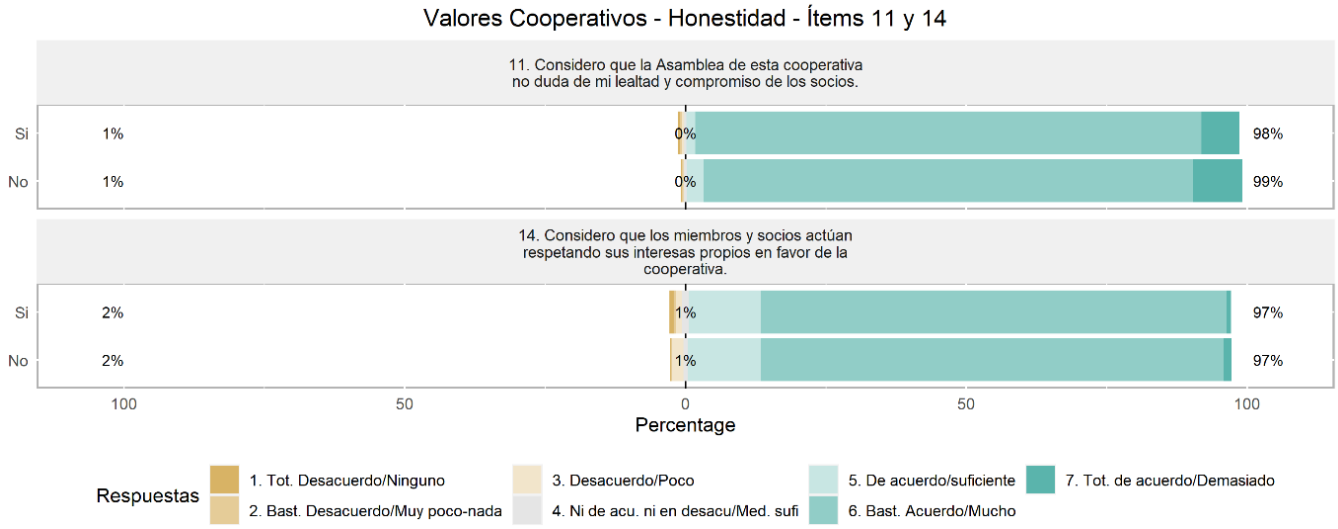
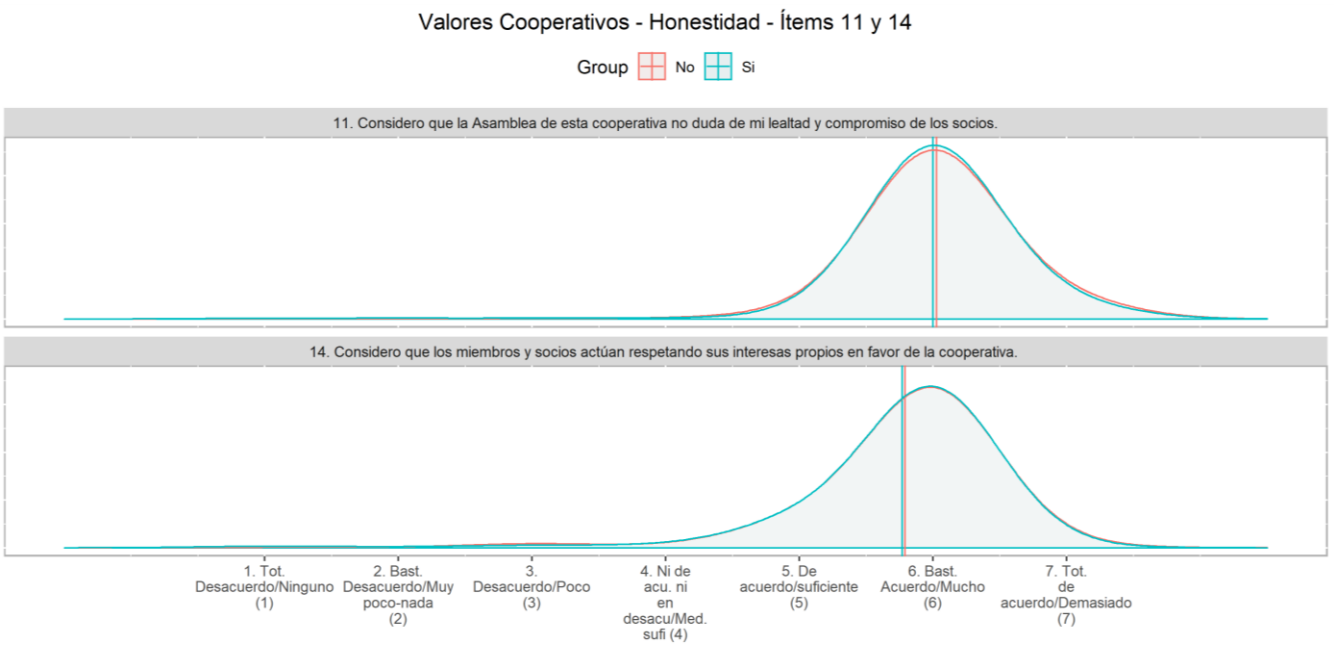


Figura 126. Gráfico Densidad. Valores cooperativos: Honestidad. Ítems 11 y 14. Segmentación según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.



4.2.9. Valores Éticos – 8 "Transparencia".

Figura 127. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Valores cooperativos: Transparencia. Ítems 3 y 56.

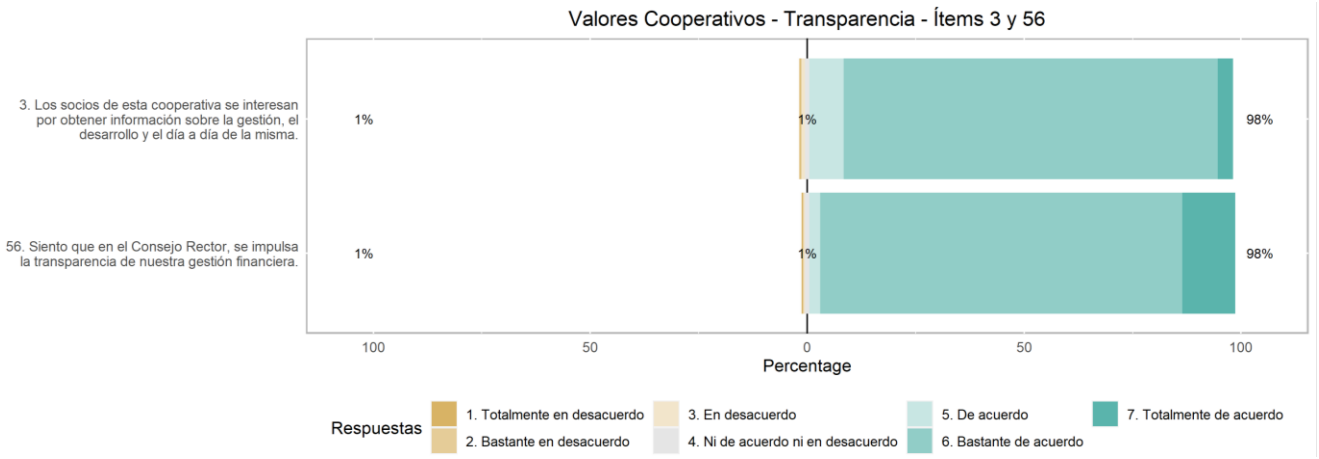


Figura 128. Gráfico densidad ítems superpuestos. Valores cooperativos: Transparencia. Ítems 3 y 56.

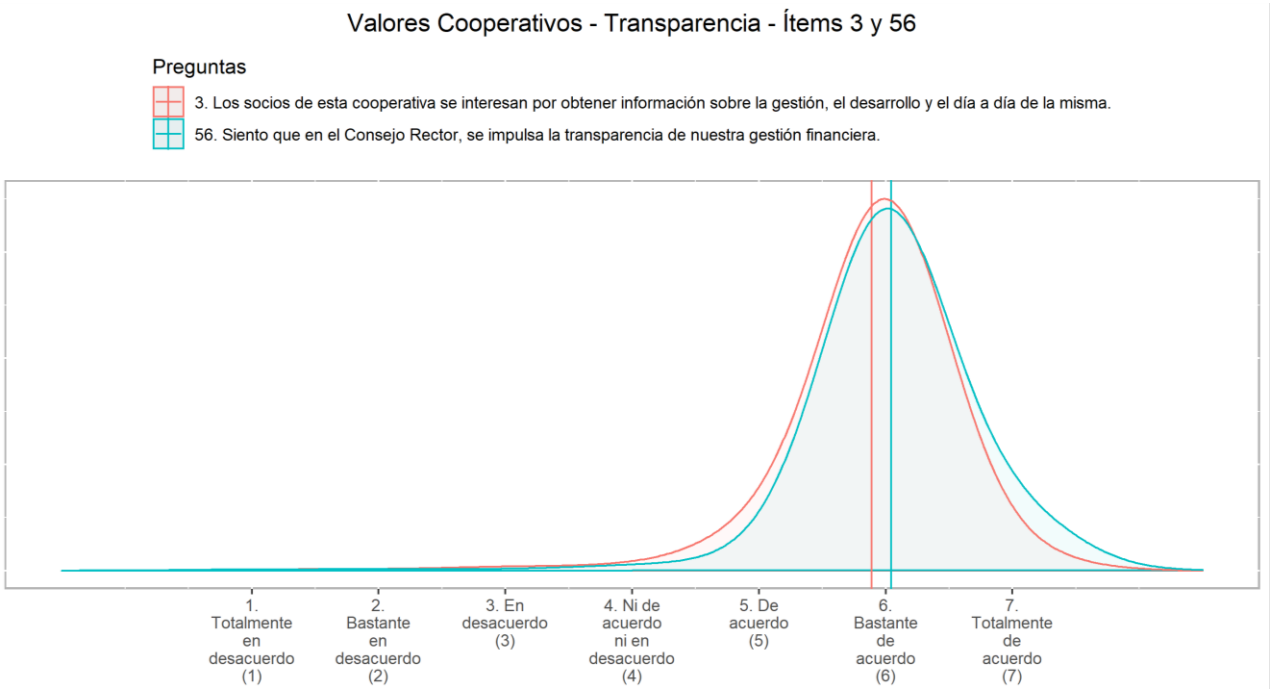
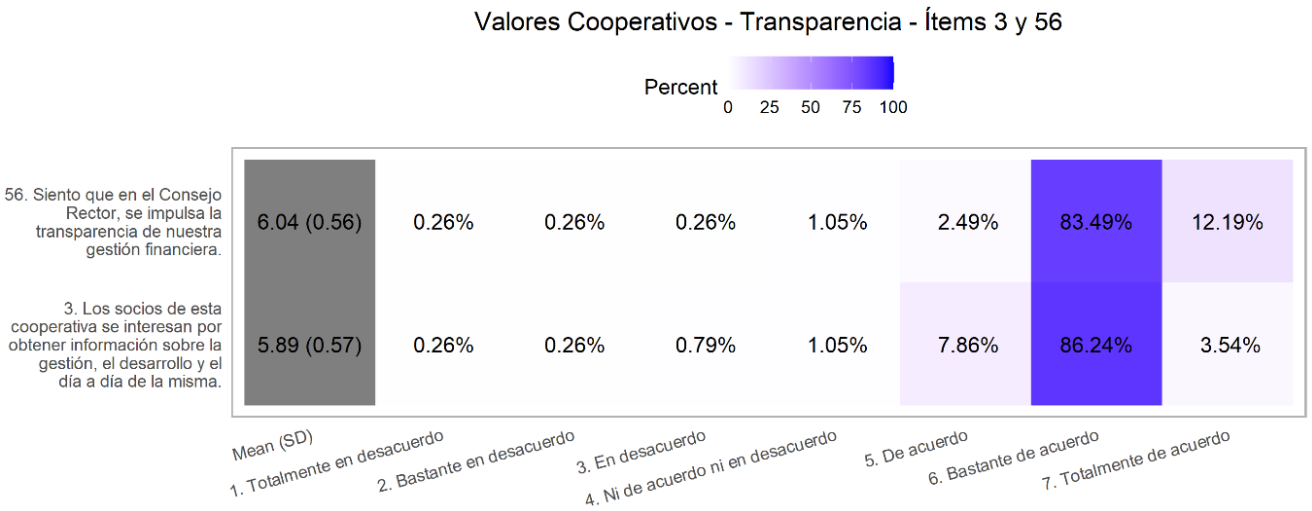


Figura 129. Gráfico HeatMap. Valores cooperativos: Transparencia. Ítems 3 y 56.



4.2.9.1. *Segmentación pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.*

Figura 130. Gráfico Barplot. Valores cooperativos: Transparencia. Ítems 3 y 56. Segmentación según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

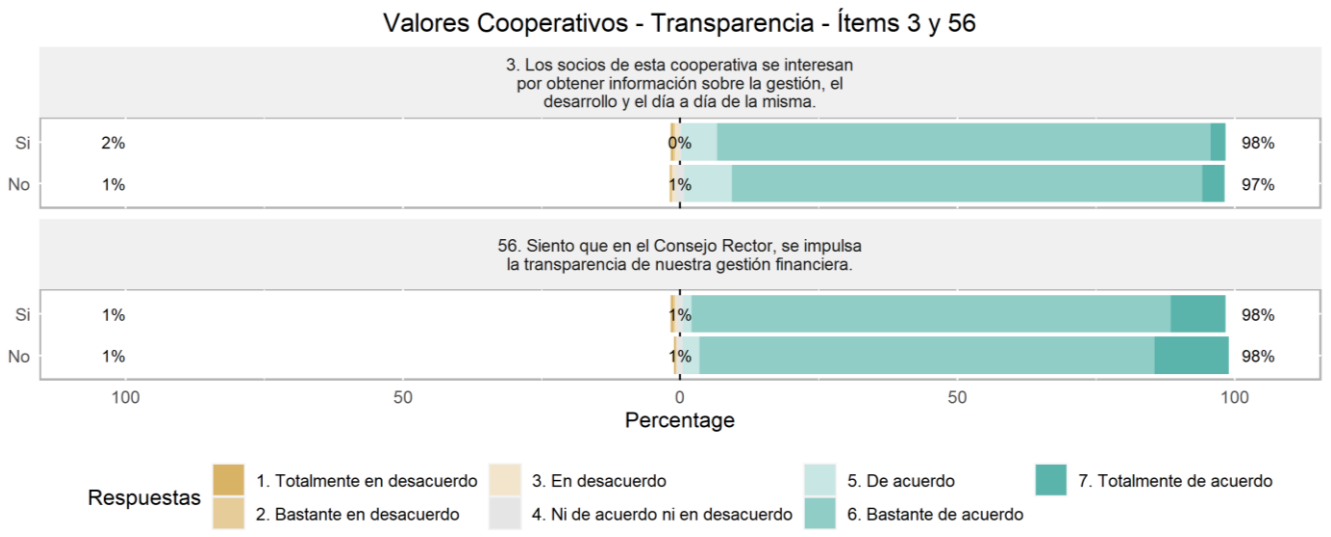
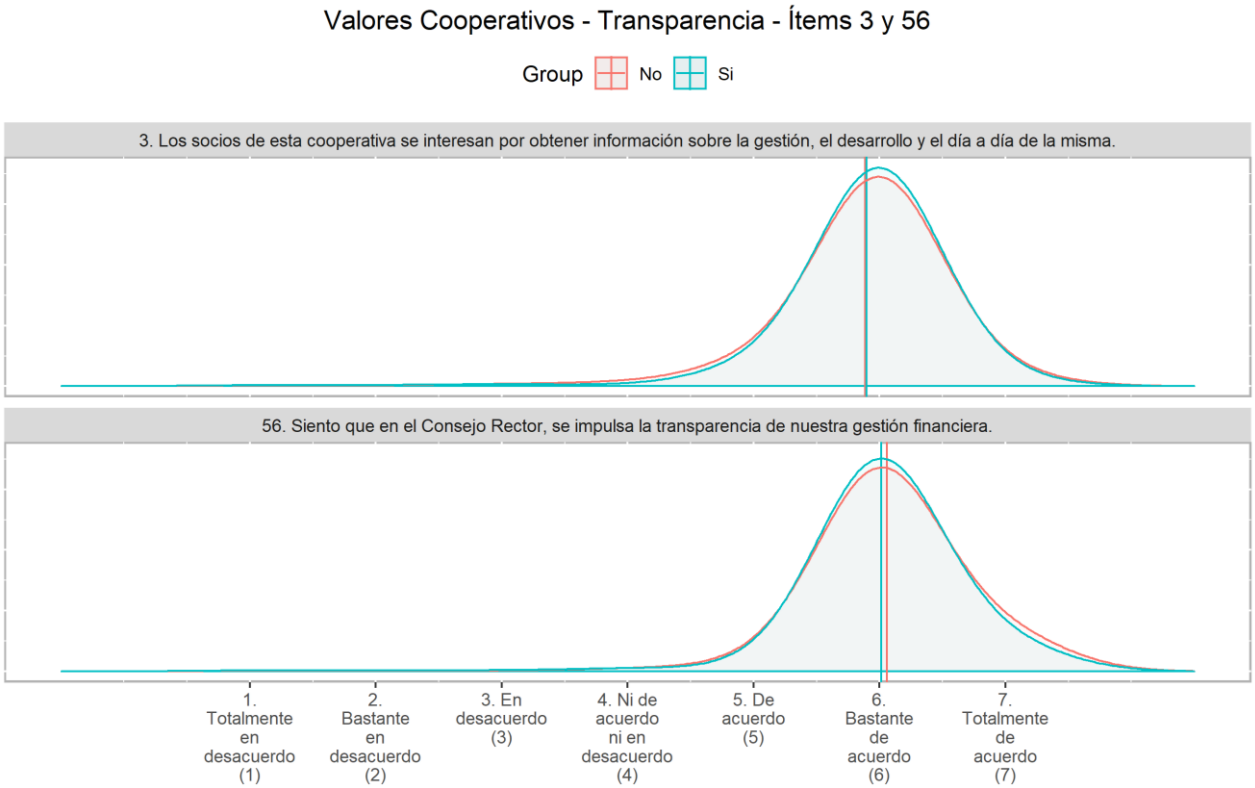


Figura 131. Gráfico Densidad. Valores cooperativos: Transparencia. Ítems 3 y 56. Segmentación según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.



4.2.10. Valores Operativos – 9 "Responsabilidad Social".

Figura 132. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Valores cooperativos: Responsabilidad social. Ítems 30 y 58.

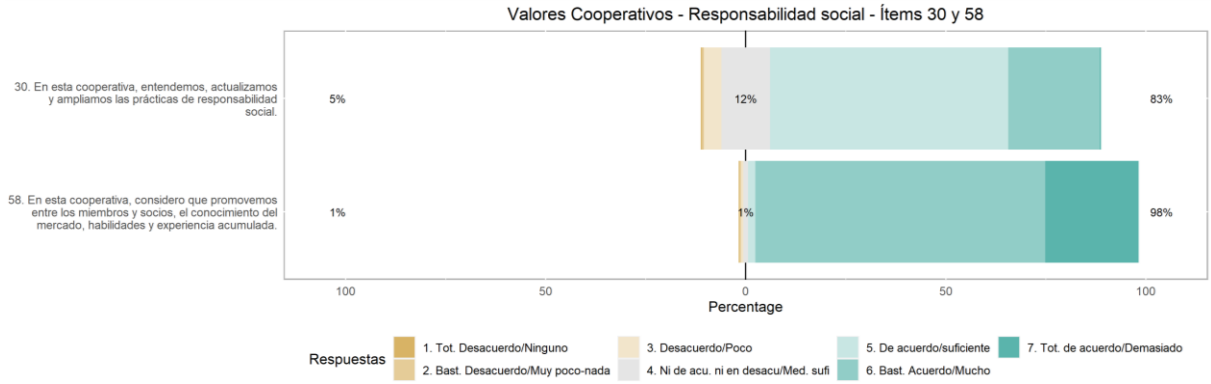


Figura 133. Gráfico densidad ítems superpuestos. Valores cooperativos: Responsabilidad social. Ítems 30 y 58.

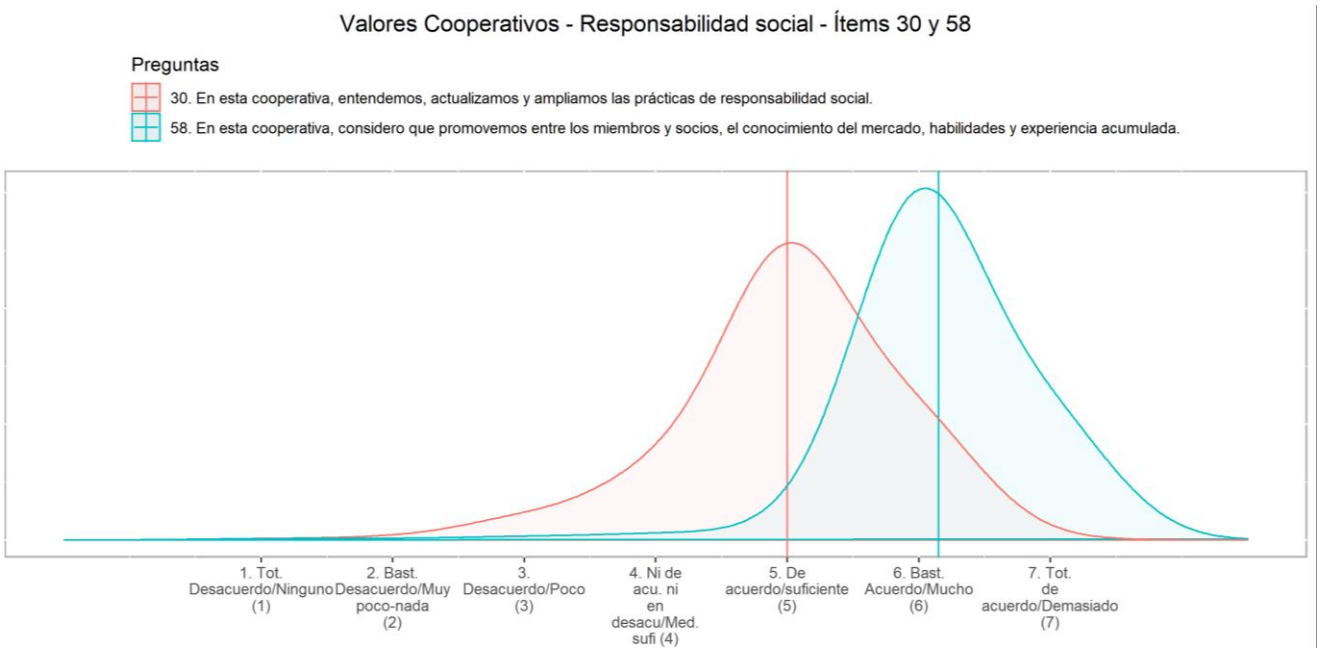
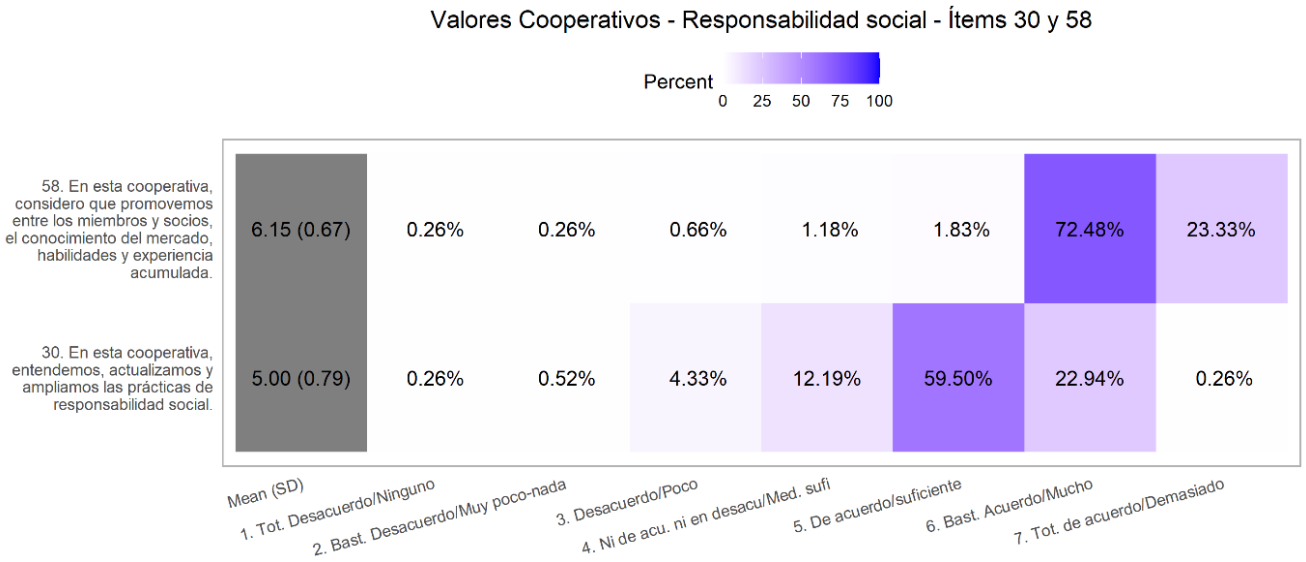


Figura 134. Gráfico HeatMap. Valores cooperativos: Responsabilidad social. Ítems 30 y 58.



4.2.10.1. Segmentación pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

Figura 135. Gráfico Barplot. Valores cooperativos: Responsabilidad social. Ítems 30 y 58. Segmentación según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

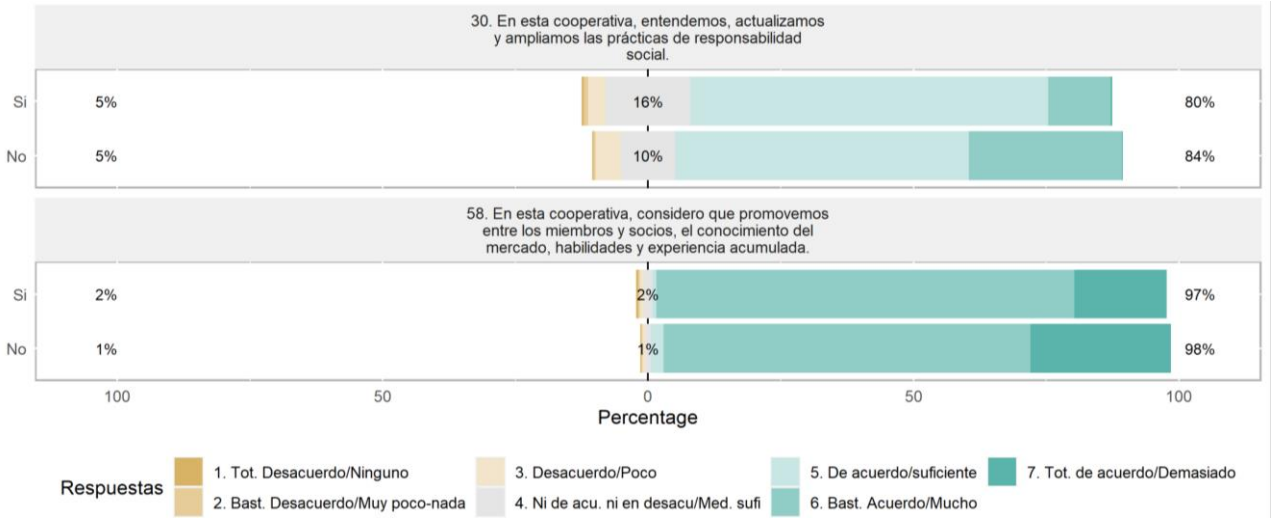
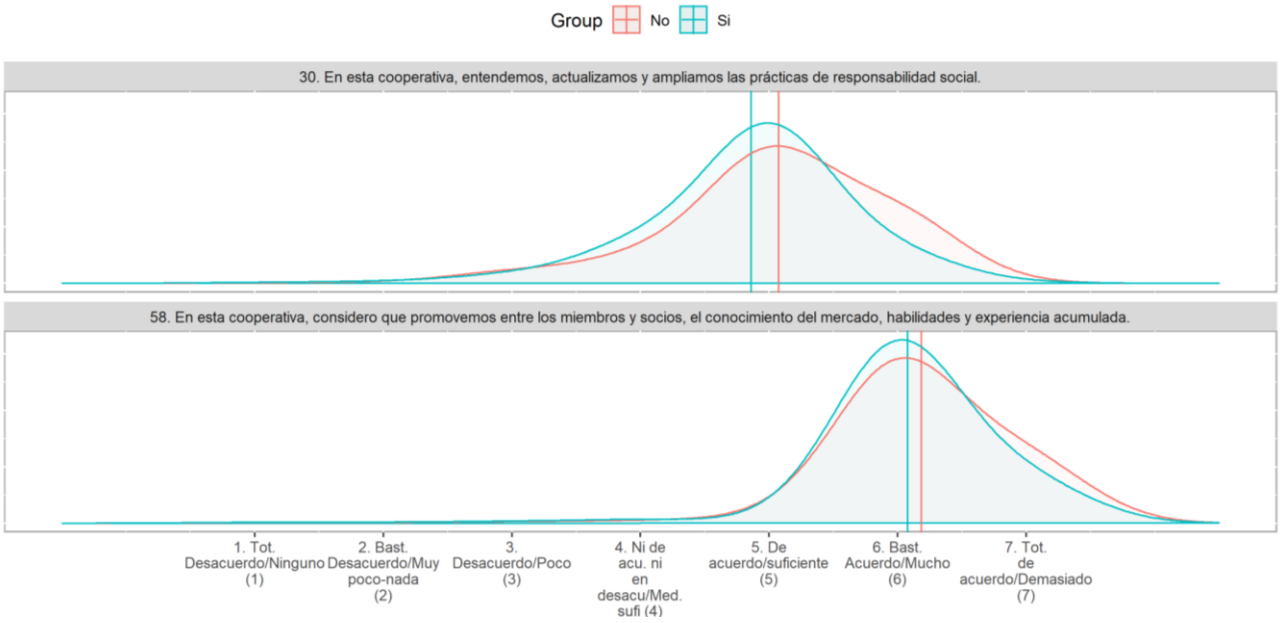


Figura 136. Gráfico Densidad. Valores cooperativos: Responsabilidad social. Ítems 30 y 58. Segmentación según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.



4.2.11. Valores Operativos – 10 "Vocación social".

Figura 137. Gráfico Barplot horizontal por respuesta otorgada. Valores cooperativos: Vocación social. Ítems 20, 21 y 22.

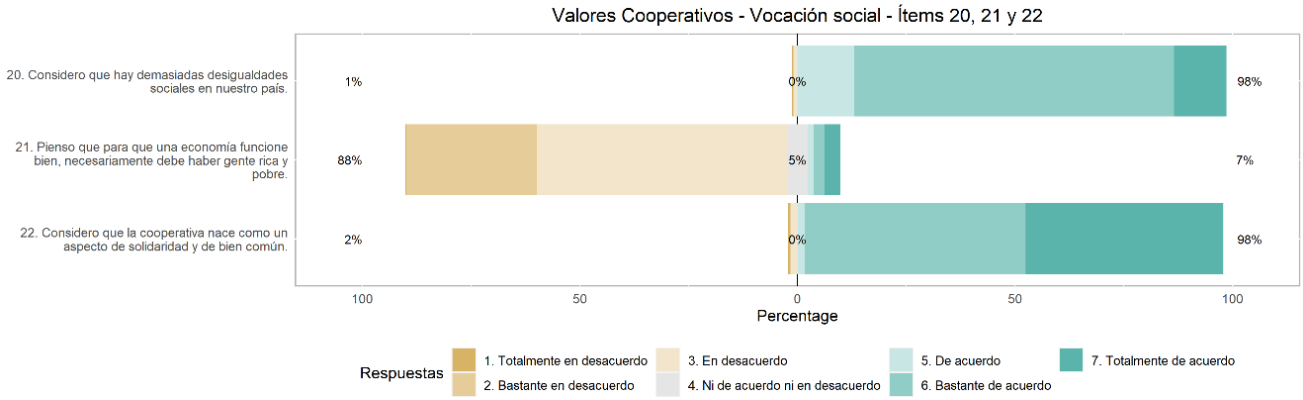


Figura 138. Gráfico densidad ítems superpuestos. Valores cooperativos: Vocación social. Ítems 20, 21 y 22.

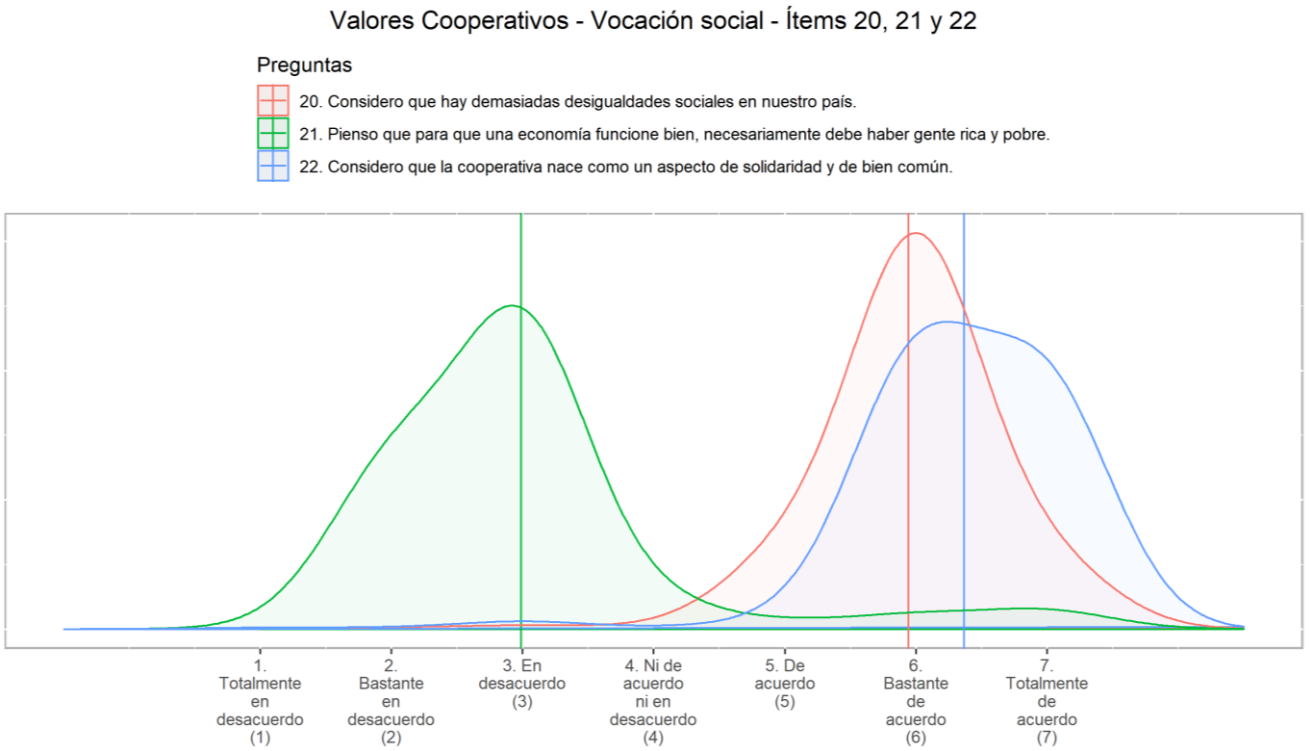
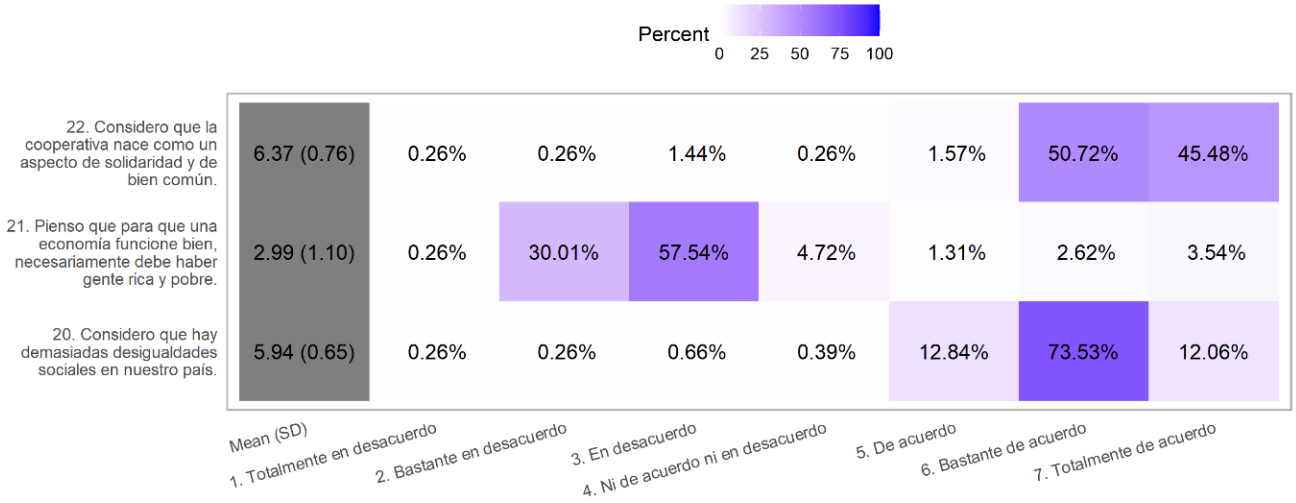


Figura 139. Gráfico HeatMap. Valores cooperativos: Vocación social. Ítems 20, 21 y 22.



4.2.11.1. Segmentación pertenencia a la Comarca.

Figura 140. ***Gráfico Barplot. Valores cooperativos: Vocación social. Ítems 20, 21 y 22. Segmentación según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.***

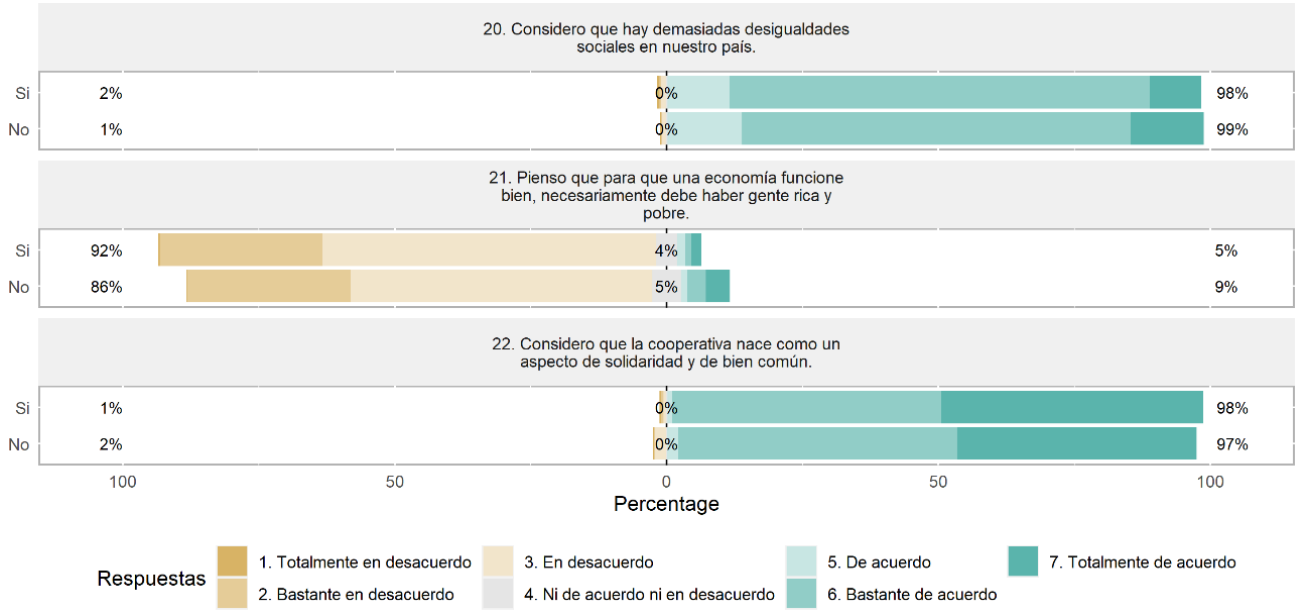
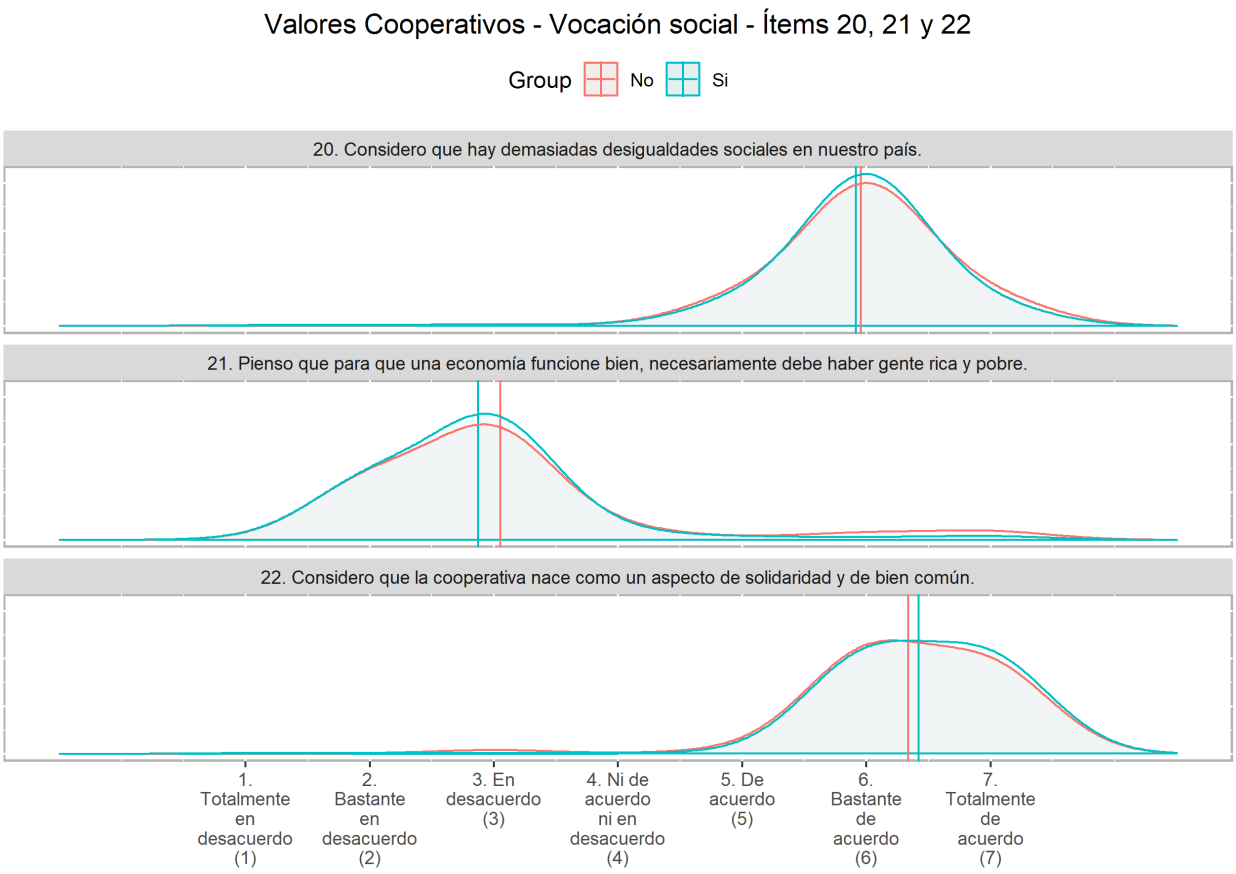


Figura 141. Gráfico Densidad. Valores cooperativos: Vocación social. Ítems 20, 21 y 22. Segmentación según pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.



4.3. Hipótesis 3.

Para dar respuesta a la *Hipótesis 3*, y para poder analizar el papel del socio y socia cooperativista en la empresa cooperativa, y su capital social, lo podemos resumir en la Variable Dependiente 16: "ser miembro de una Sociedad Cooperativa, es seña de identidad de lo que es ser socio cooperativista".

La variable 16 se describe de forma general en la Tabla 30 correspondiente al apartado de *Identificación social*, más del 96% de los encuestados afirma estar *"6. Bastante de acuerdo"* o *"7. Totalmente de acuerdo"* con la afirmación *16. Considero que ser miembro de una Sociedad Cooperativa, es una seña de identidad de lo que es el socio cooperativista,* estaríamos diciendo que más del 96% tiene un sentimiento de pertenencia muy arraigado en el espíritu cooperativista. En las siguientes figuras se presenta la descriptiva: Figura 31 y Figura 32.

Respecto a la segmentación según tipo de cargo en la cooperativa es cierto que no se encuentra diferencias significativas con un p-valor de .096, aunque también es cierto que este se encuentra bastante próximo al nivel de significancia marcado (.05). Luego según el tipo de cargo no se obtienen diferencias significativas (Tabla 31, Figura 33 y 34).

Atendiendo a la segmentación según pertenencia a la Comarca de *Vegas Altas del Guadiana*, tampoco se obtienen diferencias significativas, además el p-valor es muy alto (.863) posteriormente, podríamos concluir que el hecho de pertenecer a la Comarca o no, no varía el sentimiento de pertenencia general que da el ser parte de una cooperativa (Tabla 32, Figura 35 y 36).

CAPÍTULO 9: CONCLUIONES FINALES DEL ESTUDIO.

1. Resultados generales de las Hipótesis.

Haciendo un resumen de todos los datos extraídos en este estudio, tenemos que el principio cooperativo, “Adhesión voluntaria y abierta”, en los resultados generales, nos indican que la gran mayoría de la población encuestada afirma estar “*5. De acuerdo”* o *“6. Totalmente de acuerdo”* con la afirmación “*Pienso que los socios están satisfechos…”*.

Según la segmentación, pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana, visualmente parece que, para los que si pertenecen, hay una mayor concentración para la respuesta de grado 5 frente a los que no pertenecen. Estas diferencias son altamente significativas (Tabla 26). Por lo tanto, podemos afirmar que los individuos que no pertenecen a la Comarca en cuestión, presentan un mayor grado de conformidad respecto a este ítem frente a los que pertenecen.

Cuando solo tenemos un ítem para un principio cooperativo, solo podemos dar conclusiones correspondientes a la segmentación según pertenencia y describir los resultados (tanto generales como con la segmentación).

Para el principio cooperativo 2, es decir, la “Gestión democrática”, para los resultados generales, se observa como claramente para el ítem 54, las respuestas se encuentran en su mayoría para un grado 6 “*Bastante de acuerdo/satisfecho”* mientras que en el ítem 4, las respuestas se subdividen de forma prácticamente homogénea entre el grado 5 y el 6. Es decir, podríamos

apuntar a que el ítem 54 arroja resultados de mayor grado de conformidad que el ítem 4 de media.

Para la segmentación según pertenencia o no a la Comarca de la provincia de Badajoz, el ítem 4 obtiene diferencias altamente significativas según la pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana, mientras que, el ítem 54 no obtiene diferencias significativas. Si observamos la Figura 70, parece intuirse que efectivamente, para el ítem 4 según la proporción y la longitud de gráfico de barras para cada grado de respuesta existen más diferencias que el correspondiente al ítem 54.

En la Figura 71, donde se presenta el gráfico de densidad, efectivamente nos permite observar de forma aún más clara, como para el ítem 4 parecen existir notables diferencias, mientras que para el ítem 54 no. Esto se observa claramente en el solapamiento de las curvas, cuanta más superficie esté solapada entre ambas curvas (según la de pertenencia o no a la Comarca) menores serán las diferencias que existen entre ambos segmentos, de ahí que para cuantificar si estas diferencias o el solapamiento es suficiente, se realice el test de contraste.

Las conclusiones para el resto de los principios cooperativos, se obtienen de la misma forma.

Debemos de tener en cuenta que para las conclusiones del algunos principios, como, por ejemplo, el Principio Cooperativo 3, "*Participación económica por parte de los socios"*, se igualan escalas que miden grados distintos, es decir, el ítem 2, 10 y 17 se miden en una escala de 7 puntos que va desde 1 a 7, siendo 1 "*Totalmente en desacuerdo"* y el 7 *"Totalmente de acuerdo"* mientras que el ítem 35 se mide en una escala de "cantidad", que da valores de 1 a 7, siendo 1. "*Ninguno"* y 7. "Demasiado"*.*

Al ser las figuras y las tablas iguales a la de la hipótesis 1, las conclusiones se obtienen de forma parecida.

Podemos destacar, por ejemplo, de la Tabla 56, que había una gran correlación entre los ítems 23 y 24, de forma visual, si observamos la Figura 97, los porcentajes son idénticos, el solapamiento de las curvas parece el mismo (Figura 98) y los porcentajes de respuestas que se observa en el mapa de calor o *Heat Map* (Figura 99) nos señalan resultados prácticamente idénticos.

No podemos confundir que en el caso de que haya porcentajes parecidos, o que la curva sea parecida de media, signifique que vayamos a tener una correlación alta, ya que la correlación se refiere a la comparación según las respuestas de los individuos, pero sin embargo, sí nos puede poner en la pista sobre ello, y la descriptiva general puede servir como apoyo a la descripción de los resultados.

Continuando con el valor cooperativo operativo 1, es decir, “Autoayuda”, si observamos la Figura 101, que existe para ambos ítems, un gran solapamiento de las curvas, para conocer si este solapamiento es el suficiente o no como para encontrar diferencias significativas acudimos a la Tabla 35, la tabla nos indica que existen diferencias en ambos casos, pero estas son estadísticamente significativas, ya que p-valor es inferior a 0.05 pero no a 0.01.

Para el resto de los valores cooperativos operativos-éticos, la obtención de las conclusiones es idéntica. Tenemos que recordar que, para los constructos de un solo ítem, podremos presentar los resultados generales y la segmentación,

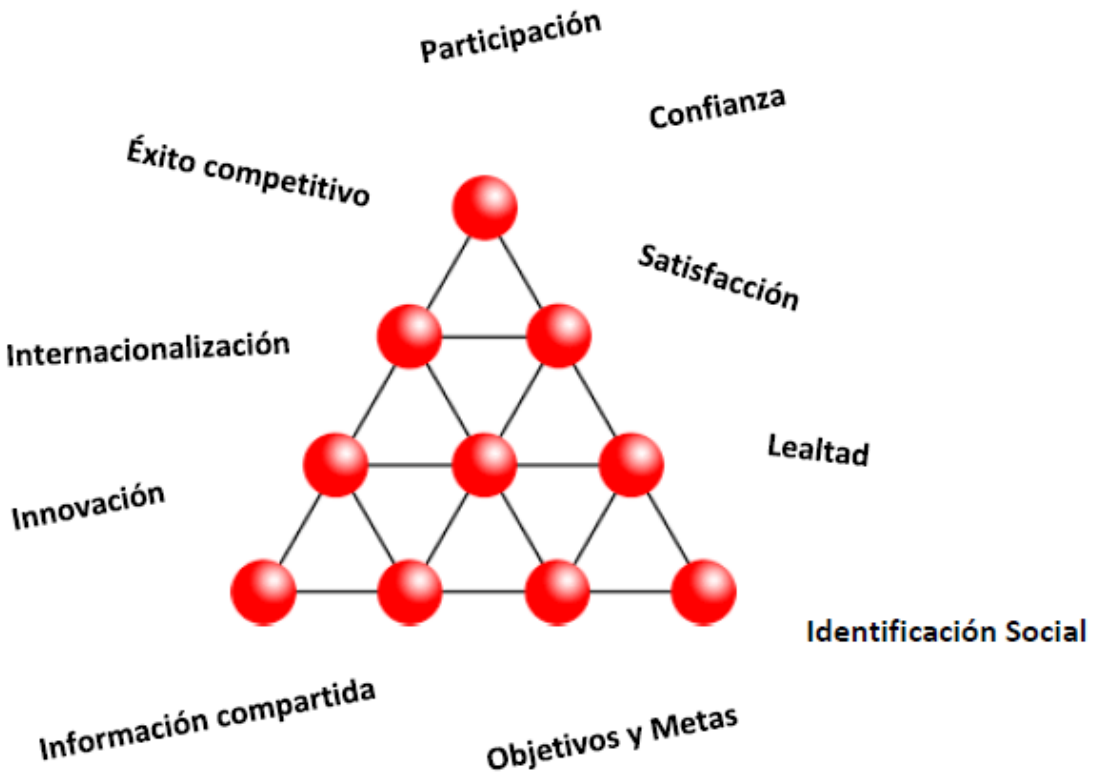
pero no podremos hablar de si los ítems cargan de forma similar ya que solo hay uno, las correlaciones son 1.00 al comparar el ítem consigo mismo.

2. Recapitulación de los resultados obtenidos.

Antes de detallar las conclusiones de los datos obtenidos en este estudio, tenemos que tener en cuenta que iremos analizando los resultados a partir de tres factores:

- Resultados de las variables del *Tetratkys del Capital Social*.
- Resultado de la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.
- Resultado de las Hipótesis planteadas.

Figura 142. Tetratkys del Capital Social.



Fuete: Elaboración propia.

La primera conclusión a la que llegamos, si tomamos como referencia el **análisis descriptivo** de la población encuestada, es que en todas las variables de datos censales presentadas con anterioridad, la muestra está claramente balanceada. El tipo de persona encuestada más predominante es *Hombre de más de 45 años con estudios primarios o secundarios, tipo de responsabilidad interno, un cargo de socio común, vive y desarrolla su actividad profesional en el medio rural, y con una antigüedad superior a los 10 años.*

Entrando en detalles respecto a las variables motivo de estudio, tenemos que decir que respecto a la **participación**, el capital humano de la empresa cooperativa considera que participan mucho en la toma de decisiones del día a día de la cooperativa, y a su vez, interviene de forma activa en el Órgano más importante de la empresa cooperativa, la Asamblea General de Socios de la Cooperativa. Así mismo, están bastante de acuerdo en que la voz de los socios y socias cooperativistas es importante y necesaria, y por último, no viven de espaldas a la gestión y el desarrollo de la misma, sino que están bastante interesados por obtener toda la información de la empresa cooperativa.

Con respecto al poder de la **confianza**, importante para el funcionamiento de las relaciones humanas, las personas encuestadas afirman que confían bastante en sus representantes, compañeros y miembros de la empresa cooperativa, no se duda de la lealtad y compromiso del capital humano de la empresa cooperativa. En cuanto al Consejo Rector no hay dudas con respecto al ejercicio de la labor de la Gerencia, se reconoce demasiado esta labor, el trabajo y responsabilidad del Presidente de la cooperativa.

En definitiva, se confía mucho en el papel productivo que se ejerce en la empresa cooperativa.

La empresa cooperativa se encuentra bastante **satisfecha** respecto a las actividades, la información y la relación personal que emana del capital humano de la empresa, sin embargo, en cuanto a los precios de la producción agroalimentaria de la cooperativa y los servicios que se ofertan, simplemente están satisfechos y satisfechas, lo que nos puede hacer pensar que se pueda producir lo que llamamos un *dumping productivo*, es decir, que se venda la producción a bajo coste o a coste por debajo de precio fijado por lonja.

Es mucho el compromiso, respeto y **lealtad** de las personas que forman parte de la empresa cooperativa agroalimentaria en Extremadura con los miembros de la misma.

El sentido de **pertenencia** al cooperativismo agroalimentario extremeño está muy presente, y siendo más precisos podemos afirmar que la Sociedad Cooperativa es una seña de identidad del mérito de ser socio y socia cooperativista, lo que hace fomentar el sentimiento de identidad de la clase trabajadora y el capital humano cooperativista.

Por parte de las personas encuestadas, el grado de orgullo y el valor de la **membresía** por ser parte integrante de la empresa y de la cultura emprendedora cooperativa, es muy alto, esto hace que el principio de **afectividad**, también sea muy considerado; a las personas miembro de la cooperativa, les gusta hablar del cooperativismo en presencia de otras personas.

El principio de solidaridad y **justicia distributiva** también está muy presente en la sociedad cooperativa extremeña, ya que se considera que hay demasiadas desigualdades en nuestro país, no hay una distribución y equilibrio justo de la

riqueza, y se valora muy positivamente que la empresa cooperativa nace como un aspecto de solidaridad y un valor del bien común.

Todos los miembros de la empresa cooperativa, objeto de este estudio, saben y conocen muy bien el **objetivo** común de la misma. Estos objetivos hacen que la cooperativa brinde asistencia técnica, **información compartida** para trabajar de una manera eficaz y con un elevado grado de calidad.

Hasta ahora, todo ha sido valorado positivamente, salvo la satisfacción por parte de la sociedad cooperativa por los precios de sus productos agroalimentarios. En el caso de la **innovación**, esta no se valora en positivo, todo lo contrario, lo que nos hace apreciar percepciones y opiniones interesantes.

Se considera importante dar a conocer la innovación, en el caso de llevarse a cabo en la empresa, sin embargo, se considera suficiente la innovación de los productos y servicios que ofrece la empresa cooperativa, apenas hay una adaptación a las tecnologías de la información y comunicación, se innova poco en comercialización y marketing cooperativo, se divulga muy poco, y apenas, por no decir nada, se ejerce la transferencia de conocimiento Universidad – Empresa en materia de cooperativismo.

Esta situación nos hace ver que el cooperativismo agroalimentario extremeño se preocupa por adaptarse a los cambios y dar soluciones a los problemas de gestión, sin embargo, suspende en innovación. Existe una clara carencia que se debería mejorar, entendemos que apostar por la innovación cooperativa es apostar para producir nuevas ideas, nuevos proyectos y nuevos productos, y también para generar modelos de negocio de manera eficiente y eficaz.

Otro factor que observamos es la baja valoración al principio de **Intercooperación cooperativa**, es decir, a la alianza o fusión de cooperativas. Este principio es fundamental para fortalecer la innovación, la cooperación y la competitividad empresarial, así, en vez de competir entre empresas cooperativas de la misma localidad, comarca o entorno rural, con la unión de cooperativas se fija precio de producción, se ahora en gastos y bienes, y se crece a nivel empresarial.

En esta variable, al menos se considera suficientes y positivas las prácticas de Responsabilidad Social que se ejercen en la empresa cooperativa, y el entorno creativo que se vive en la misma.

En lo que respecta a la **internacionalización**, el sector cooperativo agroalimentario extremeño considera que es muy importante la internacionalización para ejercer el comercio exterior, y así seguir creciendo a nivel empresarial, opinan que en el Consejo Rector de la cooperativa existe un gran interés por la internacionalización porque así han sido preparados y formados en esta materia, pero sin embargo, no se buscan con intensidad nuevos mercados internacionales para la cooperativa, tampoco se desarrollan alianzas, redes y relaciones con socios extranjeros, con lo cual, tendremos como resultado que el capital humano opine de manera negativa que apenas se incorpora tecnologías avanzadas (en línea con la innovación) del exterior, y que se gestiona de forma poco eficaz actividades de marketing cooperativo con mercados internacionales.

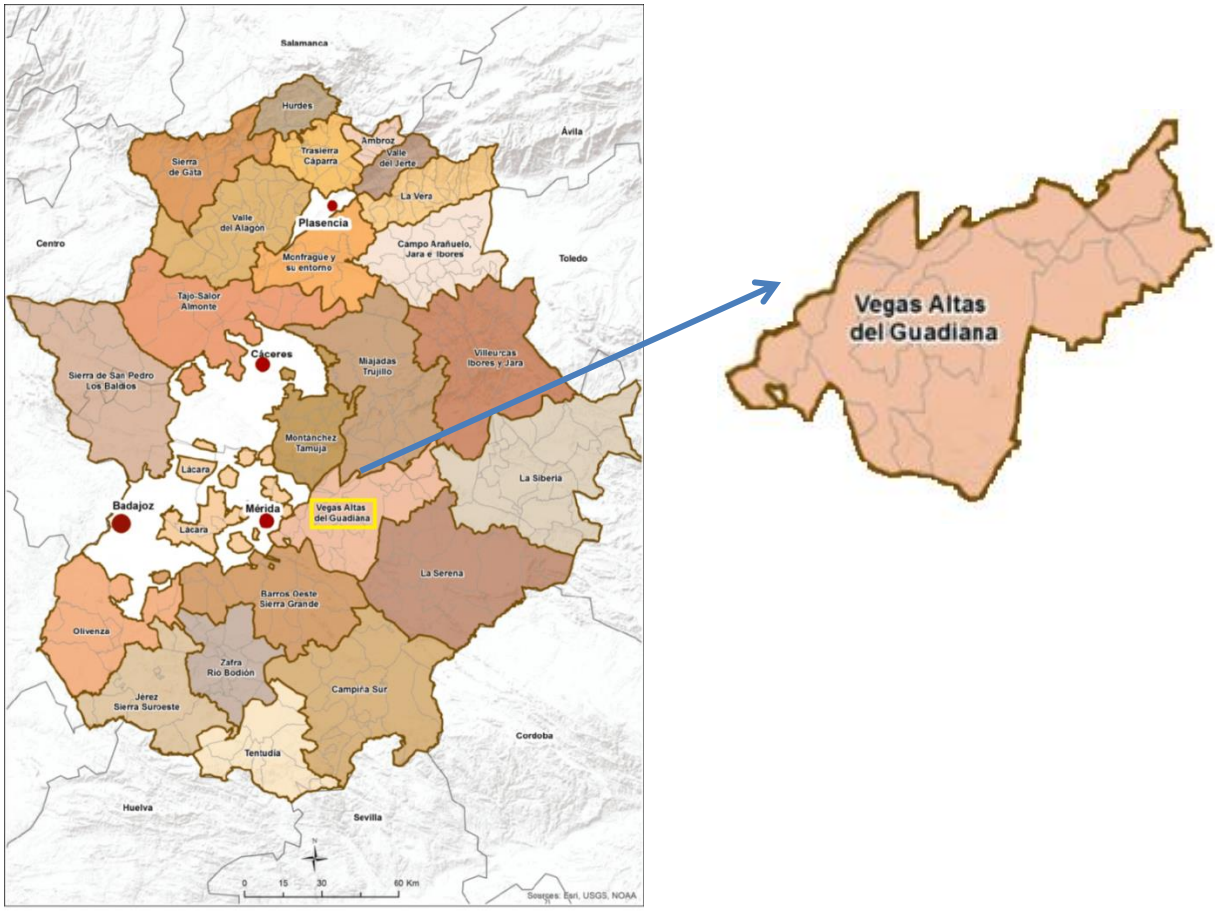
Por último, señalamos que el **éxito competitivo** también está presente en el cooperativismo agroalimentario de la región, tal es así, que la gran mayoría de la población encuestada opina de manera muy favorable que la calidad en la gestión de recursos humanos es vital para la gestión cooperativa, así como la

calidad de los productos y servicios. Esto hace que los niveles de gestión y organización de la cooperativa sean altos, y consideran que los miembros y socios que forman la empresa cooperativa, tengan óptimos niveles de capacitación y empoderamiento,

Por otro lado, y en la misma línea anterior, existe una alta valoración al considerar que el Consejo Rector de la cooperativa tiene las capacidades directivas adecuadas y por ellos se impulsa la transparencia en la gestión financiera cooperativa. Ello hace que haya un gran interés en la cohesión de los principios y valores corporativos.

La Comarca de Vegas Altas del Guadiana, como refleja el siguiente mapa, es una Comarca situada en la provincia de Badajoz, conformada por los siguientes municipios: Acedera, Cristina, Don Álvaro, Don Benito, Guareña, Manchita, Medellín, Mengabril, Rena, San Pedro de Mérida, Santa Amalia, Valdetorres, Valverde de Mérida, Villagonzalo, Villanueva de la Serena, Villar de Rena y Madrigalejo.

Mapa 1. Mapa de Extremadura. Distribución de Comarcas.



En esta Comarca se encuentran 18 empresas cooperativas del total de las 58 cooperativas objeto de este estudio, creando así un “Ecosistema Cooperativo Agroalimetario” en la Comarca de Vegas Altas del Guadiana para la región de Extremadura; si a ello le añadimos el poder económico que aporta el cooperativismo agroalimentario a esta zona (Tabla 5. Ranking de empresas cooperativas a nivel nacional, ordenado por facturación de mayor a menor en mill. de €) con más de 300 millones de euros de facturación de estas empresas cooperativas, hace que prestemos especial atención a este Ecosistema Cooperativo. Y así, nos apoyaremos en el siguiente resumen:

Tabla 58. Empresas Cooperativas perteneciente a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana.

Empresa Cooperativa	Municipio	Código
Coop. Agraria San Juan Puebla de Alcollarín	Puebla de Alcollarín	BA4
Coop. Agrícola San Valentín	Hernán Cortés	BA5
Agrocam	Don Benito	BA6
Comercial Agropecuaria S.A.T.	Don Benito	BA7
Comercial de Ovinos S.C.L.	Villanueva de la Serena	BA9
Coop. Del campo San Pedro	Guareña	BA10
Coop. Del campo Sagrada Familia	Zurbarán	BA11
Didaymaz Sdad. Coop.	El Torviscal	BA12
Coop. Guadachel	Guareña	BA14
Coop. La Encina	Palazuelo	BA16
EA. Group	Villanueva de la Serena	BA21
Pronat	Don Benito	BA22
Coop. Sindical de Regantes	Don Benito	BA28
Sumifrut S.L.	Don Benito	BA29
Tomalia	Santa Amalia	BA30
Coop. Tomates del Guadiana	Santa Amalia	BA31
Coop. Troil Vegas Altas	Guareña	BA32
Coop. Campo en Marcha	Gargáligas	BA35

Fuete: Elaboración propia.

De los resultados obtenidos en las 10 variables utilizadas para medir el capital social de las cooperativas de la Comarca de Vegas Altas del Guadiana, podemos concluir que no se expone una gran diferencia que pueda llamar la atención respecto a los datos generales, si es cierto que hay un mayor grado de participación en las cooperativas de este entorno geográfico comarcal, existe un gran nivel de confianza, de lealtad y éxito competitivo, que junto con una mejora en los procesos de innovación internacionalización e Intercooperación cooperativa, en una futura línea de investigación, se puede trabajar para construir las bases de un futuro *grupo cooperativo agroalimentario* en la región de Extremadura.

No tenemos que olvidarnos que el 31% de las cooperativas más importantes de la región de Extremadura se encuentran en esta Comarca. Por ello, si seguimos trabajando en este modelo de medición del capital social, y en procesos de mejora empresarial cooperativa, podemos conseguir esta propuesta: el primer grupo cooperativo de Extremadura.

Con respecto a las hipótesis planteadas en este estudio, como hemos podido comprobar (en la relación de variables dependientes e independientes), podemos afirmar que existe una correlación positiva, afectiva y sólida entre el capital social y los siete principios cooperativos, salvo el principio cooperativo (P6) de *Intercooperación*, que como vimos anteriormente, el nivel es muy bajo.

También podemos afirmar que existe una excelente relación, catalogada como resistente, verdadera y de idoneidad, entre el capital social y los diez Valores Cooperativos

Si bien, la gran mayoría de socios y socias cooperativistas desconocen los principios y valores cooperativos (ACI y/o AMC), éstos están implementados de manera innata en la vida de ellos y ellas.

Por último, y expuestas las carencias y bondades del emprendimiento cooperativo agroalimentario extremeño gracias a este estudio de medición, afirmamos que el modelo propuesto es un instrumento útil para testar el dinamismo y el “estado de salud” de la cooperativa. Así podemos concluir que “el capital social de las cooperativas agroalimentarias de la región de Extremadura es positivo, y *el estado de salud* de la empresa cooperativa es bastante buena”.

3. Limitaciones del estudio.

Ha quedado reflejado a lo largo de la investigación que, respecto de la información suministrada por la Administración Pública y, dado que la misma, no dispone de una fuente de datos actualizada de la que podamos sustraer información sobre el número exacto de empresas cooperativas del sector agroalimentario en la región, ni tan siquiera para poder realizar una "radiografía real" con respecto al capital social de las cooperativas, ello no desmerece que nos hayamos apoyado en la organización Cooperativas Agroalimentarias Extremadura, para analizar esta iniciativa.

Es preciso señalar la particularidad del ámbito territorial en el que se ha llevado a cabo la medición del estudio, pues siendo Extremadura una región, cuya comunidad autónoma cuenta con las dos provincias más grandes del país, y considerando tanto su extensión como su densidad territorial, no fue óbice para recorrer las grandes distancias que separan a unos municipios de otros, y de sus pedanías, invirtiendo y empleando más tiempo y gastos para realizar un proceso de encuestación de este nivel.

Además de utilizar una plataforma ágil para la difusión del cuestionario (Google Forms), hemos tenido que ayudar personalmente a un gran número de miembros de la empresa cooperativa para que pudieran cumplimentar los cuestionarios, dado que un alto porcentaje de la población encuestada carece de conocimientos informáticos y de nuevas tecnologías de la información.

Tratándose de un sistema de medición con un proceso de encuestación novedoso, acompañado de un elevado nivel de indicadores utilizados,

tendríamos que tener más cuestionarios para verificar su validez real, aunque haya sido validado y reconocido por un gran número de investigadores e instituciones.

Con respecto a la muestra, en algunos aspectos está claramente balanceada, es decir, que al segmentar la totalidad de la base según aspectos como el sexo, la edad o el tipo de cargo de responsabilidad, ésta presenta proporciones de registro muy diferentes.

Otra limitación que hemos encontrado en esta línea de investigación es que a nivel académico, en la Universidad de Extremadura no existe un Grupo de investigación, ni un centro de formación profesional, ni un base de datos, ni centro documental referente al cooperativismo, y por la especificidad de la materia, el impacto social, laboral, económico y empresarial entrono al emprendimiento cooperativo, así o requeriría. Esto hubiera ayudado a la investigación presentada.

Uno de los objetivos principales de la investigación es el de estudiar si existen diferencias significativas en las respuestas otorgadas por los individuos, atendiendo a si el individuo es interno o externo. Si observamos los datos -se pueden ver en la Tabla 15- la proporción de ambas es claramente diferente. Sí que se presentan los resultados para los distintos parámetros recogidos, y se observan diferencias significativas, por ello, debemos atenernos a que la variación en una de las respuestas otorgadas por el personal externo va a tener más peso, es decir, va a ser mucho más influyente, que la de un individuo de personal interno.

Se propuso el estudio según la antigüedad, para poderse realizar deberíamos agrupar: menos de 10 años, entre 10 y 20 y más de 20.

Las diferencias encontradas respecto a las segmentaciones, tanto para pertenencia interna-externa como de la Comarca de Vegas Altas del Guadiana, en ninguno de los casos se observa diferencias de más de un orden de respuesta, es decir, las diferencia pueden encontrarse en que la gran mayoría de los individuos de un segmento, haya contestado a la escala con un grado 5 y la gran mayoría con un grado 6, cuando hablamos de grados, nos referimos al carácter ordinal de la escala Likert presentada como respuesta para cada una de las afirmaciones que recoge la encuesta de opinión.

Por ejemplo, en la Tabla 23, para pertenencia a la Comarca de Vegas Altas del Guadiana, para el ítem *6. "Confío en los representantes de esta cooperativa"* se observan diferencias *altamente significativas*, si observamos las respuestas, claramente vemos como las diferencia se encuentra en que para los que si pertenecen, afirman la gran mayoría estar en el grado 6 "*Bastante de acuerdo"* pero para los que no pertenecen esta proporción es menor, teniendo mayor cantidad de respuestas en el grado 7 de la escala "*Totalmente de acuerdo"*.

Las diferencias de las que hablamos es que dentro de estar de acuerdo, unos afirman estar *Bastante de acuerdo* y otros, en mayor proporción *"Totalmente de acuerdo".*

Como ampliación a lo comentado en el punto 4, como ampliación podría reducirse la escala Likert o agrupar los resultados, por ejemplo, los grados 1 y 2 y los grados 6 y 7. Quedando una escala ordinal de 5 grados. Además, esto podría ayudar a encontrar unas mayores correlaciones para cada uno de los principios o valores cooperativos -hipótesis 1 y 2-.

Otra de las posibles ampliaciones podría ser limitar la escala a favor, neutro o en contra. Con 3 grados nos permitiría encontrar de forma general las respuestas con una mayor agrupación, es cierto, que estos porcentajes se pueden observar tanto en las figuras presentadas en este estudio de análisis sociométrico como en la gran cantidad de figuras añadidas en los anexos.

Respecto a la matriz de correlaciones, podría ser interesante como ampliación futura, estudiar si dentro de cada uno de los segmentos -en las hipótesis 2 y 3-, las correlaciones son mayores o menores, es cierto, que de forma visual se puede observar en los gráficos de densidad donde se presenta según segmentación de pertenencia.

De forma general para la hipótesis 1 y la hipótesis 2, se presenta una correspondencia para cada uno de los principios y valores correspondientemente, es cierto que para muchos casos ambas afirmaciones se miden con la misma escala (se le presenta al encuestado la misma escala para ambas afirmaciones) pero en algunas de ellas no es así. Es una limitación ya que estamos suponiendo que de manera subjetiva para el encuestado significa lo mismo *Totalmente en desacuerdo* que *Ninguno* que *Insatisfecho*.

Claramente se puede localizar en qué valores/principios cooperativos para ambas hipótesis sucede lo expuesto, ya que se presentan en las figuras añadidas.

Debemos de tener en cuenta que esta limitación en el estudio no solo afecta a las figuras, sino también en las matrices de correlación, ya que en dicha matriz de correlaciones las puntuaciones ordinales dadas según las escalas, la

limitación se encuentra en que estamos asignado el mismo grado a dos escalas con terminología distinta.

Puntualizando en la hipótesis 2, como apunte, en la matriz de correlaciones hay valores que son 1.00, los que se encuentran en la diagonal principal es la correlación del ítem consigo mismo, los que se encuentran fuera de la matriz diagonal sucede lo mismo, son el mismo ítem lo único que ha sido incluido en otro valor cooperativo.

4. Futuras líneas de investigación.

Con este trabajo de investigación se ha tratado de visualizar uno de los temas, que, a nuestro entender es capital y absolutamente prioritario para la sociedad en general, y para la región de Extremadura en particular. Trabajar en base al concepto de capital social es analizar, medir, testar el aprovechamiento, las potencialidades y las capacidades de las personas, personas que forman parte de organizaciones de diversa tipología.

Por lo tanto, y tras los resultados obtenidos se podría trabajar en futuras líneas de investigación para medir el capital social de una organización académica, como puede ser la Universidad, utilizando una población cuadrangular (profesorado, personal de administración y servicios, equipo de gobierno y alumnado), una organización sindical, una organización empresarial tradicional (sociedad limitada, sociedad anónima), o cualquier entidad de economía social sea cual sea su tipología. Aunque se tendría que adaptar el formulario o sistema de medición según la organización que se quiera analizar.

Medir el capital social es medir la confianza y las relaciones sociales, pilares básicos en una relación comercial entre el cliente y el producto (empresa).

También sería relevante poder medir el capital social de la administración pública (personal técnico, funcionarios y gobierno), para analizar y "radiografiar en manos de quién o quiénes" están las políticas públicas de un municipio (ayuntamiento), una provincia (diputación), una isla (cabildo) o una región (gobierno autonómico).

En definitiva, la transversalidad del capital social, por su amplio abanico de indicadores, y su objetivo poblacional y organizacional, puede dar mucho juego en distintas áreas de conocimiento, psicología, sociología, organización de empresas, economía, administración pública, educación, marketing, etc.

Como hemos señalado en el apartado de conclusiones, en un futuro a corto plazo, sería conveniente trabajar en esta línea de investigación para fomentar la Comarca de Vegas Altas del Guadiana, como motor de desarrollo en un entorno rural.

Así mismo, aportar por medio del presente trabajo, los cimientos de un Libro Blanco sobre el Cooperativismo o la Economóa Social en Extremadura.

Y por último, referente al cuestionario de medición del capital social, seguir trabajando en este contexto, para seguir planteando una serie de preguntas que pueden ayudar a establecer un modelo de medición renovado y continuado en el tiempo, y estas serían:

1. ¿Qué tipos de redes se asocian más comúnmente con la confianza social y con las normas que promueven la coordinación y la cooperación para el beneficio mutuo? ¿Todas las redes deben agregarse en una medida de capital social o sólo en algunos tipos específicos? ¿Deberían considerarse

los mismos tipos de red en todos los países o habrá alguna variación en los contextos culturales?

2. ¿Se pueden evaluar directamente las normas y la confianza? ¿Se pueden clasificar en términos de su eficacia para facilitar una acción colectiva mutuamente beneficiosa?

3. ¿Se cumplen los principios y valores cooperativos en una sociedad o empresa cooperativa? ¿Qué grado de cumplimiento de estos principios y valores cooperativos se llevan a cabo en la estructura cooperativa?

4. De estos indicadores, ¿Cuál será el que puede crear más capital social? O dicho de otra manera, ¿Sobre qué modelo organizacional tiene un mayor efecto el capital social?

BIBLIOGRAFÍA.

ABREU, J.L. y BADII, M. (2007). Análisis del concepto de responsabilidad social empresarial. Daena: International Journal of Good Conscience, 2 (1), 54-70.

ACI. (2018). Cooperative Insider. Entrevista con Jean-Louis Bancel, Vicepresidente de la Alianza Cooperativa Internacional. Disponible en: https://www.ica.coop/es/ [Acceso 30/5/2018].

ACI (1995). Resolución de la Asamblea General de la ACI sobre la Declaración de la Identidad Cooperativa, Manchester.

ACI (1995). Declaration on Cooperative Identity, Manchester. Disponible en: http://www.uwcc.wisc.edu/icic/def-hist/gen-info/1995. [Acceso 28/5/2018].

ADLER, P. y KWON, S. (2002). Social Capital: Prospects for a new concept. The Academy of Management Review, 27 (1), 17-40.

ADRIANZÉN, A. (2004). Capital Social. Un intento de Medición, Universidad de PIURA-Perú. Disponible en: https://pirhua.udep.edu.pe/. [Acceso 15/10/2019].

AGUINIS, H. (2011). Organizational responsibility: Doing good and doing well. In S. Zedek (Ed.), APA handbook of industrial and organizational psychology (pp. 855–879). Washington, DC: American Psychological Association.

ALCALÁ RUIZ, B. (2012). Repensar México: Un enfoque multidisciplinario. IEXE Ed. Puebla (México).

ALFONSO SÁNCHEZ, R. (2015). Los principios cooperativos como principios configuradores de la forma social cooperativa. CIRIEC España, Revista Jurídica, 27 (1), 1-35.

ALONSO, L. E. (2003). Cultura, desigualdad y reflexividad: la Sociología de Pierre Bourdieu. Madrid: Los libros de la Catarata.

ANDERSON, A. R. y MILLER, C.J. (2003). Class matters: human and social capital in the entrepreneurial process. The Journal of Socio-Economics, 32, (1), 17-36.

ARANDO, S., GAGO, M., FREUNDLICH, F. y UGARTE, L. (2012). Capital social y cooperativismo. Projectics, 2 (2-3), 41-54.

ARANZADI, D (1992). El arte de ser empresario Hoy. Madrid: Universidad de Deusto.

ARBOLEDA ÁLVAREZ, O.L., GHISO COTOS, A.M., Y QUIROZ LIZARAZO, E.H. (2008). Capital Social: Revisión del concepto y propuesta para su reelaboración. Semestre Económico, 11 (21), 75-90.

ARRIAGADA, I (2005). Dimensiones de la pobreza y políticas desde una perspectiva de género. Revista de la CEPAL, 85 (1), 101-113.

ARROW, K. J. (1972). Gifts and Exchanges. Philosophy and Public Affairs, 1 (4), 343–362.

ARROW, K. (1973). Social Responsibility and Economic Efficiency. New York: Public Policy.

ARROW, K. (1978). The Limits of Organization, (Fels Lectures on Public Policy Analysis), New York-London: WW Norton & Company, Inc.

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (AECA), (2004). Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa. Madrid: AECA.

ATRIA. R., SILES, M. ARRIAGADA, I. ROBISON, L.J. y WHITEFORD, S. (2003). Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma. Equipo de trabajo CEPAL - Universidad del Estado de Michigan (MSU). Revista de la CEPAL, 71 (1), 96-112.

BAGNASCO, A. (2003). El capital social. Instrucciones de uso. Argentina: Fondo de Cultura Económica.

BANASZAK, I. (2008). Determinants of successful cooperation in agricultural market: evidence from producer groups in Poland. Strategy and Governance of Networks. Heidelberg, Germany. Physical-verlag.

BANCO MUNDIAL (2000). En el Umbral del Siglo XXI: Informe sobre el desarrollo mundial, 1999-2000. Nueva York: Mundi-Prens.

BANCO MUNDIAL (2001). Informe sobre el desarrollo mundial, 2000/2001: lucha contra la pobreza. Nueva York, Oxford University Press.

BANCO MUNDIAL (2003). Integrated Questionnaire for the Measurement of Social Capital (SC-IQ). Washington: World Bank.

BANDA CASTRO, A. L., y PEÑAFLOR TORRES, A. L. (2017). Traducción cuestionario integrado para la medición de capital social (SC-IQ). Lebret, 230-239.

BARANGER, D. (2004). Epistemología y metodología en la obra de Pierre Bourdieu. Buenos Aires: Prometeo libros.

BARBAUD-DIDIER, V., HENNINGER, M.-C., y EL AKREMI, A. (2012). The relationship between members' trust and participation in the governance of cooperatives: The role of organizational commitment. International Food and Agribusiness Management Review, 15(1), 1–24.

BARRIENTOS, M., RODRÍGUEZ, L., SEIJÓ, M. y WUFT, G. (2004). Herramientas conceptuales del cooperativismo: la utopía, Buenos Aires, Argentina: EUMED.

BASTERRETXEA, I., y MARTINEZ, R. (2012). Impact of Management and innovation capabilities on performance: Are cooperatives different? Annals of Public and Cooperative Economics, 83 (3), 357 - 381.

BAUER, C.M., GUZMÁN, C. y SANTOS, F. J. (2012) Social capital as a distinctive feature of Social Economy firms. International Entrepreneurship and Management Journal, 8 (1), 437-448.

BAUWENS, T. DEFOURNY, J. (2017). Social capital and mutual versus public benefit: the case of renewable energy cooperatives. Annals of Public and Cooperative Economics. Revista CIRIEC. 88 (2), 203 - 232.

BEAUBIEN, L. y RIXON, D. (2012). Key Performance Indicators in Co-operatives: Direction and Principles. Journal of Co-operative Studies, 45 (2), 5-15.

BEBBINGTON, A. (2002). Sharp Knives and Blunt Instruments: Social Capital in Development Studies. Antipode. 34 (4). 800 - 803.

BEBBINGTON, A. (2003), El capital social en el desarrollo: teoría conceptos o estrategia, CEPAL - SERIE Seminarios y conferencias, 31 (1), 31-39.

BEBBINGTON, A., GUGGENHEIM, S., OLSON, E. y WOOLCOCK, M. (2004). Exploring Social Capital Debates at the World Bank, Journal of Development Studies, 40 (5), 33 - 64.

BECKER, G. S. (1964) Human capital: a theoretical and empirical analysis, with special reference to education. New York: National Bureau of Economic Research.

BIALOSKORSKI NETO, S. (2003). Corporate governance and the role of the managers in Brazilian corporatives. In: Social and cooperative economy.

Oxford, England: International Center of Research and Information on the Public. CIRIEC, 48, 225-241.

BID (Banco Interamericano de Desarrollo) (2000). Capital social y cultura; claves olvidadas del desarrollo. Buenos Aires, Documento de Divulgación 7.

BIRCH K. y WHITTAM G. (2008). The third sector and the regional development of social capital. Regional Studies, 42, 437–450.

BLANCO, J. (1985). Historia de la reforma de los principios cooperativos. REVESCO - Estudios Cooperativos, 53 (1), 37-68.

BLANCO, J. (1985). Historia de los Pioneros de Rochdale. Zaragoza, (España): AECOP.

BLESA, A., RIPOLLÉS, M. y MONFERRER, D. (2008). La orientación al mercado como determinante de la internacionalización de las nuevas empresas. Valencia: Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas.

BOATRIGHT, J. R. (2000). Ethics and the Conduct of Business, 3rd Edition. New York. Prentice Hall, Upper Saddle River.

BOE núm. 305, de 21 de diciembre de 1974, páginas 25956 a 25966 (11 págs.). Ley General de Cooperativas Nº 52/1974.

BOIX, C. y POSNER, D. N. (1996). Making social capital work: a review of Robert Putnam's Making Democracy Work. Harvard-CFIA Working. Paper 96.

BOLETÍN INFORMATIVO CONCOMEX (BIC) (2008). Octubre, mes cooperativo. Confederación de Cooperativas de Ahorro y Préstamo de México, nº5, pp. 1-43.

BOLINO, M. C., TURNLEY, W. H. y BLOODGOOD, J. M. (2002). Citizenship Behavior and the Creation of Social Capital in Organization, Academy of Managemen Review, 22 (4), 505 - 522.

BONNER, A. (1970). Ideal and Principles of Cooperation. Manchester: Cooperative Union, Ltd.

BÖÖK, S. A. (1989). Valores, principios e identidad cooperative antes del cambio de siglo. Revista de la Cooperación Internacional INTERCOOP, 22 (3), 62-64.

BÖÖK, S. A. (1992). Co-operative values in a changing. Tokio-Geneva: International Cooperative Alliance.

BORGEN, S. (2001). Identification as a trust-generating mechanism in cooperatives. Annals of Public and Cooperative Economics, 72 (2), 209-228.

BORINS, S. (1998). Innovating with integrity: How local heroes are transforming American government. Washington DC: Georgetown University Press.

BORZAGA, C. y SFORZI, J. (2014). Social capital, cooperatives and social enterprises. En: Asimina Christoforou, A. y Davis, J. B., ed. Social capital and Economics. London: Routledge, 215-236.

BOURDIEU, P. (1980). Le capital social. En : Bourdieu, P, ed. Actes de la Recherche en Sciences Sociales. Paris : Persée, 2-3.

BOURDIEU, P. (1986). Las estructuras sociales de la economía. Buenos Aires: Manantial.

BOURDIEU, P. (1986). The forms of capital. En: Richardson J.G., ed. Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. New York: Greenwood Press, 241-258.

BOURDIEU, P. (2011). Las estrategias de la reproducción social. Buenos Aires: Siglo XXI Editora Iberoamericana.

BOWLING, A. (1997) Measuring Health: A review of quality of life measurement scales, Second Edition. Buckingham: Open University Press.

BRAZDA, J. y SCHEDIWY, R. (2003). Esbozo histórico de las cooperativas de consumo, CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 44, 105-136.

BRETOS, I. y ERRASTI, A. (2016). Dinámica de regeneración en las cooperativas multinacionales de Mondragón. La reproducción del modelo cooperativo en las filiales capitalistas. CIRIEC- España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 86 (1), 5-34.

BRETOS, I. y MARCUELLO, C. (2017). Revisiting Globalization Challenges and Opportunities in the Development of Cooperatives. Annals of Publics and Cooperative Economics, 88 (1), 47-73.

BRETOS, I., DÍAZ-FONCEA, M., MARCUELLO, C. y MARCUELLO, C. (2018). Cooperativas, capital social y emprendimiento: Una perspectiva teórica. REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, Ediciones Complutense, 128 (1), 76-98.

BRETOS, I. DÍAZ-FONCEA, M. y MARCUELLO, C. (2018). Las cooperativas y la Constitución Española de 1978: una mirada retrospectiva. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, nº extraordinario/2018, 127-140.

BREWER, M. B. y KRAMER R. M. (1986). Choice behavior in social dilemmas: Effects of social identity, group size, and decision framing. Journal of Personality and Social Psychology, 50 , 543–549.

BROWN-KRUSE, J. y D HUMMELS D. (1993). Gender effects in laboratory public goods Contribution. Journal of Economic Behavior and Organization, 22, 255–267.

BRUNIE A. (2009). Meaningful distinctions within a concept: Relational, collective, and generalized social capital. Social Science Research, 38, 251-265.

BUCKLEY, P.J., CLEGG, J. y WANG, C. (2002). The impact of inward FDI on the performance of Chinese manufacturing firms. Journal of International Business Studies 33 (4): 637–655.

BUENO, E. (1999). El Consejo de Administración y la Gestión del Conocimiento. En Especial X Congreso AECA: La empresa española en el siglo XXI. Zaragoza: AECA.

BUENO, E. (2002). El capital social en el nuevo enfoque del capital intelectual de las organizaciones. Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones, 8 (2-3), 156-176.

BUONTEMPO, M. (2012). Responsabilidad social empresaria y su impacto en el sector automotriz argentino. En: Fronti de García, L., ed. Documentos de Trabajo de Contabilidad Social. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Económicas, 107-137.

BURT, R. S. (1992). Structural holes: The social structure of competition. Cambridge, MA: Harvard University Press.

BURT, R. S. (1997). The Contingent Value of Social Capital. Administrative Science Quarterly, 42 (2), 339-365.

BURZACO SAMPER, M. (2020). La impronta histórica del modelo de intervención pública en el cooperativismo español. XIII Congreso Internacional de Investigadores en Economía Social y Cooperativismo. Valencia (España): CIRIEC.

CAE (Cooperativas Agroalimentarias Extremadura) (2019). ¿Qué es Cooperativas Agroalimentarias Extremadura? Disponible en: http://www.cooperativasextremadura.es/contenido/. [Acceso 8/6/2019].

CAE (Cooperativas Agroalimentarias Extremadura) (2020). Informe Socioeconómico sobre el Cooperativismo Agroalimentario de Extremadura 2019. Mérida (España): Cooperativas Agroalimentarias Extremadura.

CAE (Cooperativas Agroalimentarias Extremadura) (2020). Memoria de Actividades 2019. Mérida (España): Cooperativas Agroalimentarias Extremadura.

CAIN, J.L., TOENSMEYER, U.C., y RAMSEY, S. (1989). Cooperative and proprietary firm performance as viewed by their customers. Journal of Agricultural Cooperation, 4 (1), 81-88.

CAJIGA CALDERÓN, J. F. (2013). El Concepto de Responsabilidad Social Empresarial. Mexico: Centro Mexicano Para La Filantropía.

CANCELO ALONSO, A. (1999). Mondragón Corporación Cooperativa: Historia de una Experiencia. Revista Internacional de Estudios Vascos, 44 (2), 323-357.

CARACCIOLO BASCO, M, FOTI LAXALDE., M.P. (2003). Economía solidaria y capital social: contribuciones al desarrollo local. Buenos Aires: Paidós.

CARDONA A., D. A. (2011). La responsabilidad social empresarial. Concepto, evolución y tendencias. Bogota: Norma.

CARCHANO ALCARAZ, M., CARRASCO MONTEAGUDO, I., y SOLER TORMO, F. (2021). El papel de las cooperativas de crédito en el sostenimiento de la España vaciada a través del capital social. REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, 138, 1-15.

CARRASCO MONTEAGUDO, I. (2009). Diccionario de Economía Social. V.6. Madrid: Ecobook – Editorial del Economista.

CASTELLS, Manuel (1998). La era de la información, economía, sociedad y cultura, Madrid: Alianza Editorial.

CASTILLA-POLO, F., SÁNCHEZ-HERNÁNDEZ, M.I., y GALLARDO-VÁZQUEZ, D. (2017). Assessing the Influence of Social Responsibility on Reputation: An Empirical Case-Study in Agricultural Cooperatives in Spain. Springer, Journal of Agricultural and Environmental Ethics 30, 1-22.

CASTILLA-POLO, F., SÁNCHEZ-HERNÁNDEZ, M.I., y GALLARDO-VÁZQUEZ, D., y RUIZ RODRÍGUEZ, M.C. (2015). Diseño de un modelo de reputación para cooperativas oleícolas. Revista de contabilidad, 19, 154-167.

CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) (2001). Capital social y reducción de la pobreza: en busca de un nuevo paradigma, Santiago de Chile.

CEPAL-NACIONES UNIDAS. (2003). Capital social: sus potencialidades y limitaciones para la puesta en marcha de políticas y programas sociales. Panorama social de América Latina: Naciones Unidas. Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

CEPES España (2021). Las empresas más relevantes de la economía social 2019-2020. Madrid: Confederación Empresarial Española de la Economía Social.

CHAND, M. y FRASER, S. (2006). The Relationship between Corporate Social Performance and Corporate Financial Performance: Industry Type as a Boundary Condition. The Business Review, Cambridge, 5 (1), 240-245.

CHARCHANO ALCARAZ, M., CARRASCO MONTEAGUDO, I, y SOLER TORMO, F. (2021). El papel de las cooperativas de crédito en el sostenimiento de la España vaciada a través del capital social. REVESCO, 138, 1-15.

CHARTERINA, A. (2016). La cooperativa y su identidad. Madrid: Dykinson.

CHEN, H. y CHEN, T. J. (1998). Network linkages and location choice in foreign direct investment, Journal of International Business Studies 29 (3), 445-468.

CHEN, T. J. (2003). Network resources for internationalization: the case of Taiwan's electronics firms. Journal of Management Studies 40 (5), 1107-1130.

CHEVALIER, M. (2011). The co-operatives' sources of efficiency: a catalyst for the emergence of stable and localized norms. Journal of Co-operative Studies, 44 (1), 31-40.

CHLOUPKOVÁ, J., SVENDSEN, G. L. H., y SVENDSEN, G. T. (2003). Building and Destroying Social Capital: The Case of Cooperative Movements in Denmark and Poland. Agriculture and Human Values, 20 (3), 241-252.

CHOMEL, A y VIENNEY, C. (1996). Déclaration de l'ACI: La continuité au risque de l'irréalite. RECMA, 260 (1), 64-71.

CHOW, W. S., y CHAN, L. S. (2008). Social network, social trust and shared goals in organizational knowledge sharing. Information and Management, 45 (7), 458-465.

CIOMPI, L. (2007). Sentimientos, afectos y lógica afectiva. Su lugar en nuestra comprensión del otro y del mundo. Revista de la Asociación Española de Neurosiquiatría*, 27* (2), pp. 425 -443.

CLIFFORD J. y CAVANAGH, R. (1985). The winning performance: how America's high-growth midsize companies succeed. New York: Bantam.

COHEN, W. A. (2008). En clase con Drucker: diecisiete lecciones magistrales. Barcelona. Ed. Norma.

COLEMAN, J.S. (1988). Social capital in the creation of human capital. American Journal of Sociology, 94, 95–120.

COLEMAN, J. (1990). Foundations of Social Theory. Cambridge, Masachussetts y Londres. The Belknap Press of Harvard University Press.

COLEMAN, J. (1994). Foundations of social theory. Boston, MA: Harvard University Press.

COLEMAN, J. (2011). Fundamentos de la Teoría Social. Madrid: Centro de Investigación Sociológica.

COLLIER, P. (1998). Social capital and poverty. Social Capital Initiative. New York: The World Bank Working Paper, 4 (1), 1-40.

CONYON, M. J. y FREEMAN, R. B. (2001). Shared Modes of Compensation and Firm Performance: UK Evidence. Cambridge, MA.

COOPERATIVAS AGRO-ALIMENTARIAS ESPAÑA y MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL (MITES) (2019). El cooperativismo agroalimentario español: Informe socioeconómico 2019. Madrid: Cooperativas Agroalimentarias España.

CORNEJO, C. (2003). Capital Social y competitividad. En Capital Social: Clave para un agenda integral de desarrollo. CAF. Caracas.

CORTINA, A. (1994). Ética de la empresa: Claves para una nueva cultura empresarial. Madrid: Trota.

COLQUITT, J.A., (2001). On the dimensionality of organizational justice: A construct validation of a measure. Journal of Applied Psychology, 86 (1), 386-400.

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS. (2004). Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones sobre Promoción de las Cooperativas en Europa. Bruselas. 23 de febrero de 2004.

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE COOPERATIVAS DE CONSUMIDORES Y USUARIOS (2020). Un nuevo modelo de cooperativismo de consumo.

Cuadernos de las cooperativas de consumidores. Madrid: Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios, HISPACOOP.

COOK, M.L. (1995). The future of U.S. agricultural cooperatives: a neo-institutional approach. American Journal of Agricultural Economics, 77 (5), 1153-1159.

COOKE, P. y MORGAN, K. (1988). The Associational Economy, Oxford, UK: Oxford University Press.

CRACOGNA, D. (1991). Reflexiones sobre los valores y los principios cooperativos en la Alianza Cooperativa Internacional (ACI). Bilbao (España): Anuario de Estudios Cooperativos.

CRACOGNA, D. (2007). Interculturalidad y Cooperativismo. Doctrina. Legislación. Experiencia, Boletín de la Asociación Internacional de Derecho Cooperativo, 41 (1), 33-45.

CRACOGNA, D. (2015). La legislación cooperativa latinoamericana en el marco del Plan para una década cooperativa de la Alianza Cooperativa Internacional, AA.VV., Las sociedades cooperativas constituyen un mundo mejor, monográfico, REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos, 117, 12-33.

DA SILVA y SALANEK F. (2009). Capital social y cooperativismo agropecuario: una evaluación del funcionamiento de la cooperativa COPACOL (Paraná. Brasil), Revista de Ciencias Sociales, 15 (1), 50-67.

DAHLSRUD, A. (2006). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 15(1), 1–13.

DAMANPOUR, F., WALKER, R. M., y AVELLANEDA, C. N. (2009). Combative effects of innovation types and organizational performance: A longitudinal study of service organizations. Journal of Management Studies, 46 (4), 650-675.

DANHKE, H. (1989). Investigación y comunicación. En Fernández Collado y G. Dankhe. La Comunicación Humana: Ciencia Social, Ed. McGraw-Hill, México.

DASGUPTA, P. (2000). Economic progress and the idea of Social Capital. En: Dasgupta, P. y Serageldin, I., ed. Capital: A multifaceted perspective. Washington: World Bank, 325-440.

DAVIS, K. (1975). Cinco proposiciones para la Responsabilidad Social. Business Horizons, 18, (3), 19-24.

DAVIS, K., (2003). Five Propositions for Social Responsibility. Business Horizons, 18 (3), 19-24.

DAWES, R. M., VAN DE KRAGT A. J. C. y ORBELL J. M. (1988). Not me or thee but we: The importance of group identity in eliciting cooperation in dilemma situations: Experimental manipulations. Acta Psychologica, 68 (1), 83-97.

DE CAROLIS, D.M., LITZKY, B.E., y EDDLESTON, K.A. (2009). Why networks enhance the progress of new venture creation: The influence of social capital and cognition. Entrepreneurship Theory & Practice, 33 (1), 527-545.

DE GEORGE, R. (2010). Business ethics, 7a. Ed., Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

DE LA CUESTA, M., VALOR, C y KREISLER, I (2003). Promoción institucional de la responsabilidad social corporativa. Boletín ICE Económico, 2779 (1), 9-20.

DE LISIO, C. (2009). Las cooperativas como parte de la Economía Social, ¿Una alternativa para salir de la crisis? Documento de discusión. Reunión Especializada de Cooperativas del MERCOSUR (RECM). Uruguay. Julio, 2009. I Cumbre de Cooperativa de las Américas, 21-25

DE LORENZO GILSANZ, F. J. (2015). Vínculos sociales e integración. Estudio intergeneracional sobre capital social e integración, Tesis doctoral, Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED).

DE MIRANDA, J. E. (2014). De la propedéutica de los principios cooperativos a la intercooperación como pilastra del cooperativismo, Boletín de la Asociación Internacional de Derecho Cooperativo, 48 (1), 149-163.

DEJENE, E. y REGASA. D.G. (2015). Factors affecting success of agricultural marketing cooperatives. International Journal of Cooperative Studies 4 (1), 9-17.

DEL ARCO ÁLVAREZ, J. L. (1975). Génesis de la nueva ley. Los principios cooperativos en la Ley General de Cooperativas. REVESCO - Revista de Estudios Cooperativos, 36 (1) ,5-84.

DEL ARCO ÁLVAREZ, J. L. (1977). Cooperativismo: una filosofía, una técnica. Federación Nacional de Cooperativas de España, CENEC, Zaragoza, España.

DEL ARCO ÁLVAREZ, J.L. (1986). Doctrina y principios cooperativos, AECOOP, 12 (1), 137-154.

DEVESA, J. (2011). Hacia una economía con rostro humano: el capital social en acción para superar la crisis. Boletín Red Iberoamericana de Universidades por la Responsabilidad Social Empresarial, 2, 1-17.

DIARIO.ES. (2016). Situación de las Cooperativas en Extremadura. Disponible en: https://www.eldiario.es/eldiarioex/ [Acceso 6/6/2019].

DÍAZ-ALBERTINI, J. (2003). Capital Social, organizaciones de base y el Estado: recuperando los eslabones perdidos de la sociabilidad, en: ATRIA, R. y SILES, M. (Eds.). Capital Social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma. Michigan: CEPAL.

DOMINGO, J. (2001). Ratios para el análisis de rentabilidad de las cooperativas agrarias andaluzas. CIRIEC-España, 38 (1), 171-186.

DONOSO, J., MORENO, C., y BLANCA, C. (2011). Las cooperativas Agroalimentarias: Situación de Extremadura. Badajoz: Caja de Ahorros Badajoz.

DORRONSORO, I., GARCÍA, C., GONZÁLEZ, M., LEZAMIZ, M., MATEY, J., MOSO, M. y UNZUETA, M. (2001). El modelo de gestión de las PYMES vascas de éxito. Cluster del Conocimiento y Ediciones PMP. Bilbao.

DRIMER, B. y DRIMER KAPLAN, A. (1981). Las cooperativas. Fundamento. Historia. Doctrina, Ed. Intercoop, 3ª. Ed., Buenos Aires.

DURKHEIM, E. (2011). Escritos políticos, Barcelona: Gedisa.

DURLAUF, S. N. (1999). The case against social capital. Focus, 20 (3), 1-6.

DURLAUF, S. (2002): On the empirics of social capital. The Economic Journal, 112, 459-479.

DURSTON, J. (2000). ¿Qué es el capital social comunitario?. Santiago de Chile: CEPAL (Serie Políticas Sociales).

DURSTON, J. (2001). Capital social: parte del problema, parte de la solución. En: Atria, R., et al, ed. Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma. Santiago de Chile: CEPAL - Universidad del Estado de Michigan, 147-202.

DUQUE DOMÍNGUEZ, J. (1991). Escritura, estatutos y límites a la libertad estatutaria en la fundación de sociedades anónimas. AA.VV., Derecho de sociedades anónimas. Madrid: CIVITAS, 1991 (1), 15-109.

DURST, S., MENTION, A., y POUTANEN, P. (2015). Service innovation and its impact: What do we know about? Investigaciones Europeas de dirección y economía de la empresa, 21(2), 65-72.

DZIALLAS, M., y BLIND, K. (2019). Innovation indicators throughout the innovation process: An extensive literature analysis. Berlín: Technovation, 80 (1), 1-28.

EDELMAN, L.F., M. BRESNEN, S. NEWELL, H. SCARBROUGH y J. SWAN. (2004). The benefits and pitfalls of social capital: empirical evidence from two organizations in the United Kingdom. British Journal of Management 15 (1). 59-69.

EDWARD C. y BANFIELD, E. C. (1958). The Moral Basis of a Backward Society. Illinois: The Free Press – University of Chicago.

EL PLAN BADAJOZ. (1964). Madrid: Secretaría Gestora del Plan Badajoz del Instituto Nacional de Industria.

EL PLAN DE BADAJOZ. (1965). Resumen informativo de su situación en fin de 1965. Madrid: Presidencia del Gobierno, Instituto Nacional de Industria, Secretaría Gestora del Plan Badajoz.

EL PLAN BADAJOZ. (1966). Madrid: Secretaría Gestora del Plan Badajoz del Instituto Nacional de Industria.

ELLIS, P. (2000). Social ties and foreign market entry. Journal of International Business Studies 31(3). 443-469.

ELLIS, P. y PECOTICH, A. (2001). Social factors influencing export initiation in small and medium-sized enterprises. Journal of Marketing Research 38 (1), 119–130.

EMBID IRUJO, J.M. y MARTÍNEZ SANZ, F. (1996). Libertad de configuración estatutaria en el Derecho español de sociedades de capital. Revista de Derecho de Sociedades, 7 (1), 11-30.

EPSTEIN, A. (1969). The Network and Urban Social Organization. En: Social Networks in Urban Situations, ed. J. C. Mitchell. Manchester: Manchester University Press.

ETHOS (2006). Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial, Terrero, Moya y Melo Custódio (Coord.), San Pablo, Brasil: Ethos.

ETKIN, J. (2007). Capital Social y valores en la organización sustentable. El deber ser, poder hacer y la voluntad creativa. Buenos Aires: Ed. Granica.

FAECTA (2012). Conoce el cooperativismo. Federación Andaluza de Empresas Cooperativas del Trabajo. Disponible en: https://www.faecta.coop/index. [Acceso 12/3/2018].

FAUCHER, K. (2018). Social Capital Online: Alienation and Accumulation, London: University of Westminster Press.

FAYOL, H. (1971). Administración industrial y general. México. Herrero Hnos.

FENG, L., FRIIS, A., y NILSSON, J. (2016). Social capital among members in grain marketing cooperatives of different sizes. Agribusiness, 32 (1), 113-126.

FERRELL, O.C., FRAEDRICH, J., y FERRELL, L. (2000), Business Ethics. Ethical Decision Making and Cases, Boston: Houghton Mifflin Co.

FISHER, S.R y WHILE, M. A. (2000). Downsizing in a Learning Organization: Are There Hidden Costs? Academy of Management Review, 25 (1), 244-251.

FORSMAN, M. HINTTU, S. y KOCK, S. (2002). Internationalization from a SME Perspective. Work-in Progress Paper. Dijon, France: 18th IMP-conference.

FOZNAR TORRES, A. (2015). Estudio de diagnóstico de prácticas de responsabilidad social empresaria dirigidas a su público interno en el sector vitivinícola de Mendoza (Argentina): hacia una propuesta de sostenibilidad organizacional. Iberofórum. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana, 20 (1), 109-142.

FRANCIS, J. y COLLINS-DODD, C. (2000). The impact of firms export orientation on the export performance of high-tech small and medium-sized enterprises. Journal of International Marketing, 8 (3), 84-103.

FRIEDMAN, M. (1970). The Social Responsibility of Business is to Increase Its Profits. New York: The New York Times Magazine.

FUKUYAMA, F. (1995). Trust: Social virtues and the creation of prosperity. London: Hamish Hamilton.

FUKUYAMA, F. (1995). Social capital and the global economy. Foreign Affaire, 74 (5). 89-103.

FUKUYAMA, F. (1996). Confianza. Las virtudes sociales y la capacidad de generar prosperidad, Buenos Aires: Ed. Atlántida.

FUKUYAMA, F. (2000). Social Capital and Civil Society. IMF Working Paper WP/00/74.

FULTON, M. (1999). Cooperatives and member commitment. LTA 4 (99). 418-437.

GADENNE, D. (1998). Critical success factors for small business: An inter-industry comparison. International Small Business Journal, 17 (1), 36-56.

GALLARDO-VÁSQUEZ, D.; SÁNCHEZ-HERNÁNDEZ, M. I. y CORCHUELO-MARTÍNEZ, M. B. (2013). Validación de un instrumento de medida para la relación entre la orientación a la responsabilidad social corporativa y otras variables estratégicas de la empresa. Revista de Contabilidad, 16, 11-23.

GAMBETTA, D. (Ed.). (1988). Trust: Making and breaking cooperative relations. Oxford (England): Basil Blackwell.

GAMINDE EGIA, E. (2018). El modelo cooperativo: mucho más que una alternativa ante la crisis. En: ARNÁEZ ARCE, V.M. y IZQUIERDO MUCIÑO, M. E. (Coord.). Fomento del Cooperativismo como alternativa económica y social sostenible: una visión de México y España. Madrid: Dykinson.

GARCÍA, E. (2014). Capital social, conocimiento y efectividad organizacional. Enl@ce Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento, 11(3), 33-48.

GARCÍA, V.M. (2000). La generación de Nuevo conocimiento a partir de los errores. XIV Congreso Nacional, X Congreso Hispano-Francés de la Asociación Europea de Dirección y Economía de la Empresa, 10, 451-456.

GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ, C. (1995). Las sociedades cooperativas de derecho y las de hecho con arreglo a los valores y a los principios del Congreso de la ACI de Manchester en 1995: Especial referencia a las sociedades de responsabilidad limitada reguladas en España. REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos, 61 (1), 53-88.

GARCÍA-GUTIÉRREZ FERNÁNDEZ, C. (2000). La intercooperación de las sociedades cooperativas en la actividad de la educación. REVESCO-Revista de Estudios Cooperativos, 171 (1),173-196.

GARGIULO, M. y M. BENASSI. (2000). Trapped in your own net? Network cohesion, structural holes, and the adaptation of social capital. Organization Science 11(2), 183-196.

GARRIDO HERRERO, S. (1994). Alentar y obstruir. Las vacilaciones de la polítcia estatal sobre cooperativismo en los inicios del siglo XX. Noticiario de Historia Agraria, 7 (1), 131-54.

GARRIDO HERRERO, S. (1994). El cooperativismo según la Iglesia. Los inicios del sindicalismo católico-agrario en España. Recerques, 30, 69-86.

GARRIDO HERRERO, S. (1999). Explotació indirecta i progres agrari: el conreu del cànem a Castelló (s.XVIII-XX). Recerques, 38, 125-147.

GARRIDO HERRERO, S. (2000). Realment eren lliurecanvistes? Les peticions aranzelàries de l'agrarisme valenciá al començament del segle XX. Valencia: En Afers.

GARRIDO HERRERO, S. (2003). El primer cooperativismo agrario españo. Revista de Economía Política, Social y Cooperativa, CIRIEC-España, 44 (1), 33-56.

GHOSHAL, S., y NOHRIA, N. (1993). Horses for Courses: Organizational Forms for Multinational Corporations. Sloan Management Review, 14 (1), 23-46.

GIARRACCA, N. (Comp.) (1994). Acciones colectivas y organización cooperativa. Reflexiones y estudios de caso. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.

GIDE, C. (1890). The Economic Schools and the Teaching of Political Economy in France. Political Science Quarterly. New York: Ginn & Company Publishers.

GIDE, C. (1974). El consumidor y el beneficio. La cooperación como programa económico y otros textos, Zaragoza, AECOOP.

GIDDENS, A. (1990). The consequences of modernity. Cambridge, England: Polity Press.

GINTIS H. (2000). Strong reciprocity and human sociality, Journal of Theoretical Biology, 206 (1), 169-179.

GOETTE, L., HUFFMAN D. y MEIER S. (2006). The impact of group membership on cooperation and norm enforcement: evidence using random assignment to real social groups. American Economic Review, 96, 212-216.

GOFFE, R. y JONES, G. (1996). What holds the modern corporation together? Harvard Business Review, 74 (1), 133-148.

GONZÁLEZ, G; ABREU, J. y BADII, M. (2008). Reingeniería educativa y valores éticos. Daena, International Journal of Good Conscience, 3 (2), pp. 312 - 345.

GONZÁLEZ REYES, R. (2009). Capital social: una revisión introductoria a sus principales conceptos. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, 7 (2), 1731-1747.

GRANOVETTER, M. (1973). The strenght of weak ties. American Journal of Sociology, 78 (6), 1360-1380.

GRANOVETTER, M. (1985), Economic Action and Social Structure: the Problem of Embeddedness. American Journal of Sociology, 91 (3), 481-510.

GRAY, T.W. y KRAENZLE, C.A. (1998). Member participation in agricultural cooperatives: A regression and scale analysis. Research report 165. Rural business-cooperative service. Washington, DC: United States Department of Agriculture.

GRELA, P. (1965). Cooperativismo y monopolio. Buenos Aires: Platina.

GROOTAERT, C. (1998). Social Capital: The Missing Link? Social Capital Initiative. New York: The World Bank Working Paper, 3, 1-32.

GUERRA, P. (2014). Integración y cohesión social. Documento de Discusión, Eje 1, III Cumbre Cooperativa de las Américas. ACI - Cooperativa de las Américas, 2, 1-16.

GUÍA DE ENTIDADES DE ECONOMÍA SOCIAL EN EXTREMADURA (2019). Mérida (España): Dirección General de Economía Social. Consejería de Economía e Infraestructuras. Junta de Extremadura.

GULATI, R. (1995). Does familiarity breed trust? The implications of repeated ties for contractual choice in alliances. Academy of Management Journal, 38 (1), 85-112.

GUTIÉRREZ, A. (2008). El capital social en la pobreza: apuesta, medio y resultado de luchas simbólicas. En: PAVCOVICH, P; TRUCCONE, D., ed. Estudios sobre pobreza en Argentina: Aproximaciones teórico metodológicas. Villa María: Editorial Eduvim, 29-48.

HADLEY, R.D. y WILSON, H.I.M. (2003). The network model of internationalization and experiential knowledge, International Business Review 12(6). 697-717.

HAKELIUS, K. (1996). Cooperative values. Farmers' cooperatives in the minds of the farmers. Uppsala (Sweden): Swedish University of Agricultural Sciences.

HANIFAN, L.J. (1916). The rural school community center. Annals of the American Academy of Political and Social Science, 67, 130-138.

HANSEN, M.H., MORROW JR., J.L. y BATISTA, J.C. (2002). The impact of trust on cooperative membership retention, performance, and satisfaction: an exploratory study. International Food and Agribusiness Management Review, 5, 41–59.

HARRIS, S. y WHEELER, C. (2005). Entrepreneurs relationships for internationalization: functions, origins and strategies, International Business Review 14 (2), 187–207.

HATAK, I., LANG, R., y ROESSL, D. (2016). Trust, Social Capital, and the Coordination of Relationships Between the Members of Cooperatives: A Comparison Between Member-Focused Cooperatives and Third-Party-Focused Cooperatives . Voluntas, 27 (3), 1218-1241.

HELLIWELL, J.F. Y PUTNAM, R.D. (1995). Economic growth and social capital in Italy. Eastern Economic Journal, 21 (3), 295-307.

HERREROS VÁZQUEZ, F. (2002). ¿Son las relaciones sociales una fuente de recursos? Una definición del capital social. IESA/CSIC de Andalucía, 67 (1), 129-148.

HERREROS VÁZQUEZ, F. (2002). ¿Por qué Confiar? El Problema de la Creación de Capital Social. Madrid: CEACS.

HOGELAND, J. (2006). The economic culture of U.S. Agricultural cooperatives. Culture y Agriculture, 28, 67-79.

HOLYOAKE, J.J. (1973). Historia de los pioneros de Rochdale. Zaragoza: AECOP Colección Universitas.

HOOGHE, M. y STOLLE, D. (2003) Generating Social Capital. New York: Palgrave.

HUCK, J. y MCEWEN, T. (1991). Competencies needed for small business success: Perceptions of Jamaican entrepreneurs. Journal of Small Business Management, 29 (2), 90-93.

HURTADO, I. y TORO, J. (1997). Paradigmas y Métodos de Investigación en tiempos de Cambio. Valencia (Venezuela): Episteme Consultores Asociados, C. A.

IBÁÑEZ ORTEGA, N. (1999). El cooperativismo en Vizcaya (1923-1936): un marco teórico y práctico de sociabilidad. BIBLID – Universidad del País Vasco, 29 (1), 67-90.

IBARRA, H. (1992). Homophily and Differential Returns: Sex Differences in Network Structure and Access in Advertising Firms. Administrative Science Quarterly. 37 (3), 422-447.

IBARRA, J. y GARCÍA, F. (2016). Las demandas de factores productivos en la industria maquiladora. Estudios Económicos, 31, 265-303.

I.C.A (International Cooperative Alliance) (1996). Declaración de la Alianza Cooperativa Internacional sobre la Identidad Cooperativa. Los Principios Cooperativos. Vitoria-Gasteiz: Consejo Superior de Cooperativas de Euskadi.

IDELCOOP (1993). Resoluciones del último Congreso de la Alianza Cooperativa Internacional. Documentación, Revista Idelcoop, 20 (79), 1-2.

IDELCOOP (1996). Documento de referencia acerca de la Declaración de la ACI sobre Identidad Cooperativa. Teoría y Práctica de la Cooperación, Revista Idelcoop, 23 (97), 1-14.

INSTITUTO ARGENTINO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA (IARSE), (2007). Herramienta de Autoevaluación y Planeamiento Indicadores de Responsabilidad Social para Cooperativas de Usuarios Versión 1.0. Córdoba (Argentina): IARSE.

IRELAND, R.D., HITT, M.A., CAMP, S.M. y SEXTON, D.L. (2001). Integrating entrepreneurship and strategic management actions to create firm wealth. Academy of Management Executive 15 (1), 49–63.

IRIZAR, I. y LIZARRALDE, I. (2005). Desarrollo Regional y Emprendizaje Cooperativo. Ekonomiaz, 59 (1), 284-305.

IZQUIERDO ALBERT, C. (2005). El cooperativismo una alternativa de desarrollo a la globalización neoliberal para América Latina: una visión desde la identidad cooperativa. Málaga: EUMED.

JAKOBSEN, G. (1994). Procesos de aprendizaje en las cooperativas. En Giarraca, N., ed. Acciones colectivas y organización cooperativa. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina, 45-62.

JACQUEMAIN, M. (1995). Representations de la justice sociale: l'exemple de la Belgique Francophone, L'Ann´ee Sociologique, 45 (1), 399-430.

JENSEN, K. (1990). Factors associated with the selection of cooperative vs. proprietary handlers of milk in Tennessee. Journal of Agricultural Cooperation, 5 (1), 27-35.

JOANIQUET AGUILAR, S. (1965). Historia del movimiento cooperativo de Cataluña. En Riaza Ballesteros, J.M., ed. Estudios Cooperativos. Madrid: Asociación de Estudios Cooperativos (AECOOP), 3-20.

JONES, V. N. y WOOLCOCK, M. (2007). Using Mixed Methods to Assess Social Capital in Low Income Countries: A Practical Guide. Global Development Institute Working Paper Series 12. The University of Manchester. 13 (9), 2-23.

JULIÁ IGUAL, J.F. y GALLEGO SEVILLA, L.P. (2000). Principios cooperativos y legislación de la sociedad cooperativa española. El camino hacia el fortalecimiento de su carácter empresarial. REVESCO, 70, 125-146,

JUNTA DE EXTREMADURA (2019). Guía de Entidades de Economía Social en Extremadura 2019. Mérida (España): Dirección General de Economía Social.

KAASA, A. (2009). Effects of different dimensions of social capital on innovative activity: Evidence from Europe at the regional level. Technovation, 29 (3), 218–233.

KANDEL, E. y LAZEAR, E. (1992). Peer pressure and partherships. Journal of Political Economy, 100 (1), 801-817.

KANTER, E. (1988). When a Thousand Flowers Bloom: Structural, Collective, and Social Conditions for Innovation in Organizations. Research in Organizational Behavior, 10 (1), 169-211.

KAPLAN R. S. y NORTON D. P. (2004): Medir la disposición estratégica de los activos intangibles, Harvard Business Review, 48 – 60.

KATZ, E. G. (2000). Social Capital and Natural Capital: A Comparative Analysis of Land Tenure and Natural Resource Management in Guatemala. Land Economics 76 (1), 114-132.

KEIG, D. L., BROUTHERS, L. E., y MARSHALL, V. B. (2019). The impact of formal and informal institutional distances on MNE corporate social performance. International Business Review, 28 (5), 1-10.

KEMP, R. G. M., FOLKERINGA, M., DE JONG, J. P. J., y WUBBEN, E. F. M. (2003). Innovation and firm performance. Netherlands (Holland): Business Management & Organisation, 7, 1-24.

KIRCA, A. H. (2011). Firm-specific assets, multinationality, and financial performance: A meta-analytic review and theoretical integration. Academy of Management Journal, 54 (1), 47-72.

KLIKSBERG, B. (1999). Capital social y cultura claves olvidadas del desarrollo. Instituto Interamericano para el desarrollo social, Revista de la CEPAL, 69 (1), 85 - 101.

KLIKSBERG, B. TOMASSINI, L. (2000). Capital social y cultura: claves estratégicas para el desarrollo. Cuadernos Latinoamericanos de Administración, 2 (2), 5-31.

KNACK, S. y KEEFER, P. (1997). Does Social Capital an Economic Payoff? A Cross Country Investigation, The Quarterly Journal of Economics, 112 (4), 1251-1288.

KNACK, S. y PHILIP, K. (1997). Does social capital have an economic payoff? A cross-country investigation. Quarterly Journal of Economics, 112 (4), 1250-1288.

KWON, S.W., HEFLIN, C., y RUEF, M. (2013) Community social capital and entrepreneurship. American Sociological Review, 78, 980-1008.

KOGUT, B. (1985). Designing global strategies: profiting from operational flexibility. Sloan Management Review, 27(1), 27-38.

KOHLI, A.K. y JAWORSKI, B.J. (1990). Market Orientation: The Construct, Research Propositions and Managerial Implications. Journal of Marketing, 54 (2), 1-18.

KOTTER, J., y HESKETT, J. (1992). Corporate culture and performance. New York: Free Press.

KRACKHARDT, D., y HANSON, J. R. (1993). Informal Networks: The Company behind the Chart. Harvard Business Review, 71 (4), 104-111.

KRAMER, R. M. y BREWER M. B. (1984). Effects of group identity on resource use in a simulated commons dilemma. Journal of Personality and Social Psychology, 46, 1044-1057.

KRAMER, R. M., BREWER, M. B., y HANNA, B. A. (1996). Collective trust and collective action: The decision to trust as a social decision. En Kramer, R. M., y Tyler, T. R., ed. Trust in organizations. Frontiers of theory and research. Thousand Oaks, CA: Sage. 357-389.

KRISHNA, A., y UPHOFF, N. (1999). Mapping and Measuring Social Capital: A Conceptual and Empirical Study of Collective Action for Conserving and Developing Watersheds in Rajashtan, India: Social Capital Initiative Working Paper, 13 (1), 1-80.

LAFUENTE, A. (2001): La crisis de la creación de valor. Responsabilidad Social Corporativa, recopilación de artículos 2001 – 2004. Colección La Empresa de mañana. Zaragoza: Fundación Ecología y Desarrollo. 7-10.

LAMBERT, P. (1970), La doctrina cooperativa. Ed. Intercoop, 2ª Edición en español, Buenos Aires.

LOIOLA, A. (2016). Cooperativismo y transformación social. TUlankide (LA Revista de Mondragón), 596 (1), 36-37.

LASSERRE. G. (2008). El hombre cooperativo. Bogotá: Universidad Cooperativa de Colombia.

LEAL CARRETERO, F. (2007). La responsabilidad social de las empresas: una propuesta de modelo. Revista Mexicana de Sociología 69 (3), 485-516.

LEANA, C. R. y VAN BUREN III, H.J. (1999). Organizational Social Capital and employment practices. The Academy of Management Review, 24 (3), 538-555.

LEANA, C. R., y PIL, F. K. (2006). Social Capital and Organizational Performance: Evidence from Urban Public Schools. Organization Science, 17 (3), 353-366.

LEJARRIAGA PÉREZ DE LAS VACAS, G., MARTÍN LÓPEZ, S., y MUÑOZ GARCÍA, A. (2013). 40 años de historia de las Empresas de Participación. Escuela de Estudios Cooperativos de la Universidad Complutense de Madrid. Madrid. Ed. Verbum

LEONTIEV, A. (1930). *Actividad, conciencia y personalidad*. Colección Socialismo y Libertad.

LESSER, E. L. (2000). Leveraging Social Capital in Organization. En: Lesser, E. L. (ed.). Kwnoledge and Social Capital: Foundations and Aplications. Butterworth, Heinemann. 69-87.

LEVITT, T. (1958). The Dangers of Social Responsibility. Harvard Business Review, 1 (1), 41-50.

LIANG, Q., HUANG, Z., LUC, H., y WANGD, X. (2015a). Social capital, member participation, and cooperative performance: Evidence from China's Zhejiang. International Food and Agribusiness Management Review, 18 (1), 49-78.

LIANG Q., G. HENDRIKSE, Z. HUANG y X. XU. (2015b). Governance structure of Chinese farmer cooperatives: evidence from Zhejiang province. Agribusiness 31(2), 198-214.

LIANG, Q., LU, H., Y DENG, W. (2018). Between social capital and formal governance in farmer cooperatives: Evidence from China. International Food and Agribusiness Management Review, 47 (3), 196-203.

LIGHT, I. Y DANA, L. (2013) Boundaries of Social Capital in Entrepreneurship. Entrepreneurship Theory and Practice, 37 (3), 603-624.

LIN, C. (1998). Succes factors of small and medium sized enterprise in Taiwan: An analysis of cases. Journal of Small Business Management, 36(3), 68-75.

LIN, N. (1999). Social networks and status attainment. Annual Review of Sociology, 25 (1), 467-487.

LIN, N. (2001). Social Capital: A Theory of Social Structure and Action. Nueva York: Cambridge University Press, Structural Analysis in the Social Sciences.

LIN, N. (2001). Building a network theory of social capital. En Lin, N., Cook, K. S., y Burt, R. S., eds, Social capital: Theory and research. New Jersey: Aldine Transaction, 3-30.

LIN, N. (2002). Social capital: A theory of social structure and action. Cambridge. Cambridge University Press.

LIN, J.F. AND NUGENT, J.B. (1995). Institutions and Economic Development. Handbook of Development Economics. Elsevier Science, 3 (1), 2303-2363.

LOCKE, J. (1660). Two Tracts of government. Cambridge, MT: Cambridge University Press, 1967.

LÓPEZ BELMONTE, J., MORENO GUERRERO, A. y FUENTES CABRERA, A. (2018). La evolución del movimiento cooperativo desde su origen hasta la actualidad a través de su máximo exponente: la cooperativa. European Scientific Journal, 14 (29), 1857-7881.

LÓPEZ-FERNÁNDEZ, M. MARTÍN-ALCÁZAR, F. y ROMERO-FERNÁNDEZ, P. (2007). Una revisión del concepto y evolución del capital social. Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro, Grupo de investigación FEDRA, 1 (1), 1061-1073.

LÓPEZ SANTAMARÍA, F. (1954). El Plan Badajoz. Antecedentes, contenido y ensayo sobre sus efectos. Revista de Estudios Agrosociales, 1954 (6), 5-82.

LÓPEZ SANTIAGO, N. y BARAJAS GÓMEZ, V. (2013). Identidad y desarrollo: el caso de la Subregión Alta Mixe de Oaxaca. Ed. Península. 8 (2), 9-37.

LOURY, G. (1977). The economic of discrimination: getting to the core of the problem. Harvard Journal of African American Public Policy, 1, 91-110.

LUCK, S. (1996). Success in Hong Kong: Factors self-reported by successful small business owners. Journal of Small Business Management, 34 (3), 68-75.

LUMPINGAN, H., AZIZI, N., y ABIDUR, S. (2018). Cooperative's Social Capital and Entrepreneurial Orientation: A Conceptual Framework. International Academic Journal of Innovative Research, 5 (3), 1-11.

LYON, F. (2000). Trust, Networks and Norms: The Creation of Social Capital in Agricultural Economics in Ghana. World Development 28 (4). 663-682.

MACMILLAN, W. (2006). The power of Social Capital. Harvard Business Review. Boston, Press.

MAIETTA, O. W., y SENA, V. (2010). Financial constraints and technical efficiency: Some empirical evidence for Italian producers cooperatives. Annals of Public and Cooperative Economics, 81(1), 21–38.

MALONE, T. (2004). El futuro del trabajo, Harvard Bussiness School Press, Ed. Gestión 2000, España.

MANSKI, C. (2000). Economic analysis of social interactions. Journal of Economic Perspectives, 14 (3), 115-136.

MARCUELLO, C. y SAZ, M. I. (2008). Los principios cooperativos facilitadores de la innovación: un modelo teórico. REVESCO nº 94, pp. 59 - 79.

MARCUS, L. (1988). Cooperatives and basic values. en ICA, XXIX Congress, Stockoholm, July 1988. Agenda & Reports, ICA, Geneva, 1988 (1), 95-108.

MARSHALL, V. B, BROUTHERS, L. E y KEIG, D. L RIMS. (2020): un nuevo enfoque para medir la internacionalización de las empresas. Journal of International Business Studies, 51 (1), 1133-1141.

MARTÍNEZ CHARTERINA, A. (1995). Los valores y los principios cooperativos. REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos, 41 (1), 35-46.

MARTÍNEZ CHARTERINA, A. (1996). La cooperativa como empresa y los principios cooperativos tras el congreso centenario de la ACI de Manchester. Bilbao: Universidad de Deusto, 6 (1), 207-226.

MARTÍNEZ-OTERO, V. (2006). Fundamentos e implicaciones educativas de la inteligencia afectiva. Revista Iberoamericana de Educación, 39 (2), pp. 1 - 11.

MARTÍNEZ SOTO, Á. (2003). El cooperativismo de crédito en España. 1890-1934. Modelos, sistemas de gestión y balance de su actuación. Historia Agraria. SEHA, 30 (1), 119-150.

MARX, K. [1849] (1933). Wage-labour and Capital. New York: International Publishers.

MAYER, R. C., DAVIS, J. H., y SCHOORMAN, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. Academy of Management Review, 20 (19), 709-734.

MCCARTHY, J. E., VOOS, P.B., EATON, A.E., KRUSE, D.L., y BLASI, J.R. (2011). Solidarity and Sharing: Unions and Shared Capitalism. En Carberry, E. J., ed. Employee Ownership and Shared Capitalism: New Directions in Research, Champaign, Illinois, Labor and employment relations assocation: University of Illinois at Urbana-Champaign, 27-58.

MEDINA ALBADEJO, J. y PUJOL ANDREU, J. (2013). Las cooperativas de consumo en España, 1865-1939: un mecanismo alternativo de acceso a los alimentos. Working Papers, Universitat Autònoma de Barcelona, Unitat d'Història Econòmica, 4 (1), 1-34.

MÉNDEZ PLAZA, S. (1981). Cooperación Agrícola en tierras de Aliste. Derecho consuetudinario y economía popular de España, 2 (1), 36-47.

MENDICOA, G. E. (2003). Sobre tesis y tesistas. Lecciones de enseñanza-aprendizaje. Ed. Espacio Editorial.

MITCHELL, C. D. (1968). A Dictionary of Sociology, London, Routledge and Keegan Paul.

MICHELS, R. (2001 (1991)). Political Parties. A Sociological Study of the Oligarchical Tendencies of Modern Democracy. Kitchener, Ontario: Batoch.

MILLÁN, R. y GORDON, S. (2004). Capital social: una lectura de tres perspectivas clásicas. Revista Mexicana de Sociología 66 (4), 711-747.

MISHIRA, A. K. (1996). Organizational responses to crisis. The centrality of trust. En Kramer, R. M., y Tyler, T. M., eds. Trust in organizations. Thousand Oaks, CA: Sage. 261-287.

MISRA, S.K., CARLEY D.H. y FLETCHER, S.M. (1993). Dairy farmers' evaluation of dairy cooperatives. Agribusiness: An International Journal, 9 (4), 351-361.

MISZTAL, B. (1996). Trust in modern societies. Cambridge. England: Polity Press.

MLADENATZ, G. (1996). Historia de las doctrinas cooperativas. Medellín (Colombia): Cincoa.

MLADENTAZ, G. (1980). Historia de las doctrinas cooperativas. Buenos Aires: Ediciones Intercoop.

MONCLÚS, F. J. y OYÓN, J. L. (1988) Historia y Evolución de la Colonización Agraria en España. Volumen I. Políticas y técnicas en la ordenación del espacio rural. Madrid: Ministerio para las Administraciones Públicas, Ministerio de Obras Públicas y Urbanismo y Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

MONDRAGON (2016). Toda la historia de Mondragón Corporation. Disponible en: http://www.uwcc.wisc.edu/icic/def-hist/gen-info/. [Acceso 21/11/2018].

MONZÓN CAMPOS, J.L. y CHAVES ÁVILA, R. (2012). La economía social en la Unión Europea. CIRIEC, Comité Económico y Social Europeo.

MORALES, A. (1991). La cooperativa como realidad social, ideológica y económica, Publicaciones E.T.E.A, Córdoba, España.

MORAN, P. (2005). Structural vs. Relational Embeddedness: Social Capital and Managerial Performance. Strategic Management Journal, 26 (1), 1129-1151.

MOREIRA, M.A. (1999). Globalização e o Movimento Cooperativo. Tópicos para o debate. O Cooperativismo no Novo Milénio. A Vantagem Cooperativa. Lisboa: INSCOOP – Instituto António Sérgio do Sector Cooperativo, 1 (1), 53-94.

MORROW, J.L, HANSEN, M.H., y PEARSON, A.WW. (2004). The cognitive and affective antecedents of general trust within cooperative organizations. Journal of Managerial Issues, 16 (1), 48-64.

MOTA DÍAZ, L. (2002). El Capital Social: un paradigma en el debate actual sobre el desarrollo. Tendencias y problemas. Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. Ed. Espiral, 9 (25). 38-68.

MUGARRA ELORRIAGA, A. (2005). Capital Social y Cooperativas: La Experiencia En El País Vasco. Ekonomiaz: Revista Vasca de Economía, 59 (1), 306-329.

NAHAPIET, J. E. (1996). Managing relationships with global clients: Value creation through cross-border networks. Paper presented at the 16th Annual Conference of the Strategic Management Society, Phoenix, AZ.

NAHAPIET, J. y GHOSHAL, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital and Organizational Advantage. Academy of Management Review, 23 (2), 242-266.

NARAYAN, D. (1995). Designing Community-Based Development. Washington, D.C.: World Bank, Environmentally and Socially Sustainable Development Network.

NARAYAN, D. (1999). Bonds and Bridges: Social Capital and Poverty (Policy Research Working Paper). Washington, D.C.: World Bank, Poverty Reduction and Economic Management Network, Poverty Division.

NARAYAN, D. y PRITCHETT, L. (1999). Cents and sociability: Household income and social capital in rural Tanzania. Economic Development and Cultural Change, 47 (4), 871-897.

NARVER, J. C. y SLATER, S. F. (1990): The Effect of Market Orientation on Business Profitability. Journal of Marketing, 54 (4), 20-35.

NARVER, J. C., SLATER, S. F. y MCLACHLAN (2004): Responsive and Proactive Market Orientation and New-product Success. The Journal of Product Innovation Management, 21 (1), 334-347.

NEWTON, K. (1997). Social capital and democracy. American Behavioral Scientist, 1997, 40 (5), 575-586.

NIELSEN, B. B., y NIELSEN, S. (2013). Top management team nationality diversity and firm performance: A multilevel study. Strategic Management Journal, 34 (3), 373-382.

NIETO, D. (2014). Estado del arte de la responsabilidad social corporativa. Revista Universitaria de Administración (NovaRua), 4 (8), 5-17.

NIETO, M. y GONZÁLEZ-ÁLVAREZ, N. (2016) Social capital effects on the discovery and exploitation of entrepreneurial opportunities. International Entrepreneurship and Management Journal, 12 (2), 507-530.

NILSSON, J., KIHLÉN, A., y NORELL, L. (2009). Are traditional cooperatives an endangered species? About shrinking satisfaction, involvement and trust. International Food and Agribusiness Management Review, 12 (4), 103-123.

NILSSON, J., SVENDSEN, G.L.H., y SVENDSEN, G.T. (2012). Are large and complex agricultural cooperatives losing their social capital? Agribusiness: An International Journal, 28 (2), 187-204.

NORTH, D. C. (1990). Institutions, Institutional Change and Economic Performance. Cambridge University Press. Cambridge. RU.

NOVKOVIC, S. (2008). Defining the co-operative difference. The Journal of Socio-Economics, 37 (1), 2168-2177.

OECD. (2015). Frascati Manual: Guidelines for collecting and reporting data on research and experimental development. The measurement of scientific, technological and innovation activities, OECD Publications Service.

O'HARA, P.A. (1998). Capital, the Wealth of Nations and Inequality in the Contemporary World. En: Brown, D., ed. Thorstein Veblen in the Twenty Tirst Century, Aldershot: Edward Elgar, 302-324.

OIT, (2006). Información actualizada sobre las actividades relacionadas con la responsabilidad social de la empresa (RSE) Disponible en: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/. [Acceso 18/10/19].

ONYX J. y BULLEN P. (2000). Measuring social capital in five communities". Journal of Applied Behavioral Science, 36 (1), 23-42.

ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICOS (OCDE) (2015). Perspectivas de la OCDE sobre la economía digital 2015. Ed. OCDE. París.

ORMAETXEA, J.M. (2016). Presidente de Honor de Arizmendiarrieta. Disponible en: https://www.tulankide.com/es/jose-maria-ormaetxea. [Acceso 16/11/18].

OROZCO, Y. V. D., CARDONA ACEVEDO, M. D., y ACEVEDO, J. A. R. (2014). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. Cuadernos de Administración, 29 (50), 196-205.

ÖSTERBERG, P. y NILSSON, J. (2009). Members' perception of their participation in the governance of cooperatives: the key to trust and commitment in agricultural cooperatives. Agribusiness: An International Journal, 25 (2), 181-197.

OSTROM, E. (1994). Constituting Social Capital and Collective Action. Journal of Theoretical Politics, 6 (4), 527–562.

OSTROM, E. (1999). Social Capital: a fad or a fundamental concept? En: Dasgupta, P., y Serageldin, I., ed. Social Capital. A Multifaceted Perspective, Washington: The World Bank, 172-214.

OSTROM, E. (2000). Social Capital: A Fad or a Fundamental Concept? The World Bank. Washington.

OSTROM, E., y JAMES M., W. (2003). Trust and Reciprocity: Interdisciplinary Lessons from Experimental Research. Nueva York: Russell Sage Foundation.

OUCHI, W. G. (1981). Theory Z: How American business can meet the Japanese challenge. Reading, MA: Addison- Wesley.

PALDAM M., (2000). Social capital: one or many? Definition and measurement, Journal of Economic Surveys, 14 (1), 629-653.

PALDAM, M. y TINGGAARD SVENDSEN, G. (1999). Is Social Capital an Effective Smoke Condenser? An Essay on a Concept Linking the Social Sciences. Social Capital Initiative Working Paper 11. pp 1 - 53.

PANTOJA, E. (1999). Exploring the Concept of Social Capital and its Relevance for Community-Based Development: The Case of Coal Mining Areas in Orissa, India. Social Capital Initiative Working Paper, 18 (1), 18-53.

PASCALE, R. (1990). Managing on the edge: How the smartest companies use conflict to stay ahead. New York: Simon and Schuster.

PAZ CANALEJO, N. (1989). Ley General de Cooperativas (Comentarios al Código de Comercio y Legislación mercantil especial, (Tomo. XX), Edersa, Madrid, 1 (1), 43-68.

PEDROSA ORTEGA, C. y HERNÁNDEZ ORTÍZ, M.J. (2011). ¿Cómo aplican las sociedades cooperativas de éxito los principios cooperativos? El caso del Grupo Hojiblanca. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 72 (1), 156-185.

PERDIGUERO, T. G. (2003). La Responsabilidad Social de las Empresas en un mundo global. Barcelona: Ed. Anagrama.

PFEFFER, J. (1994). Competitive advantage trough people. California Management Review, 36 (1), 9-29.

PINEDA, C. (1994). Cooperativismo Mundial. 150 años, Ed. Consultamérica, Bogotá.

PISANI, E. (2019). Revisitando las teorías del capital social: enfoques conceptuales y medición. Cuadernos de la Escuela de Sociología. Universidad Católica de Maule. 4 (1), 3-23.

PISELLI, F., BAGNASCO, A., TRIGILIA, C., y PIZZORNO, A. (2003). El capital social. Instrucciones de uso. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo). (2008). Desarrollo Humano en Uruguay.

PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo). (2008). El fomento de la capacidad: Empoderamiento de las personas y las instituciones Informe Anual. New York: PNUD, 1-40.

PORTELA MASEDA, M. NEIRA GÓMEZ, I. y PÍO DEL ORO, C. (2000). ¿Cómo medir el Capital Social? hacia un indicador sintético de confianza. Rev: Investigaciones de Economía de la Educación, 3 (1), 445-452.

PORTES, A. (1995). The economic sociology and sociology of immigration: a conceptual review. En Essays on networks, ethnicity and entrepreneurship. New York: Rusell Sage.

PORTES, A. (1998). Social capital: its origins and applications in modern sociology. Annual Review of Sociology, 24 (1), 1-24.

PORTES, A. (1999). Capital social: sus orígenes y aplicaciones en la sociología moderna. En J. Carpio e I. Novacovsky, De igual a igual. El desafío

del Estado ante los nuevos problemas sociales. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.

PORTES, A. y SENSENBRENNER, J. (1993). Embeddedness and Immigration: Notes on the social determinants of economic action. American Journal of Sociology, 98 (6), 1320-1350.

PORTER, M.E. y KRAMER, M.R. (2006). The link between competitive advantage and corporate responsability. Harvard Business Review, 84 (12), 78-92.

POWELL, T.C. (1996). How much industry matter? An alternative empirical test. Strategic Management Journal, 17 (1), 323-334.

PRESIDENCIA DE GOBIERNO. (1957). Proyecto del plan de ordenación económico y social de la provincia de Cáceres, Madrid: Secretaria general para la Ordenación Económico y Social.

PRESIDENCIA DE GOBIERNO. (1948). Programa de necesidades de la provincia de Badajoz. Madrid: Secretaria general para la Ordenación Económico y Social.

PRESUTTARI, L. (2016). Importancia de la Responsabilidad Social Empresarial. Cordoba: Universidad Siglo 21.

PUTNAM, R. D. (1993). The prosperous community: Social capital and public life. American Prospect, 13 (1), 35-42.

PUTNAM R. (1993). Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy, Princeton University Press, Princeton, NJ.

PUTNAM, R. D. (1995). Bowling Alone: America's Declining Social Capital. Journal of Democracy 6 (1), 65-78.

PUTNAM, R.D. (1996). The strange dissapereance of civic America. The American Prospect, 24 (1), 34-48.

PUTNAM, R. (2000). Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community. Simon and Schuster, New York.

PUTNAM, R. (2002). Colapso y resurgimiento de la comunidad norteamericana, Gil Aristu (Trad.), 1ª.Ed. Galaxia Gutenberg Círculo de Lectores. Barcelona

PUTNAM, R. D. (2002). Bowling Together: The United State of America" Ed. The American Prospect. EEUU.

PUTNAM, R. D. y FELDSTEIN, L.M. (2003). Better Together: Restoring the American Community. New York: Simon y Schuster.

PUTNAM, R. D. y GOSS, K. A. (2003). Introducción, en El declive del capital social compilado por R. D. Putnam. Barcelona, Círculo de lectores.

PUTNAM, R. D. LEONARDI, R. y NANETTI, R. (1993). Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy. Ed. Prensa de la Universidad de Princeton. EEUU.

PUTNAM, R., LEONARDI, R., y NANETTI, R. (1994). Para que la democracia funcione. Tradiciones cívicas en Italia. Caracas: Galas.

PUTNAM, R., LEONARDI, R. y NARIETTI, R. (2000). Liehao, S (Trad.). Para hacer que la democracia funcione. La experiencia italiana en descentralización administrativa, 1ª. Traducción al castellano. Caracas: Ed. Galac.

PUTNAM, R. y PHARR, S. (2000). Disaffected democracies. Ed. Princenton EEUU. University Press.

PUUSA, A., MONKKONEN, K, y VARIS, A. (2013). Mission lost? Dilemmatic dual nature of co-operatives. Journal of Co-operative Organization and Management. 1 (1), 6-14.

PUUSA, A., HOKKILA, K., y VARIS, A. (2016). Individuality vs. communality, A new dual role of co-operatives? Journal of Co-operative Organization and Management, 4 (1), pp. 22 - 30.

QIAN, G., LI, L., LI, J., y QIAN, Z. (2008). Regional diversification and firm performance. Journal of International Business Studies, 39 (2), 197-214.

QUINTANA TEJERA, L. (2007). Métodos y técnicas de investigación 1. México: McGraw-Hill.

RACZYNSKI, D. y SERRANO, C. (2005). Programas de superación de la pobreza y el capital social. Evidencias y aprendizajes de la experiencia en Chile, en: Arriagada, I. (Ed.), Aprender de la experiencia. El capital social en la superación de la pobreza, CEPAL, Chile.

RAGHURAM RAJAN, H. S., y ZINGALES, L. (2000). The Cost of Diversity: The Diversification Discount and Inefficient Investment. The Journal of Finance. 15 (1), 35-80.

RAMIREZ DÍAZ, L. F., HERRERA OSPINA, J. y LODOÑO FRANCO, L. (2016). El cooperativismo y la economía solidaria. Génesis e historia, Cooperativismo y Desarrollo, 24 (109), 1-21.

RAMÍREZ PLASCENCIA, J. (2005). Tres visiones sobre capital social: Bourdieu, Coleman y Putnam. Acta Republicana: política y sociedad. Universidad de Guadalajara (México). 4 (4), 21-36.

RAMÍREZ PLASCENCIA, J. (2005). Dimensiones y características del capital social en Guadalajara. Tesis Doctoral. Universidad de Guadalajara (México).

RAUFFLET, E. (2010). Responsabilidad corporativa y desarrollo sostenible: una perspectiva histórica y conceptual. Cuadernos de Administración, Universidad del Valle, 26 (43), 23-32.

RAUSSER, G. (1999). Private/Public Research: Knowledge and Future Scenarios. American Journal of Agricultural Economics 81(5), 1011-1027.

REUNION ESPECIALIZADA DE COOPERATIVAS DEL MERCOSUR (RECM) y COMITÉ DE COORDINACIÓN DE LAS ASOCIACIONES COOPERATIVAS EUROPEAS (CCACE) (2004). El Rol de las Cooperativas como parte integrante de la Economía Social en la Cohesión Social en América Latina y Europa. III Encuentro de la Sociedad Civil Organizada de América Latina y Europa. Resolución Nº 46/04 de 16/12/04.

REICH, R. (1998). The new meaning of corporate social responsibility. California Management Review, 40 (2), 8-17.

RES 56/114, Aprobada por la 88ª. Plenaria de la Asamblea General de la ONU del 19 de diciembre de 2001 e Informe 2001/68 del Secretario General del 14 de mayo de 2001.

REZSOHAZY, R. (1988). El desarrollo comunitario. Madrid: Narcea.

RICHARDS, T.J, KLEIN K.K., y WALBURGER, A. (1998). Principal-agent relationships in agricultural cooperatives: An empirical analysis from rural Alberta. Journal of Cooperatives, 13. 21–33.

RING, P. S. y VAN DE VEN, A. H. (1992). Structuring cooperative relationships between organizations. Strategic Management Journal, 13 (1), 483-498.

RING, P. S., y VAN DE VEN, A. H. (1994). Developmental processes of cooperative interorganizational relationships. Academy of Management Review, 19 (1), 90-118.

RIVADENEIRA RODRÍGUEZ, M. (2015). Comprensión teórica y proceso metodológico de la investigación cualitativa. In Crescendo Institucional, 6 (2), 169-183.

RIVERA ESCAMILLA, R. M y GUILLÉN GALVÁN, C. (2015). *Capital Social en el Municipio de Puebla: Una propuesta de medición.* Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico. Colección Desarrollo, 3. México.

ROBBINS, S. P., R. BERGMAN, I. STAGG y M. COULTER. 2000. Management. 2nd Edition. Prentice Hall, Sydney.

ROBISON, L. J. y RITCHIE, B. K. (2019). El paradigma del capital social: Sus aplicaciones en la cultura, los negocios y el desarrollo. Madrid: Los Libros de la Catarata.

RODRÍGUEZ CASTILLO, L. (2010). El gobierno de los bienes comunes. La evolución de las instituciones de acción colectiva. Reseña a Elionor Ostrom. Revista Pueblos y Fronteras Digital, 6 (10), pp. 363 - 374.

RODRÍGUEZ DAPONTE, R., DOPICO PARADA, A. y GONZÁLEZ VÁZQUEZ, E. (2008). La responsabilidad social empresarial. Un acercamiento a la realidad empresarial de Galicia, Universidad, Sociedad y Mercados Globales, 1 (1), 309-324

RODRÍGUEZ GARAY, R. (2009). La cultura organizacional un potencial activo estratégico desde la perspectiva de la Administración. Primeras Jornadas Nacionales en Gestión de Empresas. Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. Ed. Invenio, 12 (22), 67-92.

RODRÍGUEZ–MODROÑO, P. (2012). Análisis relacional del capital social y el desarrollo de los sistemas productivos regionales, REDES - Revista Hispana para el análisis de Redes Sociales, 23 (9), 260-290.

ROITTER, M. M. (1996). La razón social de las empresas. Una investigación sobre los vínculos entre empresa y sociedad, CEDES (Centro De Estudios De Estado Y Sociedad), Área Sociedad Civil y Desarrollo Social, Documento Nº115, Buenos Aires, Argentina.

ROJAS, P. (2002). Dengue. Capital Social y Desarrollo: ¿un modelo viable para Nicaragua?" Ciclo de Conferencias del Centenario de OPS, Managua, Nicaragua.

ROMERO, C. y FLORES JIMENO, M. (1981). De la Ley de Cooperativas de 1942 al Reglamento de Sociedades Cooperativas de 1978: un análisis crítico, Agricultura y Sociedad, 18 (1), 33-63.

ROSE, R. (1998). Getting Things Done in an Anti-Modern Society: Social Capital Networks in Russia. Washington, D.C.: The World Bank.

ROSEN, C. M., CASE, J., y STAUBUS, M. (2005). Equity: Why Employee Ownership is Good for Business, Boston, MA: Harvard Business School Press.

ROUSSEAU, J. J. (2001). Du Contrat Social. Paris: Les Editions du Cheva, Union Generale d'editons.

RUBIO GIL, M., y MAZON, T. (2017). El capital social como factor coadyuvante de los procesos de desarrollo turístico y socioeconómico de los destinos de interior. Revista Papers de Turisme, 41-55.

RUIZA, M., FERNÁNDEZ, T. y TAMARO, E. (2004). Biografía de Henry Fayol. Disponible en: https://www.biografiasyvidas.com/biografia/f/fayol.htm. [Acceso 12/12/21].

SABATINI, F. (2009). Social capital as social networks: a new framework for measurement and an empirical analysis of its determinants and consequences. The Jounal of Socio-Economics, 38 (1), 429-442.

SABATINI, L. (2014). Gestión cooperativa por principios, teorías administrativas y desafíos para el futuro. IX Congreso Internacional de la Red Universitaria Eurolatinoamericana en Estudios Cooperativos y de Economía Social (RULESCOOP). Respuesta de la Universidad a las necesidades de la economía social ante los desafíos del mercado. RULESCOOP, 1 (1), 1-14.

SABATINI, F., MODENA, F. y TORTIA, E. (2014). Do cooperative enterprises create social trust? Small Business Economics, 42 (1), 621-64.

SAKO, M. (1992). Prices, quality and trust: Inter-firm relations in Britain and Japan. New York: Cambridge University Press.

SALAS, V. (2000). La cultura en las organizaciones. Cuadernos de Economía y Dirección de Empresa (CEDE), 7 (1), 241-264.

SALINAS RAMOS, F. (1995). “Notas para bucear en la identidad cooperativa”, REVESCO, 61 (1), 155-177.

SALINAS RAMOS, F. (2003). Apuntes sobre la historia del cooperativismo en España y de las relaciones entre la universidad y el cooperativismo en las Escuelas Sociales. En: ARGUDO PÉRIZ, J.L. (coord.), El cooperativismo y la Economía Social en la sociedad del conocimiento. 1963-2003: cuarenta años de formación en cooperativismo y economía social en Aragón, Universidad de Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza. Zaragoza, España.

SANCHIS PALACIO, J. R., y MELIÁN NAVARRO, A. (2009). Rentabilidad y eficiencia de las entidades financieras de economía social en España. Revista Venezolana de Gerencia, 14 (45), 24-41.

SANCHIS PALACIO, J. y REVUELTO TABOADA, L. (1995). Análisis estratégico y crecimiento externo de las cooperativas de consumo españolas. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 18, 140-167.

SANCHO CANTÚS, D., y MARTÍNEZ SABATER, A. (2011). Afectividad positiva y salud. Enfermería Global, 10 (24), pp. 120- 124.

SANDERS, J., y NEE, V. (1996). Immigrant Self-Employment: The Family as Social Capital and the Value of Social Capital. American Sociological Review 61, 231-249.

SCHEIN, E. (2004). Organizational culture and leadership, 3a. Ed., Jossey-Bass, San Francisco, Estados Unidos.

SCHULTZ, T. W. (1961). Investment in Human Capital. The American Economic Review, 51 (1), 1-17.

SCHUMPETER, J. A. (1961). The theory of economic development: An inquirity intoprofits, capital, credit, interest, and the business cycle. Oxford University. New York.

SEGUÍ-MAS, E. y SERVER IZQUIERDO, R.J. (2010). El capital relacional de las cooperativas de crédito en España: un estudio cualitativo de sus intangibles sociales mediante el análisis Delphi. REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, Primer Cuatrimestre, 101, 107-131.

SERRANO, C. (1998). Pobreza, capital social y ciudadanía. Asesorías para el Desarrollo, CEPAL.

SERRANO, C. (2002), Pobreza capital social y ciudadanía, documento de trabajo, Santiago de Chile, Asesorías para el Desarrollo.

SEXTON, R. y J. ISKOW. (1988). Factors critical to success or failure of emerging agricultural cooperatives. Giannini Foundation Information, 88 (3), 1-59.

SHAW, W. H. y BARRY, V. (2001). Moral Issues in Business. 8th Edition. Wadsworth, Belmont ,CA.

SIRVENT, M. T. (2006). El Proceso de Investigación 2007. Cuadernos de Cátedra, FFYL, UBA.

SKURNIK, S. (2002). The Role of Cooperative Entrepreneurship and Firms in Organising Economic Activities - Past, Present and Future, 1, 103-124.

SKURNIK, S. y VIHRIÄLÄ, V. (1999), 'Role of Cooperative Entrepreneurship in the Modern Market Environment: Introduction and Summary'. Finnish Journal of Business Economics, 48 (4), 375 - 383.

SMITH, A. (1759). Teoría de los sentimientos morales. México, D. F.: Fondo de Cultura Económica. [Traducción de Edmundo O' Gorman].

SMITH, A. (1937). The Wealth of Nations. Modern Library. New York

SMITH, A. (1997). Teoría de los sentimientos morales, Madrid: Alianza Editorial. -Titulo original: The theory o f moral sentiments.

SMITH, K. (2004). Measuring innovation. En: Fagerberg, J., Mowery, D. C., y Nelson, R., eds. The Oxford handbook of innovation. Oxford: University Press, 148 - 170.

SMITHSON, R. (1982). A Retrospective View. Ed. Herbert F. Johnson Museum of Art - Cornell University. New York.

SOLÍS GONZÁLEZ, J. L. (2008). Responsabilidad social empresarial: un enfoque alternativo. Revista Análisis Económico, 23 (53), 227-252.

SOLÍS-RODRÍGUEZ, F y LIMAS, M. (2013). Capital social y desarrollo: origen, definiciones y dimensiones de análisis. Nóesis. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, 22, 186-213.

SPEAR, R. (2000). The co-operative advantage. Annals of Public and Co-operative Economics, 71(4), 507-523.

STAATZ, J.M (1987). Famers' incentives to take collective action via cooperatives: a transaction cost approach. In Cooperative Theory, New Approaches. USDA. ACS Service Report 18, 87-108.

STIGLITZ, J. (2000). Formal and Informal Institutions. The World Bank. Washington.

STIGLITZ, J. (2009) Moving beyond market fundamentalism to a more balanced economy. Annals of Public and Cooperative Economics, 80, 345-360.

STOLLE, D. (2003). The sources of Social Capital. En: Hooghe, M. y Stolle, D., eds. Generating Social Capital. Nueva York: Palgrave, 19-42.

STONE, W. (2001). Measuring social capital: towards a theoretically informed measurement framework for researching social capital in family and community life. Australian Institute of Family Studies, Research Paper, 24, 1-8.

STRANDBERG, L. (2017). La medición y la comunicación de la RSE: indicadores y normas. Business School, Universidad de Navarra, 9, 37-48.

SØGAARD, V. (1994). Farmers, cooperatives, new food products. Mapp, Aarhus School of Business, Aarhuus, Denmark.

STÜRMER, S. y KAMPMEIER C. (2003). Active citizenship: The role of community identification in community volunteerism and local participation, Psychologica Belgic, 43, 103–122.

SUKLEV, B. y DEBARLIEV, S. (2012). Strategic planning effectiveness comparing analysis of the Macedonian context. Economic and Business Review, 14 (1), 63-93.

SULIVAN, D. (1994). Measuring the degree of internationalization of firm. Journal of International Business Studies, 25 (2), 325-342.

SZULANSKI, G. (1996). Exploring internal stickiness: Impediments to the transfer of best practice within the firm. Strategic Management Journal, 17 (2), 27-44.

TAJFEL, H. (1978). Social categorization, social identity and social comparison. En: Tajfel, H., ed, Differentiation Between Social Groups: Studies in the Social Psychology of Intergroup Relations. London: Academic Press, 61-76.

TAMAYO y TAMAYO, M. (1999). Aprender a investigar. Módulo 5: El proyecto de investigación. Aprender a Investigar (3ra ed.). Santa Fe de Bogotá, D.C., Colombia: ARFO Editores Ltda.

TAQUES, F. H., LÓPEZ, M.G, BASSO, L.B y AREAL, N. (2020). Indicators used to measure service innovation and manufacturing innovation. Journal of Innovation & Knowledge.

THOMPSON, ARTHUR A., y STRICKLAND, A.J. (2001). Administración estratégica (11 edición). Washington: Addison-Wesley Iberoamericana.

TORSVIK, G. (2000). Social Capital and Economic Development. Rationality and Society. 12 (4), 451-476.

TSAI, W., y GHOSHAL, S. (1998). Social Capital and Value Creation: The Role of Intrafirm Networks. Academy of Management Journal, 41 (4), 464-476.

TU LANKIDE (1993). El futuro de las cooperatitvas. Revista creada para la divulgación de la Experiencia Cooperativa, nº 373.

TYLER, T. R. y BLADER S. L. (2001). “Identity and cooperative behavior in groups”, Group Processes and Intergroup Relations, 4, 207-226.

TYLER, T. R. y HUO. J. (2002). Trust in the law: Encouraging public cooperation with the police and courts. Russell Sage Foundation. Bruselas.

TYLER, T. R., y KRAMER, R. M. (1996). Whither trust? En: Kramer, R. M., y Tyler, T. R., eds. Trust in organizations: Frontiers of theory and research. Thousand Oaks, CA: Sage, 1-15.

UE, COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2001). Las cooperativas en la Europa de las Empresas, Bruselas, 1/12/2001.

UGALDE, I (2017). Reelegido presidente de Anel. Disponible en: https://www.noticiasdenavarra.com/economia/. [Acceso 12/2/20].

ULLA, L., PORRINI, M.L. y ROLANDO, A. (2007). Indicadores de Responsabilidad Social para Cooperativas de Usuarios/Asociados, Córdoba, Argentina: IARSE.

URTEAGA, E. (2013). La teoría del capital social de Robert Putnam: originalidad y carencias, Reflexión Política, 15 (29), 44-60.

VALENTINOV, V. (2004). Toward a social capital theory of Co-operative Organization, Journal of Cooperative Studies, 37 (3), 5-20.

VALENTINOV, V. 2007. Why are co-operatives important in agriculture? An organizational economics perspective. Journal of Institutional Economics 3 (1): 55-69.

VAN BUREN, H. y HOOD, J.N. (2006). A multinivel model of Social Capital. Paper presentado en el Academy of Management Annual Meeting, Atlanta. EEUU.

VAN MARREWIJK, M. (2003). Concept and definitions of CSR and corporate sustainability: between agency and communion. Journal of Business Ethics, 44(2), 95–105.

VARGAS, G. (2002). Hacia una teoría del capital social. Revista de Economía Institucional. Universidad Externado de Colombia, Bogotá, Colombia, 4 (6), pp. 71 - 108.

VEBLEN, T. (1908). On the Nature of Capital. The Quarterly Journal of Economics, 22 (4), 517-542.

VERA-TOSCANO, E., GARRIDO-FERNÁNDEZ, F.E., GÓMEZ-LIMÓN, J.A. y CAÑADAS-RECHE, J.L. (2013). Are theories about social capital empirically supported? Evidence from the farming sector. Social Indicators Research, 114 (3), 1331-1359.

VILLABELLA, C. (2015). Los métodos en la investigación jurídica. Algunas precisiones. Wendy A. Godínez y José H. García (Coords.), Metodologías: enseñanza e investigación jurídica, 40, 921-953.

WALKER, G., KOGUT, B., y SHAN, W. (1997). Social Capital, Structural Holes and the Formation of an Industry Network, Organization Science, 8 (2), 109-125.

WALDINGER, R. (1995). The 'other side' of embeddedness: a case-study of the interplay of economy and ethnicity. Ethnic and Racial Studies, 18 (3), 555-80.

WARREN, L. y HUTCHINSON, W. (2000). Success factors for high-technology SMEs: A case Study from Australia. Journal of Small Business Management, 38 (3), 86-91.

WEBER, M. (1944). Economía y sociedad: esbozo de sociología comprensiva. Madrid: Verdum Editorial 2000.

WELCH, L.S. y LUOSTARINEN, R. (1993). Inward and outward connections in internationalization, Journal of International Marketing 1(1): 46–58.

WOLLEBAEK, D. y SELLE, P. (2003). The importance of passive membership for social capital formation. En: Hooghe, M. y Stolle, D., eds. Generating Social Capital. Nueva York: Palgrave, 67-88.

WOOLCOCK, M. (1998). Social Capital and economic development: Towards a theoretical synthesis and policy framework. Theory and Society, 27, pp. 151 - 208.

WOOLCOCK, M. y NARAYAN, D. (2000). Social Capital: Implications for developement Theory and Research and Policy. World Bank Research Observer, Oxford University.

WOOLCOCK, M. y NARAYAN, D. (2002). Capital Social: Implicaciones para la teoría, la investigación y las políticas sobre desarrollo. New York: WP World Bank.

WORLD BANK WORKING (2003). Measuring Social Capital: An integrated questionnaire. Paper nº 18. World Bank Publications. Washington, D.C. U.S.A.

WU, Wei-Ding (2008). Dimensiones del capital social y la mejora de la competitividad en las empresas: el papel mediador del intercambio de información, Revista de Estudios de Gestión, 45 (1), 122-146.

XU, Y. LIANG, Q. y HUANG, Z. (2018). Benefits and pitfalls of social capital for farmer cooperatives: evidence from China. International Food and Agribusiness Management Review. 21 (8), 1137-1152.

YUNI, J. A. y URBANO, C. A. (2006). Técnicas para Investigar. Recursos Metodológicos para la Preparación de Proyectos de Investigación. 2º ed. Córdoba (Argentina): Brujas.

YUSUF, A. (1995). Critical success factors for small business: perceptions of South Pacific entrepreneurs. Journal of Small Business Management, 33, 68-73.

ZAAR, M. H. (2010). El movimiento cooperativo agrario en España durante la segunda mitad del siglo XIX y primer tercio del siglo XX. Biblio 3W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales. Universidad de Barcelona, 15 (868), 1-15.

ZAHRA, S.A., IRELAND, R.D. y HITT, M.A. (2000). International expansion by new venture firms: international diversity, mode of market entry, technological learning, and performance. Academy of Management Journal 43 (5), 925-950.

ZANDER, U., y KOGUT, B. (1995). Knowledge and the Speed of the Transfer and Imitation of Organizational Capabilities: An Empirical Test. Segones Jornades D'avaluació de la Recerca. Organization Science, 6 (1), 76-148.

ZHOU, L., WU, W. P., y LUO, X. (2007). Internationalization and the performance of born-global SMEs: the mediating role of social networks. Journal of International Business Studies, 38(4), 673-690.

ANEXO 1. Cuestionario Inicial.

Estudio sobre la medición del capital social en las cooperativas agroalimentarias de Extremadura.

Manuel Aguilar Yuste

Este estudio sobre el proceso de medición del capital social en las cooperativas agroalimentarias de Extremadura, forma parte de la tesis doctoral "*La medición del capital social en las cooperativas agroalimentarias de Extremadura*", llevada a cabo por Manuel Aguilar Yuste, y dirigida por la Profesora Titular (habilitada Catedrática) del Departamento de Dirección de Empresas y Sociología (Área de Organización de Empresas) de la Universidad de Extremadura, Dra. Mª Isabel Sánchez Hernández, y el Profesor Titular del Departamento de Derecho Público I y Ciencia Política (Área de Ciencia Política y de la Administración) de la Universidad Rey Juan Carlos, Dr. Ángel Hermilio Iglesias Alonso.

El documento que les presentamos a continuación, es un manual de autoevaluación, que incluye un instrumento de medición, orientado a las organizaciones cooperativas, que les permite evaluar su capital social y ayudará a identificar los elementos más fuertes y débiles de la Sociedad Cooperativa.

Una breve explicación: ¿De qué trata esta Tesis Doctoral?

A lo largo de los últimos cincuenta años, el sector agroalimentario ha sido la base productiva de la economía de la región de Extremadura, y el sector cooperativo el motor y pieza clave de este factor en la economía de nuestra región.

Por ello, veo interesante poder analizar los sistemas y procesos cooperativos desde el punto de vista del capital humano de las cooperativas agroalimentarias de Extremadura, en definitiva de su capital social.

El planteamiento central de este trabajo de investigación tiene que ver con su problema central, el cual es, conocer las relaciones entre los agentes participantes de la red social cooperativa, sus capacidades, relaciones sociales y acciones que promueven el cooperativismo: su capital social.

El capital social como activo valioso, es un recurso derivado de las relaciones sociales, planteado desde diferentes visiones: visión comunitaria, visión de redes, visión institucional y visión sinérgica.

Se pretende analizar la realidad diversa y compleja de las cooperativas agroalimentarias de Extremadura, en materia de vertebración social a través de asociaciones, y, los distintos tipos de capital social que genera y su contribución al desarrollo rural. Estos temas constituirán un avance en el estado de la cuestión actual.

En consecuencia, de igual modo, otro tema problemático de la investigación, es la evaluación de las cooperativas como organizaciones que promueven la formación y el fortalecimiento del capital social, y

contribuyen al desarrollo sostenible local como un reflejo de su responsabilidad social. Los estudios son pocos y las evidencias empíricas prácticamente inexistentes.

Objetivo general: Aproximarnos a los sistemas de gestión y medición del capital social y la responsabilidad social de las cooperativas extremeñas.

Le garantizamos que sus respuestas serán tratadas de forma anónima para llevar a cabo análisis conjuntos que reflejen la situación del sector sin que su cooperativa sea identificada de forma aislada en ningún momento. Por ello le rogamos que responda según sean sus percepciones sobre cada aspecto. Le pido la colaboración para poder realizar esta Investigación, sólo tienes que dedicar 10 minutos de tu tiempo, y responder el siguiente cuestionario:

¡Gracias!

DATOS CENSALES

Género:

Hombre □

Mujer □

Edad:

Menos de 30 años □

Entre 30 y 44 años □

Entre 45 y 59 años □

60 o más años □

Municipio donde desarrolla su actividad profesional:

Municipio donde reside:

Cargo de responsabilidad que ocupo en la Cooperativa:

La Cooperativa pertenece al sector:

Formación:

Sin estudios □

Estudios primarios □

Estudios secundarios □

Formación profesional □

Estudios universitarios □ (Grado Medio □ Grado Superior □Máster Univ. □)

Antigüedad en la Cooperativa:

Menos de 1 año □

Más de 1 año y menos de 3 años □

Más de 3 años y menos de 5 años □

Más de 5 años y menos de 10 años □

Más de 10 años y menos de 20 años □

Más de 20 años □

Año de constitución de la Cooperativa:

Número de socios de la Cooperativa:

Número de trabajadores (no socios) de la Cooperativa:

Facturación durante el ejercicio 2015 de la Cooperativa:

Facturación durante el ejercicio 2016 de la Cooperativa:

Facturación durante el ejercicio 2017 de la Cooperativa:

Facturación durante el ejercicio 2018 de la Cooperativa:

CUESTIONARIO

A continuación, le presentamos una serie de afirmaciones para que pueda indicarnos su grado de disconformidad o conformidad con cada una de ellas.

Participación.

1. A los socios de esta cooperativa les resulta fácil mantenerse informados de todas las operaciones, y no les importa asistir a las reuniones que se convocan. (I1).

Completamente en desacuerdo ☐	Poco de acuerdo ☐	Ni de acuerdo ni en desacuerdo ☐	De acuerdo ☐	Completamente de acuerdo ☐

2. Creo que los socios de esta cooperativa consideran que su voz y su participación es necesaria. (I2).

Completamente en desacuerdo ☐	Poco de acuerdo ☐	Ni de acuerdo ni en desacuerdo ☐	De acuerdo ☐	Completamente de acuerdo ☐

3. Los socios de esta cooperativa se interesan por obtener información sobre la gestión, el desarrollo y el día a día de la misma. (I3).

Muy insatisfecho ☐	Poco satisfecho ☐	Ni de satisfecho ni insatisfecho ☐	Satisfecho ☐	Muy satisfecho ☐

Confianza.

4. Creo que el Consejo Rector de la Cooperativa trabaja por el mayor interés de los socios cooperativistas. (T1).

Completamente en desacuerdo ☐	Poco de acuerdo ☐	Ni de acuerdo ni en desacuerdo ☐	De acuerdo ☐	Completamente de acuerdo ☐

5. Confío en los representantes de esta Cooperativa. (T2)

Completamente en desacuerdo ☐	Poco de acuerdo ☐	Ni de acuerdo ni en desacuerdo ☐	De acuerdo ☐	Completamente de acuerdo ☐

6. Creo que puedo confiar en la mayoría de los miembros de esta cooperativa. (T3).

Completamente en desacuerdo ☐	Poco de acuerdo ☐	Ni de acuerdo ni en desacuerdo ☐	De acuerdo ☐	Completamente de acuerdo ☐

7. Considero que la mayoría de los socios de esta cooperativa, intentarían aprovecharse de mí si tuvieran la oportunidad. (T4).

Completamente en desacuerdo ☐	Poco de acuerdo ☐	Ni de acuerdo ni en desacuerdo ☐	De acuerdo ☐	Completamente de acuerdo ☐

8. La mayoría de las veces, creo que los socios tratan de ser útiles en esta cooperativa. (T5).

Completamente en desacuerdo ☐	Poco de acuerdo ☐	Ni de acuerdo ni en desacuerdo ☐	De acuerdo ☐	Completamente de acuerdo ☐

9. Creo que el Presidente de esta Cooperativa siempre toma en cuenta los beneficios de los socios. (T6).

Completamente en desacuerdo ☐	Poco de acuerdo ☐	Ni de acuerdo ni en desacuerdo ☐	De acuerdo ☐	Completamente de acuerdo ☐

10. Creo que el Presidente de esta Cooperativa no duda de mi lealtad y compromiso de los socios. (T7).

Completamente en desacuerdo □	Poco de acuerdo □	Ni de acuerdo ni en desacuerdo □	De acuerdo □	Completamente de acuerdo □

Satisfacción.

11 • Creo que los socios están satisfechos, con respecto a los precios, servicios y accesibilidad de esta cooperativa. (S1).

Muy insatisfecho □	Poco satisfecho □	Ni de satisfecho ni insatisfecho □	Satisfecho □	Muy satisfecho □

12 • Considero que los socios están satisfechos con respecto a las actividades, información, relación personal, etc., de esta cooperativa. (S2).

Muy insatisfecho □	Poco satisfecho □	Ni de satisfecho ni insatisfecho □	Satisfecho □	Muy satisfecho □

Lealtad.

13 • Considero al socio un miembro leal, en el sentido de que casi siempre comercializa y trabaja con esta cooperativa. (L1).

Muy poco o nada □	Poco □	Medianamente suficiente □	Suficiente □	Mucho □

Identificación Social.

14 • Siento que tengo mucho en común con los demás miembros de esta cooperativa. (SI1).

Completamente en desacuerdo □	Poco de acuerdo □	Ni de acuerdo ni en desacuerdo □	De acuerdo □	Completamente de acuerdo □

15 • Considero que ser miembro de una Sociedad Cooperativa, es una *seña de identidad* de lo que es el socio cooperativista. (SI2).

Completamente en desacuerdo	Poco de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
□	□	□	□	□

16 • Siento apego y afección respecto de los miembros y socios de esta cooperativa. (SI3).

Completamente en desacuerdo	Poco de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
□	□	□	□	□

17 • Me siento orgulloso/a por formar parte de esta cooperativa. (SI4).

Completamente en desacuerdo	Poco de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
□	□	□	□	□

18 • Me gusta hablar sobre la cooperativa en presencia de otros. (SI5).

Completamente en desacuerdo	Poco de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
□	□	□	□	□

19 • Considero que hay demasiadas desigualdades sociales en nuestro país. (SI6).

Completamente en desacuerdo	Poco de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
□	□	□	□	□

20 • Pienso que para que una economía funcione bien, necesariamente debe haber gente rica y pobre. (SI7).

Completamente en desacuerdo ☐	Poco de acuerdo ☐	Ni de acuerdo ni en desacuerdo ☐	De acuerdo ☐	Completamente de acuerdo ☐

21 • Creo que la igualdad social puede lograrse. (SI8).

Completamente en desacuerdo ☐	Poco de acuerdo ☐	Ni de acuerdo ni en desacuerdo ☐	De acuerdo ☐	Completamente de acuerdo ☐

Objetivos.

22 • Considero que los miembros de esta cooperativa, conocen el objetivo común de la misma. (G1).

Muy poco o nada ☐	Poco ☐	Medianamente suficiente ☐	Suficiente ☐	Mucho ☐

23 • Pienso que los miembros de esta cooperativa luchan por el objetivo común de la misma. (G2).

Muy poco o nada ☐	Poco ☐	Medianamente suficiente ☐	Suficiente ☐	Mucho ☐

Información compartida.

24 • Los socios de esta cooperativa, comparten frecuentemente información técnica o de mercado con otros. (InS1).

Muy poco o nada ☐	Poco ☐	Medianamente suficiente ☐	Suficiente ☐	Mucho ☐

Innovación.

25 • Considero que en esta cooperativa, nos preocupamos por adaptarnos a los cambios, y dar soluciones nuevas a los problemas de gestión. (IN1).

Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho
☐	☐	☐	☐	☐

26 • En esta cooperativa somos innovadores en nuestros productos y servicios, y en nuestros procesos productivos. (IN2).

Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho
☐	☐	☐	☐	☐

27 • Siempre estamos mejorando la comercialización y el marketing de esta cooperativa. (IN3).

Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho
☐	☐	☐	☐	☐

28 • En esta cooperativa, nos adaptamos a las tecnologías de la información y comunicación (TIC) tanto como sea necesario. (IN4).

Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho
☐	☐	☐	☐	☐

29 • En esta cooperativa, actualizamos y ampliamos las prácticas de responsabilidad social. (IN5).

Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho
☐	☐	☐	☐	☐

30 • Valoramos el trabajo en red y apostamos por la inter-cooperación y las alianzas de esta cooperativa. (IN6).

Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho
☐	☐	☐	☐	☐

31 • En esta cooperativa, consideramos importante dar a conocer la innovación que llevamos a cabo, tanto a nuestros socios como a nuestra sociedad. (IN7).

Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho
☐	☐	☐	☐	☐

32 • Divulgamos la innovación realizada en esta cooperativa, a través de informes o memorias destinadas a los socios. (IN8).

Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho
☐	☐	☐	☐	☐

33 • Divulgamos la innovación realizada en esta cooperativa, en la web para que puedan conocerla personas ajenas a la misma. (IN9).

Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho
☐	☐	☐	☐	☐

34 • Consideramos a esta cooperativa como un entorno creativo. (IN10).

Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho
☐	☐	☐	☐	☐

35 • En esta cooperativa, los máximos responsables de la gestión cooperativa han sido formados en técnicas de creatividad. (IN11).

Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho
☐	☐	☐	☐	☐

36 • Estimamos que en esta cooperativa, existe una atmósfera de innovación entre los socios. (IN12).

Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho
☐	☐	☐	☐	☐

37 • Llevamos a cabo actividades de transferencia de conocimiento cooperativo con Instituciones de Investigación y Universidad de Extremadura. (IN13).

Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho
☐	☐	☐	☐	☐

Internacional.

38 • En esta cooperativa estamos obligados a participar en negocios internacionales si queremos crecer. (INT1).

Completamente en desacuerdo	Poco de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
☐	☐	☐	☐	☐

39 • En el Consejo Rector existe un gran interés en la internacionalización de esta cooperativa. (INT2).

Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho
☐	☐	☐	☐	☐

40 • En esta cooperativa nunca se ha considerado el mercado nacional como su único mercado. (INT3).

Completamente en desacuerdo	Poco de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
☐	☐	☐	☐	☐

41 • En el Consejo Rector de esta cooperativa, posee habilidades gerenciales avanzadas en comercio exterior. (INT4).

Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho
☐	☐	☐	☐	☐

42 • En el Consejo Rector, incorporamos a los socios de esta cooperativa, nuevas tecnologías extranjeras para la mejora de la internacionalización. (INT5).

Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho
☐	☐	☐	☐	☐

43 • En el Consejo Rector, buscamos con intensidad mercados internacionales para esta cooperativa. (INT6).

Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho
☐	☐	☐	☐	☐

44 • En esta cooperativa, desarrollamos alianzas con socios extranjeros. (INT7).

Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho
☐	☐	☐	☐	☐

45 • Los Gobiernos locales, provinciales y/o regionales, ayudan a la internacionalización de esta empresa cooperativa. (INT8).

Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho
☐	☐	☐	☐	☐

46 • En esta cooperativa, las relaciones y redes sociales para fomentar el comercio exterior. (INT9).

Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho
☐	☐	☐	☐	☐

47 • En esta cooperativa, buscamos crear relaciones duraderas con nuestros clientes internacionales. (INT11).

Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho
☐	☐	☐	☐	☐

48 • En esta cooperativa se gestiona de forma eficaz las actividades de marketing con mercados internacionales. (INT12).

Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho
☐	☐	☐	☐	☐

Éxito competitivo.

49 • En esta cooperativa, nos interesamos por la calidad en la gestión de recursos humanos. (CS1).

Completamente en desacuerdo	Poco de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
☐	☐	☐	☐	☐

50 • Los miembros y socios que forman esta cooperativa tienen óptimos niveles de capacitación y empoderamiento. (CS2).

Completamente en desacuerdo	Poco de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
☐	☐	☐	☐	☐

51 • Creo que en el Consejo Rector, fomentamos las capacidades de liderazgo. (CS3).

Completamente en desacuerdo	Poco de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
☐	☐	☐	☐	☐

52 • Creo que en el Consejo Rector, fomentamos las capacidades en el campo del marketing cooperativo. (CS4).

Completamente en desacuerdo	Poco de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
☐	☐	☐	☐	☐

53 • En esta cooperativa, velamos por la Calidad de nuestros productos y servicios. (CS5).

Completamente en desacuerdo	Poco de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
☐	☐	☐	☐	☐

54 • Creo que en el Consejo Rector, nos preocupamos por los niveles de calidad de la gestión organizativa y administrativa de esta cooperativa. (CS6).

Completamente en desacuerdo	Poco de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
□	□	□	□	□

55 • Creo que en el Consejo Rector, nos interesamos por los recursos tecnológicos y sistemas de información. (CS7).

Completamente en desacuerdo	Poco de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
□	□	□	□	□

56 • Creo que en el Consejo Rector, impulsamos la transparencia de nuestra gestión financiera. (CS8).

Completamente en desacuerdo	Poco de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
□	□	□	□	□

57 • Pienso que los miembros y socios que forman esta cooperativa, muestran interés en la cohesión de nuestros valores corporativos y cultura. (CS9).

Completamente en desacuerdo	Poco de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
□	□	□	□	□

58 • En esta cooperativa, considero que promovemos entre los miembros y socios, el conocimiento del mercado, know-how y experiencia acumulada. (CS10).

Completamente en desacuerdo	Poco de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo
□	□	□	□	□

ANEXO 2. Validación de Cuestionario – Ficha de Expertos/as.

Fecha

Aspectos de Validación:

Parte 1. Cuestiones generales:

- ¿Considera adecuados la estructura y contenido del cuestionario para obtener información y datos suficientes para medir el capital social de las cooperativas?

11 □ SI **0 □ NO**

Si su respuesta es **NO**, ¿tiene alguna propuesta para la mejora del cuestionario?

Quitar la parte "Creo" en las preguntas, cambiar por "percibo, entiendo, considero…"

Recomendable preguntas en tercera persona. (en algunas preguntas se hacen en primera persona y otras en tercera persona).

- ¿De los 10 Indicadores (participación, confianza, satisfacción, lealtad, identificación social, objetivos/metas, información compartida, innovación, internacionalización y éxito competitivo), añadiría o eliminaría alguno de ellos?

5 □ SI **6 □ NO**

Si su respuesta es **SI**, ¿podría señalarlo?

Pregunta 3. Respuesta: nada, poco, mucho… Pregunta reformulada "Están satisfechos con la información…"

Pregunta 10. Son dos preguntas en una.

Pregunta 20 y 21. Puede confundir la pregunta. No queda claro la relación teórica entre justicia e identificación social.

Plantear cuestionario socios. Cuestionario Presidente y/o Gerente.

Revisar por confusas la I1, T6 y T7.

Pregunta L1 "vela por los interesas de la coop."

Pregunta 18 y 24: "Otras personas".

27. "estamos intentando mejorar".

33. En la web y en otros espacios.

35. Gestión coo/post.

Ver el universo de estudio, procedimiento, selección de encuestados, y quitar facturación.

I3 "se involucra al socio", "el socio se interesa".

11 y 12 (satisfacción). Plantear si "es lo mismo creer que los socios están satisfechos que sentirse satisfecho"

41 y 43. Poner no el… sino "el Consejo Rector…

Poner respuesta Likert 1-7 con respuesta neutra en medio.

DEMARCAR LAS VARIABLES EN EL CUESTIONARIO. ¡Importante!

Participación:

Incluir una pregunta relacionada si todos los socios votan en las asambleas para medir el sentido de participación. Un socio un voto.

Confianza:

Me parece que se debe colocar algunas preguntas sobre la rendición de cuentas y la transparencia, me parece que algunas se encuentran al final, pero creo que deberían estar en relación a la transparencia.

Me parece que también el tema del género se debería incluir, por ejemplo, la incorporación de la participación de las mujeres en el ente rector, los salarios entre hombres y mujeres. De hecho deberíamos analizar las preguntas desde lo que piensan las mujeres y los hombres.

Uno de los principios de las cooperativas es la capacitación y la formación de los socios/as en los principios cooperativistas.

Innovación:

Un tema del capital social es la relación de su preocupación por el tema ambiental, no se si existen preguntas en relación de su preocupación por los temas ambientales o si la cooperativa incorporar temas ambientales en su gestión.

También su preocupación por el entorno, es decir, que preocupación tienen la cooperativa por su localidad, realiza algunas acciones a favor de la localidad. Por ejemplo, existe vinculación o trabajo entre las cooperativas para promover normativas locales o sensibilización a las comunidades (consumidores).

Parte 2. Cuestiones generales:

A continuación, señale lo que proceda:

Indicador	Ítems	Valoración			
		Excelente	***Bueno***	***Aceptable***	***No aconsejable***
Participación	**1**	**10**	**1**		
	2	**10**	**1**		
	3	**9**	**2**		
Confianza	**1**	**10**	**1**		
	2	**10**	**1**		
	3	**7**	**4**		
	4	**9**	**1**	**1**	
	5	**7**	**3**	**1**	
	6	**10**	**1**		
	7	**6**	**3**		**2**
Satisfacción	**1**	**10**	**1**		
	2	**9**	**2**		
Lealtad	**1**	**7**	**4**		
Identificación social	**1**	**10**	**1**		
	2	**9**	**2**		
	3	**10**	**1**		
	4	**10**	**1**		
	5	**10**	**1**		
	6	**9**		**2**	
	7	**6**	**2**	**1**	**2**
	8	**7**	**3**		**1**

Objetivos/metas	**1**	**8**	**3**		
	2	**10**	**1**		
Info compartida	**1**	**10**	**1**		
Innovación	**1**	**10**	**1**		
	2	**10**	**1**		
	3	**10**	**1**		
	4	**10**		**1**	
	5	**10**	**1**		
	6	**10**	**1**		
	7	**10**	**1**		
	8	**9**	**2**		
	9	**9**	**2**		
	10	**10**	**1**		
	11	**10**	**1**		
	12	**10**	**1**		
	13	**10**	**1**		
Internacionalización	**1**	**10**		**1**	
	2	**10**	**1**		
	3	**10**	**1**		
	4	**10**	**1**		
	5	**10**		**1**	
	6	**10**	**1**		
	7	**10**	**1**		
	8	**10**	**1**		
	9	**10**	**1**		
	10	**10**	**1**		
	11	**10**	**1**		

Éxito competitivo	**1**	**8**	**2**	**1**	
	2	**8**	**3**		
	3	**8**	**3**		
	4	**10**	**1**		
	5	**10**	**1**		
	6	**10**	**1**		
	7	**10**	**1**		
	8	**10**	**1**		
	9	**8**	**3**		
	10	**10**	**1**		

Si lo considera oportuno, señale alguna sugerencia o valoración final del Cuestionario:

ANEXO 3. Cuestionario final.

Estudio* sobre la medición del capital social en las cooperativas agroalimentarias de Extremadura.

Este estudio sobre el proceso de medición del capital social en las cooperativas agroalimentarias de Extremadura, forma parte de la tesis doctoral "*La medición del capital social en las cooperativas agroalimentarias de Extremadura*", llevada a cabo por Manuel Aguilar Yuste, y dirigida por la Profesora Titular (habilitada Catedrática) del Departamento de Dirección de Empresas y Sociología (Área de Organización de Empresas) de la Universidad de Extremadura, Dra. Mª Isabel Sánchez Hernández, y el Profesor Titular del Departamento de Derecho Público I y Ciencia Política (Área de Ciencia Política y de la Administración) de la Universidad Rey Juan Carlos, Dr. Ángel Hermilio Iglesias Alonso.

El documento que les presentamos a continuación, es un manual de autoevaluación, que incluye un instrumento de medición, orientado a las organizaciones cooperativas, que les permite evaluar su capital social y ayudará a identificar los elementos más fuertes y débiles de la Sociedad Cooperativa.

Le garantizamos que sus respuestas serán tratadas de forma anónima para llevar a cabo análisis conjuntos que reflejen la situación del sector sin que su cooperativa sea identificada de forma aislada en ningún momento. Por ello le rogamos que responda según sean sus percepciones sobre cada aspecto. Le pido la colaboración para poder realizar esta Investigación, sólo tienes que dedicar 10 minutos de tu tiempo, y responder el siguiente cuestionario:

¡Gracias por su colaboración!

DATOS CENSALES

Género:

Hombre □

Mujer □

Edad:

Menos de 30 años □

Entre 30 y 44 años □

Entre 45 y 59 años □

60 o más años □

Formación:

Sin estudios □

Estudios primarios □

Estudios secundarios □

Formación profesional □

Estudios universitarios de: □ Grado Medio □ Grado Superior □Máster Univ.

Municipio donde desarrolla su actividad profesional:

Municipio donde reside:

Cargo de responsabilidad que ocupo en la Cooperativa:

CUESTIONARIO

A continuación, le presentamos una serie de afirmaciones para que pueda indicarnos su grado de disconformidad o conformidad con cada una de ellas.

Participación.

1. Los socios participan en la toma de decisiones de la Cooperativa. (I1).

Ninguno	Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho	Demasiado
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

2. Los socios de esta cooperativa consideran que su voz y su participación es necesaria. (I2).

Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

3. Los socios de esta cooperativa se interesan por obtener información sobre la gestión, el desarrollo y el día a día de la misma. (I3).

Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

4. Percibo que todos los socios votan cuando se celebran las Asambleas de la cooperativa (I4).

Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Confianza.

5. Percibo que los socios de la cooperativa reconocen la labor que realizan los directivos del Consejo Rector de la cooperativa. (T1).

Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

6. Confío en los representantes de esta cooperativa. (T2).

Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

7. Pienso que puedo confiar en la mayoría de los miembros de esta cooperativa. (T3).

Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

8. Considero que el ejercicio del liderazgo de la Gerencia y/o Presidencia de la cooperativa, pueden crear dudas en los socios. (T4).

Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

9. La mayoría de las veces, creo que los socios tratan de ser útiles en esta cooperativa. (T5).

Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

10. Percibo que el Presidente de esta cooperativa siempre toma en cuenta los beneficios de los socios. (T6).

Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

11. Considero que la Asamblea de esta cooperativa no duda de mi lealtad y compromiso de los socios. (T7).

Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Satisfacción.

12. Pienso que los socios están satisfechos, con respecto a los precios, servicios y accesibilidad de esta cooperativa. (S1).

Muy satisfecho	Bastante satisfecho	Satisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo insatisfecho	Bastante insatisfecho	Muy insatisfecho
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

13. Me siento satisfecho con respecto a las actividades, información, relación personal de esta cooperativa. (S2).

Muy satisfecho	Bastante satisfecho	Satisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Algo insatisfecho	Bastante insatisfecho	Muy insatisfecho
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Lealtad.

14. Considero que los miembros y socios actúan respetando sus interesas propios en favor de la cooperativa. (L1).

Ninguno	Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho	Demasiado
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Identificación Social.

15. Siento que tengo mucho en común con los demás miembros de esta cooperativa. (SI1).

Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

16. Considero que ser miembro de una Sociedad Cooperativa, es una *seña de identidad* de lo que es el socio cooperativista. (SI2).

Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

17. Me siento parte y estoy identificado respecto de los trabajadores y socios de esta cooperativa. (SI3).

Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

18. Me siento orgulloso/a por formar parte de esta cooperativa. (SI4).

Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

19. Me gusta hablar sobre la cooperativa en presencia de otras personas. (SI5).

Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

20. Considero que hay demasiadas desigualdades sociales en nuestro país. (SI6).

Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

21. Pienso que para que una economía funcione bien, necesariamente debe haber gente rica y pobre. (SI7).

Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

22. Considero que la cooperativa nace como un aspecto de solidaridad y de bien común. (SI8).

Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Objetivos.

23. Considero que los miembros de esta cooperativa, conocen el objetivo común de la misma. (G1).

Ninguno	Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho	Demasiado
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

24. Pienso que los miembros de esta cooperativa luchan por el objetivo común de la misma. (G2).

Ninguno	Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho	Demasiado
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Información compartida.

25. Los socios de esta cooperativa me han brindado asistencia técnica o información que me han permitido trabajar de manera más eficaz. (InS1).

Ninguno	Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho	Demasiado
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Innovación.

26. Considero que en esta cooperativa, nos preocupamos por adaptarnos a los cambios, y dar soluciones nuevas a los problemas de gestión. (IN1).

Ninguno	Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho	Demasiado
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

27. En esta cooperativa somos innovadores en nuestros productos y servicios, y en nuestros procesos productivos. (IN2).

Ninguno	Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho	Demasiado
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

28. Siempre estamos intentando mejorar la comercialización y el marketing de esta cooperativa. (IN3).

Ninguno	Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho	Demasiado
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

29. En esta cooperativa, nos adaptamos a las tecnologías de la información y comunicación (TIC) tanto como sea necesario. (IN4).

Ninguno	Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho	Demasiado
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

30. En esta cooperativa, entendemos, actualizamos y ampliamos las prácticas de responsabilidad social. (IN5).

Ninguno	Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho	Demasiado
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

31. Valoramos el trabajo en red y apostamos por la inter-cooperación y las alianzas de esta cooperativa. (IN6).

Ninguno	Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho	Demasiado
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

32. En esta cooperativa, consideramos importante dar a conocer la innovación que llevamos a cabo, tanto a nuestros socios como a nuestra sociedad. (IN7).

Ninguno	Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho	Demasiado
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

33. Divulgamos la innovación realizada en esta cooperativa, en la web y otros espacios para que puedan conocerla personas ajenas a la misma. (IN8).

Ninguno	Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho	Demasiado
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

34. Consideramos a esta cooperativa como un entorno creativo. (IN9).

Ninguno	Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho	Demasiado
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

35. En esta cooperativa, los máximos responsables de la gestión empresarial han sido formados en técnicas de creatividad. (IN10).

Ninguno	Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho	Demasiado
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

36. Estimamos que en esta cooperativa, existe una atmósfera de innovación entre los socios. (IN11).

Ninguno	Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho	Demasiado
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

37. Llevamos a cabo actividades de transferencia de conocimiento cooperativo con Instituciones de Investigación y Universidad de Extremadura. (IN12).

Ninguno	Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho	Demasiado
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Internacional.

38. En esta cooperativa estamos obligados a participar en negocios internacionales si queremos crecer. (INT1).

Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

39. En el Consejo Rector existe un gran interés en la internacionalización de esta cooperativa. (INT2).

Ninguno	Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho	Demasiado
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

40. En esta cooperativa nunca se ha considerado el mercado nacional como su único mercado. (INT3).

Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

41. El Consejo Rector de esta cooperativa, posee habilidades gerenciales avanzadas en comercio exterior. (INT4).

Ninguno	Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho	Demasiado
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

42. En esta cooperativa se incorporan tecnologías avanzadas y nuevas de países extranjeros. (INT5).

Ninguno	Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho	Demasiado
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

43. El Consejo Rector busca con intensidad mercados internacionales para esta cooperativa. (INT6).

Ninguno	Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho	Demasiado
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

44. En esta cooperativa, desarrollamos alianzas con socios extranjeros. (INT7).

Ninguno	Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho	Demasiado
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

45. Los Gobiernos locales, provinciales y/o regionales, ayudan a la internacionalización de esta empresa cooperativa. (INT8).

Ninguno	Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho	Demasiado
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

46. En esta cooperativa, utilizamos las relaciones y redes sociales para fomentar el comercio exterior. (INT9).

Ninguno	Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho	Demasiado
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

47. En esta cooperativa, buscamos crear relaciones duraderas con nuestros clientes internacionales. (INT11).

Ninguno	Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho	Demasiado
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

48. En esta cooperativa se gestiona de forma eficaz las actividades de marketing con mercados internacionales. (INT12).

Ninguno	Muy poco o nada	Poco	Medianamente suficiente	Suficiente	Mucho	Demasiado
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Éxito competitivo.

49. En esta cooperativa, nos interesamos por la calidad en la gestión de recursos humanos. (CS1).

Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

50. Los miembros y socios que forman esta cooperativa tienen óptimos niveles de capacitación y empoderamiento. (CS2).

Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

51. Considero que el Consejo Rector, tiene las capacidades directivas adecuadas. (CS3).

Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

52. Percibo que en el Consejo Rector, se fomentan las capacidades en el campo del marketing cooperativo. (CS4).

Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

53. En esta cooperativa, velamos por la Calidad de nuestros productos y servicios. (CS5).

Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

54. Considero que los niveles de gestión y organización de mi cooperativa son altos. (CS6).

Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

55. Percibo que en el Consejo Rector, se interesan por los recursos tecnológicos y sistemas de información. (CS7).

Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

56. Siento que en el Consejo Rector, se impulsa la transparencia de nuestra gestión financiera. (CS8).

Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

57. Pienso que los miembros y socios que forman esta cooperativa, muestran interés en la cohesión de nuestros valores corporativos y cultura. (CS9).

Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

58. En esta cooperativa, considero que promovemos entre los miembros y socios, el conocimiento del mercado, habilidades y experiencia acumulada. (CS10).

Totalmente de acuerdo	Bastante de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	En desacuerdo	Bastante en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

*** Este Estudio ha sido validado por las siguientes instituciones:**

IESA-CSIC, CIS, Universidad Católica de Uruguay, Universidad Central de Ecuador, Universidad de Guadalajara (México), Universidad de Lisboa, Universidad du Reims (Francia), Universidad Siglo XXI (Argentina), Universidad Central de Guatemala, Instituto de Estadística de Extremadura, University Of Greenwich (Reino Unido), Universidad de San Francisco Xavier (Bolivia), Universidad del Norte (Colombia), Universidad San Juan de Porres (Perú), y Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO).