



Cooperativas, capital social y emprendimiento: Una perspectiva teórica

Ignacio Bretos¹, Millán Díaz-Foncea², Chaime Marcuello³ y Carmen Marcuello⁴

Recibido: 22 de septiembre de 2017 / Aceptado: 1 de marzo de 2018

Resumen. Este artículo analiza, desde una perspectiva teórica, la relación entre capital social y cooperativas atendiendo a un doble enfoque. Por un lado, se aborda la capacidad de las cooperativas para crear capital social y extenderlo en sus entornos locales. En este sentido, se identifican diversas características organizativas de las cooperativas que pueden promover la generación interna de capital social, así como algunos mecanismos clave que intermedian en la difusión del capital social a nivel comunitario. Por otro lado, se aborda la influencia del capital social regional en el emprendimiento cooperativo. En este ámbito, se analiza cómo diversos factores relacionados con el capital social pueden promover la creación de cooperativas en una determinada región. Así mismo, a partir de una extensa revisión de la literatura sobre capital social, emprendimiento y organizaciones cooperativas, se propone una agenda para la investigación futura en la que se destacan algunas limitaciones fundamentales de la literatura previa y se plantean propuestas para avanzar en nuestra comprensión sobre la relación bidireccional entre capital social y cooperativas. El artículo discute también las implicaciones prácticas de los resultados obtenidos y sus consecuencias para importantes líneas de debate en la literatura académica actual.

Palabras clave: Cooperativas; Cooperación; Capital Social; Confianza; Creación de Empresas; Emprendimiento.

Claves Econlit: A13; L26; P13; J54.

[en] Cooperatives, social capital and entrepreneurship: A theoretical perspective

Abstract. This article examines, from a theoretical perspective, the relationship between social capital and cooperatives under a twofold approach. On the one hand, it addresses the ability of cooperatives to create social capital and disseminate it in their broader local environments. In this vein, we identify several organizational characteristics of cooperatives that can promote the generation of internal social capital, as well as some key mechanisms that intervene in the diffusion of social capital at the community level. On the other hand, the influence of regional social capital on cooperative entrepreneurship is addressed. In this area, we analyse how various factors related to

¹ Universidad de Zaragoza, España
Dirección de correo electrónico: ibretos@unizar.es

² Universidad de Zaragoza, España
Dirección de correo electrónico: millan@unizar.es

³ Universidad de Zaragoza, España
Dirección de correo electrónico: chaime@unizar.es

⁴ Universidad de Zaragoza, España
Dirección de correo electrónico: cmarcue@unizar.es

social capital can promote the creation of cooperatives in a given region. Moreover, drawing on an extensive literature review about social capital, entrepreneurship and cooperatives, an agenda for further research is proposed, which highlights some key limitations of the previous literature and proposes some avenues to advance knowledge of the bidirectional relationship between social capital and cooperatives. The article also discusses the practical implications of our findings and their consequences for important strands of inquiry in the current academic literature.

Keywords: Cooperatives; Cooperation; Social Capital; Trust; Business Creation; Entrepreneurship.

Sumario. 1. Introducción. 2. Capital social y empresa: Un enfoque desde la diversidad organizacional. 3. Las cooperativas y la generación y extensión de capital social. 4. Capital social y emprendimiento cooperativo. 5. Propuestas para avanzar en la comprensión de la relación entre capital social y cooperativas. 6. Conclusiones. 7. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Bretos, I.; Díaz-Foncea, M.; Marcuello, C. y Marcuello, C. (2018) Cooperativas, capital social y emprendimiento: Una perspectiva teórica. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, Segundo Cuatrimestre*, Nº 128, pp. 76-98. DOI: 10.5209/REVE.59775.

1. Introducción

El capital social, concepto que engloba las redes sociales de individuos y las normas de reciprocidad y confianza que surgen de ellas (Putnam, 2000), ha atraído una notable atención desde diferentes disciplinas por su papel en el desarrollo económico y social de las regiones (Fukuyama, 1995). Partiendo de un primer enfoque en el que se entendía que la creación del capital social respondía a la existencia de factores históricos y culturales que se reproducían y heredaban entre generaciones, en las últimas décadas se ha evolucionado hacia la consideración de que las organizaciones, tanto públicas como privadas, juegan un papel esencial en la generación de capital social (Hooghe y Stolle, 2003).

De hecho, existe un creciente interés en esclarecer los factores y mecanismos concretos que determinan la creación de capital social en las empresas (Sanchez-Famoso et al., 2014; Jiang y Liu, 2015; Pastoriza et al., 2015). Asimismo, diversos trabajos se han centrado recientemente en comprender cómo la existencia de capital social regional puede favorecer el emprendimiento (Light y Dana, 2013; Kwon et al., 2013; Stam et al., 2014; Nieto y González-Álvarez, 2016). Una incipiente línea de investigación está atendiendo a la importancia de considerar la diversidad organizacional en el análisis del capital social. Es decir, se asume que las distintas tipologías de organizaciones (organizaciones no lucrativas, empresas capitalistas, empresas participadas, etc.) cuentan con características propias que se interrelacionan de diferente forma con la naturaleza del capital social (Saxton y Benton, 2005; Marcuello, 2007; Gedajlovic et al., 2013).

En este contexto, diversos estudios sostienen que las cooperativas cuentan con mecanismos únicos que promueven la generación interna de capital social (Valentinov, 2004). Igualmente, algunos trabajos señalan que la presencia de capital social puede favorecer particularmente la creación y extensión de las cooperativas dadas las características propias de estas organizaciones (Arando et al., 2012a). No obstante, nuestro conocimiento sobre la naturaleza de estos mecanismos e interrelaciones es todavía limitado y la evidencia empírica

extremadamente escasa (Jones y Kalmi, 2009; Bauer et al., 2012; Sabatini et al., 2014).

Este artículo analiza, desde un punto de vista teórico, la aparente relación bidireccional entre capital social y cooperativas. Planteamos dos enfoques claramente diferenciados a partir de las claves propuestas y los resultados obtenidos por la literatura anterior. Por un lado, estudiamos las características específicas de las cooperativas y cómo influyen en la creación interna de capital social y su extensión a nivel comunitario. Por otro lado, abordamos cómo diversos factores relacionados con la presencia de capital social en una región pueden favorecer la creación de cooperativas. Asimismo, mediante una extensa revisión de la literatura, planteamos una agenda para la investigación futura orientada a entender mejor la relación entre capital social y cooperativas. Dicha agenda discute algunas limitaciones fundamentales de la literatura previa y ofrece algunas propuestas para que la investigación empírica futura avance en la comprensión del papel de las cooperativas en la creación de capital social así como de la influencia del capital social en el emprendimiento cooperativo.

El artículo se organiza de la siguiente manera. Tras esta introducción, el siguiente apartado revisa la relación entre capital social y empresa desde un enfoque basado en la diversidad organizacional. El tercer apartado se centra en el caso concreto de la cooperativa, abordando tanto el rol de las estas organizaciones en la generación de capital social como la influencia del capital social en la creación de cooperativas. El cuarto apartado discute algunas limitaciones de la literatura previa y propone una agenda para la investigación futura. El apartado final destaca las conclusiones de la investigación y algunas implicaciones claves.

2. Capital social y empresa: Un enfoque desde la diversidad organizacional

El capital social es un concepto complejo de identificar, medir y evaluar, en tanto que incluye diversos aspectos integrados en diferentes estructuras sociales que le dotan de un carácter interdisciplinar a la hora de ser abordado analíticamente (Paldam, 2000). Una primera aproximación a la conceptualización del capital social la encontramos en el trabajo de Bourdieu (1980: 2), donde se define como ‘el total de los recursos reales o potenciales que están vinculados a la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de conocimiento mutuo o reconocimiento’.

Tras esta primera aproximación a su naturaleza conceptual, se han propuesto varias definiciones para entender los contenidos del capital social. Algunos de los elementos más habituales que encontramos en la literatura relacionada con el capital social hacen referencia a las redes sociales, las normas de reciprocidad, la cooperación y la confianza. Por ejemplo, de acuerdo a Putnam (1995: 66), ‘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’. Por su parte Coleman (1990: 304) apunta que ‘la organización social constituye capital social, facilitando el logro de objetivos que no podrían ser alcanzados en su ausencia, o que lo serían, pero a un coste más elevado’.

A partir de esta definición, se puede comprender mejor el amplio interés académico en la estrecha relación entre capital social y empresa (véase, por ejemplo, Stam et al., 2014 para una revisión). Como señalan Adler y Kwon (2002: 21), ‘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’. En este sentido, la literatura ha abordado la relación capital social—empresa desde un enfoque interno y externo. Es decir, la empresa como estructura social ha sido estudiada por el capital social que crea internamente y por el papel fundamental que juega en la extensión de su capital social a otras estructuras sociales. Leana y Van Buren (1999) sostienen que la forma más obvia por la que las empresas crean capital social es a través de las relaciones entre sus miembros. La empresa es un lugar clave para crear capital social ya que, por un lado, sus integrantes subordinan los objetivos individuales a la consecución de unas metas y acciones colectivas y, por otro lado, la generación de confianza mutua es fundamental para poder trabajar en equipo y alcanzar dichos objetivos colectivos.

Existe consenso en que el capital social mejora el funcionamiento y resultados de las empresas, promoviendo la obtención de ventajas competitivas (Wu, 2008). En el plano inter-empresarial, el capital social facilita que la empresa acceda a recursos externos (tecnologías, información y conocimiento) a través de redes de relaciones con otras empresas (Hitt et al., 2002). Es decir, la existencia de capital social favorece el éxito de las relaciones empresariales a través del flujo de recursos como el conocimiento, la información u otros tipos de capital, en tanto que estas transacciones se sostendrán en la confianza mutua (Koka y Prescott, 2002). En el plano intra-empresarial, el capital social organizacional se considera un recurso clave para las empresas, ya que facilita su coordinación interna, así como la toma de decisiones de carácter colectivo y su efectiva implementación en la organización (Leana y Van Buren, 1999). En este sentido, la confianza mutua aminora los costes de transacción a través de la reducción del oportunismo y de los costes de monitorización y control dentro de la empresa. Del mismo modo, la existencia de elevados niveles de capital social en la empresa favorece la fluidez y acceso a la información, la innovación y aprendizaje organizacional, la generación y acumulación de conocimiento y, en términos más amplios, fortalece la creación de valor en la empresa, proveyéndole en definitiva de una ventaja organizacional sustentable (véase Sanchez-Famoso et al., 2014; Jiang y Liu, 2015; Pastoriza et al., 2015).

En la otra cara de la moneda, encontramos diversos trabajos que han comenzado a estudiar en los últimos años cómo la presencia de capital social en una región promueve el emprendimiento (Light y Dana, 2013). Se pueden distinguir dos enfoques. Un primer enfoque estudia cómo la existencia de capital social individual, entendido como ‘la buena voluntad y los recursos que emanan de la red de relaciones sociales de un individuo’ (De Caloris et al., 2009: 530), puede favorecer la creación de empresas. En este contexto, la literatura ha atendido fundamentalmente a la integración de los individuos emprendedores en redes de relaciones con otros individuos, demostrándose que el capital social individual fortalece la capacidad de los emprendedores en diversos aspectos clave del proceso emprendedor, tales como la identificación y explotación de las oportunidades de emprendimiento (Nieto y González-Álvarez, 2016; Stam et al., 2014). Un segundo

enfoque analiza si la presencia de capital social regional promueve el emprendimiento (Kwon et al., 2013). El capital social regional se refiere a ‘un recurso que refleja la naturaleza de las relaciones sociales en una región, expresado en los niveles de confianza generalizada y normas de comportamiento cívico de sus residentes’ (Nieto y González-Álvarez, 2016: 3). Como sostienen empíricamente algunos trabajos, entornos caracterizados por la presencia de capital social favorecen la creación de empresas, ya que existirá una mayor fluidez de conocimientos, recursos e información, así como una mayor cooperación entre redes sociales o grupos diversos (Kwon y Arenius, 2010; Nieto y González-Álvarez, 2016).

Dada la distinta naturaleza de las diversas tipologías organizacionales (organizaciones sin ánimo de lucro, empresas capitalistas, empresas sociales, sociedades cooperativas, etc.), una línea incipiente de investigación ha comenzado a analizar los mecanismos propios y capacidades de cada una de estas organizaciones para crear capital social (Sabatini et al., 2014; Bauer et al., 2012). Asimismo, también existe un creciente interés en comprender cómo distintas tipologías de organizaciones son capaces de aprovechar escenarios con elevados niveles de capital social para crecer y extenderse (Saxton y Benton, 2005; Jones y Kalmi, 2009), es decir, si la presencia de capital social en una determinada región favorece en mayor medida la creación de unas u otras organizaciones.

Un amplio número de estudios han considerado a las organizaciones no lucrativas como vehículos fundamentales para la generación y 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 (Wollebaeck y Selle, 2003; Hooghe y Stolle, 2003). Por ejemplo, Putnam (1993: 89-90) señala 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 de cooperación, solidaridad y civismo’, y que la participación en organizaciones cívicas crea ‘un sentido de responsabilidad compartida para los esfuerzos colectivos’. Las asociaciones se sitúan así como núcleos creadores de capital social debido a sus efectos socializadores de las normas democráticas y valores cooperativos. El argumento es 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 los ciudadanos (Stolle, 2003).

Si bien las organizaciones no lucrativas han sido objeto de abundantes estudios por su relación con el capital social, otras empresas más orientadas al mercado, pero que guardan un estrecho vínculo con la naturaleza de las primeras, como es el caso concreto de las cooperativas, apenas han sido estudiadas en este ámbito (Borzaga y Sforzi, 2014).

3. Las cooperativas y la generación y extensión de capital social

Las cooperativas son empresas de carácter social en las que la confianza y la cooperación son pilares básicos. Como señala Valentinov (2004:7), ‘las cooperativas pueden considerarse como organizaciones basadas en el capital social’. En otras palabras, el capital social es entendido como una de las principales

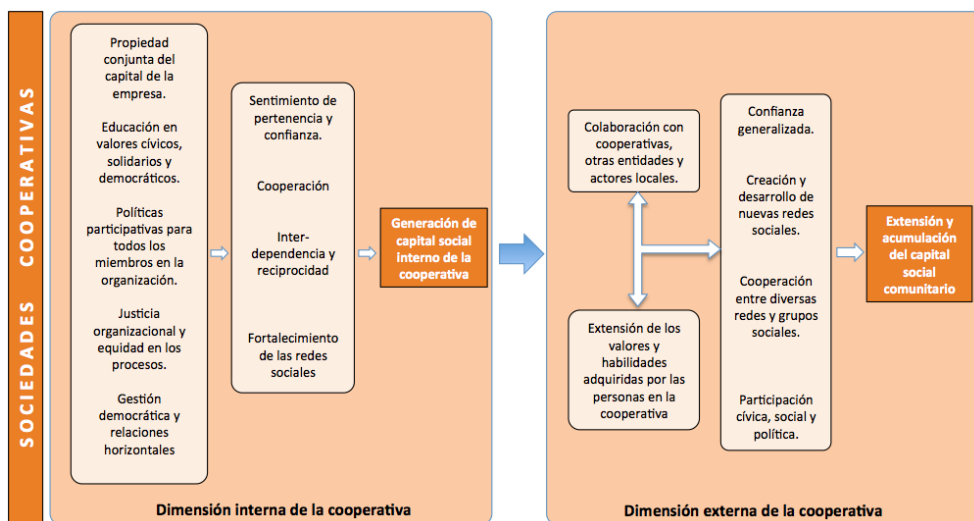
características de estas organizaciones en comparación con las empresas capitalistas, ya que las redes sociales sostenidas en normas de reciprocidad y la confianza se erigen como las bases fundamentales de las cooperativas (Hogeland, 2006).

Prácticas y valores como la responsabilidad, la solidaridad, la primacía de las personas sobre el capital o la participación democrática son elementos que definen su funcionamiento y les otorgan un carácter distintivo y singular. Internamente, el principal objetivo de las cooperativas es satisfacer las necesidades de sus miembros y otros grupos de interés internos. Externamente, buscan satisfacer los intereses de la sociedad proveyéndola de los bienes y servicios que producen e, incluso, resolver los problemas sociales que afectan a sus comunidades locales (Bauer et al., 2012).

Estos principios y valores comunes en la cooperativa (que 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 los 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 sus tres dimensiones. Por un lado, generan *capital social de unión* (entendido como las redes de relaciones que se dan en el interior de un grupo o comunidad), en tanto que son organizaciones de propiedad conjunta y gestión democrática que se crean para dar servicio a sus socios. Por otro lado, generan *capital social de aproximación* (entendido como las redes de relaciones entre grupos o comunidades similares), en tanto que se basan en el principio de inter-cooperación con otras cooperativas. Por último, generan *capital social de vinculación* (entendido como las redes de relaciones con otros grupos o redes externas), ya que son organizaciones basadas en la solidaridad y compromiso con el entorno y en la alineación con las necesidades de la sociedad (Mugarra, 2005).

A continuación, se presenta un análisis detallado sobre las dinámicas de generación interna de capital social en las cooperativas y sobre las capacidades propias de estas organizaciones para extender y acumular el capital social a nivel comunitario. En la Figura 1 se muestra de forma esquemática y gráfica las interrelaciones en la generación y extensión de capital social en el contexto de las sociedades cooperativas considerando sus elementos más reseñables.

Figura. 1. Las cooperativas y la generación y extensión de capital social.



Fuente: Elaboración propia.

3.1. La organización interna de las cooperativas y la creación de capital social

Las cooperativas son organizaciones empresariales propiedad de sus miembros que se caracterizan por una gobernanza democrática e inclusiva (Birchall, 2010). Las personas que integran la cooperativa tienen su propiedad a través de su capital pero, además, tienen otra relación de transacción con la misma (bien como empleados, proveedores o clientes). El control de la cooperativa recae en igualdad de condiciones sobre todos sus integrantes bajo la regla “una persona, un voto”, independientemente del capital aportado. Es decir, los derechos de voto no están divididos en relación al capital, sino en partes iguales entre los miembros. Esto implica, en su nivel más fundamental, el mismo poder en la toma de decisiones y en la elección de los órganos de gobierno. Esto es, en la 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 cooperativa conlleva que la gobernanza de la misma recaiga en una estructura horizontal en la que el poder de decisión se distribuye de manera homogénea entre todos los miembros (Bretos y Marcuello, 2017).

El capital social se genera en contextos en los que la interdependencia mutua es alta (Jiang y Liu, 2015) como es el caso de las cooperativas, donde la propiedad conjunta de la empresa significa una elevada interdependencia entre los miembros de la misma (Nilsson et al., 2012). En la misma línea, la existencia de relaciones horizontales y democráticas en la organización también ha sido considerada como un elemento clave que determina la generación de confianza y capital social mediante la cooperación y la interdependencia entre los miembros (Putnam, 2000). Estos aspectos encuentran una sólida base empírica en el trabajo de Sabatini et al. (2014). Comparando el comportamiento de cooperativas, empresas públicas y

empresas privadas capitalistas, sus resultados demuestran que las cooperativas tienen una mayor capacidad para fomentar la confianza generalizada, gracias principalmente a que se basan en modelos de gobernanza más horizontales.

La justicia organizacional, esto es, la corrección en los procedimientos organizacionales, la transparencia en la transmisión de información y la equidad en la gestión de las carreras de los trabajadores, ha sido descrita como otra de las características organizacionales distintivas de las cooperativas (Tortia, 2008). La justicia organizacional puede considerarse como un factor relevante que también influye en la generación de confianza y capital social (Mahajan y Benson, 2013). La justicia organizacional distribuye mejor las cargas y beneficios (monetarios y no monetarios) entre las partes involucradas, creando así expectativas de recompensas futuras justas, lo que constituye una condición previa esencial para el surgimiento de confianza. Además, la propagación de decisiones justas desalienta los comportamientos oportunistas en la organización y favorece la acumulación de capital social en la misma. En este sentido, la presión grupal, que es una de las características clave en los equipos cooperativos, se erige como un mecanismo fundamental que reduce el “parasitismo” y fomenta la creación de confianza (Sabatini et al., 2014).

De forma claramente conectada, las prácticas de participación que caracterizan a las cooperativas guardan estrechos vínculos con la generación de capital social. Las cooperativas son organizaciones caracterizadas no sólo 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 la involucración en la toma de decisiones diarias (Bretos y Errasti, 2017). Estas políticas y prácticas son las que hacen que los trabajadores actúen y se relacionen de manera diferente en la organización, surgiendo de esta forma elevados niveles de capital social. En esta línea, un amplio número de investigaciones han encontrado una relación positiva entre la participación de los trabajadores y la promoción de diversos indicadores psicosociales como la satisfacción laboral, la motivación y el compromiso con la organización, el empoderamiento, la ayuda mutua y cooperación en el entorno laboral, o la generación de confianza (por ejemplo, Kehoe y Wright, 2013); elementos estrechamente relacionados con la creación de capital social en las empresas (Leana y Van Buren, 1999).

Del mismo modo, la identificación colectiva de los miembros en la cooperativa, así como la educación que proporcionan estas organizaciones en unos principios y valores compartidos relativos a la solidaridad, responsabilidad o democracia también son un mecanismo clave en la generación de confianza e interdependencia (Ole-Borgen, 2001). En este sentido, Majee y Hoyt (2010) proporcionan evidencia cualitativa que sugiere que la construcción de confianza entre los miembros de la cooperativa, derivada de la propiedad conjunta de la empresa, los procesos de toma de decisiones democráticas, el trabajo en equipo y la comunicación abierta, son los cuatro pilares que sostienen el fortalecimiento de la participación y de las redes sociales en la cooperativa. Por su parte, el estudio de Arando et al. (2012a) analiza las dinámicas de generación de capital social en las cooperativas y otros tipos de empresas en torno a las dimensiones de la participación, confianza y cohesión social. Sus resultados indican que las cooperativas tienen una mayor capacidad para promover la creación de capital social, especialmente gracias a sus prácticas

características de participación. Asimismo, el trabajo de Bretos y Errasti (2016) sobre la conversión de una empresa capitalista en cooperativa también muestra cómo dicha transformación llevó a mayores niveles de compañerismo, cooperación, confianza, participación y, en definitiva, de capital social.

3.2. Las cooperativas y la difusión del capital social a nivel comunitario

La generación de capital social en las cooperativas no proviene únicamente de las características propias de su organización interna, sino también de sus relaciones con otras cooperativas y organizaciones del territorio local. Como sabemos, las cooperativas son organizaciones fuertemente enraizadas en el entorno local debido, en primer lugar, a que sus miembros suelen ser también residentes del territorio donde está localizada la cooperativa (Bretos y Marcuello, 2017). Considerando que el capital social de aproximación puede generarse mediante los lazos de las empresas y sus miembros con el entorno local, las cooperativas tendrán una mayor capacidad para generar capital social en su territorio, ya que crearán y mantendrán redes sociales sólidas y duraderas con proveedores y clientes locales (Bauer et al., 2012), así como con otras cooperativas y organizaciones sociales dado que se basan en el principio de inter-cooperación (Birchall, 2010).

En este sentido, el trabajo de Bauer et al. (2012), en el que se comparan diversas tipologías de empresas, demuestra empíricamente que las cooperativas y las empresas controladas por sus trabajadores generan un mayor legado de capital social, medido a través de los contratos de cooperación y de los lazos empresariales con proveedores y clientes locales, que las empresas capitalistas convencionales, fomentando así en mayor medida el desarrollo económico endógeno y la acumulación de capital social en el territorio local.

Por otro lado, las cooperativas también tienen capacidad para generar capital social de vinculación. Es decir, como organizaciones democráticas y participativas, las cooperativas promueven que sus miembros adquieran habilidades cívicas y relacionales, inculcan en ellos valores democráticos y solidarios y, en definitiva, favorecen el surgimiento de confianza y el desarrollo de normas de cooperación y reciprocidad (Sabatini et al., 2014). Siguiendo un enfoque institucionalista — por el que las organizaciones tienen capacidad para generar capital social en una región (Borzaga y Sforzi, 2014) — se puede deducir que el capital social creado y acumulado en una cooperativa, sustentado en la confianza y las normas de reciprocidad establecidas, influye en las actitudes y comportamientos de sus miembros fuera de la cooperativa, trasladándose así a la generación de capital social a nivel comunitario (Arando et al., 2012a; Valentinov, 2004).

Esto se debe, por una parte, a que es más probable que los ciudadanos que han desarrollado actitudes de cooperación y confianza en sus relaciones laborales se comporten de igual forma fuera del lugar de trabajo. Por otra parte, estos ciudadanos tendrán una mayor capacidad para representar intereses comunes en la vida pública, mejorando así la calidad de la gobernanza democrática (Sabatini et al., 2014). Por tanto, se puede afirmar que la participación en las cooperativas favorece el desarrollo de nuevas redes sociales y de vínculos de sus miembros, promoviendo en definitiva la participación social y política. Como muestra el trabajo de Majee y Hoyt (2010), la interacción y cooperación frecuente entre los

miembros de la cooperativa mejora la participación y fomenta la creación de redes entre ellos y con otros grupos de la comunidad, fortaleciendo de esta forma la confianza y promoviendo la participación social en la comunidad.

En definitiva, como sugiere Dasgupta (1999), el valor añadido de las cooperativas reside en su capacidad para interiorizar actitudes cívicas, para promover la honestidad y honradez, para facilitar la confianza en otros y para actuar con un sentido de justicia. Así, cuanto mayor es la presencia de cooperativas en una región, mayores son las oportunidades para que la comunidad aprenda y adquiera normas específicas y valores. Algunos trabajos han apoyado teóricamente las potencialidades de las cooperativas para fomentar el capital social en las comunidades a través de la promoción de la confianza y cooperación y del fortalecimiento de las redes a nivel local, gracias a su capacidad para generar sólidas relaciones entre sus miembros basadas en la confianza y la reciprocidad y a su tendencia a configurar amplias redes con otras instituciones como gobiernos locales, sindicatos, u organizaciones no lucrativas (Valentinov, 2004; Giagnocavo et al., 2012; Borzaga y Sforzi, 2014).

4. Capital social y emprendimiento cooperativo

Para abordar el análisis de cómo la presencia de capital social en una región favorece el emprendimiento cooperativo, es especialmente útil partir de la definición que realiza Uphoff (1999: 216), en la que señala que el capital social es ‘una acumulación de diversos tipos de activos de carácter social, psicológico, cultural, cognitivo e institucional que incrementan la cantidad (o probabilidad) de comportamientos cooperativos dirigidos a obtener un beneficio mutuo’. Partiendo de este enfoque, se deduce que la presencia de capital social en una región puede desembocar en la creación de distintas estructuras organizativas que diferirán en su forma de promover la confianza y el comportamiento cooperativo. De hecho, algunos trabajos sugieren que la presencia de capital social en una región favorece la creación y proliferación de cooperativas (Beltrán-Tapia, 2012; Carrasco y Buendía-Martínez, 2013; Chloupkova et al., 2003; Jones y Kalmi, 2009) ya que el capital social, tanto desde el punto de vista de la confianza como de las redes sociales, es el principal activo que diferencia a los emprendedores que crean cooperativas y otras empresas sociales (Gedajlovic et al., 2013).

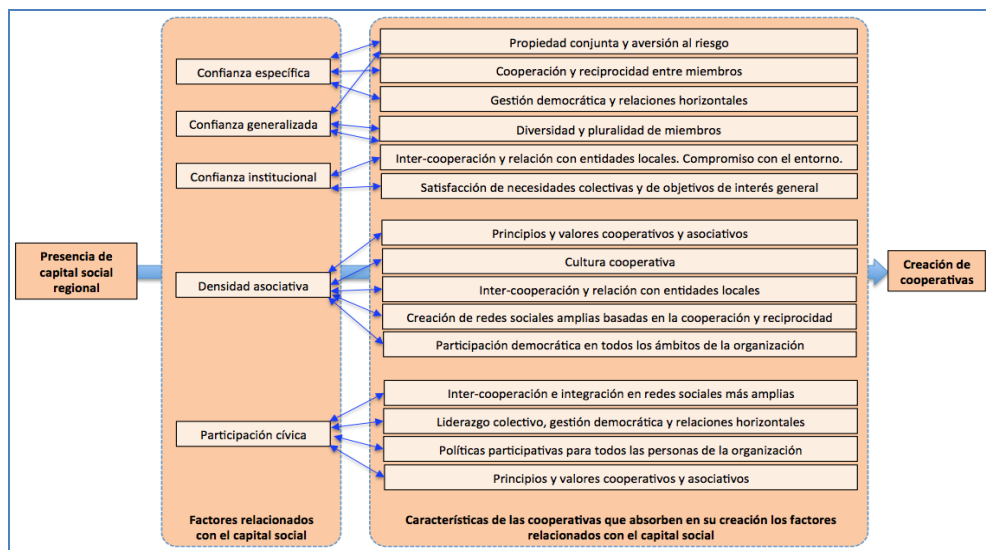
A continuación, se examina en detalle cómo la presencia de capital social en una región puede favorecer la creación de cooperativas, tal y como queda esquematizado en la Figura 2. En concreto, se atiende a tres factores clave vinculados con el capital social: la confianza, la densidad asociativa y la participación cívica (Putnam, 1993).

4.1. La confianza y la creación de cooperativas

En primer lugar, una región con altos niveles de capital social se caracterizará por la presencia de una mayor confianza, existiendo así mayores flujos de información y conocimientos, y una mayor disposición a la cooperación gracias a la reducción de conflictos entre distintas redes o grupos (Nieto y González-Álvarez, 2016;

Kwon y Arenius, 2010). Se pueden distinguir tres tipos de confianza: generalizada, específica e institucional. La confianza generalizada se basa en la confianza en otras personas a las que no se conoce íntimamente. La confianza específica se refiere a la confianza en las personas o grupos que forman parte de círculos más cercanos. Finalmente, la confianza institucional se basa en la confianza de las personas hacia sus instituciones (Kwon y Arenius, 2010).

Figura. 2. Capital social regional y creación de cooperativas.



Fuente: Elaboración propia.

Tal y como se señalaba, las cooperativas suelen tener estructuras de poder y decisión horizontales y su propiedad suele estar distribuida de manera más homogénea, lo que supone la necesidad de una fuerte confianza hacia los gestores y entre los demás miembros (Jones y Kalmi, 2009). Asimismo, el establecimiento de una empresa de propiedad conjunta como una cooperativa implica un elevado riesgo, ya que los socios suelen invertir gran parte de sus ahorros en la creación de la misma, lo que requiere de una fuerte interdependencia y confianza entre ellos (Perotin, 2006). Del mismo modo, las cooperativas suelen basarse en contratos relacionales entre sus miembros en lugar de en una regulación formal, lo que implica que existe una menor disposición a imponer sanciones (James y Sykuta, 2006) y, por consiguiente, existirá una importancia mucho mayor de la confianza. Todos estos elementos conllevan que deba existir un elevado grado de confianza entre los miembros de una cooperativa. De hecho, en contextos donde apenas existe confianza, se espera que la creación de cooperativas sea mucho menor (Nilsson et al., 2012).

Por otro lado, también se ha sugerido que la confianza generalizada es mucho más importante que la específica para el crecimiento del sector cooperativo (Jones y Kalmi, 2009). En este sentido, los miembros de las cooperativas suelen compartir

fuertes vínculos comunes basados en relaciones personales estrechas. Sin embargo, el mayor crecimiento de las cooperativas se ve limitado precisamente por el requisito de la existencia de relaciones personalizadas y la confianza entre los miembros cercanos. Como señala Fischer (1998), la importancia de estos vínculos comunes y relaciones personalizadas disminuye conforme la confianza generalizada en la sociedad aumenta. Por ello, parece que el rol de la confianza generalizada adquiere una mayor relevancia en la creación de cooperativas que la confianza específica, la cual ya suele existir per se en las cooperativas. A su vez, la confianza generalizada está muy relacionada con la diversidad y pluralidad existentes entre los miembros de las cooperativas, así como con la naturaleza cooperadora que mantienen las cooperativas con otras organizaciones locales.

Por su parte, la confianza institucional también influye en la creación de cooperativas. Las cooperativas son organizaciones vinculadas con las instituciones públicas ya que, por su rol social y económico, son objeto de políticas públicas (Borzaga y Sforzi, 2014). Es decir, se sitúan como actores estratégicos para la consecución de los objetivos sociales y de desarrollo de los gobiernos (Monzón, 2013). Por ello, se puede afirmar que la presencia de confianza institucional es un factor relevante que también determinará la creación de cooperativas y su extensión en las regiones, ya que los emprendedores podrían percibir una confianza y predisposición en dichas instituciones para promover el cooperativismo (Arando et al., 2009).

Algunos trabajos han analizado empíricamente la relación entre la presencia de confianza y la creación de cooperativas. Jones y Kalmi (2009) relacionan la confianza con las diferencias en el tamaño del sector cooperativo entre diferentes países. Tomando como referencia las 300 mayores cooperativas del mundo listadas por la Alianza Cooperativa Internacional, concluyen que la presencia de confianza generalizada es un determinante clave en la incidencia y tamaño del sector cooperativo. Además, sostienen que la confianza se comporta más como un prerequisite que como una consecuencia del tamaño del sector cooperativo, lo que sugiere que la confianza es un factor explicativo de la creación de cooperativas. De manera similar, Carrasco y Buendía-Martínez (2013) analizan las diferencias en el crecimiento y tamaño del sector cooperativo entre diferentes países de la Unión Europea atendiendo al rol que juega el capital social. Sus resultados respaldan que la confianza (tomada como proxy del capital social) está relacionada positivamente con el tamaño del sector cooperativo en los países.

4.2. La densidad asociativa y la creación de cooperativas

En segundo lugar, una región con elevados niveles de capital social se caracterizará por la presencia de un elevado número y densidad de asociaciones cívicas y voluntarias, así como por una mayor pertenencia de personas a dichos grupos (Stolle, 2003; Putnam., 1993; Putnam, 2000). Las cooperativas han sido también consideradas como organizaciones con una naturaleza muy similar a la de este tipo de asociaciones, compartiendo principios y valores comunes (Borzaga y Sforzi, 2014). De hecho, trabajos como el de Putnam (1993) emplean la densidad de cooperativas en una región como proxy para medir el capital social.

Se puede afirmar que en una región con una elevada presencia de asociaciones, el emprendimiento cooperativo se verá favorecido, ya que la creación de cooperativas es mayor en regiones e industrias donde existe un mayor ratio de cooperativas —y organizaciones similares como asociaciones y empresas gestionadas democráticamente— debido a elementos culturales, así como debido a aspectos relativos a la validación, interiorización y legitimación de estas formas organizacionales (Perotin, 2006; Arando et al., 2009; Arando et al., 2012b). Consecuentemente, la cultura asociativa en una región, materializada en una mayor densidad de cooperativas en el territorio, favorece la creación de cooperativas gracias a las externalidades de la aglomeración (Arando et al., 2012b).

De manera similar, las cooperativas y otras organizaciones asociativas han sido descritas como ‘escuelas de democracia’ basadas en valores cooperativos, en la confianza y en normas sociales (Bauer et al., 2012; Hooghe y Stolle, 2003). Diversos trabajos han puesto de manifiesto que la pertenencia a este tipo de organizaciones promueve que sus miembros desarrollen nuevas redes sociales (Wollebaeck y Selle, 2003; Stolle, 2003), favoreciendo así la creación de empresas, en tanto que la integración de los emprendedores en diversas redes sociales facilita la identificación y explotación de las oportunidades de emprendimiento (Nieto y González-Álvarez, 2016; Bergh et al., 2011). En concreto, la creación de cooperativas puede verse particularmente favorecida por este factor, ya que en una región con una elevada densidad asociativa, los individuos tendrán unos valores y capacidades que les harán más propensos a cooperar y participar democráticamente, elementos clave para la creación de cooperativas (Arando et al., 2009; Conte y Jones, 1991).

En este sentido, la investigación de Carrasco y Buendía-Martínez (2013) muestra que los países con una mayor densidad asociativa presentan una mayor dimensión e importancia en su sector cooperativo. De hecho, tal y como señalan en su trabajo, ‘el conjunto de redes sociales (como las creadas a través de asociaciones) permite que los individuos adquieran ventajas de pertenecer a una comunidad facilitándoles la adquisición de habilidades y recursos. Las cooperativas incorporan una mayor carga de capital social, tanto por su configuración estructural como por el proceso de adscripción de los socios’ (Carrasco y Buendía-Martínez, 2013: 141). Por su parte, Chloupkova et al. (2003) sostienen que el surgimiento del movimiento cooperativo agrario en Dinamarca y Polonia fue impulsado por miembros que ya habían coincidido previamente en diferentes asociaciones agrícolas y culturales a través de las cuales crearon redes estables basadas en la confianza y la interdependencia. En una línea similar, Beltrán-Tapia (2012) muestra que la gestión colectiva y asociativa de recursos a través de las tierras comunales contribuyó de manera decisiva al surgimiento de cooperativas agrícolas a principios del siglo XX en España, gracias a que dicho asociacionismo proporcionó las redes sociales que facilitaron la difusión de información y la construcción de conocimiento y confianza mutua.

4.3. La participación cívica y la creación de cooperativas

En tercer lugar, una región con elevados niveles de capital social se caracterizará por una mayor participación cívica de las personas. En este contexto, se han

empleado diversos elementos de la participación cívica que guardan relación con la presencia de capital social en una región como, por ejemplo, la donación de sangre, las donaciones caritativas, la lectura de periódicos, la firma de documentos de apoyo a una causa, la participación en manifestaciones, la ratio de personas que trabajan en partidos políticos, la asistencia a meetings electorales y actos políticos, o la participación en elecciones electorales (véase por ejemplo Marcuello, 2007; Guiso et al., 2004; Putnam 1993).

El denominador común de estos elementos reside en que dicha región se caracterizará por un amplio nivel de participación de sus ciudadanos en la vida social y política, dando lugar a una mayor probabilidad de que dichos individuos fortalezcan su confianza y participen en nuevas redes o grupos sociales (Putnam, 1993). En definitiva, estas condiciones fomentarán que los ciudadanos se interesen, aprendan y participen activamente en diversos ámbitos de la vida local con el objetivo de promover el bienestar de la comunidad (Ostergaard et al., 2012). Como ha mostrado la literatura en este campo, estos aspectos favorecen el emprendimiento al facilitar que los individuos emprendedores contrasten diferentes visiones e ideas, accedan a nueva información relevante, adquieran y difundan nuevos conocimientos, o dispongan de más oportunidades para obtener los recursos necesarios (De Caloris et al., 2009; Nieto y González-Álvarez, 2016; Bergh et al., 2011).

En el ámbito concreto de las cooperativas, se puede afirmar que los aspectos antes señalados promoverán la creación de estas organizaciones. Como señala la literatura, los elementos clave de la participación cívica fomentan el liderazgo colectivo y colaborativo, las relaciones de poder horizontales y la toma democrática de decisiones (Rosenthal, 1998), los cuales son aspectos fundamentales para la creación de cooperativas (Perotin, 2006). Asimismo, la participación cívica fomenta el asociacionismo, la organización y la acción colectiva para atender a las necesidades de los individuos y de la sociedad en general (Ostrom y Ahn, 2003). En este sentido, la creación de cooperativas se caracteriza por ser un proceso colectivo—es decir, las cooperativas son creadas por varios miembros (Díaz-Foncela y Marcuello, 2015)— y, además, estas organizaciones se constituyen para satisfacer las necesidades de sus propios miembros y, en muchas ocasiones, para atender a los problemas que afectan a su entorno, cooperando así con otras organizaciones y actores locales en redes sociales más amplias basadas en la alineación con los intereses generales (Bauer et al., 2012).

En definitiva, como sugieren Conte y Jones (1991), los individuos con mayores capacidades y preferencias por participar pueden ser más propensos a crear cooperativas, por lo que la participación cívica puede ser un mecanismo clave en el proceso de emprendimiento cooperativo. Estas cuestiones encuentran cierto respaldo empírico, por ejemplo, en el trabajo de Ostergaard et al. (2008). Los autores muestran que la tasa de supervivencia de las empresas sin ánimo de lucro (tomando como referencia las cajas de ahorro noruegas) está relacionada de manera positiva con la lectura de periódicos y las donaciones caritativas, factores que utilizan para medir la presencia de capital social regional.

5. Propuestas para avanzar en la comprensión de la relación entre capital social y cooperativas

A partir de la revisión de la literatura presentada, a continuación planteamos una agenda para la investigación futura que identifica algunas lagunas en la literatura previa e incluye diversas propuestas y estrategias para abordarlas. Dicha agenda de investigación puede ser particularmente útil para avanzar en nuestra comprensión de la relación existente entre capital social y cooperativas. La agenda está estructurada en tres grandes líneas de investigación: la primera línea se centra en dilucidar la tipología de causalidad existente en la relación entre cooperativas y capital social. La segunda línea aborda el análisis de las dinámicas internas de las cooperativas que influyen en la generación y difusión del capital social. La tercera línea lidia con el estudio de los factores del capital social comunitario que favorecen la creación y proliferación de cooperativas en una determinada región.

Cabe señalar que estas tres líneas pueden ampliarse también mediante investigaciones comparativas que atiendan a la diversidad organizacional. En este sentido, un primer aspecto que se deduce de nuestro análisis anterior es que no todas las tipologías de organizaciones (empresas capitalistas, organizaciones no lucrativas, empresas sociales, cooperativas...) tienen las mismas características ni se comportan de igual forma tanto a nivel interno como externo. La diversa naturaleza de las organizaciones se interrelaciona con las dinámicas del capital social de diferente forma. Por tanto, parece fundamental profundizar en la línea de investigación comparativa marcada por trabajos recientes que han estudiado la capacidad de distintos tipos de organizaciones para generar capital social (Sabatini et al., 2014; Bauer et al., 2012). Del mismo modo, existe evidencia de que la creación de distintas tipologías de organizaciones responde de diferente forma a factores institucionales informales como la cultura empresarial local (por ejemplo, Perotin, 2006; Arando et al., 2009). En consecuencia, resulta esencial avanzar en nuestro conocimiento sobre el impacto del capital social regional en la creación de diferentes tipologías de organizaciones (Jones y Kalmi, 2009).

5.1. La tipología de causalidad en la relación entre cooperativas y capital social

Como se ha puesto de manifiesto en nuestro análisis, existen dos enfoques claramente diferenciados para abordar la relación entre las cooperativas y el capital social: 1) ¿Las cooperativas generan capital social internamente y lo extienden a nivel comunitario? 2) ¿La presencia de capital social comunitario favorece la creación de cooperativas en una determinada región? La literatura sugiere una relación positiva en ambos sentidos, aunque se ha analizado de manera aislada. Mientras algunos trabajos sugieren que las cooperativas generan capital social (Majee y Hoyt, 2010; Bauer et al., 2012; Sabatini et al., 2014), otros trabajos plantean la relación contraria, esto es, que el capital social favorece la creación de cooperativas (Jones y Kalmi, 2009; Beltrán-Tapia, 2012; Carrasco y Buendía-Martínez, 2013). Por tanto, aparentemente, existe un ciclo por el que las cooperativas y el capital social se interrelaciona y retroalimenta. Sin embargo, todavía no entendemos cuál es la fuerza predominante y dirección en dicho ciclo.

Es decir, ¿qué factor tiene una mayor influencia? ¿La generación de capital social por la presencia de cooperativas en una región? O, ¿la creación y difusión de cooperativas gracias a la presencia de capital social en una región? La prueba de causalidad de Granger (1969), también conocida como test de Wiener-Granger, puede ser útil para esclarecer estas cuestiones, ya que permite comprobar si los resultados de una variable predicen el comportamiento de otra variable, discerniendo si existe una relación unidireccional, bidireccional o si, por el contrario, no existe relación. Asimismo, otras metodologías podrían ser desarrolladas para comprobar esta causalidad, que en cualquier caso, hace necesaria encontrar una proxy que recoja la evolución del capital social, aspecto clave y no fácil de presentar.

5.2. Las dinámicas internas de las cooperativas y la generación y extensión del capital social

Como destacan Borzaga y Sforzi (2014), actualmente, todavía no existe suficiente evidencia que nos permita entender claramente cómo se crea el capital social y qué factores o mecanismos afectan conjuntamente a su generación. El estudio de las cooperativas forma un prolífico campo para analizar esta cuestión, tal y como demuestra el surgimiento de algunos trabajos que han comenzado a avanzar en esta dirección desde un punto de vista empírico (Sabatini et al., 2014; Arando et al., 2012a; Bauer et al., 2012). No obstante, parece necesaria una mejor comprensión de la interrelación existente entre las dinámicas internas de las cooperativas que afectan a la generación de capital social.

En primer lugar, hasta ahora, sólo se ha analizado el rol de ciertas dinámicas internas de las cooperativas en la generación de capital social. Por ejemplo, Sabatini et al. (2014) se centran en cómo el entorno laboral en las cooperativas favorece la generación de capital social. En concreto, su variable dependiente viene dada por las respuestas a la pregunta: ‘Pensando en la diferencia entre el día que comenzaste a trabajar y hoy, ¿cómo crees que el entorno laboral ha influenciado tu confianza hacia otros?’. En este sentido, nuestro análisis teórico identifica un rango más amplio de factores internos en las cooperativas que pueden influenciar en la generación de capital social, tales como la formación y educación en los valores cooperativos, la justicia organizacional y la equidad en las carreras profesionales dentro de las cooperativas o, en términos más amplios, la gestión democrática horizontal y las prácticas de participación existentes en las cooperativas.

En segundo lugar, los estudios anteriores han analizado la capacidad de las cooperativas para generar capital social atendiendo a dimensiones determinadas de dicho concepto. Por ejemplo, Bauer et al. (2012) muestran que las cooperativas generan capital social en tanto que favorecen el establecimiento de contratos de cooperación y de lazos empresariales con proveedores y clientes locales. De manera similar, Sabatini et al. (2014) concluyen que las cooperativas generan capital social por el hecho de favorecer la creación de confianza entre sus miembros. En esta línea, nuestro análisis sugiere que las cooperativas pueden promover otras dimensiones clave del capital social tales como la interdependencia y reciprocidad entre los miembros, el sentimiento de pertenencia y la confianza mutua, la cooperación o el fortalecimiento de las redes sociales. Estos factores

pueden ser contrastados empíricamente por la investigación futura con el objetivo de avanzar en una comprensión más integral de cómo las dinámicas internas de las cooperativas favorecen la creación de capital social.

Igualmente, nuestro conocimiento sobre la capacidad de las cooperativas para extender el capital social generado internamente a nivel comunitario es también extremadamente limitado. En este sentido, nuestra investigación propone profundizar en dos aspectos clave que vehiculizan la extensión del capital social de las cooperativas en su entorno local más amplio: 1) la inter-cooperación entre cooperativas y la colaboración con otras organizaciones e instituciones locales; y 2) la difusión a nivel comunitario de los valores y habilidades adquiridas por los miembros de las cooperativas. Dada la complejidad que envuelve el análisis de dichos aspectos, una base más amplia de trabajos cualitativos como el de Majee y Hoyd (2010), en el que se atiende a la conexión de algunos mecanismos internos de las cooperativas (como la comunicación abierta) con la extensión del capital social a nivel comunitario, pueda arrojar luz sobre esta cuestión. Adicionalmente, la disponibilidad de series de datos que permitan aproximarse mejor al concepto de capital social puede ser clave en el futuro para completar las conclusiones de estos estudios cualitativos.

5.3. La presencia de capital social regional y la creación de cooperativas

Como señalan Nieto y González-Álvarez (2016), a pesar de la importancia que tiene el emprendimiento para el desarrollo económico, los efectos de la presencia de capital social regional en la creación de empresas apenas han sido estudiados. Esta necesidad es todavía más patente en el ámbito concreto de las cooperativas. A pesar de que algunos trabajos recientes han comenzado a dar los primeros pasos en esta dirección (Jones y Kalmi, 2009; Carrasco y Buendía-Martínez, 2013), obteniendo resultados que apoyan una relación positiva entre la presencia de capital social en una determinada región y el tamaño e importancia del sector cooperativo, todavía se debe avanzar mucho en el estudio empírico de esta relación.

En primer lugar, encontramos nuevamente que los estudios empíricos previos no abarcan de manera comprehensiva los diferentes factores relacionados con la presencia de capital social regional, al tener en cuenta únicamente elementos como la confianza generalizada (Jones y Kalmi, 2009) o el número de voluntarios en asociaciones y la confianza empresarial (Carrasco y Buendía-Martínez, 2013). En este contexto, nuestro análisis teórico identifica diversas dimensiones del capital social, tales como la densidad asociativa, la participación cívica o la confianza (generalizada, específica e institucional), y, además, traza un mapeo de su interrelación con diversos aspectos organizacionales de las cooperativas tales como la propiedad conjunta y la aversión de los socios al riesgo, la cooperación y la reciprocidad entre los miembros, el liderazgo colectivo y las relaciones horizontales, la diversidad y pluralidad de los miembros, o la inter-cooperación entre cooperativas y colaboración con otras organizaciones e instituciones locales.

No cabe duda de las dificultades para contrastar empíricamente los efectos del capital social en la creación de cooperativas en una determinada región, debido a las limitaciones más amplias para medir y evaluar el capital social (Paldam, 2000).

Una alternativa interesante puede residir en utilizar el índice de capital social agregado construido por el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE)⁵. Las variables de este indicador son el nivel de renta por habitante y la probabilidad de empleo (determinantes de la probabilidad de obtener un cierto nivel de ingresos), la desigualdad (relevante para valorar el riesgo de exclusión social), el nivel educativo (por su influencia en la reducción del coste de cooperar con el resto de personas) y el acceso al crédito (como proxy de la confianza) (Fernández de Guevara et al., 2015). Dicho índice ha sido utilizado para medir el impacto del capital social en el emprendimiento en general (por ejemplo, Nieto y González-Álvarez, 2016). No obstante, esta medida presenta ciertas limitaciones, por lo que, adicionalmente, se podrían incorporar otras variables como la participación cívica o la densidad asociativa en aras de capturar de manera más integral la naturaleza del capital social.

En términos más amplios, una línea clave para la investigación futura puede consistir en incluir el capital social en los modelos desarrollados por Perotin (2006) y Díaz-Foncea y Marcuello (2015) para estudiar la creación de cooperativas. Dichos modelos incluyen factores de demanda (por ejemplo, el crecimiento de la población o la capacidad de compra de los consumidores), oferta (por ejemplo, el nivel de desempleo o la composición de la población en términos de formación) e institucionales (por ejemplo, las políticas gubernamentales orientadas al emprendimiento o la cultura emprendedora en la región). Por tanto, la inclusión del capital social en estos modelos puede ayudar a comprender mejor la influencia de diversos factores en el emprendimiento cooperativo en una determinada región o país.

6. Conclusiones

El objetivo de este artículo consistía en analizar teóricamente la relación bidireccional entre el capital social y las cooperativas desde una doble perspectiva: por un lado, el papel de las cooperativas en la generación y extensión del capital social y, por otro lado, la influencia del capital social regional en la creación de cooperativas. En este sentido, se han identificado diversas dinámicas internas de las cooperativas y su influencia en la generación de capital social, así como los potenciales mecanismos a través de los cuales las cooperativas pueden extender el capital social en su entorno local. Por otra parte, también se han analizado los principales factores relacionados con el capital social que pueden promover la creación de cooperativas en una determinada región. La vertebración de este conjunto de factores y mecanismos constituye una sólida base teórica para que la investigación futura proporcione evidencia empírica que nos permita seguir avanzando en la comprensión de la relación bidireccional entre capital social y cooperativas. En esta línea, a partir de una extensa revisión de la literatura en este campo, nuestro artículo plantea una agenda para la investigación futura en la que se

⁵ La información sobre este índice se puede consultar en: <http://www.ivie.es/es/banco/ksocial.php>. Asimismo, una explicación detallada de sus fundamentos conceptuales y metodológicos se puede encontrar en Fernández de Guevara et al. (2015).

detectan algunas limitaciones fundamentales de la literatura previa y se proponen diversas estrategias y herramientas para abordarlas.

Nuestro estudio, junto con los resultados de la investigación futura, puede tener implicaciones importantes tanto a nivel académico y práctico como en términos de política pública. A nivel académico, este artículo aborda dos líneas de investigación fundamentales en la literatura actual. Por un lado, en estos últimos años, se ha producido un amplio debate sobre los factores que influyen en la creación de empresas participadas (Perotin, 2006; Arando et al., 2009; Lejarriaga et al., 2013; Díaz-Foncea y Marcuello, 2015). Nuestra investigación sugiere que el análisis del capital social puede ser útil para seguir avanzando en esta dirección. Por otro lado, tras el estallido de la última crisis económica, se ha generado un renovado interés académico en el papel que juegan las empresas participadas en el fomento del desarrollo económico local sostenible y la cohesión social de los territorios (Stiglitz, 2009; Monzón, 2013; Lambro and Petrescu, 2014; Bretos y Morandeira, 2016). Nuevamente, este artículo sostiene que el estudio del capital social puede resultar esencial para arrojar luz sobre los mecanismos mediante los cuales este tipo de empresas promueven dichos objetivos.

Igualmente, como señalan Bretos y Marcuello (2017), una cuestión clave para la práctica reside en comprender cómo las cooperativas fuertemente enraizadas en sus territorios locales pero, a su vez, orientadas al mercado, pueden alinear sus objetivos internos con los intereses y necesidades más amplias de los entornos locales donde se entroncan. Asumiendo el impacto positivo del capital social interno en la competitividad y eficiencia de las empresas (Wu, 2008), así como sus efectos positivos a nivel comunitario (Sabatini et al., 2014), nuestra investigación sugiere que estas organizaciones pueden hallar en el fortalecimiento del capital social una vía fundamental para alcanzar sus objetivos internos y externos. Finalmente, los resultados de nuestro estudio pueden tener implicaciones fundamentales en materia de política pública. Dadas las capacidades únicas de las cooperativas para generar capital social, los gobiernos locales interesados en fomentar un desarrollo económico endógeno y estrechar los lazos comunitarios podrían facilitar y potenciar la creación de estas organizaciones para lograrlo. Esto resulta particularmente crítico en un contexto en el que, paradójicamente, las políticas públicas dirigidas al fomento de empresas participadas se han visto claramente mermadas en los últimos años a pesar del rol socio-económico esencial que desempeñan estas organizaciones en la sociedad actual (Chaves y Savall, 2013).

7. Referencias bibliográficas

- Adler, P.S. y Kwon, S.W. (2002) Social capital: Prospects for a new concept. *Academy of Management Review*, N° 27, pp. 17–40.
- Arando, S., Peña, I., y Verheul, I. (2009) Market entry of firms with different legal forms: An empirical test of the influence of institutional factors. *International Entrepreneurship Management Journal*, N° 5, pp. 77–95.
- Arando S., Gago, G., Freundlich, F. y Ugarte, L. (2012a) Capital social y cooperativismo. *Projectics* 2/2012, N°11-12, pp. 41-54.

- Arando, S., Gago, M., Podivinsky, J. M., y Stewart, G. (2012b) Do labour-managed firms benefit from agglomeration? *Journal of Economic Behaviour and Organization*, N° 84, pp. 193–200.
- 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*, N° 8, pp. 437-448.
- Beltrán-Tapia, F. (2012) Commons, social capital, and the emergence of agricultural cooperatives in early twentieth century Spain. *European Review of Economic History*, N° 16, pp. 511-528.
- Bergh, P., Thorgren, S., y Wincent, J. (2011) Entrepreneurs learning together: the importance of building trust for learning and exploiting business opportunities. *International Entrepreneurship and Management Journal*, N° 7, pp. 17–37.
- Birchall, J. (2010) *People-centred businesses*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Borzaga, C. y Sforzi, J. (2014) ‘Social capital, cooperatives and social enterprises’. En A. Christoforou y J.B. Davis (Eds.), *Social capital and economics* (pp. 193–214), London: Routledge.
- Bourdieu, P. (1980) Le capital social: Notes provisoires. *Actes de la recherche en sciences sociales*, N° 31, pp. 2-3.
- Bretos, I., y Morandeira, J. (2016) La economía social ante la actual crisis económica en la Comunidad Autónoma del País Vasco. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, Tercer Cuatrimestre*, N° 122, pp. 7-33. DOI: 10.5209/rev_REVE.2016.v122.52020.
- Bretos, I. y Errasti, A. (2016) Dinámicas 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*, N° 86, pp. 5-34.
- Bretos, I. y Errasti, A. (2017) Challenges and Opportunities for the Regeneration of Multinational Worker Cooperatives: Lessons from the Mondragon Corporation—A Case Study of the Fagor Ederlan Group. *Organization*, N° 24, Vol. 2, pp. 154–173.
- Bretos, I. y Marcuello, C. (2017) Revisiting Globalization Challenges and Opportunities in the Development of Cooperatives. *Annals of Public and Cooperative Economics*, N° 88, Vol. 1, pp. 47–73.
- Carrasco, I. y Buendía-Martínez, I. (2013) El tamaño del sector cooperativo en la Unión Europea: una explicación desde la teoría del crecimiento económico. *Ciriec-España. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, N° 78, pp. 125-148.
- Chaves, R. y Savall, T. (2013) La insuficiencia de las actuales políticas de fomento de cooperativas y sociedades laborales frente a la crisis en España. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, Tercer Cuatrimestre*, N° 113, pp. 61-91. DOI: 10.5209/rev_REVE.2014.v113.43383.
- Chloupkova, J., Svendsen, G.L.H. y Svendsen, G.T. (2003) Building and destroying social capital: the case of cooperative movement in Denmark and Poland. *Agriculture and Human Values*, N° 20, pp. 241-252.
- Coleman, J.S. (1990) *Foundations of Social Theory*. Cambridge: Harvard University Press.
- Conte, M.A. y Jones, D.C. (1991) On the Entry of Employee-Owned Firms: Theory and Evidence from U.S. Manufacturing Industries, 1870–1960. Working Paper No. 91/5, Clinton, NY, Hamilton College.
- Dasgupta, P. (1999) Economic Progress and the Idea of Social Capital. En: Dasgupta, P. y Serageldin, I. (Eds.), *Social Capital: A Multifaceted Perspective* (pp. 325-424). Washington, D.C.: The World Bank.

- 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*, N° 33, pp. 527–545.
- Díaz-Foncea, M. y Marcuello, C. (2015) Spatial patterns in new firm formation: Are cooperatives different? *Small Business Economics*, N° 44, pp. 171-187.
- Fernández de Guevara, J., García, F.P. y Martínez, L.S. (2015) *Crisis económica, confianza y capital social*. Fundación BBVA, Bilbao.
- Fischer, K.P. (1998) Financial cooperatives: a “market solution” to SME and rural financing. CREFA Working Paper 98–03, Laval University, Quebec.
- Fukuyama, F. (1995) *Trust: The social virtues and the creation of prosperity*. Nueva York: Free Press.
- Gedajlovic, E., Honig, B., Moore, C., Payne, G., y Wright, M. (2013) Social capital and entrepreneurship: A schema and research agenda. *Entrepreneurship Theory and Practice*, N° 37, pp. 455–478.
- Giagnocavo C., Gerez S. y Sforzi J. (2012) Cooperative bank strategies for social-economic problem solving: supporting social enterprise and local development. *Annals of Public and Cooperative Economics*, N° 83, pp. 281–315.
- Granger, C.W.J. (1969) Investigating causal relations by econometric models and cross spectral methods. *Econometrica*, N° 37, pp. 424–438.
- Guiso, L., Sapienza, P. y Zingales, L. (2004) The role of social capital in financial development. *American Economic Review*, N° 94, pp. 526–556.
- Hitt, M.A., Lee, H. y Yucel, E. (2002) The importance of social capital to the management of multinational enterprises: Relational networks among Asian and Western firms. *Asia Pacific Journal of Management*, N° 19, pp. 353–372.
- Hogeland, J.A. (2006) The economic culture of U.S. agricultural cooperatives. *Culture & Agriculture*, N° 28, pp. 67–79.
- Hooghe, M. y Stolle, D. (2003) *Generating Social Capital*. New York: Palgrave.
- James, H.S. y Sykuta, M.E. (2006) Farmer trust in producer and investor-owned firms: evidence from Missouri corn and soybean production. *Agribusiness*, N° 22, pp. 135-153.
- Jiang, J.Y. y Liu, C.W. (2015) High performance work systems and organizational effectiveness: The mediating role of social capital. *Human Resource Management Review*, N° 25, pp. 126-137.
- Jones, D. y Kalmi, P. (2009) Trust, Inequality and the Size of the Co-operative Sector: Cross-Country Evidence. *Annals of Public and Cooperative Economics*, N° 80, pp. 165-195.
- Kehoe, R.R. y Wright, P.M. (2013) The impact of high-performance human resource practices on employees’ attitudes and behaviors. *Journal of Management*, N° 39, pp. 366-391.
- Koka, B.R. y Prescott, J.E. (2002): Strategic alliances as social capital: A multidimensional view. *Strategic Management Journal*, N° 23, pp. 795–816.
- Kwon, S. W. y Arenius, P. (2010) Nations of entrepreneurs: a social capital perspective. *Journal of Business Venturing*, N° 25, pp. 315–330.
- Kwon, S.W., Heflin, C., y Ruef, M. (2013) Community social capital and entrepreneurship. *American Sociological Review*, N° 78, pp. 980–1008.
- Lambru, M. y Petrescu, C. (2014) Surviving the Crisis: Worker Cooperatives in Romania. *Organization*, N° 21, Vol. 5, pp. 730–745.
- Leana, C.R. y Van Buren, H.J. (1999) Organizational social capital and employment practices. *Academy of Management Review*, N° 24, pp. 538-555.

- Lejarriaga, G., Bel, P. y Martín, S. (2013) El emprendimiento colectivo como salida laboral de los jóvenes: Análisis del caso de las Empresas Cooperativas de Trabajo Asociado. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, N° 112, pp. 36-65. DOI: 10.5209/rev_REVE.2013.v112.43068.
- Light, I. y Dana, L. (2013) Boundaries of Social Capital in Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, N° 37, Vol. 3, pp. 603–624.
- Mahajan, A. y Benson, P. (2013) Organisational justice climate, social capital and firm performance. *Journal of Management Development*, N° 32, pp. 721-736.
- Majee, W. y Hoyt, A. (2010) Are Worker Owned Co-operatives the Brewing Pots for Social Capital? *Community Development*, N° 41, pp. 417-430.
- Marcuello, C. (2007) *Capital social y organizaciones no lucrativas en España. El caso de las ONG para el Desarrollo*. Fundación BBVA, Bilbao.
- Monzón, J.L. (2013) Empresas Sociales y Economía Social: perímetro y propuestas metodológicas para la medición de su impacto socioeconómico en la U.E. *Revista de Economía Mundial*, N° 35, pp. 151-164.
- Mugarra, A. (2005) Capital social y cooperativas: la experiencia del País Vasco. *Ekonomiaz*, N° 59, pp. 306-329.
- Nieto, M. y González-Álvarez, N. (2016) Social capital effects on the discovery and exploitation of entrepreneurial opportunities. *International Entrepreneurship and Management Journal*, N° 12, Vol. 2, pp. 507–530.
- Nilsson, J., Svendsen, G.L.H., y Svendsen, G.T. (2012) Are large and complex agricultural cooperatives losing their social capital? *Agribusiness*, N° 28, pp. 187–204.
- Ole-Borgen, S. (2001) Identification as a trust-generating mechanism in cooperatives. *Annals of Public and Cooperative Economics*, N° 72, Vol. 2, pp. 209-228.
- Ostergaard, C., Schindele, I. y Vale, B. (2008) Social capital and the viability of nonprofit firms: Evidence from Norwegian savings banks. AEA Annual meeting, New Orleans, 4-6 enero de 2008.
- Ostrom, E. y Ahn, T.K. (2003) Una perspectiva del capital social desde las ciencias sociales: capital social y acción colectiva. *Revista Mexicana de Sociología*, N° 1, pp. 155-233.
- Paldam, M. (2000) Social capital: one or many? Definition and measurement. *Journal of Economic Surveys*, N° 14, pp. 629–653.
- Pastoriza, D., Arino, M.A., Ricart, J.E., y Canela, M.A. (2015) Does an Ethical Work Context Generate Internal Social Capital? *Journal of Business Ethics*, N° 129, Vol. 1, pp. 77–92.
- Perotin, V. (2006) Entry, exit and the business cycle: Are cooperatives different? *Journal of Comparative Economics*, N° 34, pp. 295–316.
- Putnam, R.D. (1995) Bowling Alone: America's Declining Social Capital. *Journal of Democracy*, VI, pp. 65-78.
- Putnam, R.D. (2000) *Bowling Alone*. New York: Simon and Schuster
- Putnam, R.D. (1993) *Making democracy work*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Rosenthal, C.S. (1998) Determinants of Collaborative Leadership: Civic Engagement, Gender or Organizational Norms? *Political Research Quarterly*, N° 51, Vol. 4, pp. 847-868.
- Sabatini, F., Modena, F. y Tortia, E. (2014) Do cooperative enterprises create social trust? *Small Business Economics*, N° 42, pp. 621-64.
- Sanchez-Famoso, V., Maseda, A. e Iturralde, T. (2014) The role of internal social capital in organizational innovation: An empirical study of family firms. *European Management Journal*, N° 32, Vol. 6, pp. 950-62.

- Saxton, G.D. y Benson, M.A. (2005) Social capital and the growth of the nonprofit sector. *Social Science Quarterly*, N° 86, Vol. 1, pp. 16-35.
- Stam, W., Arzlanian, S. y Elfring, T. (2014) Social capital of entrepreneurs and small firm performance: A meta-analysis of contextual and methodological moderators. *Journal of Business Venturing*, N° 29, Vol. 1, pp. 152-173.
- Stiglitz, J. (2009) Moving beyond market fundamentalism to a more balanced economy. *Annals of Public and Cooperative Economics*, N° 80, pp. 345–360.
- Stolle D. (2003) ‘The sources of social capital’. En M. Hooghe y D. Stolle (eds.), *Generating Social Capital*, pp. 19–42. New York: Palgrave Macmillan.
- Tortia, E.C. (2008) Worker well-being and perceived fairness: Survey-based findings from Italy. *Journal of Socio-Economics*, N° 37, Vol. 5, pp. 2080–2094.
- Uphoff, N. (1999) ‘Understanding social capital: Learning from the analysis and experience of participation’. En: Dasgupta, P. y Serageldin, I. (Eds.), *Social Capital: A Multifaceted Approach* (pp. 215-249). World Bank, Washington, DC.
- Valentinov, V. (2004) Toward a social capital theory of cooperative organization. *Journal of Cooperative Studies*, N° 37, Vol. 3, pp. 5-20.
- Wollebæk, D., y Selle, P. (2003) ‘The importance of passive membership for social capital formation’. En M. Hooghe y D. Stolle (eds.), *Generating Social Capital*, pp. 67–88. New York: Palgrave.
- Wu, W. (2008) Dimensions of social capital and firm competitiveness improvement: The mediating role of information sharing. *Journal of Management Studies*, N° 45, pp. 122-146.