

LOS PRINCIPIOS COOPERATIVOS FACILITADORES DE LA INNOVACIÓN: UN MODELO TEÓRICO

POR

Carmen MARCUELLO SERVÓS*

M^a Isabel SAZ GIL**

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es proponer un modelo teórico que permita poner de relieve cómo la profundización en los principios cooperativos puede ser un instrumento para lograr la supervivencia y la competitividad de la empresa cooperativa. Para ello, desde el ámbito de la dirección estratégica, vinculamos los principios cooperativos con las aportaciones que proporcionan la teoría del capital social. Consideramos que el cumplimiento de dichos principios genera capital social que es un activo intangible facilitador y activador de la capacidad de absorción del conocimiento por parte de la organización, y por tanto de la innovación.

Palabras Clave: Participación, Capital social, Capacidad de absorción del conocimiento, Innovación.

Códigos econlit: P130, M190, J540, Z130

• Dpto. de Economía y Dirección de Empresas. Universidad de Zaragoza. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

** Dpto. de Economía y Dirección de Empresas. Universidad de Zaragoza. Escuela Universitaria de Estudios Empresariales.

THE COOPERATIVE PRINCIPLES FACILITATORS OF THE INNOVATION: A THEORETICAL MODEL

ABSTRACT

The aim of this study is to propose a theoretical model that allows highlighting how the deepening of the cooperative principles can be an instrument for achieving the survival and competitiveness of the cooperative enterprise. To do so, since the area of strategic direction, we link these principles with interesting contributions that provide the theory of social capital. We believe that compliance with the cooperative principles that generates social capital is an intangible asset facilitator and enabler of absorptive capacity of knowledge on the part of the organization, and therefore innovation.

Key words: Participation, Social capital, Absorptive capacity of knowledge, Innovation.

LES PRINCIPES COOPÉRATIFS FACILITER DE L'INNOVATION : UN MODÈLE THÉORIQUE

RESUMÉ

L'objectif de ce travail un modèle théorique est de proposer, celui qui permet de mettre en relief comment approfondir en principes coopératifs peut être un instrument pour obtenir la survie et la compétitivité de l'entreprise coopérative. Pour cela, depuis l'enceinte de la direction stratégique, nous lions les principes coopératifs avec les apports qui proportionnent la théorie du capital social. Nous considérons que l'accomplissement de ces principes génère la capitale sociale qui est un actif facilitateur et un activateur de la capacité d'absorption de la connaissance de la part de l'organisation, et c'est pourquoi de l'innovation

Des mots cefs : Une participation, une Capitale sociale, une Capacité d'absorption de la connaissance, d'Innovation.

1. INTRODUCCIÓN

Como cualquier organización, las cooperativas desarrollan su actividad en un entorno cambiante por lo que deben disponer de ventajas competitivas que les permitan hacer frente a los retos que se presentan y dar respuestas innovadoras a las necesidades emergentes de la sociedad. En la actualidad resulta indiscutible el valor agregado que se deriva de la unión sinérgica entre conocimiento e innovación como fuente de ventajas competitivas en las organizaciones.

De acuerdo con VARGAS (2002) para alcanzar ventajas competitivas en las organizaciones de la Economía Social es necesario buscar y capturar conocimiento externo, así como recuperar el conocimiento y el aprendizaje existente y disponible en la organización para compartir formas de trabajo e intervención. Se pueden lograr formas innovadoras de dar respuesta a las necesidades emergentes a través del desarrollo la capacidad dinámica de absorción del conocimiento (ZAHRA y GEORGE, 2002). En el ámbito de estas organizaciones, una práctica innovadora es aquella experiencia que introduce unas temáticas o una metodología de forma creativa, original y/o novedosa, es decir, la innovación se refiere a los procedimientos y a las soluciones propuestas, así como a las problemáticas y la forma en cómo se plantean (SUBIRATS y GOMÁ, 2004). Asimismo, en algunas investigaciones se propone la cooperativa como un tipo de organización alternativa y solidaria, y como una innovación organizacional de éxito (DÁVILA, 2002).

Las empresas cooperativas representan una realidad empresarial de propiedad colectiva y gestión democrática que trata de fomentar la solidaridad, la participación y la corresponsabilidad. Su funcionamiento debe regirse por los principios cooperativos que constituyen su particularidad y esencia. Además, el cumplimiento de los principios cooperativos permite que se genere capital social en la empresa cooperativa, el cual constituye un activo intangible de carácter estratégico que puede influir en la competitividad de la organización.

En este contexto, el objetivo de este trabajo es proponer un modelo teórico que analice en qué medida los principios y valores cooperativos afectan a la generación de capital social y

cómo éste actúa como facilitador y activador de la capacidad de absorción del conocimiento por parte de la organización, y por tanto de la innovación.

El artículo se estructura de la siguiente forma, a continuación se procede al análisis de los principios cooperativos como seña de identidad de la empresa cooperativa. En el apartado tercero se analiza el concepto de capital social y se pone en relación con los principios cooperativos. En el apartado cuarto se propone un modelo teórico que nos permite vincular los principios cooperativos con la innovación a partir del capital social que pueden generar aquellos y la influencia de éste en la capacidad de absorción del conocimiento por parte de la organización.

2. APROXIMACIÓN A LOS PRINCIPIOS COOPERATIVOS

Las cooperativas son definidas por la Alianza Cooperativa Internacional (ACI) 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 gestión democrática” ACI (1995: p.38). Su funcionamiento se basa en los denominados valores cooperativos —autoayuda, auto-responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad—Siguiendo la tradición de sus fundadores, los socios cooperativos hacen suyos los valores éticos de honestidad, transparencia, responsabilidad y vocación social.

Estos valores se ponen en práctica a través de los principios cooperativos, establecidos por la Alianza Cooperativa Internacional (ACI, 1995), los cuales se configuran en pautas de actuación para las cooperativas. Estos principios son los siguientes: 1) adhesión voluntaria y abierta; 2) gestión democrática por parte de los socios; 3) participación económica de los socios inspirada en los valores cooperativos; 4) autonomía e independencia; 5) educación, formación e información; 6) cooperación entre cooperativas; y 7) interés por la comunidad. Los principios cooperativos constituyen un elemento diferencial que puede proporcionar ciertas ventajas y permitir que las cooperativas partan de una situación favorable para hacer frente a los retos generados por los rápidos e incesantes cambios del entorno que influyen en la competitividad de las organizaciones (AGIRRE, 2001; VARGAS, 1995; 1999; MOZAS *et al.*, 2005). No obstante, la influencia de algunos principios es más indirecta que la de otros (GÓMEZ y MIRANDA, 2006).

Por otro lado, y a pesar de que los cambios del entorno y en las tendencias en la dirección estratégica de la empresa capitalista convencional parecen favorecer y aproximarse a los postulados de la sociedad cooperativa como señala VARGAS (1995), en algunos casos, las empresas cooperativas se tienden a alejar de los mismos y se observan fallos en su cumplimiento como muestra el trabajo realizado por MOZAS *et al.* (2005). En dicho estudio se analiza el grado de cumplimiento de los principios cooperativos entre las almazaras cooperativas de la provincia de Jaén, y en él se constata la ausencia de cooperativas que cumplan totalmente los principios cooperativos que han de regir su funcionamiento. Únicamente se observa el cumplimiento de alguno de los principios, identificándose la existencia de tres grupos de sociedades cooperativas oleícolas en función del principio que consideran como más importante para su funcionamiento interno, sin tener en cuenta los demás principios.

El primer principio cooperativo –adhesión voluntaria y abierta– establece que las cooperativas han de estar abiertas a todas las personas que puedan contribuir y beneficiarse del proyecto, y estén dispuestas a aceptar las responsabilidades de ser socio sin ningún tipo de discriminación. Este principio permite el enriquecimiento y la ampliación de las redes a las que se puede acceder, al poder disponer y tener acceso a aquellas en las que los nuevos socios se encuentran arraigados.

El principio de gestión democrática por parte de los socios, significa que las cooperativas son organizaciones gestionadas democráticamente por los socios, los cuales participan activamente en la fijación de sus políticas y en la toma de decisiones. Este principio representa un rasgo fundamental de gobierno y gestión de la cooperativa. Las cooperativas son pioneras en adoptar la participación como seña de identidad, y pueden denominarse empresas de participación. Según GARCÍA-GUTIÉRREZ (2002) una organización es de participación si el fundamento para tener derecho a tomar las decisiones que marcan el curso de la misma es la participación en el proceso que la define y no tener parte en la financiación; y, además, con una misma ponderación para todos los participantes. Como sociedades participativas ostentan ciertas ventajas como consecuencia de su propio modo de gestión, el cual facilita notablemente el proceso de involucración en la realidad productiva y organizativa. Se trata de un tipo de gestión acorde con las exigencias de la sociedad del conocimiento, en la que todos sus miembros son parte activa en los mecanismos de

transmisión de la información y de toma de decisiones, la participación facilita la gestión del conocimiento, permite compartirlo y reutilizarlo.

El principio de participación económica de los socios se refiere a que los socios contribuyen equitativamente al capital de sus cooperativas y lo gestionan de forma democrática. Este principio regula la participación económica de los socios, los fines a los que se destinan los resultados positivos y establece sistemas de distribución de la ganancia relacionándolos con el grado de contribución a la consecución de la misma (GARCÍA-GUTIÉRREZ, 1999).

El principio de autonomía e independencia incide en el carácter autónomo de las cooperativas cuyo control recae en los socios, y en su independencia respecto del Sector Público.

El quinto principio –educación, formación e información– compromete a las cooperativas a capacitar a los trabajadores potenciando la adquisición de capacidades, habilidades y actitudes que favorezcan el desempeño eficaz. Además, la información constituye un derecho irrenunciable del socio y un aspecto clave para que las personas se impliquen. En un entorno dinámico se impone la necesidad de introducir innovaciones tecnológicas que permitan a las organizaciones gestionar sus recursos de forma óptima. Por lo tanto, el aprendizaje de los individuos y de las organizaciones se convierte en un aspecto crítico y resulta imprescindible que exista una circulación fluida del conocimiento en el interior de la organización (SENGE, 1990). El fuerte desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) está permitiendo la aparición de nuevos métodos, técnicas y herramientas que facilitan y apoyan los procesos de gestión del conocimiento (SEGUÍ y GARCÍA, 2004).

El principio de cooperación entre cooperativas puede llegar a ser una ventaja cooperativa en la medida en que posibilita la creación de redes y lazos horizontales de unas cooperativas con otras. De esa forma, por una parte, las cooperativas pueden funcionar como pequeñas organizaciones a distintos niveles –lo que proporciona mayor grado de flexibilidad y de respuesta para afrontar los cambios. Y por otra parte, el principio de intercooperación presta el apoyo, la confianza y la seguridad para lograr que las pequeñas cooperativas puedan disponer de infraestructuras que les permitan alcanzar y disponer de economías de escala.

El principio interés por la comunidad hace referencia al grado de relación o unión con lo local de toda experiencia cooperativa. El componente endógeno es considerado como un elemento de gran importancia tanto para el funcionamiento como para el desarrollo de las cooperativas (MOREIRA, 1999). Desde el punto de vista de los valores o principios cooperativos, la cohesión social forma parte de lo que MOREIRA (1999) denomina la ventaja cooperativa. La esencia del cooperativismo 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 globalización, siendo aquellos valores intangibles y constituyentes de una incontestable ventaja cooperativa (JoRDÃO y BRIZ, 2004).

Asimismo, desde nuestro punto de vista, la profundización y el cumplimiento de todos los valores y principios cooperativos establecidos por la Alianza Cooperativa Internacional tienen la potencialidad de generar capital social.

3. CAPITAL SOCIAL Y PRINCIPIOS COOPERATIVOS

3.1. Concepto de capital social

El capital social es un recurso arraigado en la estructura social de los individuos que se genera a través de la interacción (ADLER y KWON, 2002; LIN, 1999; NAHAPIET y GHOSHAL, 1998; TSAI y GHOSHAL, 1998). GRANOVETTER (1985) señala que todos los individuos se encuentran arraigados en la estructura de las relaciones sociales a partir de la cual se obtienen recursos. El capital social no es “propiedad individual” ni puede monetizarse su valor al igual que otras formas de capital (BOURDIEU, 1986). En lugar de ello, lubrica las relaciones entre los agentes y los une a través de redes de confianza (ANDERSON y JACK, 2002; PALDAM, 2000).

En el estudio del capital social dentro de las organizaciones todavía existe un desacuerdo y debate sobre como puede ser conceptualizado. LIN (2001) define capital social

como los recursos arraigados en la estructura social y que son accesibles y/o movilizados por determinados propósitos. NAHAPIET y GHOSHAL (1998) lo delimitan como la suma de recursos actuales y potenciales derivados de la red de relaciones de la unidad social. Igualmente, ADLER y KWON (2002) realizan una extensa revisión de la literatura en torno a las diferentes definiciones del concepto y proponen una propia distinguiendo el concepto, sus fuentes y sus efectos.

No obstante, a pesar de la existencia de diferentes conceptualizaciones, pueden señalarse ciertas coincidencias en los siguientes aspectos: el capital social se deriva de las relaciones arraigadas en la estructura social (NAHAPIET y GHOSHAL, 1998; BOURDIEU, 1986; LIN, 1999; PALDAM, 2000; INKPEN y TSANG, 2005); puede generarse en diferentes estructuras sociales (ADLER y KWON, 2002; LIN, 1990); confianza, normas de comportamiento y redes desempeñan un importante papel (LIN, 1990; NAHAPIET y GHOSHAL, 1998; POLLITT, 2002); la posición que se ocupa en la estructura de la red es primordial (LIN, 1990; NAHAPIET y GHOSHAL, 1998; TSAI y GHOSHAL, 1998); y los beneficios que pueden obtenerse son de diversa naturaleza pudiendo ser tanto monetarios como no monetarios (BOURDIEU, 1986).

ADLER y KWON (2002) señalan tres componentes o condiciones que deben estar presentes en la estructura o red social para que exista capital social: oportunidad, motivación y habilidad. Igualmente, NAHAPIET y GHOSHAL (1998) sugieren que en el desarrollo de capital social intervienen factores que afectan a la evolución de las relaciones sociales, como la interdependencia, la interacción y el tiempo. Además, estos autores distinguen tres dimensiones del capital social que en el día a día están vinculadas; y, en ocasiones, una es la fuente o condición que posibilita la otra:

- La dimensión estructural: está en función de las características de la red de relaciones sociales establecidas. Por ello, los vínculos pueden tener diferentes implicaciones según la estructura de la red en la que se encuentren arraigados (WASSERMAN y FAUST, 1992).
- La dimensión relacional: se centra en los niveles de confianza, normas compartidas, obligaciones y reconocimiento mutuo, encontrándose próxima a la noción de vínculos fuertes propuesta por GRANOVETTER (1973). En las conexiones interpersonales se

desarrollan de forma inherente relaciones afectivas (KRACKHARDT, 1992; BOUTY, 2000). La atracción interpersonal resulta un componente clave de la cohesión del grupo, la cual contribuye normalmente al rendimiento de éste, en particular en los pequeños (MULLEN y COOPER, 1994; CAMPION *et al.*, 1996).

- La dimensión cognitiva: representa la existencia de un entendimiento mutuo entre los individuos el cual se logra a través de un lenguaje común y el intercambio de historias compartidas. Las historias y narrativas se transmiten y comunican entre los miembros del grupo y sirven para interpretar y entender sus experiencias en común (MORGAN, 1986). Estos aspectos conceden una perspectiva común para percibir e interpretar diversos acontecimientos en situaciones similares (BOLAND y TENKASI, 1995).

3.2. Dimensiones del capital social y principios cooperativos

El capital social que posee un actor se percibe en forma de recursos accesibles a través de su red de relaciones sociales y en forma de capacidades organizativas arraigadas en esa red. Respecto de las estructuras sociales que facilitan su creación y formación, Coleman (1988, 1990) apunta que las estructuras sociales más interesantes son las estructuras *de cierre*, en las cuales existe un conjunto de sanciones eficaces que pueden guiar y controlar el comportamiento, y donde conceptos como fiabilidad y reputación adquieren un valor muy importante en la creación y mantenimiento de capital social. Sin embargo, la aportación de BURT (1992) se apoya en la existencia de huecos estructurales en la red de relaciones, frente a la existencia de *cierre* de la estructura. El trabajo de BURT (1992) describe cómo el capital social es función de las oportunidades o ventajas de intermediación en una red. El autor entiende que los huecos estructurales indican que los actores, en los diversos lados del hueco, circulan con flujos diferentes de información, y que son una generalización de los vínculos débiles de GRANOVETTER (1973).

No obstante, BURT (2001) acepta que los argumentos de la red densa y de los huecos estructurales no son contradictorios sino que sirven a objetivos diferentes. Una de las condiciones primarias que influyen en el tipo de ventajas que las organizaciones requieren es el grado en que sus estrategias están diseñadas para *explotar* las tecnologías, habilidades e informaciones existentes; o, por el contrario, *explorar* el entorno de innovaciones emergentes y de otros cambios significativos (ROWLEY *et al.*, 2000).

En este sentido, podemos señalar que la profundización en los valores y principios cooperativos, que la ACI define como la particularidad y la esencia de la cooperativa, unido a un elevado compromiso del socio, podrían colocar a la sociedad cooperativa como una estructura de *cierre* (COLEMAN, 1988, 1990). Por otro lado, el principio de cooperación entre cooperativas así como el de interés por la comunidad puede posibilitar que desde las sociedades cooperativas se alcance a aprovechar ciertas ventajas de intermediación en una red (BURT, 1992).

Por tanto, el análisis de los principios cooperativos y su relación con las dimensiones del capital social propuestas por NAHAPIET y GHOSHAL (1998) pueden permitir caracterizar la estructura de la red de relaciones de la sociedad cooperativa. En la tabla 1 aparecen los principios cooperativos y su relación con las dimensiones del capital social.

Tabla 1. Principios cooperativos y dimensiones del capital social

Principios cooperativos	Dimensiones del capital social
Principio de adhesión voluntaria y abierta	Estructural
Principio de cooperación entre cooperativas	Estructural
Principio de gestión democrática por parte de los socios	Relacional
Principio de participación económica de los socios	Relacional
Principio de autonomía e independencia	Relacional
Principio de educación, formación e información	Cognitiva
Principio de interés por la comunidad	Cognitiva

Fuente: Elaboración propia

De un lado, el principio de adhesión voluntaria y el principio de cooperación entre cooperativas inciden en la dimensión estructural del capital social. Ambos principios pueden influir y determinar las características y estructura de red en la que la sociedad cooperativa se encuentra arraigada.

De otro lado, los principios: gestión democrática por parte de los socios, participación económica de los socios y autonomía e independencia, afecta de forma directa a la dimensión

relacional del capital social. Estos principios determinan las normas de funcionamiento interno y proporciona confianza en el cumplimiento y respeto de las mismas.

Por último, el principio de educación, formación e información, junto con el de interés por la comunidad se vinculan con la dimensión cognitiva del capital social. Dichos principios se centran en la profundización en torno a los propios valores cooperativos, en su idiosincrasia y en proporcionar una identidad que facilite el mutuo entendimiento.

4. IMPLICACIÓN DE LOS PRINCIPIOS COOPERATIVOS EN LA INNOVACIÓN

4.1. El desarrollo de innovaciones

Las organizaciones se encuentran inmersas en un entorno con altos niveles de incertidumbre e inestabilidad. En dicho entorno, para que las organizaciones consigan la supervivencia deben adoptar un proceso evolutivo de cambio permanente que les permita introducir innovaciones técnicas y organizativas de forma continua.

Si nos centramos en el ámbito de la dirección estratégica de la empresa, diversas aportaciones intentan explicar las diferencias empresariales teniendo en cuenta los recursos intangibles como fuente de ventaja competitiva (PENROSE, 1959; BARNEY, 1991; NONAKA y TAKEUCHI, 1995; TEECE *et al.*, 1997). En el marco que proporcionan estas teorías, el conocimiento y el proceso de aprendizaje se consideran activos intangibles, al igual que el constructo capacidad de absorción del conocimiento, que es una capacidad estratégicamente valiosa debido a sus características (TEECE *et al.*, 1997).

La capacidad de innovación puede concebirse como un proceso de aprendizaje en el que se introducen nuevos conocimientos o se combinan los conocimientos existentes para generar otros nuevos. COLINA *et al.* (2006) señalan que el concepto capacidad innovadora alude a la potencialidad de los agentes involucrados en el proceso productivo para transformar conocimientos genéricos en específicos, involucrando aprendizajes formales e informales tanto de tipo codificado como tácito. De acuerdo con MORCILLO *et al.* (2000) cuando la empresa recurre a fuentes de información externas ha de contar con la participación e

implicación de los miembros de la organización para poder recrearlas y transformarlas en conocimientos específicos. Además, para que las informaciones seleccionadas se integren en el stock de conocimientos explícitos de la empresa se requiere la disponibilidad de una eficaz capacidad de absorción del conocimiento (DAVID y FORAY, 1994).

El constructo capacidad de absorción hace referencia a la habilidad de una empresa para identificar, asimilar, transformar y explotar conocimiento proveniente de fuentes externas (COHEN y LEVINTHAL, 1990). Su principal aportación es la integración de diversos procesos internos de una empresa en la creación de ventajas competitivas sostenibles a través de conocimiento adquirido de fuentes externas. Según ZAHRA y GEORGE (2002) la capacidad de absorción puede ser expresada como un conjunto de rutinas organizativas y procesos estratégicos por los que las empresas adquieren, asimilan, transforman y explotan conocimiento con la intención de crear valor, otorgando, en este caso, más énfasis a las capacidades dinámicas que se orientan hacia cambios estratégicos y de flexibilidad (TEECE *et al.*, 1997). De acuerdo con los autores, está conformada por cuatro dimensiones: adquisición, asimilación, transformación y explotación de conocimiento externo (TODOROVA y DURISIN, 2007). Estas dimensiones desempeñan papeles complementarios, ya que la organización no puede explotar conocimiento sin adquirirlo primero, aunque sí puede suceder que ciertas organizaciones desarrollen habilidades de adquisición de conocimiento pero no sean capaces de explotarlo (ZAHRA y GEORGE, 2002).

Diferentes estudios se han centrado en el análisis de las implicaciones de las dimensiones del capital social como elemento fundamental para el desarrollo de ventajas competitivas en la organización, así como en la transmisión de conocimiento sobre la tecnología y los mercados, además de influir en la transferencia de conocimiento entre los miembros de la organización. Según estos estudios (NAHAPIET y GHOSHAL, 1998; TSAI y GHOSHAL, 1998; LANDRY *et al.*, 2002; UPADHYAYULA y KUMAR, 2004; INKPEN y TSANG, 2005; GUÍA, 2005; RODRÍGUEZ y ROMÁN, 2005; SAZ, 2006) las implicaciones del capital social en la innovación radican en que constituye una ventaja al reducir el oportunismo, fomentar la coordinación de actividades, facilitar la toma de decisiones colectivas, disminuir los costes de transacción, así como permitir el acceso a información de carácter exclusivo.

4.2. Efectos de los principios cooperativos en la innovación

El proceso de innovación es complejo. De acuerdo con MORCILLO (1997) se establece una natural imbricación entre tecnología, innovación y personas que se justifica por una parte, en que las personas son las que explotan y aprovechan las innovaciones o tecnologías disponibles desarrolladas en la empresa o adquiridas. Y por otra, las personas son las que permiten generar ideas y conocimientos que se encuentran en el origen del desarrollo de nuevas innovaciones.

En dicho marco, el capital social deviene un elemento esencial y un activo intangible estratégico que facilita el proceso de innovación. El capital social es difícilmente transferible entre los agentes como consecuencia de sus rasgos intangibles y proporciona las capacidades requeridas para la creación de conocimientos (NAHAPIET y GHOSHAL, 1998; TSAI y GHOSHAL, 1998). Por ello, puede decirse que se trata de un activo estratégico que no se comercializa, difícil de imitar y complejo, conformando una fuente significativa de heterogeneidad y de ventaja competitiva sostenible para las organizaciones. Así pues, el capital social es un recurso apreciable por diversas razones, resuelve problemas de coordinación, reduce los costes de transacción, facilita el flujo de información entre y a través de diversos individuos (LIN, 2001). Además, contribuye de forma significativa a las ventajas de la organización ya que permite desarrollar el aprendizaje y transmitir el conocimiento en la organización (TSAI y GHOSHAL, 1998; ADLER y KWON, 2002).

De acuerdo con ROMÁN (2001) el capital social es la capacidad que tiene un grupo social para adquirir información –técnica, organizativa, comercial, financiera, etc. –; incorporarla a procesos económicos propios –diseño, producción, distribución, etc. – y gestionar dichos procesos de forma que se obtenga una mayor innovación.

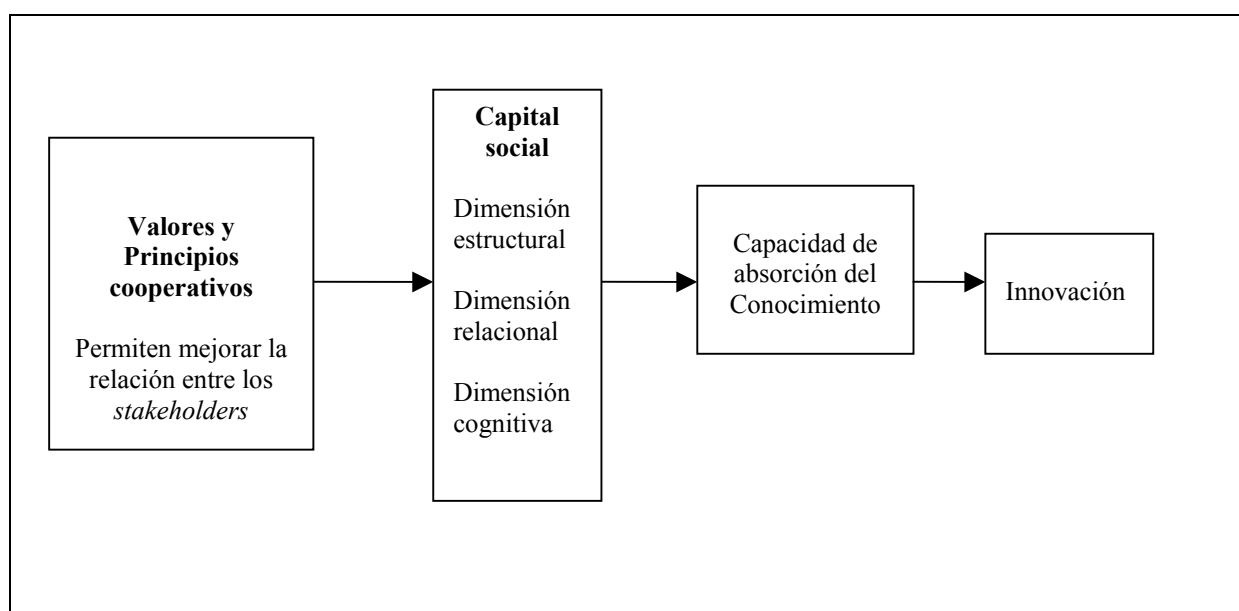
Como se ha puesto de relieve anteriormente, la empresa cooperativa se rige por los denominados principios cooperativos que conforman su esencia y que le confieren determinadas ventajas “cooperativas”. Los valores que la ACI define como la esencia del cooperativismo –autoayuda, autoresponsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad– y los principios cooperativos, se pueden enmarcar en el sustrato del concepto capital social, como puede desprenderse de la definición propuesta por ADLER y KWON

(2002) según la cual capital social es la buena voluntad disponible hacia el individuo o grupo. Su fuente se encuentra en la estructura y contenido de las relaciones sociales del actor. Sus efectos para el actor van desde compartir información y ejercer influencia hasta asegurar la solidaridad dentro de una unidad social.

En dicho contexto, proponemos que la profundización en los principios cooperativos permite que se genere capital social en la organización, el cual facilita y activa la capacidad de absorción del conocimiento, y por tanto el proceso de innovación (gráfico 1).

El modelo teórico que presentamos propone, en primer lugar, que el cumplimiento y la profundización en los principios cooperativos mejora la relación entre los *stakeholders* de la empresa cooperativa y generan capital social. Como se muestra en la tabla 1 todos los principios cooperativos tienen influencia en alguna de las dimensiones del capital social propuestas por NAHAPIET y GHOSHAL (1998).

Gráfico 1: Valores cooperativos, capital social e innovación



Fuente: Elaboración Propia

En segundo lugar, planteamos que el capital social afecta a la capacidad de absorción del conocimiento por parte de la organización. Por una parte, la dimensión estructural del capital social condiciona la capacidad que tiene la organización de acceder al conocimiento

externo, a nueva información, así como a oportunidades. Por tanto, influye en la capacidad de absorción de la organización –identificación y asimilación de conocimiento externo–.

Por otra parte, la dimensión relacional hace referencia a la confianza existente en la organización y en la red de relaciones en la que se encuentra arraigada. La confianza facilita la relación social y el intercambio de recursos, incrementa la comunicación y aumenta la cooperación entre individuos (JONES y GEORGE, 1998; TSAI y GHOSHAL, 1998). Por ello, a largo plazo, altos niveles de confianza pueden incrementar la innovación, el trabajo en equipo y mejorar el funcionamiento organizacional (BOUTY, 2000). Por lo que se refiere a la dimensión cognitiva del capital social, la solidaridad y la adhesión a las normas reducen las necesidades de control formal y reducen los costes de transacción (NAHAPIET y GHOSHAL, 1998). Asimismo, el nivel de identificación del individuo con el grupo está asociado positivamente con la comunicación y la cooperación dentro de éste; y se extiende a la actividad y a los resultados del mismo (CAMPION *et al.*, 1996). Así pues, las dimensiones relacional y cognitiva del capital social afectan a la capacidad de absorción de la organización –transformación y explotación del conocimiento externo–.

En tercer lugar, de acuerdo con la investigación de KIM (1998) que analiza cómo la existencia de capacidad de absorción capacita a la empresa para asimilar nuevo conocimiento externo con la finalidad de imitarlo, y cómo su posesión permite que la empresa sea capaz de crear nuevo conocimiento para innovar, establecemos que la capacidad de absorción puede ser considerada como una de las características más relevantes en la determinación del esfuerzo innovador en la empresa (QUEVEDO, 2003).

5. CONCLUSIONES

En el contexto de la sociedad de la información, el acceso a la misma, el aprendizaje y el conocimiento se revelan como los activos intangibles más relevantes. Por tanto, es fundamental el valor agregado que se deriva de la unión sinérgica entre conocimiento e innovación como fuente de ventajas competitivas en las organizaciones.

Las cooperativas –para alcanzar ventajas competitivas y adoptar procesos de innovación– deben buscar y capturar conocimiento externo, así como recuperar el conocimiento y el aprendizaje existente en la organización. Por otra parte, las cooperativas pueden poseer ciertas ventajas, en virtud del cumplimiento y profundización en sus valores y principios cooperativos.

Según el modelo teórico propuesto, el cumplimiento de los principios cooperativos posibilita la generación de capital social en la sociedad cooperativa, el cual influye en la capacidad de absorción de la organización –identificación, asimilación, transformación y explotación del conocimiento externo–, y por ello en la innovación.

De una parte, para identificar y asimilar nuevos conocimientos que se encuentran en el exterior, resulta fundamental mantenerse bien conectado y ampliar la red de vínculos en los que se encuentra inmersa la organización. Para alcanzar dicho objetivo resultan fundamentales, especialmente, el principio de cooperación entre cooperativas y el de adhesión voluntaria y abierta.

De otra parte, para transformar y explotar el nuevo conocimiento externo con el existente en la organización es imprescindible la existencia de solidaridad y adhesión a las normas que posibilitan la coordinación y la motivación de las personas para llevarlo a cabo. Así se observa que el capital social en forma de crédito social hace más gratificante para los actores el proceso de integración, y que la confianza generada por la estructura de la red social facilita el control de los comportamientos oportunistas. En esta línea se inscriben los siguientes principios cooperativos: principio de gestión democrática por parte de los socios, principio de participación económica de los socios y principio de autonomía e independencia. Así mismo, la ideología, los esquemas de interpretación comunes, las normas y las convenciones sociales arraigadas en las redes sociales proporcionan la coordinación requerida para la integración de los conocimientos. Este último aspecto se ve afectado primordialmente por el principio de educación, formación e información y por el principio de interés por la comunidad.

La capacidad de absorción de la organización está condicionada por la relación establecida entre el exterior y el interior de la organización –las características y estructura de red de vínculos en los que se encuentra arraigada la organización–; y por la relación entre las

subunidades dentro de la organización, además de la relación entre las personas y sus habilidades en éstas –aspectos relacionales y cognitivos de los miembros de la organización–.

Por último, el constructo capacidad de absorción expresada como un conjunto de rutinas organizativas y procesos estratégicos por los que las organizaciones adquieren, asimilan, transforman y explotan conocimiento puede considerarse como un predictor o moderador de la actividad innovadora de las organizaciones.

BIBLIOGRAFÍA

- ADLER, P.S., y KWON, S. Social capital: Prospects for a new concept, *Academy of Management Review*, 27, 2002, p. 17-40.
- AGIRRE, A. Los principios cooperativos “atractores” de la gestión eficiente: su medición. Aplicación al caso de Mondragón Corporación Cooperativa, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 39, 2001, p. 93-113.
- ALIANZA COOPERATIVA INTERNACIONAL (ACI) Los principios cooperativos del siglo XXI, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 19, 1995, p. 38-39.
- ANDERSON, A. y JACK, S. The articulation of social capital in entrepreneurial networks: A glue or a lubricant?, *Entrepreneurship and Regional Development*, 14, 2002, p. 193-210.
- BARNEY, J.B. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage, *Journal of Management*, 17, 1991, p. 99-120.
- BOLAND, R.J. y TENKASI, R.V. Perspective making and perspective taking in communities of knowing, *Organization Science*, 6, 1995, p. 350-372.
- BOURDIEU, P. The forms of capital, en Richardson, J.G. (Ed.), *Handbook for Theory and Research for the Sociology of Education*, 1986, p. 241-258.
- BOUTY, I. “Interpersonal and interactional influences on informal resource exchanges between R&D researchers across organizational borders”, *Academy of Management Journal*, 43, 2000, p. 50-65.
- BOUTY, I. Interpersonal and interactional influences on informal resource exchanges between R&D researchers across organizational borders, *Academy of Management Journal*, 43, 2000, p. 50-65.

- BURT, R.S. Structural Holes Versus Network Clousure as Social Capital, en Lin, N.; Cook, K. y Burt, R.S. (eds.), *Social Capital: Theory and Research*, Hawthorne: Aldine de Gruyter, 2001.
- BURT, R.S. *Structural Holes: The Social Structure of Competition*, Cambridge: Harvard University Press, 1992.
- CAMPION, M.A.; PAPPER, E.M. y MEDSKER, G.J. "Relations between work team characteristics and effectiveness: A replication and extension", *Personnel Psychology*, 49, 1996, p. 429-452.
- CAMPION, M.A.; PAPPER, E.M. y MEDSKER, G.J. Relations between work team characteristics and effectiveness: A replication and extension, *Personnel Psychology*, 49, 1996, p. 429-452.
- COHEN, W.S. y LEVINTHAL, D.A. Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation, *Administrative Science Quarterly*, 35, 1990, p. 128-152.
- COLEMAN, J. *Foundation of Social Theory*, Cambridge: Harvard University Press, 1990.
- COLEMAN, J. Social capital in the creation of human capital, *American Journal of Sociology*, 94, 1988, p. 95-120.
- COLINA, B.; PETIT, E. y GUTIÉRREZ, L. Gestión de conocimiento para liberar el poder de la innovación como fuente de ventajas competitivas en las organizaciones, *Espacios*, 27, 2006, p. 26-38.
- DAVID, P. y FORAY, D. *A Conceptual Framework for Comparing National Profiles in Systems of Learning and Innovations*, Paris: OCDE, 1994.
- DÁVILA, L. de G. R. Las cooperativas en Colombia: innovación organizacional y novedad académica, *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 48, 2002, p. 99-118.
- GARCÍA-GUTIÉRREZ, C. "La empresa de participación: características que la definen. Virtualidad y perspectivas en la sociedad de la información", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 40, 2002, p. 99-122.
- GARCÍA-GUTIERREZ, C. Economía Financiera de las sociedades cooperativas (y de las organizaciones de participación), en PRIETO JUÁREZ, J.A. (Coord.) *Sociedades cooperativas: régimen jurídico y gestión económica*. Madrid: Ibidem Ediciones, 1999, p. 229-284.
- GÓMEZ, P. y MIRANDA, G. Sobre el régimen económico y financiero particular de las sociedades cooperativas. *REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos*, n° 90, 2006, p. 28-56. Disponible en Internet: <http://www.ucm.es/info/revesco/Revistas/90.pdf>. ISSN : 1885-8031

- GRANOVETTER, M. Economic action and social structure: The problem of embeddedness, *American Journal of Sociology*, 91, 1985, p. 481-510.
- GRANOVETTER, M. The strength of weak ties, *American Journal of Sociology*, 78, 1973, p. 1360-1380.
- GUÍA, J. Social Capital, Networks, and the Competitive Advantage of Firms, en Nielsen, K. (Ed.), *Social Capital, Trust and Institutions*, Edward Elgar, New Developments in Institutional Theory Series, Cheltenham, 2005.
- INKPEN, A. y TSANG, E. Social capital, networks and knowledge transfer, *Academy of Management Review*, 30, 2005, p. 146-165.
- JONES, G.R. y GEORGE, J.M. The experience and evolution of trust: Implications for cooperation and teamwork, *Academy of Management Review*, 23, 1998, p. 531-546.
- JORDÃO, J. y BRIZ, J. Aproximación sostenible del tema el Cooperativismo en Portugal: situación actual y perspectivas para el futuro, *Congreso Internacional Cooperativismo Agrario y Desarrollo Rural*, Valencia: Universidad Politécnica de Valencia, 2004.
- KIM, L. Crisis construction and organizational learning: Capability building in catching-up at Hyundai Motor, *Organization Science*, 9, 1998, p. 506-521.
- KRACKHARDT, D. The strength of strong ties: The importance of philos in organizations, en Nohria, N. y Eccles, R. G. (eds.), *Networks and organizations: Structure, form, and action*, Boston: Harvard Business School Press, 1992, p. 216-239.
- LANDRY, R.; AMARA, N. y LAMARI, M. Does social capital determine innovation? To what extent?, *Technological Forecasting and Social Change*, 69, 2002, p. 681-701.
- LIN, N. Building a network theory of social capital, *Connections*, 22, 1999, p. 28-51.
- LIN, N. *Social capital: A theory of social structure and action*, New York: Cambridge University Press, 2001.
- MORCILLO, P. *La dirección estratégica de la tecnología e innovación*, Madrid: Civitas, 1997.
- MORCILLO, P. RODRÍGUEZ, J.M.; CASANI, F. y RODRÍGUEZ, J. El valor de los conocimientos y del aprendizaje como fuente de competencias básicas distintivas, *Dirección y organización: Revista de dirección, organización y administración de empresas*, 24, 2000, p. 12-20.
- MOREIRA, M. A Globalização e o Movimento Cooperativo. Tópicos para o debate, en *O Cooperativismo no Novo Milénio. A Vantagem Cooperativa*. Lisboa: INSCOOP - Instituto António Sérgio do Sector Cooperativo, 1999, p. 53-94.
- MORGAN, G. *Images of organizations*, Beverly Hills: Sage, 1986.

- MOZAS, A.; MOYANO, J.; SENISE, O.; PARRAS, M. y MURGADO, E.M. Cultura cooperativa y eficiencia empresarial: Una contrastación en el cooperativismo oleícola, REVESCO, *Revista de Estudios Cooperativos*, nº 85, 2005, p. 41-60. Disponible en Internet: <http://www.ucm.es/info/revesco/doc/85.pdf>. ISSN : 1885-8031
- MULLEN, B. y COOPER, C. The relation between group cohesiveness and performance: integration, *Psychological Bulletin*, 115, 1994, p. 210-277.
- NAHAPIET, J. y GHOSHAL, S. Social capital, intellectual capital, and the organizational Advantage, *Academy of Management Review*, 23, 1998, p. 242-266.
- NONAKA, I. y TAKEUCHI, H. *The Knowledge-Creating Company*, New York: Oxford University Press, 1995.
- PALDAM, M. Social capital: One or many? Definition and measurement, *Journal of Economic Surveys*, 14, 2000, p. 629-653.
- PENROSE, E. *The Theory of the Growth of the Firm*, Oxford: Basil Blackwell, 1959.
- POLLITT, M. The economics of trust, norms and networks, *Business Ethics: a European Review*, 11, 2002, p. 119-128.
- QUEVEDO, P. “Capacidad de absorción, oportunidad tecnológica y esfuerzo innovador: un estudio empírico de sus relaciones en las empresas manufactureras españolas”. En NAVAS, J.E. y NIETO, M. (Eds.) *Estrategias de innovación y creación de conocimiento tecnológico en las empresas industriales españolas*, Madrid: Fundación Eduardo Barreiros y Thomson Civitas, 2003, p. 55-79.
- RODRÍGUEZ, P. y ROMÁN, C. El Capital Social como factor de competitividad y desarrollo empresarial, *Ekonomiaz, Revista Vasca de Economía*, 59, 2005, p. 214-231.
- ROMÁN, C. *Aprendiendo a innovar. El papel del capital social*, Sevilla: Instituto de Desarrollo Regional, 2001.
- ROWLEY, T.; BEHRENS, D. y KRACKHARDT, D. Redundant governance structures: An analysis of structural and relational embeddedness in the Steel and Semiconductor Industries, *Strategic Management Journal*, 21, 2000, p. 369-386.
- SAZ GIL, M.I. *El capital social en las Organizaciones No Lucrativas. Implicaciones en la gestión: una aproximación a través del estudio de casos*, Tesis Doctoral, Universidad de Valencia, 2006.
- SEGUÍ, E. y GARCÍA, G. Los portales de conocimiento como herramienta de innovación y competitividad. El caso de CEGEA en el ámbito del cooperativismo agrario, *Congreso Internacional Cooperativismo Agrario y Desarrollo Rural*, Valencia: Universidad Politécnica de Valencia, 2004.

- SENGE, P. *Fifth Discipline: The Age and Practice of the Learning Organization*, London: Century Business, 1990.
- SUBIRATS, J. y GOMÁ R. (Dirs.) *Un paso más hacia la inclusión social. Generación de conocimiento, políticas y prácticas para la inclusión social*, Plataforma de ONGs de Acción Social, 2004.
- TEECE, D; PISANO, G. y SHUEN, A. Dynamic capabilities and strategic management, *Strategic Management Journal*, 18, 1997, p. 509-533.
- TODOROVA G. y DURISIN, B Absorptive capacity: valuing a reconceptualization, *Academy of Management Review*, 32, 2007, p. 774-786.
- TSAI, W. y GHOSHAL, S. Social capital and value creation: the role of intrafirm networks, *Academy of Management Journal*, 41, 1998, p. 464-478.
- UPADHYAYULA, R.S. y KUMAR, R. Social capital as an antecedent of absorptive capacity of firms, *Paper presentado en DRUID, Conference on Industrial Dynamics, innovation and development*, Elsinore, Denmark, June 14-16. 2004.
- VARGAS, A. De la participación a la gestión del conocimiento y del capital intelectual: reflexiones en torno a la empresa cooperativa, *CIRIEC-ESPAÑA, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 40, 2002, p. 123-140.
- VARGAS, A. De la participación en la empresa a la empresa de participación democrática, *REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos*, nº 67, 1999, p. 219-234. Disponible en Internet: <http://www.ucm.es/info/revesco/doc/67.pdf> . ISSN : 1885-8031
- VARGAS, A. La identidad cooperativa y la cooperativa como empresa: luces y sombras, *REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos* , nº 61, 1995, p. 179-192. Disponible en Internet: <http://www.ucm.es/info/revesco/doc/61.pdf> . ISSN : 1885-8031
- WASSERMAN, S. y FAUST, K. *Social Network Analysis: Methods and Applications*, Cambridge: Cambridge University Press, 1992.
- ZAHRA, S. y GEORGE, G. Absorptive capacity: a review, reconceptualization, and Extension, *Academy of Management Review*, 27, 2002, p. 185-203.