



XVIII Congreso de EBEN España “Teoría Superior de Stakeholder” Bilbao 23-25 Junio 2010

MESA 4 DE COMUNICACIONES



Gestión stakeholder, Capital social y Conocimiento en la Economía Social

Saz Gil, María Isabel
sazgil@unizar.es

Universidad de Zaragoza

**“GESTIÓN STAKEHOLDER, CAPITAL SOCIAL Y CONOCIMIENTO EN LA
ECONOMÍA SOCIAL”**

**“STAKEHOLDER MANAGEMENT, SOCIAL CAPITAL AND KNOWLEDGE IN
THE SOCIAL ECONOMY”**

Autor: M^a Isabel Saz Gil

Organismo: Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de Huesca

Universidad de Zaragoza

Departamento: Economía y Dirección de Empresas

Área de Conocimiento: Organización de Empresas

Grupo de investigación: Grupo de Estudios Sociales y Económicos del Tercer Sector (GESES)

Dirección: Plaza de la Constitución s/n, 22001 Huesca, España

Nº teléfono: +34 974 239373. Nº fax: +34 974239375

E-mail: sazgil@unizar.es

GESTIÓN *STAKEHOLDER*, CAPITAL SOCIAL Y CONOCIMIENTO EN LA ECONOMÍA SOCIAL

RESUMEN

En la literatura sobre las Economía Social encontramos numerosos estudios que evidencian ciertas características definitorias que pueden justificar una superioridad de resultados sobre aquellas organizaciones que perteneciendo al mismo sector no se encuentran integradas en la Economía Social. Sin embargo, todavía son escasos los estudios en este ámbito de investigación que justifican el origen de dicha superioridad. El objetivo del trabajo es desarrollar un modelo explicativo que nos permita analizar el papel que tiene la gestión *stakeholder* y el capital social en la adquisición de conocimiento y en los resultados superiores de las organizaciones de la Economía Social. Para ello, revisamos las aportaciones relativas a la gestión *stakeholder*, al capital social y a la capacidad de absorción del conocimiento, como ejes centrales de la explicación, y planteamos una serie de proposiciones teóricas que definen el modelo explicativo. Completamos el trabajo con la discusión del modelo y la extracción de una serie de conclusiones.

PALABRAS CLAVE: *Stakeholder*, economía social, participación, capital social, conocimiento, capacidad de absorción del conocimiento.

CLAVES ECONLIT: P130, M190.

***STAKEHOLDER* MANAGEMENT, SOCIAL CAPITAL AND KNOWLEDGE IN THE SOCIAL ECONOMY**

ABSTRACT

In the literature on the Social Economy are numerous studies that show certain defining characteristics that can justify a superiority of performance on those organizations that belong to the same sector are not integrated into the Social Economy. However, still few studies in this area of research to justify the origin of this superiority. The aim of this work is to develop an explanatory model that allows us to analyze the role that *stakeholder* management and social capital in the acquisition of knowledge and the superior results of the organizations of the Social Economy. We will review the contributions relating to *stakeholder* management, social capital and the absorptive capacity of knowledge as central elements of the explanation, and raised a number of theoretical propositions that define the explanatory model. Finally, we complete this work with the discussion of the model and some conclusions and recommendations.

KEY WORDS: *Stakeholder*, social economy, participation, social capital, knowledge, absorptive capacity of knowledge.

CLAVES ECONLIT: P130, L310, M190, Z130

GESTIÓN *STAKEHOLDER*, CAPITAL SOCIAL Y CONOCIMIENTO EN LA ECONOMÍA SOCIAL

1. INTRODUCCIÓN

Las entidades integradas en la Economía Social 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 así poder dar respuestas innovadoras a las necesidades emergentes de la sociedad. A pesar de disponer de valores idiosincrásicos que, potencialmente, le ofrecen ciertas ventajas, hay que tener en cuenta que 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. En este sentido, es importante indicar que junto con el conocimiento, el capital social es considerado como un elemento clave debido a su contribución a la ventaja competitiva, por ello ha recibido gran atención en la literatura de dirección estratégica (Tsai y Ghoshal, 1998; Nahapiet y Ghoshal, 1998; Adler y Kwon, 2002; McFadyen y Cannella, 2004). El capital social se ha considerado como un factor clave en la creación, acceso a nuevas fuentes y transferencia del conocimiento (Nahapiet y Ghoshal, 1998; Adler y Kwon, 2002; Zahra *et al.*, 2000; Yli-Renko *et al.*, 2001). Así, King (2004) plantea la importancia de desarrollar y fortalecer el capital social en las Organizaciones No Lucrativas para llevar a cabo el abanico de actividades relevantes que desempeñan. No obstante, la generación de capital social en la organización no es fácil y es necesario adoptar un sistema de gestión que fomente la creación de una red de vínculos con capacidad de generarlo. En este sentido, Svendsen *et al.* (2003) muestran que a través de la gestión *stakeholder* la organización puede fomentar relaciones de calidad con sus *stakeholder* y generar capital social.

Nuestro objetivo consiste en desarrollar un modelo teórico que muestre el papel del capital social y del conocimiento en los resultados superiores de las organizaciones de Economía

Social, a partir de la gestión *stakeholder*. El trabajo nos permite avanzar en una orientación integradora de la gestión de los grupos de interés con la teoría de empresa, en las organizaciones de la Economía Social, a partir de los conceptos capital social y capacidad de absorción del conocimiento. Desde nuestro punto de vista, la ventaja competitiva de las organizaciones de la Economía Social puede encontrarse en la transferencia de conocimiento, que es determinada por la estructura del capital social de las organizaciones, el cual tiene su origen en sus principios idiosincrásicos y en la gestión *stakeholder*. El estudio profundiza en las características de las tres dimensiones del capital social consideradas —estructural, relacional y cognitiva— dentro de un tipo de red caracterizada por sus valores —las organizaciones de Economía Social—, y a partir de un sistema de gestión que tiene en cuenta a los *stakeholders* relevantes. Por otra parte, consideramos el papel ejercido por la capacidad de absorción del conocimiento como factor que puede afectar a las ventajas competitivas de las organizaciones. De esta forma, a partir de la revisión de la literatura, establecemos las proposiciones que configuran las principales relaciones del modelo y aportamos nuevos factores para entender la consecución de resultados en las organizaciones de la Economía Social. Para alcanzar estos objetivos, en el apartado siguiente se aborda, brevemente, el concepto de Economía Social. A continuación, se revisan las diferentes dimensiones del capital social en las organizaciones de Economía Social y desde el enfoque *stakeholder*. En el apartado cuarto, se realiza un análisis en torno a los tipos de conocimiento y los efectos de éste en los resultados de las organizaciones. En el apartado quinto, se expone el modelo propuesto y las conclusiones del trabajo.

2. BREVE APROXIMACIÓN A LA ECONOMÍA SOCIAL

2.1. Definiendo Economía Social

Al Tercer Sector se le identifica como el sector que considera los objetivos sociales por encima de los objetivos económicos. A pesar de que hay un amplio acuerdo sobre la

existencia de un espacio social fuera del mercado, el Estado y la familia, permanece la discusión sobre los límites de las organizaciones que conforman el Tercer Sector (Monzón, 2004). Se utilizan una gran diversidad de términos para identificar al Tercer Sector y a las organizaciones que lo configuran, cada uno de ellos pone el acento y enfatiza en alguno de los aspectos que caracterizan al sector, dejando de lado a los otros. No obstante, se asume que existe un amplio y variado segmento de organizaciones que va desde el Sector Público al Sector Lucrativo y que no pertenecen a ninguno de ellos.

La definición más reciente y con mayor aval institucional es la que ha sido reconocida por el Consejo Económico y Social Europeo (CESE), a partir de la investigación desarrollada sobre la Economía Social en la Unión Europea (Chaves y Monzón, 2006) y que es fruto del estudio realizado por Barea y Monzón (2006), en el que se presenta la primera propuesta para la elaboración de un “Manual europeo de cuentas satélites de las empresas de la Economía Social”. Este manual, además de refinar ciertos criterios para las entidades de mercado (principalmente cooperativas y mutualidades), realizó una importante aportación de ajustar dichas entidades a la metodología empleada por el Sistema Europeo de Cuentas Nacionales y Regionales (SEC-1995). De acuerdo con Chaves y Monzón, (2006) se define Economía Social de la forma siguiente:

“Conjunto de empresas privadas organizadas formalmente, con autonomía de decisión y libertad de adhesión, creadas para satisfacer las necesidades de sus socios a través del mercado, produciendo bienes y servicios, asegurando o financiando y en las que la eventual distribución entre los socios de beneficios o excedentes así como la toma de decisiones, no están ligados directamente con el capital o cotizaciones aportados por cada socio, correspondiendo un voto a cada uno de ellos. La Economía Social también agrupa a aquellas entidades privadas organizadas formalmente con autonomía de decisión y libertad de adhesión que producen servicios de no mercado a favor de las familias, cuyos excedentes, si

los hubiera, no pueden ser apropiados por los agentes económicos que las crean, controlan o financian”.

De acuerdo con esta definición se establecen unos criterios clave, ciertas características comunes, que perfilan el sector de una manera rigurosa y distintiva. Las características fundamentales son las siguientes: 1) entidades privadas, 2) organizadas formalmente (con personalidad jurídica propia), 3) con autonomía de decisión, 4) con libertad de adhesión, 5) con una eventual distribución de beneficios no vinculada al capital aportado, 6) ejercen una actividad económica en sí misma considerada, 7) son organizaciones democráticas. Hay que señalar que para los que proponen esta concepción de Economía Social, el principal criterio discriminante es la *gestión democrática*. También se incluye a entidades no lucrativas productoras de servicios no de mercado a favor de las familias, aún cuando no posean una estructura democrática, lo que permite incluir en la Economía Social a entidades de gran utilidad social y que producen bienes sociales o preferentes.

En la definición se divide el sector en dos grandes grupos o subsectores: el subsector de mercado y el subsector no de mercado.

1. Subsector de mercado: Este grupo lo conforman principalmente cooperativas y mutualidades, también se integran en él los grupos empresariales de la Economía Social, las sociedades laborales o de responsabilidad limitada (cuando la mayoría del capital social pertenezca a los propios socios-trabajadores), también se incluyen muchas de las empresas de inserción laboral.

2. Subsector no de mercado: en este grupo se incluyen entidades privadas, mayoritariamente asociaciones y fundaciones, que ofrecen servicios a terceros (a las familias, a los hogares), que pueden comercializar en los mercados pero a precios económicamente no significativos. Obtienen sus recursos mayoritariamente gracias a donaciones, cuotas de socios, subvenciones

etc., y sus excedentes, en caso de que los hubiera, no pueden ser apropiados por los miembros.

2.2. Funciones de la Economía Social

La Economía Social es un conjunto vivo, dinámico, muy rico por su diversidad y compuesto tanto por microasociaciones locales y pequeñas cooperativas, como por grandes grupos mutualistas y cooperativos. Surge de la voluntad de los ciudadanos de construir una sociedad diferente en cuyo seno los individuos sean tan iguales como resulte posible, tengan acceso por igual a las riquezas creadas y gocen de las mismas oportunidades de desarrollo personal (Thierry, 2000). La Economía Social es considerada como un “polo utilidad social” dado que se le reconoce su contribución a la cohesión social, al desarrollo local y territorial, a la generación y mantenimiento del tejido social y económico, al desarrollo de la democracia, a la innovación, a la creación de empleo, etc. (Chaves y Monzón, 2006).

Desde diferentes instituciones europeas se reconoce la importancia de las funciones desarrolladas por la Economía Social. Por ello, se han comprometido en colaborar en su reconocimiento y visibilidad a nivel europeo. En particular se destaca la actividad del Comité Económico y Social Europeo (CESE) que ha elaborado diversos informes y dictámenes acerca de la Economía Social. En 2009 el CESE ha aprobado el Dictamen sobre “Distintos tipos de empresa” (más conocido como Dictamen Cabra de Luna) que reconoce el relevante papel de las empresas de Economía Social para conseguir los objetivos de la Estrategia de Lisboa en materia de empleo, competitividad y cohesión social.

También hay que destacar el papel favorable hacia la Economía Social del Parlamento Europeo que ha emitido informes favorables sobre este sector. El informe sobre “Economía Social” (2008), también conocido como informe Toia, reconoce los logros de la Economía Social. En ese sentido, expone que el modelo social europeo se ha construido a través *“de un alto nivel de servicios, productos y empleos generados por la Economía Social, así como con*

el apoyo de las capacidades de anticipación e innovación desarrolladas por sus promotores”; reconoce que la Economía Social se sustenta en un *“paradigma social acorde con los principios fundamentales del modelo social y del bienestar europeo”*; plantea la necesidad de *“valorizar los modelos de Economía Social para alcanzar los objetivos de crecimiento económico, empleo, formación y servicios a la persona que impregnan el conjunto de las políticas europeas”*; constata que la Economía Social constituye un modelo de empresa caracterizado *“por el respeto de valores comunes”*.

3. CAPITAL SOCIAL EN LA ECONOMÍA SOCIAL Y GESTIÓN *STAKEHOLDER*

3.1. Concepto y dimensiones del capital social

El concepto de capital social ha adquirido una gran relevancia y es reconocido como un elemento importante para las organizaciones debido a su contribución a la ventaja competitiva, por lo cual recibe una creciente atención en la literatura de dirección estratégica (Nahapiet y Ghoshal, 1998; Tsai y Ghoshal, 1998; Adler y Kwon, 2002; McFadyen y Cannella, 2004). Se considera que es un recurso arraigado en la estructura social de los individuos y que se genera a través de la interacción (Adler y Kwon, 2002; Lin, 1999; Nahapiet y Ghoshal, 1998; Tsai y Ghoshal, 1998). Aunque no hay consenso en una definición precisa, podemos definir el capital social de un actor como el conjunto de recursos arraigados dentro de su red de relaciones sociales, además de todos los recursos accesibles a través de esa misma red (Nahapiet y Ghoshal, 1998). El capital social no es “propiedad individual” ni puede monetizarse su valor al igual que otras formas de capital (Bourdieu, 1985). En lugar de ello, facilita las relaciones entre los agentes y los une a través de redes de confianza (Anderson y Jack, 2002; Paldam, 2000).

El capital social es un constructo multidimensional, para su análisis es necesaria la identificación y medida de una serie de dimensiones (Koka y Prescott, 2002). En este trabajo, siguiendo a Nahapiet y Ghoshal (1998), distinguimos entre la dimensión estructural,

relacional y cognitiva del capital social. La *dimensión estructural* incluye las interacciones sociales que se produce en la red, centrándose en las características de la red de relaciones establecida (Nahapiet y Ghoshal, 1998). Por su parte, la *dimensión relacional* hace referencia a las características y atributos de las relaciones, como la confianza, reciprocidad, reconocimiento mutuo y otros incentivos que se derivan principalmente de la relación continuada (Gulati *et al.*, 2000). Los aspectos clave de esta dimensión son la confianza relacional y las normas compartidas (Tsai y Ghoshal, 1998; Nahapiet y Ghoshal, 1998). Finalmente, la *dimensión cognitiva* representa los recursos proporcionados por el entendimiento y significado compartido entre los miembros de la red (Nahapiet y Ghoshal, 1998). Los aspectos principales de esta dimensión son la cultura y las metas compartidas entre los miembros de la red. Las metas compartidas representan el grado en el que los miembros de la red comparten un entendimiento. La cultura se transmite y comunica entre los miembros del grupo y sirve para interpretar y entender sus experiencias en común (Morgan, 1986).

3.2. Capital social y Economía Social

Para analizar el capital social en el ámbito de la Economía Social, partiremos de las tres dimensiones señaladas anteriormente, y nos centraremos en la figura que representa el núcleo fundamental de la Economía Social: las cooperativas. 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.

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, Burt (1992) apunta la existencia de huecos estructurales en la red de relaciones frente a la existencia de *cierre* de la estructura, entiende que los huecos estructurales indican que los actores, en los diversos lados del hueco, circulan con flujos diferentes de información, que son una generalización de los vínculos débiles Granovetter (1973), lo que permite disponer de ventajas de intermediación en la red. 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. En este sentido, podemos señalar que la profundización en los valores y principios cooperativos pueden colocar a la cooperativa como una estructura de *cierre* (Coleman, 1988, 1990). Y al mismo tiempo, algunos de sus principios permiten que la estas organizaciones se beneficien de las ventajas de intermediación en la red en el sentido propuesto por Burt (1992). Por tanto, podemos establecer una relación entre los principios cooperativos y las dimensiones del capital social propuestas por Nahapiet y Ghoshal (1998), tabla 1.

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: Tomado de Marcuello y Saz (2008)

La teoría del capital social señala que la proximidad facilita las relaciones frecuentes y estrechas entre las organizaciones. En la medida que las organizaciones se encuentran vinculadas geográfica e históricamente, aumentará la continuidad de las interacciones (Camagni, 2003). Un aspecto que merece ser remarcado en la Economía Social, y en la cooperativa en particular, es el alto grado de relación o unión con lo local (Moreira, 1999). De esta forma, se entrecruzan lazos familiares, sociales y profesionales, y se facilita la formación de una red de relaciones densa y, en ocasiones, con vínculos redundantes (McEvily y Zaheer, 1999). En este marco, podemos señalar que, 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 cooperativa se encuentra arraigada (Marcuello y Saz, 2008). Así, podemos considerar que estos principios cooperativos permiten establecer una red de contactos cohesiva, densa y con fuertes vínculos, en la que existe cierto grado de redundancia en dichas interacciones. A la vez que permite establecer vínculos débiles con otras organizaciones de la Economía Social. Respecto a la dimensión relacional un elemento a considerar es la confianza y la cooperación entre las partes. Los valores cooperativos proporcionan a estas redes un fuerte sentimiento de pertenencia o una identidad común. Los principios cooperativos, gestión democrática por parte de los socios, participación económica de los socios y autonomía e independencia, determinan las normas de funcionamiento interno y proporciona confianza en el cumplimiento y respeto de las mismas (Marcuello y Saz, 2008), por lo que proveen una atmósfera de cooperación, confianza y sanción social, en la cual la acción económica esta regulada por reglas tanto implícitas como explícitas, recogidas en los valores cooperativos. Por último, en cuanto al capital social cognitivo es fundamental compartir un conjunto de objetivos y valores comunes entre los miembros de una comunidad. De manera que los actores adoptan códigos, valores y prácticas comunes (Tsai y Ghoshal, 1998). Así, las

cooperativas comparten una cultura común que radica en los valores cooperativos, se encuentran arraigadas en una fuerte cultura local y comparten un sistema relativamente homogéneo de valores e ideas. En este sentido, el principio de educación, formación e información, junto con el de interés por la comunidad profundizan en los propios valores cooperativos, en su idiosincrasia y en la identidad compartida que facilita el mutuo entendimiento (Marcuello y Saz, 2008).

Por otro lado, a pesar de que las tendencias en la dirección estratégica de la empresa capitalista convencional se aproxima a los postulados de las cooperativas (Vargas, 1995), en algunos casos las cooperativas se alejan de los mismos y se observan fallos en su cumplimiento (Mozas *et al.*, 2005). Por ello, desde nuestro punto de vista, la adopción de la gestión *stakeholder* coadyuva a profundizar en los valores idiosincrásicos de la Economía Social y a la generación de capital social.

3.3. Capital social y gestión *stakeholder*

La teoría *stakeholder*, como clave en la gestión y dirección de la organización, puede servir de marco para entender el comportamiento interorganizativo (Abzug y Webb, 1999) y permitir dar respuesta a los retos de estas organizaciones. Las cuales tendrán “éxito”, alcanzarán sus objetivos, en la medida que sean capaces de conciliar los intereses y expectativas de sus diferentes grupos de interés. Desde el enfoque sistémico de la gestión *stakeholder*, se entiende que la organización no está en el centro sino que es un agente más dentro del sistema; y que la confianza y el entendimiento mutuo son necesarios para que los miembros de la red actúen de forma conjunta (Svendsen y Laberge, 2005). La red *stakeholder*, entendida como un sistema en continuo cambio, es superior a la suma de sus partes, ya que la organización se encuentra integrada y opera en un sistema de interdependencias externas (Andriof y Waddock, 2002).

En esta línea se encuentra la propuesta realizada por Preston y Donaldson (1999) que, considerando el carácter fundamentalmente normativo de la teoría *stakeholder* –en el sentido

moral y ético (Donaldson y Preston, 1995)– establecen como unidad de análisis la organización y su red de *stakeholders* y apuntan que a través de la relación establecida entre los agentes pueden surtir beneficios para todos aquellos que interactúan en la red. El origen de los beneficios organizativos reside en la “buena voluntad”, generada mediante la interacción de los partícipes en la red, y equiparable al capital social. En esta línea, Svendsen *et al.* (2003) muestran que la organización puede mejorar su ventaja competitiva a través de la gestión *stakeholder* al fomentar relaciones de calidad capaces de generar capital social.

De esta forma, la gestión *stakeholder* en las organizaciones de la Economía Social, incide en los aspectos que hacen posible el desarrollo del capital social en las redes o estructuras sociales, es decir, afecta a las tres condiciones que según (Adler y Kwon, 2002) deben estar presentes en la estructura o red social para que se genere capital social, oportunidad, motivación y habilidad. Por tanto, cabe exponer la siguiente proposición y sub-proposiciones:

PI: La gestión stakeholder en las organizaciones de Economía Social permite disponer de capital social.

PI.a: La gestión stakeholder en las organizaciones de Economía Social permite disponer de capital social estructural.

PI.b: La gestión stakeholder en las organizaciones de Economía Social permite disponer de capital social relacional.

PI.c: La gestión stakeholder en las organizaciones de Economía Social permite disponer de capital social cognitivo.

4. EL CONOCIMIENTO EN LA ECONOMÍA SOCIAL

4.1. Tipos de conocimiento

El conocimiento ha recibido una atención creciente como determinante clave de la ventaja competitiva de las organizaciones. 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). El conocimiento es considerado como un recurso estratégico, ya que es un recurso único, inimitable y valioso (Wernerfelt, 1984; Prahalad y Hamel, 1990; Barney, 1991). Para que la empresa cree valor necesita productividad e innovación y, de acuerdo con Nonaka (1991, 1994), la creación de conocimiento es clave para el proceso de innovación. Por lo que respecta a los tipos de conocimiento, la distinción más extendida es la que realizada por Polanyi (1967) que identifica dos aspectos del conocimiento: tácito y explícito. El conocimiento explícito es aquel que se encuentra codificado y puede ser expresado, se puede compartir y transferir fácilmente, éste tipo de conocimiento tiene la consideración de bien público. Mientras, el conocimiento tácito no está codificado, se conforma por conocimientos técnicos, es difícil de codificar y está constituido por actitudes, conocimientos abstractos y complejos. Por ello, transmisión resulta compleja. De algún modo reflejaría la dificultad de la competencia para identificar, comprender, imitar y reproducir las capacidades de la organización que detenta ese conocimiento tácito.

4.2. Capacidad de absorción del conocimiento y capital social

La mayoría de las empresas no pueden generar internamente todo el conocimiento que requieren, por lo que tienen que buscar fuentes externas, por ello, las relaciones interorganizativas crean oportunidades para la adquisición y explotación de conocimiento externo (Dyer y Singh, 1998; Eisenhardt y Schoonhover, 1996). El constructo capacidad de absorción hace referencia a la habilidad de una empresa para identificar, asimilar 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).

Las relaciones sociales y el capital social, por tanto, son una influencia importante en el desarrollo del capital intelectual (Nahapiet y Ghoshal, 1998), puesto que contribuye al aprendizaje mejorando la eficiencia de la transferencia y la asimilación del conocimiento. El capital social es difícilmente transferible entre los agentes como consecuencia de sus rasgos intangibles y que proporciona las capacidades requeridas para la creación de conocimientos (Nahapiet y Ghoshal, 1998; Tsai y Ghoshal, 1998). El capital social resuelve problemas de coordinación, reduce los costes de transacción, facilita el flujo de información entre y a través de diversos individuos (Lin, 2001); y, además, contribuye de forma significativa a las ventajas de la organización, ya que permite desarrollar el aprendizaje y transmitir el conocimiento en la misma (Adler y Kwon, 2002; Tsai y Ghoshal, 1998).

Por ello, consideramos las tres dimensiones del capital social puesto que contribuyen a la identificación, asimilación, explotación y combinación del conocimiento que permite el crecimiento del capital intelectual (Upadhyayula y Kumar, 2004). En relación a la dimensión estructural del capital social, la densidad de la red, es un rasgo asociado con la flexibilidad y facilidad de intercambio de información a través de su impacto en el nivel de contacto o de accesibilidad que proporciona a los miembros de la red (Nahapiet y Ghoshal, 1998). Algunos autores muestran que la dimensión estructural influye sobre la transmisión de conocimiento (Upadhyayula y Kumar, 2004; Yli-Renko *et al.*, 2001; Tsai y Ghoshal, 1998; Uzzi, 1997).

Respecto a la dimensión relacional, diversos estudios señalan que la confianza facilita la relación social y el intercambio de recursos, incrementa la comunicación y aumenta la cooperación entre individuos (Upadhyayula y Kumar, 2004; Nahapiet y Ghoshal, 1998; Jones y George, 1998; Tsai y Ghoshal, 1998). Por ello, a largo plazo, altos niveles de confianza tienen un efecto directo con el acceso a nuevo conocimiento (Uzzi, 1997; Wathne *et al.*, 1996; Weber y Weber, 2007); pueden incrementar la innovación, el trabajo en equipo y mejorar el funcionamiento organizacional (Bouty, 2000); resulta fundamental en la transferencia de conocimiento tácito (Abrams *et al.*, 2003). Igualmente, la solidaridad y la adhesión a las normas reducen las necesidades de control formal y reducen los costes de transacción (Nahapiet y Ghoshal, 1998). En cuanto a la dimensión cognitiva del capital social, observamos que es más fácil explotar y combinar conocimiento tácito cuando los agentes implicados en dicha transmisión de conocimiento, comparten un contexto cultural y unos valores (Parkhe, 1991). Algunos autores (Tsai y Ghoshal, 1998; Upadhyayula y Kumar, 2004) indican que cuando existe una visión compartida aumenta la probabilidad de que las partes implicadas en la relación compartan e intercambien sus recursos. Mowery *et al.*, (1996) señalan que existe mayor transferencia de conocimiento cuando las culturas de organizaciones son similares. Así mismo, 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).

A partir de estos argumentos planteamos la siguiente proposición general que, a su vez, se plasma en tres subproposiciones:

P2: El capital social de la Economía Social influye positivamente en la capacidad de absorción del conocimiento.

P2-a: El capital social estructural de la Economía Social influye positivamente en la identificación y asimilación del conocimiento.

P2-b: El capital social relacional de la Economía Social influye positivamente en la identificación y asimilación del conocimiento, y en la explotación y combinación del conocimiento.

P2-c: El capital social cognitivo de la Economía Social influye positivamente en la explotación y combinación conocimiento.

4.3. Capacidad de absorción del conocimiento: Efecto en los resultados de las organizaciones de la Economía Social

Diversos estudios muestran que la adquisición de conocimiento mejora la posibilidad de que la empresa obtenga ventajas competitivas y mejoren los resultados empresariales (Grant, 1996; Yli-Renko *et al.*, 2001; Weber y Weber, 2007). Sin embargo el conocimiento adquirido debe ser asimilado, transformado y explotado (Zahra y George, 2002). Esta capacidad de combinación puede ser considerada como la facultad para sintetizar y aplicar el conocimiento existente en la empresa y el adquirido del exterior (Kogut y Zander, 1992). Así, La capacidad de absorción del conocimiento es un constructo multidimensional que se conforma a partir de cuatro dimensiones: adquisición, asimilación, transformación y explotación de conocimiento externo. 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. Esto implica que una alta capacidad de identificación de conocimiento no supone necesariamente un mayor rendimiento corporativo (Zahra y George, 2002). La principal aportación de la capacidad de absorción del conocimiento en la organización es la integración de diversos procesos internos en la creación de ventajas competitivas sostenibles a través de conocimiento adquirido de fuentes externas (Cohen y Levinthal, 1990).

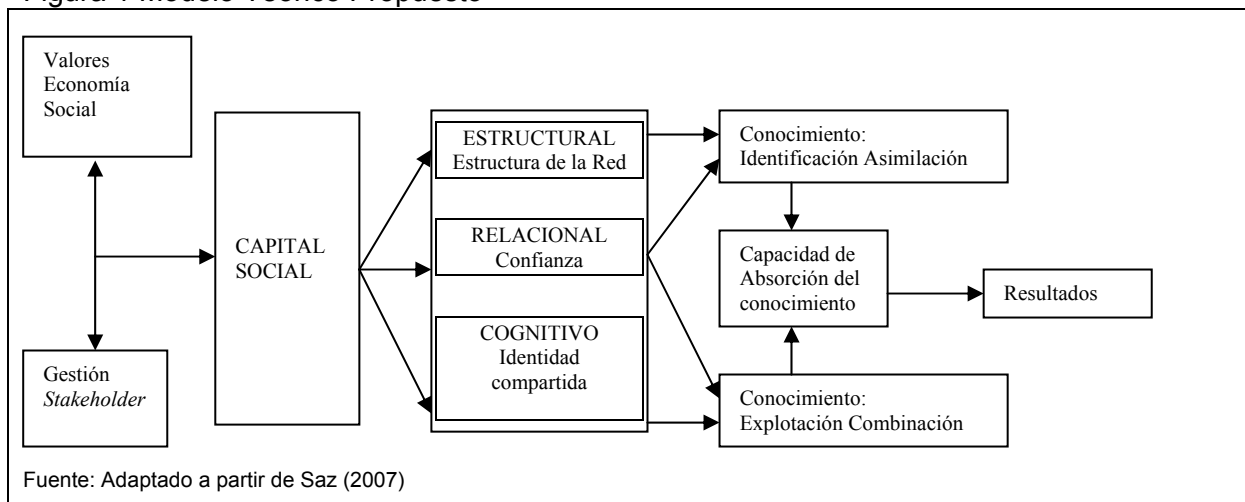
Los argumentos anteriores nos permiten plantear la siguiente proposición:

P3: En la Economía Social, la capacidad de absorción del conocimiento influye positivamente en los resultados de la organización.

5. MODELO PROPUESTO Y CONCLUSIONES

El modelo propuesto se presenta en la Figura 1, en él tratamos de explicar los factores que influyen en la obtención de los resultados en las organizaciones de la Economía Social. El modelo se sustenta en trabajos teóricos y empíricos en torno al estudio de las organizaciones de la Economía Social (Saz, 2007; Marcuello y Saz, 2008; Vargas, 1995; Mozas *et al.*, 2005), de la gestión *stakeholder* (Freeman, 1984; Svendsen *et al.*, 2003; Svendsen y Laverge, 2005), del capital social y la capacidad de absorción del conocimiento (Nahapiet y Ghoshal, 1998; Tsai y Ghoshal, 1998; Yli-Renko *et al.*, 2001, Zahra y George, 2002; Adler y Kwon, 2002).

Figura 1 Modelo Teórico Propuesto



El modelo explicativo planteado contribuye a profundizar en el papel que tienen los valores idiosincrásicos, la gestión *stakeholder* y dos elementos clave, capital social y capacidad de absorción del conocimiento, en la mejora de resultados en las organizaciones de la Economía Social. Así, los argumentos planteados para justificar las relaciones del modelo propuesto nos han llevado a establecer una serie de proposiciones teóricas fundamentadas en diferentes enfoques de la literatura. Así, el modelo propuesto tiene un marcado carácter integrador de diversos enfoques teóricos.

Desde nuestro punto de vista, los valores idiosincrásicos de la Economía Social, en general, y los principios cooperativos, en particular, permiten la generación de capital social. Sin embargo, la profundización en los mismos requiere la adopción de un modelo de gestión que tenga en cuenta a los *stakeholders* relevantes, y que coadyuve a la creación de capital social. Con el trabajo contribuimos a profundizar en el desarrollo de las dimensiones básicas del capital social planteadas en la literatura —estructural, relacional y cognitiva— en el ámbito de una red centrada en los valores, como es la que conforman las organizaciones de la Economía Social. Además, incidimos en la relación de estas dimensiones del capital social como factores que influyen en la capacidad de absorción del conocimiento y sobre el resultado empresarial.

6. BIBLIOGRAFÍA

- ABRAMS, C.L.; CROSS, R.; LESSER, E. y LEVIN, D. (2003): “Nurturing interpersonal trust in knowledge-sharing networks”, *Academy of Management Executive*, 17, 64-78.
- ABZUG, R. y WEBB, N.J. (1999): “Relationship between nonprofit and for-profit organizations: A stakeholder’s perspective”, *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 28, 416-431.
- ADLER, P.S., y KWON, S. (2002): “Social capital: Prospects for a new concept”, *Academy of Management Review*, 27, 17-40.
- ALIANZA COOPERATIVA INTERNACIONAL (ACI) (1995): “Los principios cooperativos del siglo XXI”, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 19, 38-39.
- ANDERSON, A. y JACK, S. (2002): “The articulation of social capital in entrepreneurial networks: A glue or a lubricant?”, *Entrepreneurship and Regional Development*, 14, 193-210.
- ANDRIOF, J. y WADDOCK, S. (2002): “Unfolding Stakeholder Engagement”, en Andriof, J.; Waddock, S.A.; Husted, B.W. y Rachman, S.S. (eds.), *Unfolding Stakeholder Thinking*, Greenleaf Publishing, Sheffield, 1-42.
- BAREA, J. y MONZÓN, J. L. (2006): *Manual para la elaboración de las cuentas satélite de las empresas de la economía social: cooperativas y mutuas*, Comisión Europea, Mimeo.
- BARNEY, J.B. (1991): “Firm Resources and Sustained Competitive Advantage”, *Journal of Management*, 17, 99-120.
- BOLAND, R.J. y TENKASI, R.V. (1995): “Perspective making and perspective taking in communities of knowing”, *Organization Science*, 6, 350-372.

- BOURDIEU, P. (1985): "The forms of capital", en Richardson, J. G. (ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*: 241-258. New York: Greenwood
- BURT, R.S. (1992): *Structural Holes: The Social Structure of Competition*, Harvard University Press, Cambridge.
- BURT, R.S. (2001): "Structural Holes Versus Network Clousure as Social Capital", en Lin, N.; Cook, K. y Burt, R.S. (eds.), *Social Capital: Theory and Research*, Aldine de Gruyter, Hawthorne.
- CAMPION, M.A.; PAPPEr, E.M. y MEDSKER, G.J. (1996): "Relations between work team characteristics and effectiveness: A replication and extension", *Personnel Psychology*, 49, 429-452.
- CHAVES, R. y MONZÓN, J. L. (2006): *La Economía Social en la Unión Europea*, Comité Económico y Social Europeo, Mimeo.
- CLARKSON, M. (1995): "A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance," *Academy of Management Review*, 20, 92-117.
- COHEN, W.S. y LEVINTHAL, D.A. (1990): "Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation", *Administrative Science Quarterly*, 35, 128-152.
- COLEMAN, J. (1988): "Social capital and the creation of human capital", *American Journal of Sociology*, 94,. 95-120.
- COLEMAN, J. (1990): *Foundation of Social Theory*, Harvard University Press, Cambridge.
- CONNOLLY, C. y HYNDMAN, N. (2004): "Performance Reporting: A Comparative Study of British and Irish Charities", *The British Accounting Review*, 36, 127-154.
- DONALDSON, T. y PRESTON, L. (1995): "The stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence, and implications", *Academy of Management Review*, 20, 63-91.
- FREEMAN, R.E. (1984): *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Pitman, Boston.
- GRANOVETTER, M. (1973): "The strength of weak ties", *American Journal of Sociology*, 78,1360-1380.
- GULATI, R.; NORHIA, N. y ZAHEER, A. (2000): "Strategic networks". *Strategic Management Journal*, 21, 203-215.
- JONES, G.R. y GEORGE, J.M. (1998): "The experience and evolution of trust: Implications for cooperation and teamwork", *Academy of Management Review*, 23, 531-546.
- JONES, T.M. (1995): "Instrumental stakeholder theory: a synthesis of ethics and economics", *Academy of Management Review*, 20,. 404-437.
- KING, N.C. (2004): "Social Capital and Nonprofit Leaders", *Nonprofit Management and Leadership*, 14, 471-487.
- KOGUT, B y ZANDER, U. (1993): "Knowledge of the firm and the evolutionary theory of the multinational corporation", *Journal of International Business Studies*, 24, 625-645.

- KOKA, B. y PRESCOTT, J. (2002): "Strategic alliances as social capital: a multidimensional view", *Strategic of Management Journal*, 23, 795-816.
- KRACKHARDT, D. (1992): "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*, Harvard Business School Press, Boston., 216-239
- LAZEGA, E. y PATTISON, P.E. (2001): "Social capital as social mechanisms and collective assets: The example of status auctions among colleagues", en Lin, N.; Cook, K.C. y Burt, R.S. (eds.), *Social capital: Theory and research*, Aldine de Gruyter, New York., 185-208
- LIN, N. (2001): *Social capital: A theory of social structure and action*, Cambridge University Press, New York.
- MARCUELLO C. y SAZ I. (2008): "Los principios cooperativos facilitadores de la innovación: un modelo teórico, *Revista de Estudios Cooperativos, (REVESCO)*, 94, 59-79.
- McFADYEN, M. y CANNELLA, A. (2004): "Social capital and knowledge creation: diminishing returns of the number and strength of exchange relationships, *Academy of Management Journal*, 47, 735-746.
- MONZON, J. L. (2006): "Economía Social y conceptos afines: fronteras borrosas y ambigüedades conceptuales del tercer sector", *CIRIEC-España*, 56, 9-24.
- MONZÓN, J.L. (2004): "El Tercer Sector y la nueva Economía Social", *Economistas*, 102, 70-79.
- MORGAN, G. (1986): *Images of organizations*, Sage, Beverly Hills.
- MOZAS, A.; MOYANO, J.; SENISE, O.; PARRAS, M. y MURGADO, E.M. (2005): "Cultura cooperativa y eficiencia empresarial: Una contrastación en el cooperativismo oleícola", *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*, 85, 41-60.
- MULLEN, B. y COOPER, C. (1994): "The relation between group cohesiveness and performance: An integration", *Psychological Bulletin*, 115, 210-277.
- NAHAPIET, J. y GHOSHAL, S. (1998): "Social capital, intellectual capital, and the organizational Advantage", *Academy of Management Review*, 23, 242-266.
- NONAKA, I. y Takeuchi, H. (1995): *The Knowledge-Creating Company*, Oxford University Press, New York.
- PENROSE, E. (1959): *The Theory of the Growth of the Firm*, Basil Blackwell, Oxford.
- POST, J.; PRESTON, L. y SACHS, S. (2002): *Redefining the Corporation: Stakeholder Management and Organizational Wealth*, Stanford University Press, Stanford.
- PRESTON, L.E. y DONALDSON, T. (1999): "Stakeholder Management and Organizational Wealth", *Academy of Management Review*, 24, 519-625.
- ROWLEY, T.; BEHRENS, D. y KRACKHARDT, D. (2000): "Redundant governance structures: An analysis of structural and relational embeddedness in the Steel and Semiconductor Industries", *Strategic Management Journal*, 21, 369-386.

- SAZ GIL, M.I. (2007): *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
- SVENDSEN, A. y LABERGE, M. (2005): "Convening Stakeholder Networks: A New Way of Thinking, Being and Engaging", *Journal of Corporate Citizenship*, 19, 91-104.
- SVENDSEN, A.; BOUTILIER, R.G. y WHEELER, D. (2003): *Stakeholder Relationships, Social Capital and Business Value Creation*, The Canadian Institute of Chartered Accountants, Toronto.
- TEECE, D; PISANO, G. y SHUEN, A. (1997): "Dynamic capabilities and strategic management", *Strategic Management Journal*, 18, 509-533.
- THIERRY, J. (2000): *La Economía Social Europea o la tentación de la democracia en todas las cosas*, Valencia, Ciriec-España.
- TSAI, W. y GHOSHAL, S. (1998): "Social capital and value creation: the role of intrafirm networks", *Academy of Management Journal*, 41, 464-478.
- UPADHYAYULA, R.S. y KUMAR, R. (2004): "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.
- WASSERMAN, S. y FAUST, K. (1992): *Social Network Analysis: Methods and Applications*, Cambridge University Press, Cambridge.
- YLI-RENKO, H., AUTIO, E. & SAPIENZA, H. (2001): "Social capital, knowledge acquisition and knowledge exploitation in young technology-based firms". *Strategic Management Journal*, 22, 587-613.
- ZAHRA, S. y GEORGE, G. (2002): "Absorptive capacity: a review, reconceptualization, and Extension", *Academy of Management Review*, 27, 185-203.
- ZAHRA, S., IRELAND, R. y HITT, M. (2000): "International expansion by new venture firms: International diversity, mode of market entry, technological learning, and performance", *Academy of Management Journal*, 43,925-950.