



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search
<http://ageconsearch.umn.edu>
aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

**CONTRIBUCIÓN DEL CAPITAL SOCIAL
EN LA MICROEMPRESA RURAL**

Ruth Noemí Ojeda López, Jennifer Mul Encalada,
Leonor Elena López Canto y Olivia Jiménez Diez¹

**THE SOCIAL CAPITAL CONCEPT AND ITS CONTRIBUTION TO
THE SMALL RURAL ENTERPRISE**

ABSTRACT

The present study research identified the level of social capital in a small enterprise and its impact in the company itself. In Latin America, the importance of this concept lies in its relevance because diverse disciplines uses it as a reference setting, today it is used not only as part of political science and sociology, but also as part of the organization theory, economics, human behavior and management. It put emphasis in the relationships among people, among organizations and not in the individuals as isolated subjects. One of its advantages is that the social capital can contribute in the analysis of the small local communities from a social perspective and economical development.

Because of the nature of the data handled in this study a qualitative design was adopted, and it was used the method case study, selecting for that matter the small enterprise Kooel Kab S. de R.L. Mi. The results of the study show that the origin of enterprise was an initiative of the partners who share the same objectives. It was verified the presence of social capital, which has permitted them to access to new information, to improve its commercialization, to obtain more funds, to develop new products and improve its production and sales. Based on these, we can conclude that social capital has contributed mainly to improve aspects such as learning and knowledge generation, innovation and management processes. **Key words:** social capital, small enterprise, social development, network, learning, knowledge generation and innovation.

RESUMEN

El presente trabajo tuvo como objetivo identificar el grado de capital social en una microempresa y el impacto que produce en ella. En América Latina, la importancia de este concepto radica en que es un tema que cobra cada vez mayor relevancia ya que diversas disciplinas lo utilizan como marco de referencia, ya no sólo forma parte de la ciencia política y la sociología, sino de la teoría de las organizaciones, economía, comportamiento humano y administración; pone real énfasis en las relaciones entre las personas, entre las organizaciones y no en los individuos como entes aislados. Una de las ventajas del capital social es que puede contribuir a abrir caminos en el análisis de pequeñas comunidades locales desde una perspectiva social y de desarrollo económico.

Para este estudio se adoptó un diseño cualitativo debido a la naturaleza de los datos que se manejan, se utilizó el método de estudio de caso, seleccionando para ello a la microempresa Kooel Kab S. de R.L. Mi. Los resultados mostraron que el origen del grupo fue por iniciativa de sus socias quienes compartían los mismos objetivos. Se constató la presencia de capital social lo cual les ha permitido mayor acceso a información, mejorar su comercialización, conseguir más apoyos, desarrollar nuevos productos e incrementar su producción y ventas. Todo ello permitió concluir que el capital social ha contribuido a mejorar, principalmente, aspectos como aprendizaje y generación de conocimientos, innovación y procesos empresariales.

¹Profesoras investigadoras de la Universidad Autónoma de Yucatán, olopez@uady.mx, jeni.mul@uady.mx, lcanto@uady.mx y jdiez@uady.mx

Palabras claves: Capital social, microempresa, desarrollo social, redes, aprendizaje, generación de conocimientos e innovación.

INTRODUCCIÓN

En México, según el Banco Mundial (2004), la pobreza es un desafío importante y se encuentra asociada a una gran desigualdad. En la última década, el patrón de cambios en la pobreza ha seguido el ciclo macroeconómico y el ritmo asociado al mercado de trabajo. La crisis de 1994-1995 constituyó un enorme revés. La pobreza extrema se incrementó de 21% de la población en 1994 a 37% en 1996. Entre 1996 y 2002 la pobreza extrema disminuyó en 17 puntos porcentuales a 20%, sólo un punto porcentual por debajo del nivel antes de la crisis de 1994.

Una solución para la reducción de la pobreza es el desarrollo social. Para alcanzar este desarrollo, muchos autores coinciden en la adopción de una nueva perspectiva basada en vínculos sociales, éticos y cívicos que pueden ser la fortaleza para lograr una mejor calidad de vida. El concepto que encierra esta nueva orientación es el capital social. Según la literatura y estudios realizados, dicho capital social, puede generar mayor competitividad para las organizaciones mediante el establecimiento de redes con instituciones comunitarias que a la larga mejoran el desarrollo local. Estas redes incorporan empresas de diferentes tamaños, que cooperan y compiten entre sí. La manera como se organizan estas redes y la competitividad alcanzada por ellas depende de la confianza existente, por un lado entre las empresas y, por otro, al interior de ellas entre el empresario y sus trabajadores. La importancia del capital social en el desarrollo económico y su fuente de origen, forman parte de un debate que explica en gran parte el renacimiento que han tenido las pequeñas empresas.

Debido a esto, es importante analizar el capital social en las organizaciones y los efectos que mejoran su desempeño, ya que éstas son la base de la economía de un país, y en la medida que sean más competitivas inyectarán mayores beneficios económicos y de desarrollo social.

La forma en que se asocia el concepto de capital social como parte del desarrollo de una comunidad, especialmente en América Latina, ha cobrado mucha importancia en los últimos 20 años, tanto que organismos como el Banco Mundial y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) se han preocupado por definir este concepto y han realizado numerosos estudios al respecto, concluyendo que el capital social puede tener implicaciones importantes en el desarrollo de una comunidad.

Para la economía, la sociología y las ciencias política y administrativa, una forma de poder encontrar la fuerza y la esencia en sí de este concepto es a través de la interpretación de organizaciones humanas, tanto aquellas que actúan en red o simplemente aquellas en las que sus miembros persiguen objetivos individuales. La capacidad y forma en que estas organizaciones producen valores adicionales a los que mantienen en su estado inicial y las utilidades o pérdidas individuales que se obtienen al formar parte o no de una red, constituye un desafío de investigación.

La concepción de algunas organizaciones o comunidades es que, por muy elevada que sea su capacidad de producir mayor valor, si las relaciones entre sus miembros no son de colaboración o se rigen por la creciente desconfianza, ese mayor valor no será tal y por el contrario puede generar efectos negativos entre sus miembros.

La apicultura constituye una de las principales actividades pecuarias en la Península de Yucatán; de acuerdo con información del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP) en el 2007 se produjeron 19,023 toneladas de miel lo que representó el 34.29% de la producción nacional. Sin embargo, casi la totalidad de la miel, es producida por la abeja *Apis mellifera* africanizada y no por la especie nativa, la abeja sin agujón *Melipona*². Esto se debe en gran parte a que la cantidad de miel obtenida por colmena es significativamente menor, sin embargo se compensa por un mayor precio. Otro aspecto destacable de la abeja nativa es el poder bactericida de su miel, por lo que ha sido muy utilizada en la medicina tradicional de la Península y actualmente se están realizando esfuerzos para incentivar y rescatar la meliponicultura.

MÉTODO

Para este estudio se adoptó el paradigma fenomenológico. Según Easterby-Smith, Thorpe y Lowe (1991), las creencias básicas en este paradigma son que el mundo es subjetivo y socialmente construido. En esta posición, el sujeto observador es parte de esa realidad que observa y debe enfocarse en significados, tratar de entenderlos y visualizar la totalidad de cada situación. Asimismo, señalan que en este paradigma se suele utilizar múltiples métodos para tener diferentes visiones del fenómeno, muestras pequeñas estudiadas a profundidad y métodos cualitativos.

Debido a que la naturaleza de los datos que se manejaron en esta investigación fue cualitativa se utilizó el método de estudio de caso. Según Yin (1994), los estudios de caso están concebidos para el estudio de fenómenos contemporáneos en su contexto real. Además, se adaptan a situaciones en las que hay más variables de interés que datos y para ello se apoyan en múltiples fuentes de evidencia, pero se requiere que los datos converjan en una especie de triangulación.

Este autor señala que el estudio de caso se prefiere cuando se formulan preguntas del tipo cómo y por qué en relación con eventos contemporáneos. La fortaleza en este método radica en su capacidad para manejar una diversidad de evidencias, entre las que se incluyen documentos, objetos, entrevistas y observaciones (Yin, 1994).

Por su parte, Chetty (1996) afirma que el estudio de caso se hace para verificar la teoría, no para hacer generalización estadística y en general puede decirse que sus fortalezas superan sus debilidades.

En la presente investigación, se planteó la siguiente pregunta:

¿Cuál es el grado de capital social en la microempresa y el impacto que produce en ella? A partir de ella se estableció como objetivo general identificar el grado de capital social en una microempresa rural y su impacto. Como hipótesis de trabajo se planteó que el grado de capital social puede impactar en las microempresas en los siguientes aspectos: aprendizaje y generación de conocimiento; innovación y mejora en los procesos empresariales. Para el desarrollo de la investigación se estudió el caso de la organización Kooel Kab que se ubica en la comunidad de Ich-Ek en Hopelchén, Campeche. Se trata de un grupo de seis mujeres que se dedican a la producción y comercialización de miel y subproductos.

²Según Torres y Roldán (2003), abeja de la orden de los himenópteros, familia de los ápidos, subfamilia de las meliponas, que comprenden los géneros *melipona* y *trigona*. La especie domesticada por los mayas fue la *melipona* de *Beecheii*, que llaman *xuna'an kab* (*xuna'an*=reina o princesa; *kab*=abeja o miel).

Las abejas meliponas difieren de las abejas europeas (*Apis mellifera*) ya que son más pequeñas y no pican porque carecen de agujón. Fabrican una miel muy líquida y ligera, relativamente ácida. Subsisten todavía en algunas regiones de México, al norte del estado de Puebla y en la Península de Yucatán.

La selección de esta organización se debió a que se trata de una de las empresas que ha sido reconocida en su comunidad y estado por su labor en el rescate y conservación de la abeja melipona, una variedad de abeja americana sin aguijón, que era la única que habitaba en la Península de Yucatán antes de la llegada de los españoles y que actualmente se encuentra en peligro de extinción debido a las quemadas sin control, sequías, disminución de montes altos y abuso de productos químicos. Por esta labor y por el desarrollo empresarial que ha alcanzado, recibió del Fondo Nacional de Apoyo a las Empresas de Solidaridad (Fonaes), en 2003, el "Reconocimiento al Mérito Empresarial" y en 2007 logró el reconocimiento de "Empresa Social Exitosa" que fue entregado de manos del Presidente de la República Mexicana.

Para conocer el grado de capital social presente en Koolel Kab, este estudio se basó en la definición ofrecida por el Banco Mundial sobre dicho concepto y se utilizaron medidas cualitativas contenidas en el instrumento adaptado por este mismo organismo, específicamente para las organizaciones, llamado *Social Capital Assessment Tool* (SCAT). Este cuestionario evalúa el origen y desarrollo de las organizaciones, la calidad de sus miembros, la capacidad institucional y los vínculos institucionales.

Adicionalmente, se diseñó un instrumento basado en la propuesta de Rodríguez y Román (2005) para conocer el impacto del capital social en la microempresa. Este instrumento busca conocer cómo influye el grado de capital social en los resultados obtenidos por la organización en cuanto a aprendizaje y generación de conocimientos, innovación y mejora de procesos empresariales.

Como se mencionó anteriormente, la información recopilada, dada su naturaleza, se recabó mediante técnicas de recolección cualitativas. La investigación se funda principalmente en las siguientes fuentes primarias: entrevistas a profundidad a las socias; entrevistas semiestructuradas a no miembros del grupo; observación directa; documentos oficiales estatales y nacionales y actas y documentos del grupo estudiado. También se consultaron fuentes secundarias como libros, publicaciones en revistas, ponencias, conferencias y reportes de investigación.

DESARROLLO

Debido a la variedad y aplicación del capital social, no hay un consenso sobre su significado teórico ya que existen tantas definiciones como autores en el tema. Entre los más importantes se puede mencionar a Albert Hirschman, James Coleman, Robert Putnam y Pierre Bourdieu, quien se considera el pionero en los estudios de capital social. Para Bourdieu y Richard (1985, p.248), el capital social puede ser considerado como "el agregado de recursos actuales y potenciales que están vinculados a la posesión o acceso a una red permanente de relaciones más o menos institucionalizadas de mutua aceptación y reconocimiento, o, en otras palabras, que están establecidas en función de la membresía en un grupo". Bourdieu resalta dos elementos importantes de este concepto: 1) la relación social y 2) las ventajas (cantidad y calidad de los recursos) que aumenta por esa relación.

Coleman (1988) propone algo parecido al concepto de Bourdieu ya que define el capital social como la capacidad de las personas para trabajar en grupos, con base en un conjunto de normas y valores compartidos. Considera que los valores del capital social se presentan en el plano individual, fortaleciendo la capacidad personal para relacionarse mediante redes de contactos sociales que se fundamentan en expectativas de reciprocidad y comportamiento confiable que, en conjunto, mejoran la eficiencia individual.

Alarcón y Bosch (2003), señalan que para Coleman el capital social es creado por individuos racionales que construyen dicho capital para maximizar sus oportunidades individuales, por lo tanto, ve el capital social como una forma de contrato hecho entre individuos sometidos por los factores económicos.

Por otra parte, el capital social para Putnam: 1) se crea en las redes o contactos que se forman entre las personas o entre los grupos de personas y sin las cuales las sociedades no podrían organizarse ni funcionar; 2) surge gracias a cuatro elementos importantes: compromiso cívico, reciprocidad, confianza y asociatividad; y 3) produce beneficios tanto para quien forma parte de la red, como para los individuos o grupos que sin estar en la red guardan cierta relación con la misma (López, Martín y Romero, 2007).

Otro autor que ha profundizado en el estudio de capital social es John Durston (2002, p.15) para quien el capital social es “el contenido de ciertas relaciones y estructuras sociales, es decir, las actitudes de confianza que se dan en combinación con conductas de reciprocidad y cooperación”. Ello constituye un capital en el sentido de que proporciona mayores beneficios a quienes establecen este tipo particular de relaciones y que puede ser acumulado.

Un concepto parecido al de Durston, es el que proponen Oleaga y Ugalde (2005), ya que ellos afirman que el capital social se refiere al ejercicio de la confianza, reciprocidad e intercambio de relaciones entre empresas y organizaciones. Por ello, donde las redes horizontales son fuertes y abundantes, la cooperación para el mutuo beneficio suele ser mayor. El sentimiento de pertenencia a un grupo, lugar o causa común también favorece al capital social.

Por otra parte, el concepto de capital social también ha sido definido y analizado por diversos organismos internacionales. El Banco Mundial (2006) creó una iniciativa específica en torno al capital social con la pretensión de responder, en forma sistemática, las mismas preguntas que guiaron a todos los que se ocuparon del tema en los últimos años. Este organismo define el capital social como las instituciones, relaciones y normas que conforman la calidad y cantidad de las interacciones sociales de una sociedad. Insiste en la limitación del capital social generado en relaciones horizontales; sin tomar relaciones que trasciendan varias divisiones sociales, las relaciones horizontales pueden convertirse en una base para la búsqueda de intereses restringidos y corporativos que impidan a los ajenos el acceso a la información y a recursos materiales.

El Banco Mundial entiende por capital social el ambiente social y político que conforma la estructura social y permite el desarrollo de normas; su interés obedece a la creencia de que el capital social tiene implicaciones importantes tanto para la teoría como para la política de desarrollo de los países. Esta institución sitúa el capital social en la base de la mayor parte de sus políticas de desarrollo orientadas a países pobres.

Es importante señalar que, para esta investigación, se adoptó el concepto de capital social propuesto por el Banco Mundial que considera que éste puede ser cognitivo y estructural. El primero lo define como elementos subjetivos e intangibles que se reflejan en actitudes y normas, valores, reciprocidad y confianza. El capital social estructural se refiere a objetivos y estructuras observables externamente, así como las redes, asociaciones y reglas y procedimientos. Considera que ambos tipos de capital se complementan pero cualquiera de los dos puede existir sin el otro.

A pesar de que la mayoría de los autores han estudiado y caracterizado el capital social a nivel nacional, regional y comunitario, en la sociedad moderna basada en las organizaciones, el análisis del capital social en éstas resulta de gran importancia.

Autores como Ayerbe, Ayerbe, Barandiaran, Lazkano, Mujika, y Plazaola (2005), consideran que el capital social es importante para la generación de conocimiento en las organizaciones. El valor añadido reside en el conocimiento y en la capacitación para hacerlo útil y este conocimiento es un factor clave para el desarrollo comunitario y la competitividad. Para ellos, la generación de capital social está vinculada a la cohesión grupal a través de la incorporación de normas compartidas, la creación de confianza entre los miembros de un grupo, la cooperación coordinada en tareas que excedan las capacidades de una red, la resolución de conflictos por procesos de liderazgo, la movilización y gestión de recursos organizacionales, la legitimación del liderazgo transformacional y la generación de ámbitos y estructuras de trabajo en equipo.

Cornejo (2005) opina que la incorporación del capital social en el análisis de organizaciones empresariales, como los *clusters*, los consorcios o las redes empresariales, aporta elementos importantes para mejorar sus niveles de productividad y competitividad. La contribución del capital social a la actividad productiva se explica por su estrecha relación con la confianza.

En las empresas, el capital social puede ayudar a superar barreras derivadas del tamaño de las mismas. Asimismo, contribuye en la generación de conocimiento a través del intercambio e innovación, reduce sus costos de transacción y mejora su productividad. Se puede decir que tiene consecuencias positivas y que es un factor clave en la organización. Estudios como los de John Durston, Johnson, Suárez y Lundy permiten confirmarlo.

Uno de los principales problemas a los que se han enfrentado los estudiosos del tema es cómo medir el nivel de capital social. Actualmente, existen investigaciones enfocadas a ello, de hecho el Banco Mundial ha creado instrumentos para medirlo no sólo en la comunidad y los hogares sino en las organizaciones. También existen autores como Rodríguez y Román (2005) que a través de su investigación han diseñado un sistema de indicadores para poder medir el capital social del sistema empresarial, los mecanismos por donde se conduce al aprendizaje y generación de conocimiento, innovación y la mejora de resultados empresariales.

Koolel Kab Sociedad de Responsabilidad Limitada Microindustrial (S de RL de Mi) está conformada por seis mujeres y tiene por objeto la producción, distribución y comercialización de miel de abeja melipona y subproductos. Se ubica en la localidad de Ich Ek en el municipio de Hopelchén, Campeche. A pesar de que se constituyó el 01 de agosto de 2000, este grupo tuvo sus orígenes en junio de 1995 con el propósito de conservar y rescatar a las abejas meliponas.

En sus inicios, una asociación civil las apoyó con capacitación, les impartía talleres sobre aspectos de género, resolución de conflictos, funciones de los representantes, derechos de la mujer, entre otros. También las apoyaba con la difusión de su proyecto. Gracias a ello, una fundación francesa “Socorro Popular Francés”, enfocada a grupos productores en los estados de México y Guerrero, les otorgó un apoyo económico con el que adquirieron sus primeros ocho jobones³.

Después de cuatro años de haber iniciado sus operaciones, comienzan el desarrollo de un nuevo producto, el jabón, que en 2002 lograrían comercializar junto con una crema para la piel y gotas para los ojos.

³Troncos de árboles huecos cubiertos de lodo en las dos extremidades donde se coloca a una colonia de abejas meliponas (Torres y Roldán, 2003).

En 2003 reciben por parte de Fonaes el Reconocimiento al Mérito Empresarial. Éste es un reconocimiento a empresas sociales que han dejado de ser una idea y una intención siendo protagonistas de la creación del tejido social que permite que las regiones y comunidades crezcan y se desarrollen. Es decir, empresas que se han consolidado y han dado a conocer sus productos en nuevos mercados, y que han logrado contactos importantes con clientes en otros estados además del suyo, han recibido capacitación y mejorado la calidad de sus productos (Fonaes, 2008).

En 2004 solicitan un crédito a este fondo para invertir en insumos, difusión y publicidad del producto como etiquetas, folletos, carteles, etcétera. También solicitan apoyo a la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat), para su proyecto denominado “Conservación y promoción de la vida de Xuna'an Kab”. Esto para aumentar colmenas y hacer un meliponario.

En septiembre de 2007, reciben otro reconocimiento de Fonaes como “Empresa exitosa 2007”. Este reconocimiento se otorga a las organizaciones que cumplen con las siguientes características: están generando rentabilidad económica, social y de género; reciben mayores utilidades; casi no tienen deudas por pagar; poseen compradores fijos y sus productos son conocidos y preferidos de manera progresiva; dejaron de ser de autosubsistencia; han capacitado y formado a otros grupos; sirven como referente para otras mujeres; han podido valorarse como mujeres y en sus capacidades; se relacionan en la esfera pública con mayores niveles democráticos y equitativos con los hombres; han alcanzado autonomía; poder de decisión y cargos de responsabilidad (Fonaes, 2008).

Para hacer una descripción del capital social en Kooel Kab, a continuación se presentarán las dimensiones consideradas por el Banco Mundial para medir este concepto como el origen y desarrollo, membresía, capacidad institucional y lazos institucionales.

En relación con el origen y desarrollo de la organización, el grupo a lo largo del tiempo ha cambiado. En sus inicios se trataba de un grupo informal representado por una promotora, ahora es una sociedad constituida legalmente que tiene una directiva que se encarga de la administración y representación legal.

El órgano supremo es la Asamblea General y cada directiva se elige por votación. Para elegir a la siguiente, las socias se basan en las habilidades para gestionar, organizar, que sean de confianza, responsables, que sepan relacionarse y que sepan leer y escribir. Sin embargo, como no todas saben leer o escribir correctamente, no lo consideran como uno de los requisitos indispensables por lo que están dispuestas a colaborar con la directiva en cualquier situación que se presente y cuando se requiera su apoyo. Aunque existe una estructura jerárquica en la organización, todas las socias trabajan en conjunto.

Por otra parte, esta organización también ha ampliado su propósito de mejorar económicamente, y conservar y rescatar las abejas Xuna'an kab, ahora considera la promoción y difusión de este tipo de abejas.

Las seis socias que actualmente conforman la sociedad estuvieron desde el origen del grupo. Inicialmente eran diez, pero sólo ellas seis han permanecido. Las demás abandonaron el grupo por distintas razones; la mayoría de ellas sufría la presión del esposo o los hijos y otras, como no veían ganancias, decidieron salirse.

El principal motivo para unirse al grupo fue la necesidad de tener mayores ingresos familiares, sin embargo, la idea de trabajar en un negocio propio y enfocado al rescate de las abejas también les motivaba mucho. Entre los principales beneficios que han obtenido por trabajar en su negocio han sido: ayuda económica, aprendizaje a través de la capacitación, conocer otros lugares y personas y expresar más fácilmente sus opiniones ante los demás.

Con respecto a las personas que desean ingresar a la sociedad, el reglamento de la misma tiene estipulado que su aceptación tiene que ser por unanimidad de votos de las socias y pagando su cuota de ingreso, después de practicar un avalúo de los bienes que actualmente tiene la organización para determinar la parte proporcional que pagaría. Otra de las cosas que se establece en el reglamento es el aspecto de la sucesión.

Trabajar en el grupo ha ayudado a las socias a desarrollar habilidades y han aprendido que como mujeres tienen derechos. También han conocido cómo es la vida fuera de la comunidad. Ellas consideran que para hacer más efectiva la organización es necesaria mayor difusión y promoción en otros estados, les gustaría comercializar sus productos en el área del Caribe mexicano y necesitan capacitación para desarrollar nuevos productos.

Con respecto a la capacidad institucional, la presidenta comenta que la duración de tres años para cada comité directivo, es suficiente y además existe la posibilidad de reelección. La directiva trabaja en conjunto, no se deja la totalidad de la carga a la presidenta, tesorera o secretaria, todas participan. Asegura que entienden que no todas tienen las mismas habilidades pero cada una da lo mejor de sí. Además, cada directiva saliente transmite las experiencias y conocimientos aprendidos para que la nueva directiva se haga cargo de los asuntos.

Las socias son muy similares en cuanto a condición socioeconómica y nivel educativo, aunque reconocen que cada una tiene habilidades diferentes y necesarias para el desempeño de la organización. Hay quienes sobresalen por su creatividad e ideas y otras por su capacidad de gestión.

La disponibilidad de la directiva es buena y hasta ahora la mayoría de las socias ha cumplido con sus asistencias a las juntas de asamblea, que se realizan de manera mensual.

Es importante señalar que antes de cualquier toma de decisión se proporciona toda la información necesaria sobre el asunto en particular. Las socias coinciden en que sienten que están bien informadas de todos los asuntos y existe mucha confianza y honestidad.

La presidenta comenta que existe un reglamento que se cumple casi al 100%, sin embargo con respecto a los procedimientos de producción, no se tienen todos formalmente establecidos. Por ser las mismas socias que han estado desde el inicio del grupo, los conocimientos se han transmitido de manera verbal y todas conocen los procesos de elaboración.

En cuanto a los procedimientos administrativos tampoco se tienen por escrito, aunque en el reglamento se tienen algunos puntos sobre la administración, no existe un apartado específico; saben administrar por la experiencia y habilidades que han adquirido. Sin embargo, debido al crecimiento de las operaciones del negocio ya necesitan de más controles y se han visto en la necesidad de elaborar reportes nuevos, por lo que están pensando en pedir asesoría en este aspecto.

Para la contabilidad, elaboración de reportes financieros para bancos, donantes, gobierno e impuestos, tienen un contador externo. En ocasiones también han tenido que recurrir a la ayuda de asesores en la parte de comercialización.

Finalmente tanto la presidenta como las socias aseguran que el aprendizaje que han tenido durante más de 10 años en el negocio, se refleja en las habilidades y capacidades que cada una de ellas ha adquirido. Consideran que la capacitación constante a la que se sujetan les ha permitido mejorar su visión empresarial y han tratado de aplicar estos aprendizajes en sus actividades.

Hoy en día, Kooel Kab mantiene buena relación con diversos grupos de productores, no sólo de su comunidad sino de otros estados de la República que han conocido en ferias o eventos que se llevan a cabo a nivel nacional.

Las socias buscan relacionarse con otros grupos por el intercambio de información y experiencias con respecto a la comercialización de sus productos y consecución de apoyos o créditos por parte de diversas dependencias. Gracias a este intercambio han podido obtener información sobre puntos de venta, proveedores, ferias, eventos, dependencias que otorgan apoyos, asesores de mercadotecnia e incluso han surgido ideas de algún producto que han desarrollado y de nuevos productos que podrían elaborar.

Actualmente se está intentando colaborar con otras organizaciones para formar una red de grupos rurales que llevaría por nombre Red de Mujeres Emprendedoras de la Península, y que tendría como fin impulsar la comercialización de productos. Son siete los grupos del estado de Yucatán que participan y cinco de Campeche, pertenecientes estos últimos específicamente a la región conocida como Los Chenes.

Con respecto a su relación con el gobierno, la presidenta y las socias señalan que han recibido más ayuda federal, que estatal y municipal. Para obtener la información acerca de los programas y actividades del gobierno, las socias han tenido que investigar directamente en cada dependencia de los apoyos que ofrecen, en otras ocasiones son otros grupos quienes les informan sobre los mismos y cómo acceder a ellos. El papel de la actual presidenta es importante ya que se caracteriza por su habilidad para la gestión. Las socias comentan que ella sabe utilizar la computadora y buscar en Internet información relacionada con la obtención de apoyos.

Actualmente, reciben invitaciones de dependencias como la Secretaría de Desarrollo Social (Sedesol) y Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (Sagarpa) para participar en ferias o exhibiciones, o bien para participar en concursos.

La contribución del capital social se constató en los siguientes aspectos:

a) Aprendizaje y generación de conocimientos

La presidenta y las socias comentan que el acceso a información y conocimientos fuera de la empresa les ha ayudado a que surjan ideas de nuevos productos, tener más clientes, mercado y apoyos. Por otra parte, a través de ese intercambio de experiencia, ellas como grupo motivan a otros que están iniciando y los ayudan para que se consoliden.

En sus inicios el grupo invertía los recursos que recibía en la compra de jobones, insumos y comercialización de la miel. En la medida en que se fueron consolidando, la capacitación obtenida y la experiencia de otros grupos influyeron para que tomaran la decisión de elaborar nuevos productos, tal como ellas deseaban.

Gran parte de los recursos que recibían los destinaban al desarrollo de los nuevos productos. Es importante mencionar que no sólo invertían los apoyos que recibían sino que, cuando era necesario, utilizaban parte de las ganancias obtenidas pues no les era suficiente el recurso otorgado.

b) Innovación

En sus inicios, Kooel Kab únicamente se dedicaba a la producción y comercialización de miel. Después de algunos años, al incorporar la producción y elaboración de nuevos productos tuvieron que adquirir los insumos y utensilios necesarios. Actualmente comercializan, además de la miel, jabones -hechos a base de avena, leche y miel- cremas elaboradas con la cera y gotas para ojos elaboradas con miel.

Para poder producirlos las socias tuvieron que aprender nuevos procesos. Además, con la ayuda de los utensilios que han adquirido, la elaboración es más sencilla y rápida. De hecho, en la sección de productos del reglamento, se establecen cuestiones como peso de los mismos y forma de empaquetado. El proceso de elaboración ha variado, ahora se utilizan diferentes recipientes y cantidades exactas de ingredientes. Lo anterior, les ha permitido ofrecer productos de mejor calidad.

Ahora cuentan con una imagen comercial “Belleza Ámbar” y manejan folletos, tarjetas, carteles. Según comenta la presidenta, se encuentran en trámites para registrar su marca comercial “Ah Mucen Kab”⁴ y la imagen corporativa.

Con respecto a la comercialización, en sus inicios el grupo vendía sólo en la comunidad, después en Campeche y en otros municipios. Posteriormente empezaron a vender en exposiciones, eventos y ferias en diferentes partes de la República. Mantienen contacto con una persona en el Distrito Federal quien les ayuda con la venta de sus productos. También dejan mercancía en consignación en algunas dependencias que organizan eventos fuera de su estado. En su comunidad las ventas las realizan directamente en su local (ventas de mostrador) o en casa de las socias, y son de contado, no manejan un sistema de crédito.

c) Mejora de resultados empresariales

De sus contactos con otros grupos locales han surgido ideas, han obtenido información valiosa del mercado, apoyos y puntos de venta. De sus contactos fuera del estado han adquirido parte de la visión empresarial que ahora tienen, ya que esos grupos las han motivado para ser mejores administradoras a través del reconocimiento de su labor. También han establecido contactos para poder comercializar sus productos. Por otra parte, la colaboración y apoyo que han recibido de distintas dependencias del gobierno les han sido de mucha utilidad.

Aunado a lo anterior, la confianza que existe en el grupo y las ganas de seguir mejorando han sido parte importante en su crecimiento. Los beneficios se reflejan en el incremento de sus ventas.

⁴Nombre del dios de la miel en lengua maya.

CONCLUSIONES

Se puede decir que existen factores en el origen y desarrollo de la organización, en su membresía, capacidad y lazos institucionales que han favorecido y determinado la existencia de capital social en Kooel Kab.

Los resultados obtenidos verifican la hipótesis de trabajo planteada en cuanto a que el capital social en una microempresa permite una mayor generación y transferencia de conocimientos, mejores resultados en cuanto a innovación y mejoramiento en los resultados empresariales.

En cuanto al aprendizaje y generación de conocimiento el capital social les ha permitido el acceso a una información más fiable, completa y a menor costo, atenuando de cierta forma la incertidumbre. La organización emplea su capital social para acceder a información relevante; su primera fuente la constituye el uso de su red de contactos y en segunda los medios de comunicación y relación con dependencias de gobierno.

Entre los principales motivos que impulsan al grupo a colaborar y relacionarse con otras organizaciones, además del simple acceso a información, está el obtener información estratégica sobre comercialización, consecución de apoyos y experiencias administrativas. Esta información beneficia a la organización en cuanto a que mejora su accesibilidad a recursos físicos, capital financiero, contratación de servicios, adquisición de equipos, incorporación de tecnologías y también mejora su presencia como empresa en el mercado y ayuda en el establecimiento de contactos con proveedores, clientes o consultores de mercado. También han tenido mayor accesibilidad a capacitación, asesorías y conocimiento acerca del manejo de las abejas meliponas y reconocen que las habilidades que han desarrollado les han sido útiles no sólo en el trabajo sino en su vida diaria.

Por otra parte, el capital social ha permitido a Kooel Kab aumentar su capacidad de innovación. El grupo considera que entre las principales innovaciones que ha conseguido están la de productos, procesos, introducción en nuevos mercados e incorporación de nuevas tecnologías. El estar en contacto con otras organizaciones, los conocimientos adquiridos, participación de las socias y compromiso de la directiva, así como la experiencia adquirida son mecanismos de capital social que les han permitido desarrollar nuevos productos.

Han introducido cambios en las formas de comercialización ya que, de sólo realizar ventas de mostrador, han logrado dejar sus productos en consignación a otras organizaciones o dependencias de gobierno para captar más clientes y aumentar su mercado, sobre todo para sus nuevos productos.

Han desarrollado una imagen corporativa con la que buscan resaltar la elaboración de productos a base de ingredientes naturales y con beneficios medicinales. Ahora, gestionan el registro de su marca "Ah Mucen Kab".

Es preciso mencionar la innovación en cuanto a procesos administrativos ya que a pesar de que falta la formalización de los mismos, los controles se han ido incrementando. En cuanto a la mejora de resultados empresariales, el capital social en la organización ha favorecido el acceso a mayores recursos económicos que se han invertido en su totalidad en el grupo y que han sido parte importante en el crecimiento de la empresa.

Las cuestiones internas del grupo como mejores controles, confianza y honestidad en el manejo de información y el hecho de que la empresa promueva conscientemente el establecimiento de nuevos contactos, son factores que han favorecido el aumento en la participación de mercado. Originalmente sólo vendían en su comunidad; sin embargo, sus múltiples asistencias a eventos y ferias a nivel nacional han favorecido la consecución de más clientes. Por ello, uno de los resultados más significativos del capital social es precisamente este incremento en la venta de sus productos.

Este aumento en sus ingresos totales y el conocimiento de los costos en los que incurren, les ha ayudado a mejorar sus beneficios brutos, lo que les ha hecho convertirse en una empresa sólida y con liquidez, capaz de pagar sus créditos, invertir sus utilidades y adquirir bienes para la organización. Este tipo de capacidades le ha valido ser reconocida a nivel nacional por Fonaes, como una empresa social exitosa debido a que está generando a las socias rentabilidad económica, social y de género.

El caso estudiado representa un modelo de éxito que se utilizará para aprovechar la experiencia y transferirla a otros grupos de producción rural ya que el capital social puede considerarse un activo que proporciona beneficios y rentabilidad a las microempresas y de esta forma fomenta el desarrollo. Además se espera continuar con este tipo de estudios orientados a demostrar las bondades de dicho capital como un medio para reducir la pobreza en comunidades rurales.

REFERENCIAS

Alarcón, H. A. y Bosch, C.J. (2003). Capital social en Chile: avances sobre su formación y aplicación. *Estudios sociales*, 112 (2),1-28 . Santiago de Chile.

Ayerbe, E. M., Ayerbe, M. O., Barandiaran I. X., Lazkano A. A., Mujika A. A., y Plazaola A. A. (2005). El capital social de las organizaciones y su entorno: conceptualización teórica, medición e intervención en la generación del capital social. *Ekonomiaz Revista Vasca de Economía*, 59 (2), 14-45. Vizcaya, España.

Banco Mundial (2004). La pobreza en México: una valuación de las condiciones y la estrategia del gobierno. Consultado en <http://web.worldbank.org/>.

Banco Mundial (2006). Consultado en <http://web.worldbank.org/>.

Bourdieu, P. y J. G. Richard, (ed.). (1985). The forms of capital. En handbook of theory and research for the sociology of education. New York: Greenwood Press.

Chetty, S. (1996). The case study method for research in small-and medium-sized firms. *International Small Business Journal*, 15(1), 73-85.

Coleman, J. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 99, (Supplement).

Cornejo, M. C. (2005). Capital social, competitividad y pymes. *Ekonomiaz Revista Vasca de Economía*, 59 (2), 92-117. Vizcaya, España.

Durston, J. (2002). El capital social campesino en la gestión del desarrollo rural: diádas, equipos, puentes y escaleras. Santiago de Chile; Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Easterby-Smith, M., Torpe, R., y Lowe, A. (1991). *Management Research, An Introduction*. Londres: Sage.

Fondo Nacional de Apoyo a las Empresas de Solidaridad (2008) en www.fonaes.gob.mx.

López, F. M., Martín A. F. y Romero F. P. (2007). Una revisión del concepto y evolución del capital social en Ayala Calvo Juan C. *Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro*. Logroño, España. Universidad de La Rioja.

Oleaga, P.M. y Ugalde S.I. (2005). Capital social y pymes internacionalizadas de Bizkaia. *Economiaz Revista Vasca de Economía*, 59 (2), 330-351. Vizcaya, España.

Rodríguez, M. P. y Román D. C (2005). El capital social como factor de competitividad y desarrollo empresarial. *Economiaz Revista Vasca de Economía*, 59 (2), 214-231. Vizcaya, España.

Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP). Consultado en www.siap.gob.mx.

Torres M. y Roldán A. (2003). *Las abejas y los hombres*. México: Miel maya.

Yin, R. K. (1994). *Case Study Research, Design and Methods (Applied Social Research Methods, 2nd)*. Estados Unidos: Sage.

***(Artículo recibido en julio del 2009 y aceptado para su publicación en abril de 2010).**