



Universitat
de les Illes Balears

TESI DOCTORAL

2016

**Programa de Doctorat de Tecnologia
Educativa**

**LA PARTICIPACIÓ DIGITAL EN
L'ÀMBIT COOPERATIU**

Alicia Inés Zanfrillo

Director: Dr. Jesús Salinas Ibáñez

Doctora per la Universitat de les Illes Balears



Universitat
de les Illes Balears

TESIS DOCTORAL

2016

**Programa de Doctorado en Tecnología
Educativa**

**LA PARTICIPACIÓN DIGITAL EN EL
ÁMBITO COOPERATIVO**

Alicia Inés Zanfrillo

Director: Dr. Jesús Salinas Ibáñez

Doctora por la Universitat de les Illes Balears



Universitat
de les Illes Balears

DOCTORAL THESIS

2016

**Doctoral Programme of Tecnologia
Educativa**

**THE DIGITAL PARTICIPATION IN
THE COOPERATIVE FIELD**

Alicia Inés Zanfrillo

Supervisor: Dr. Jesús Salinas Ibáñez

Doctor by the Universitat de les Illes Balears

Dedicatoria

A mi madre.

In memoriam.

Agradecimientos

Si tuviera que indicar el momento en que comencé a pensar en las palabras que iba a escribir aquí, sería a partir de la recepción de algunos correos electrónicos. De aquellos que se ofrecían, generosamente, a colaborar con el trabajo como los que me enviaban direcciones de cooperativas para que pudiera contactar a un número mayor de ellas. O los que se ofrecían para contrastar los datos recopilados. O investigadores del otro lado del Atlántico confirmando sus estudios. O los que indicaban quiénes podían ser especialistas en la revisión. O los que facilitaron su autorización para mostrar las imágenes de su *webiste* en este trabajo. Si tuviera que expresar cuál fue mi sentimiento a lo largo de la obra podría decir que sentí el valor de la *solidaridad* como una red, extendida a mi alrededor, formada por lazos de diferentes personas, para que pudiera desarrollar la investigación.

El sentimiento que me unía al movimiento cooperativo al inicio de la investigación, se ha transformado en un fuerte vínculo que ha permeado la obra, el hecho de haberme iniciado laboralmente en una cooperativa y más tarde, desempeñarme como docente de una universidad nacional argentina de gestión pública, han determinado la elección del tema. Otra circunstancia que ha direccionado mi elección es, en mi opinión, la necesidad de dotar a la gestión del conocimiento de instrumentos que faciliten los procesos de debate y reflexión, en complemento con las mediciones cuantitativas, que se enfoquen en la práctica cotidiana, en las ‘formas de hacer’ de los usuarios.

Para el ámbito que me abrió las puertas, que me dio la bienvenida, solo tengo palabras de reconocimiento. Espero haber destacado los valores cooperativos y el espíritu democrático con el mismo empeño y vocación que percibí en cada encuentro del movimiento cooperativo. A los referentes del sector, quiénes generosamente, dispusieron tiempo y espacio, en pos del desarrollo del trabajo. A los que amablemente acordaron actuar como revisores, por sus comentarios, en el claro interés de realizar un aporte que fuera contributivo para la investigación. A los amigos del Posgrado en Economía Social de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la UNMdP, por las tertulias y el acompañamiento, en particular a Marta, por escuchar con estoicismo mis marchas y contramarchas. A Patricia del Centro de Documentación, que compartió en las mañanas los

comentarios sobre autores franceses y canadienses y por su orientación con los materiales de referencia. A mi director, Jesús, por su apoyo en la postulación a la estancia de investigación en la Universitat de les Illes Balears y su valioso aporte a mi formación académica.

A esos amigos que han estado siempre, que han sabido escuchar y acompañar. En particular, gracias Juan. Mi reconocimiento especial a los directivos del Grupo de Investigación Tercer Sector de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la UNMdP, a María Antonia y Raúl, sin los cuales no habría sido posible que siguiera día a día con la tarea propuesta. A mis hijos, porque fueron el pilar que me sostuvo todo este tiempo, con su fe en la conclusión de la tarea y presencia permanente.

Resumen

La investigación tiene como principal objetivo analizar las prácticas cooperativas en el ámbito digital, como mecanismos de participación para los asociados de estas entidades, a partir del reconocimiento del desaprovechamiento del potencial de internet por este colectivo. Esta relación deficitaria se observa en particular en la búsqueda de un enfoque que permita abordar el estudio fáctico de las prácticas que distinguen al sector, mediadas por las tecnologías. Prevalentes los enfoques económicos y de interacción social, éste último utilizado generalmente por las entidades del Tercer Sector, éstos resultan insuficientes para contemplar la configuración de nuevos usos de la tecnología, donde la participación resulta el elemento clave para identificar las nuevas prácticas que dan operatividad a los principios cooperativos.

Se adopta una investigación interpretativa, con estrategias cualitativas que indagan sobre la percepción de los referentes del ámbito cooperativo y la comprensión de la dinámica de las actividades y comunicaciones con que se desarrolla su quehacer. La construcción del instrumento que permita valorar las prácticas que desarrollan las entidades cooperativas se basa así en un estudio empírico y en un conjunto de investigaciones internacionales sobre análisis de contenidos web, estándares y documentos oficiales sobre sostenibilidad. Dicho instrumento permite valorar el grado con que las entidades instrumentan actividades a través de los recursos de internet para facilitar el desarrollo de la participación de sus asociados en la gestión de la cooperativa en el cumplimiento de valores y principios.

La aplicación del instrumento al Partido de General Pueyrredon revela un conjunto de prácticas informativas que presentan asimetrías según el tipo de entidades y de información que se publica. Las limitaciones que presenta el instrumento se pretende que puedan contemplarse en próximas ediciones, formando parte así, de las líneas futuras de investigación en un desarrollo progresivo del mismo, a fin de facilitar su adecuación a los nuevos usos –prácticas- que se dispongan a través de las tecnologías.

Índice general

Dedicatoria	I
Agradecimientos	II
Resumen	IV
Índice general	V
Índice de figuras	XIII
Índice de tablas	XV
1. Introducción	1
1.1. Fundamentación de la investigación	1
1.2. Preguntas y objetivos de la investigación	5
1.3. Estructura de la investigación	7
2. Tercer Sector: Organizaciones Cooperativas	10
2.1. El Tercer Sector	10
2.1.1. Conceptualización del Tercer Sector	11
2.1.2. Entidades del Tercer Sector	13

<i>ÍNDICE GENERAL</i>	VI
2.1.3. Rasgos de las organizaciones del tercer sector	14
2.1.4. Perspectivas del enfoque conceptual	16
2.1.4.1. Perspectiva: Sector no lucrativo	16
2.1.4.2. Perspectiva: Economía Social	17
2.2. Las cooperativas	19
2.2.1. La definición de cooperativa	19
2.2.2. Doctrina y valores cooperativos	21
2.2.3. Principios cooperativos	22
2.2.3.1. Primer Principio: Membresía abierta y voluntaria	24
2.2.3.2. Segundo Principio: Control democrático de los miembros	24
2.2.3.3. Tercer Principio: Participación económica de los miembros	25
2.2.3.4. Cuarto Principio: Autonomía e independencia	26
2.2.3.5. Quinto Principio: Educación, formación e información	26
2.2.3.6. Sexto Principio: Cooperación entre cooperativas	28
2.2.3.7. Séptimo Principio: Compromiso con la comunidad	29
2.2.4. Clasificación de cooperativas	29
2.2.5. La empresa cooperativa	30
2.2.6. Los principios cooperativos en la práctica	31
3. Apropiación de Internet	36
3.1. Uso de las TIC	37
3.1.1. El determinismo técnico	38
3.1.2. El determinismo social	39
3.1.3. La visión post-tecnocrática	40

3.1.4.	Revisión de las visiones	41
3.1.5.	La noción de uso	42
3.1.5.1.	Definición de uso	43
3.1.5.2.	Características del uso	45
3.1.5.3.	Efectos del uso de las TIC	46
3.1.6.	Del uso a la apropiación	49
3.1.6.1.	La definición de apropiación	50
3.1.6.2.	Condiciones de apropiación: más allá de los aspectos tradicionales	52
3.1.6.3.	En términos de apropiación cultural	54
3.1.6.4.	La apropiación: la importancia del uso y el no uso	55
3.1.6.5.	La apropiación en las organizaciones	56
3.2.	Uso de los recursos de internet en el tercer sector	58
3.2.1.	Uso de los recursos de internet en ONG	60
3.2.1.1.	Redes electrónicas de mujeres: Aportaciones al uso democrático de internet	60
3.2.1.2.	Relationship Management in an Online Environment: Non-Profit Websites Use of Relational Maintenance Strategies with Child and Adolescent Publics	62
3.2.1.3.	La comunicación web de las ONGD	63
3.2.1.4.	Using Cultivation Strategies to manage public relationships: A Content Analysis of Non-Profit Organisations Websites	64
3.2.2.	Uso de los recursos de internet en cooperativas	65
3.2.2.1.	La información divulgada a través de internet por las cooperativas publicada	65
3.2.2.2.	Evaluación del uso comercial de la <i>World Wide Web</i>	66

3.2.2.3.	Responsabilidad social y transparencia a través de la Web: un análisis aplicado a las cooperativas agroalimentarias españolas	67
3.2.3.	Uso de los recursos de internet en organizaciones del Tercer Sector	69
3.2.3.1.	La gestión de la comunicación en el Tercer Sector	69
3.2.4.	Uso de los recursos de internet en el Tercer Sector: ¿camino de una sola vía?	70
3.3.	Una dimensión de carácter social	71
3.3.0.1.	La participación en las entidades cooperativas	75
4.	Metodología	80
4.1.	Preguntas y objetivos de investigación	80
4.2.	Diseño de investigación	82
4.2.1.	Recolección de datos	84
4.2.2.	Tipo de validez	88
4.3.	Observación participante	89
4.4.	Entrevistas en profundidad	90
4.4.1.	Planificación de la entrevista	91
4.4.2.	Desarrollo de la entrevista	93
4.4.3.	Análisis de la entrevista	95
4.4.3.1.	Construcción de categorías y subcategorías de análisis	96
4.5.	Análisis de contenido	98
4.5.1.	Fase Exploratoria	99
4.5.1.1.	Documentos oficiales	100
4.5.1.2.	Estándares internacionales	103
4.5.1.3.	Investigaciones publicadas en revistas científicas	104
4.5.2.	Fase Empírica	106

4.5.2.1. Website de las entidades cooperativas activas del Partido de General Pueyrredon	106
4.6. Construcción del modelo	110
4.7. Revisión por juicio de expertos	111
5. Resultados	118
5.1. Resultados de la investigación	119
5.2. Presentación del instrumento	120
5.2.1. Definición de los niveles de participación teóricos	120
5.2.2. Entorno de diseño	128
5.2.3. Uso del Instrumento	130
5.3. Composición del instrumento	132
5.3.1. Categoría Prácticas Informativas	133
5.3.1.1. Descripción de la categoría Prácticas Informativas	141
5.3.1.2. Valores de la categoría Prácticas informativas	141
5.3.2. Categoría Prácticas Comunicativas	143
5.3.2.1. Descripción de la categoría Prácticas Comunicativas	149
5.3.2.2. Valores de la categoría Prácticas comunicativas	150
5.3.3. Categoría Prácticas Consultivas	151
5.3.3.1. Descripción de la categoría Prácticas Consultivas	154
5.3.3.2. Valores de la categoría Prácticas consultivas	155
5.3.4. Categoría Prácticas Deliberativas	156
5.3.4.1. Descripción de la categoría Prácticas Deliberativas	159
5.3.4.2. Valores de la categoría Prácticas deliberativas	159
5.3.5. Categoría Prácticas Constructivas	160

<i>ÍNDICE GENERAL</i>	X
5.3.5.1. Descripción de la categoría Prácticas Constructivas	166
5.3.5.2. Valores de la categoría Prácticas constructivas	166
5.4. La participación digital en el sector cooperativo	166
5.4.1. Acceso y uso de las TIC en el sector cooperativo argentino	167
5.4.2. Uso de las TIC en el Partido de General Pueyrredon	168
5.4.2.1. El contexto del Partido de General Pueyrredon	168
5.4.2.2. El contexto de uso	169
5.4.3. La participación digital del sector cooperativo en el Partido de General Pueyrredon	171
6. Conclusiones	178
6.1. Contribuciones según hipótesis y objetivos	179
6.2. Limitaciones	189
6.3. Líneas de trabajo futuras	190
Bibliografía	192
Referencias	192
Webgrafía	215
Apéndices	218
A. Observación en el sector cooperativo	219
A.1. No-participación:	219
A.1.1. Registro resumen de observación general	219
A.1.2. Registro resumen de observación general	220
A.2. Participación pasiva	222

<i>ÍNDICE GENERAL</i>	XI
A.2.1. Registro resumen de observación general	222
A.3. Participación moderada	222
A.3.1. Registro resumen de observación general	222
A.4. Participación completa	223
A.4.1. Registro resumen de observación general	223
A.4.2. Registro resumen de observación general	224
B. Análisis de recursos de internet en el Tercer Sector	226
B.1. Modelos de análisis de recursos de internet en el sector cooperativo: 2004 – 2014	226
B.1.1. Martha Burkle y Eva González (2006)	226
B.1.2. Denise Bortree (2007)	227
B.1.3. Rebeca Martín Nieto (2007)	227
B.1.4. Kelly Williams y Brigitta Brunner (2010)	228
B.1.5. Juan Francisco Juliá Igual, Gabriel García Martínez y Fernando Polo Garrido (2004)	229
B.1.6. Enrique Bernal Jurado y Adoración Mozas Moral (2008)	229
B.1.7. Ricardo Muñoz Pasadas y Pilar Tirado Valencia (2014)	230
B.1.8. Balas Lara Montserrat (2012)	231
C. Esquema comparativo para el diseño del Instrumento de participación social	232
C.1. Análisis de la dimensión participación social en el ámbito digital para el sector cooperativo	232
C.2. Resumen del esquema comparativo para el análisis de la dimensión Participación Social	238
D. Construcción de categorías del Instrumento de participación social	240

<i>ÍNDICE GENERAL</i>	XII
E. Presentación del Instrumento de participación social para revisión	244
E.1. Dimensión Participación Social en el ámbito digital para el sector cooperativo . .	245
E.2. Instrucciones	246
F. Análisis de validez de contenido del instrumento	249
G. Observaciones realizadas por los expertos sobre el Instrumento de participación social	252
G.1. Observaciones realizadas por los expertos	252
G.1.1. Experto N° 1	252
G.1.2. Experto N° 2	253
G.1.3. Experto N° 3	253
G.1.4. Experto N° 4	253
G.1.5. Experto N° 5	254
G.1.6. Experto N° 6	254
G.1.7. Experto N° 7	256
G.1.8. Experto N° 8	256
G.1.9. Experto N° 9	256
G.1.10. Experto N° 10	256

Índice de figuras

2.1. Perspectiva tripolar del Tercer Sector. Fuente: Evers y Laville (2004, p. 17)	14
2.2. Características prevalentes en los enfoques teóricos del Tercer Sector. Fuente: elaboración propia	16
2.3. Mapa conceptual de valores y principios cooperativos.	23
3.1. Principales orientaciones de análisis en el uso de tecnologías en el Tercer Sector. Fuente: elaboración propia.	71
4.1. Diseño de la investigación.	84
4.2. Esquema de la investigación.	87
5.1. Niveles de participación en el ámbito cooperativo. Fuente: elaboración propia en base a Arnstein (1969).	123
5.2. Análisis de problemáticas del sector cooperativo en el Partido de General Pueyrredon – 2015. Fuente: elaboración propia.	129
5.3. Prácticas informativas en el website de la Cooperativa Eléctrica de Batán.	134
5.4. Prácticas comunicativas en La Segunda Cooperativa Limitada de Seguros Generales	144
5.5. Prácticas comunicativas en el website de la Cooperativa La Segunda Ltda.	145
5.6. Prácticas consultivas en la Cooperativa COOPESCREVI San Gregorio Ltda.	152
5.7. Prácticas deliberativas en el website del Instituto de Promoción de la Economía Social.	157

5.8. Prácticas vinculantes en el website Comité de Jóvenes Solidarios de la Federación Argentina de Cooperativas de Electricidad y Otros Servicios Públicos Ltda.	161
5.9. Prácticas vinculantes en el website de la Red de Cooperativas Agropecuarias de América de la Asociación Cooperativa Internacional.	162

Índice de tablas

2.1. Caracterización de los principios distintivos de las cooperativas en relación con las prácticas. Fuente: elaboración propia en base a Martínez Charterina, 1995 y Birchall, 2005.	33
2.2. (continuación). Caracterización de los principios distintivos de las cooperativas en relación con las prácticas. Fuente: elaboración propia en base a Martínez Charterina, 1995 y Birchall, 2005.	34
3.1. Comparación entre los diferentes enfoques en la adopción de tecnología. Fuente: elaboración propia	42
3.2. Síntesis de las líneas y objeto de investigación de las publicaciones científicas seleccionadas en el análisis del uso de las tecnologías en el Tercer Sector. Fuente: elaboración propia	59
3.3. Detalle de las publicaciones científicas seleccionadas en el análisis del uso de las tecnologías en el Tercer Sector. Fuente: elaboración propia	60
4.1. Articulación entre etapas y estrategias metodológicas	86
4.2. Técnicas de evaluación de validez adoptadas en la investigación. Fuente: adaptación de Najmias y Rodríguez (2007, 383)	88
4.3. (cont.). Técnicas de evaluación de validez adoptadas en la investigación. Fuente: adaptación de Najmias y Rodríguez (2007, p. 383)	89
4.4. Participación realizada en el desarrollo de la investigación.	90
4.5. Guión de la entrevista abierta	91

4.6. Perfil de los entrevistados.	94
4.7. Detalle de categorías identificadas a priori.	97
4.8. Detalle de etiquetas de las categorías Prácticas informativas, comunicativas, consultivas, deliberativas y constructivas.	97
4.9. Ejemplos de códigos y citas de entrevistas	98
4.10. Resumen de actividades efectuadas en eventos, reuniones y talleres del sector . . .	100
4.11. Detalle de documentos oficiales	101
4.12. Detalle de prácticas distintivas a partir de la información de los Balances Sociales Cooperativos. Fuente: elaboración propia.	102
4.13. (cont.) Detalle de prácticas distintivas a partir de la información de los Balances Sociales Cooperativos. Fuente: elaboración propia	103
4.14. Ítems seleccionados de las investigaciones analizadas.	109
4.15. Instrumento de valoración de la Participación social de las entidades cooperativas en el ámbito digital (versión original). Fuente: elaboración propia en base a las investigaciones analizadas	111
4.16. Detalle de los jueces expertos convocados para la revisión del modelo	114
4.17. Medidas de validez empleadas para la revisión del modelo. Fuente: elaboración propia a partir de Lawshe (1975) y Tristán-López (2008).	115
5.1. Instrumento de valoración de la Participación Social en las entidades cooperativas en el ámbito digital. Fuente: elaboración propia en base a investigaciones analizadas.	132
5.2. Principales características de las Prácticas Informativas en las entidades cooperativas.	141
5.3. Principales características de las Prácticas Comunicativas en las entidades cooperativas.	150
5.4. Principales características de las Prácticas Consultivas en las entidades cooperativas.	155
5.5. Principales características de las Prácticas Deliberativas en las entidades cooperativas.	160

5.6. Principales características de las Prácticas Constructivas en las entidades cooperativas.	166
5.7. Distribución de cooperativas activas de primer grado en el Partido de General Pueyrredon según presencia web por objeto social - 2014. Fuente: elaboración propia en base a INAES.	170
5.8. Análisis de la participación digital en el ámbito cooperativo en el Partido de General Pueyrredon. Fuente: elaboración propia.	173
C.1. Esquema comparativo de la dimensión Participación Social.	237
C.2. Fuente: elaboración propia en base a las investigaciones analizadas.	239
D.1. Asignación de prácticas informativas a categorías resumen.	240
D.2. (continuación Tabla D.1)Asignación de prácticas informativas a categorías resumen.	241
D.3. Asignación de prácticas comunicativas a categorías resumen.	242
D.4. Asignación de prácticas consultivas a categorías resumen.	242
D.5. Asignación de prácticas consultivas a categorías resumen.	242
D.6. Asignación de prácticas consultivas a categorías resumen.	243
F.1. Valoraciones llevadas a cabo por los expertos sobre la inteligibilidad de los ítems respecto a cada categoría.	250
F.2. Valoraciones llevadas a cabo por los expertos sobre la representatividad de los ítems respecto a cada categoría.	251

Capítulo 1

Introducción

[JUSTIFICACIÓN, PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN, OBJETIVOS, ESTRUCTURA]

1.1. Fundamentación de la investigación

La presente investigación tiene su origen en las necesidades planteadas en la actualidad por el sector cooperativo en el ámbito local, Partido de General Pueyrredon de la provincia de Buenos Aires de la República Argentina, donde la Universidad Nacional de Mar del Plata es invitada a participar como actor protagónico, a través de la intervención de investigadores y referentes del Tercer Sector en jornadas y reuniones realizadas, con el fin de coadyuvar al desarrollo de soluciones que brinden respuestas a los temas que se encuentran en agenda.

La sostenida y cada vez más poliédrica vinculación Universidad & Empresa -dada la diversidad de dimensiones que abarca la relación-, la pertinencia de la investigación, la articulación con actores de la comunidad, la integración de misiones sustantivas en la transferencia de resultados y los currículos que incorporan prácticas profesionales, investigativas y comunitarias en nuestro país son algunos de los elementos que se encuentran en el marco de las relaciones de los diferentes tipos de instituciones (Zabalza Beraza, 2011, p. 35). Estos aspectos señalan en la actualidad, a una institución universitaria que tiene una profunda y comprometida mirada sobre su entorno. Este compromiso se instrumenta en forma de diversas propuestas de acción para la consolidación de los vínculos con las organizaciones del medio. Entre la diversidad de propuestas que pueden enmarcarse en la Extensión Universitaria, se destacan como instrumentos

de intervención en el sector los Proyectos de Extensión¹ y de Voluntariado Universitario², los cuales pretenden realizar un aporte para el ámbito cooperativo local, que manifiesta la necesidad de disponer de instrumentos y metodologías que brinden efectividad a las prácticas que implican el desarrollo de los asociados desde la perspectiva de la participación. El problema se plantea así, en la dificultad de dar operatividad a los principios cooperativos, en particular visto a través de la participación del asociado, su formación e implicación en la gestión de la entidad.

Ya en la década del '90, grandes empresas de todo el mundo comenzaban a utilizar internet para la difusión de información financiera, ofreciéndoles ventajas como medio para la comunicación interactiva entre los grupos de interés y las compañías (Gallego Alvarez et al, 2009: 111). En el año 2002, a nivel internacional, la International Federation of Accountation –IFAC– emite un documento donde consideraba entre otros aspectos para la publicación en internet, el tipo de información, el formato, la seguridad de los datos, la dirección de contacto electrónico y los diferentes idiomas de presentación.

El Código de Buenas Prácticas para la Divulgación de Información Financiera en Internet, realizado por la Comisión de Nuevas Tecnologías y Contabilidad de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas constituye el baremo de autoevaluación de los contenidos de una empresa en la web en la publicación de información financiera (AECA, 2002). Posteriormente, en 2004, la Directiva de la Comisión Europea armoniza los requisitos de transparencia e incorpora a internet como un medio de comunicación de la información financiera a los accionistas, introduciendo así los medios electrónicos en la comunicación y el principio de transparencia como eje rector (Gallego Alvarez et al, 2009: 111-112).

Estos antecedentes del ámbito empresarial, se consolidan en el espacio de información que le da origen extendiéndose a otros ámbitos, planteando la divulgación de información en otras dimensiones, como social y medioambiental en favor de la sostenibilidad. Los requerimientos de transparencia se inscriben fuertemente en el sector público donde el ciudadano resulta cada vez más exigente en la regulación y difusión de los actos del Estado y la rendición de cuentas, lo que ha contribuido a la exigencia de enmarcar su actividad como socialmente responsable por los distintos grupos de interés (Navarro et al, 2010: 287; Horrach y Socias, 2011: 269-270). En pos de consolidar su imagen, las organizaciones difunden en sus sedes web, cada vez mayor información sobre su accionar.

La información, en su carácter estratégico para el desarrollo de las organizaciones, contri-

¹Proyectos de Extensión Universitaria de la Universidad Nacional de Mar del Plata. Para mayor información dirigirse a <http://www.mdp.edu.ar/index.php?key=77> y a <http://eco.mdp.edu.ar/extension> (Facultad de Ciencias Económicas y Sociales).

²Proyectos de Voluntariado Universitario de la Secretaría de Políticas Universitarias. Para mayor información dirigirse a portales.educacion.gov.ar/spu/voluntariado-universitario/

buye en el sector cooperativo con los aspectos inherentes a la gestión administrativa en general y específicamente, con la administración de las relaciones con los diferentes actores. Es de particular interés la vinculación que establece la entidad con sus asociados frente a la necesidad de informar sobre la actividad cooperativa, los aportes y retribuciones de capital y trabajo y la distribución de excedentes (Caballer e Ilse, 2004). La información sobre el quehacer cooperativo, su realidad y dimensión social se conforma así como un pivote en su gestión, pues si bien deben asumir los procesos inherentes a toda organización, les son propias acciones específicas con sus asociados y personal así como con la comunidad, en cumplimiento de sus valores y principios (Juliá Igual et al., 2004).

Bajo el quinto principio constitutivo, las cooperativas “... informan al público en general, particularmente a jóvenes y creadores de opinión, acerca de la naturaleza y beneficios del cooperativismo”, ofreciendo las TIC –tecnologías de la información y de la comunicación–, importantes oportunidades para que asociados y comunidad entre otros agentes y grupos de interés, obtengan información sobre el accionar cooperativo que les permita actuar en los procesos decisorios de la gestión administrativa (Gargallo Castel y Pérez Sanz, 2009). En este sentido y en pos de su inclusión digital como organización de la sociedad del conocimiento, el entorno web se constituye para estas instituciones, en el ámbito local y regional, como vehículo para un primer acercamiento a la entidad.

La reflexión sobre la comunicación que realizan las organizaciones cooperativas se vincula con la difusión de su quehacer, que a diferencia de las ONG, cuya evolución comunicativa está estrechamente ligada en el contexto actual de la web 2.0 con la búsqueda de socios y financiamiento (Martín Nieto, 2007), en las cooperativas se relaciona en cuanto al contenido, principalmente con la presentación de información financiera (Juliá Igual et al., 2004; Bernal Jurado y Mozal Moral, 2008). En la gestión de estas organizaciones, los beneficios que reportan resultan innegables como en los estudios llevados a cabo en la industria de distribución farmacéutica española, que presentan a las cooperativas en la obtención de beneficios intangibles “... muestran evidencias de una relación positiva entre estructura de propiedad democrática y ventaja competitiva, derivada, entre otros factores, de una mayor y más rápida dotación de Tecnologías de la Información.” (Vargas Sánchez, 2004: 15).

Los estudios sobre TIC y Tercer Sector o bien, sobre TIC y cooperativas no son numerosos. Estos abordajes se sitúan preferentemente para las organizaciones civiles, sin fines de lucro o bien se trata de estudios sobre otros contextos de aplicación en cooperativas de un determinado objeto social. Las estadísticas del sector a nivel nacional no cubren la presencia digital de estas organizaciones, ni el uso de las aplicaciones de internet. Si bien se disponen de mediciones censales, tanto las de divulgación de información como el uso de los recursos de internet de estas entidades, para el Partido de General Pueyrredon, se mantienen en el anonimato. En este sentido, se considera apropiado avanzar en el desarrollo de propuestas reflexivas que permitan, al

interior de estas organizaciones de propiedad democrática, planificar y valorar los mecanismos de participación que disponen para los asociados a través de los recursos de internet.

El desafío consiste en comprender las formas de apropiación de los recursos de internet desde la perspectiva de la participación, es decir, reconocer los nuevos usos de las tecnologías que incorporan las entidades cooperativas en sus prácticas cotidianas, en aquellas que los distinguen por sobre otras entidades y que se relacionan en particular, con el rol destacado del usuario en los ambientes de la web 2.0. Para el cumplimiento del propósito enunciado se diseña un instrumento de valoración de la Participación Social en el ámbito digital que posibilitará la evaluación de las prácticas cooperativas, que se enriquecen con el aporte de los miembros y de la comunidad; siendo la herramienta de carácter flexible y adaptable a fin de evolucionar según la transformación de las organizaciones a partir de los nuevos usos de las tecnologías y la implicación de los usuarios en los procesos decisorios de la entidad y de la esfera pública.

La construcción del instrumento se ha realizado sobre la base de un diálogo entre la teoría sobre medición de calidad de sedes web, la apropiación de las tecnologías, los valores, principios y prácticas cooperativas y, la percepción de los actores intervinientes sobre la cultura, la identidad y la creación de conocimiento en el marco de la invisibilidad que ostenta el sector cooperativo en la actualidad. Para su elaboración, se ha tomado como punto de partida los criterios empleados en el análisis de entidades del Tercer Sector, que se han articulado y enriquecido con el aporte de diferentes espacios de conocimiento junto con la voz de expertos, referentes y actores del sector para cada categoría de análisis.

El foco de atención de la investigación se centra en estudiar aquellos aspectos que resultan contributivos para la valoración de las prácticas cooperativas, las cuales implican el involucramiento del asociado en procesos decisorios que se plantean a través de la mediación de las tecnologías. Posteriormente se elabora un instrumento que facilita la planificación y evaluación de las estrategias que se desarrollan a través de los recursos de internet mediante un proceso reflexivo a llevar a cabo por los integrantes de la entidad. La relevancia del tema estriba en profundizar sobre los procesos decisorios en que se implica el asociado a través de las tecnologías, que puede actuar como vehículo en la creación de un sentimiento de comunidad en todos los participantes. Con el propósito de ofrecer la validez requerida en el diseño del instrumento, se ha validado su construcción a través de una revisión de especialistas tanto del ámbito académico como del Tercer Sector. La revisión ha permitido construir un instrumento fiable, comprensible, con lenguaje propio, imbuido de las características distintivas de la empresa cooperativa y de amplio alcance para el potencial de las tecnologías en su vinculación con las prácticas cooperativas.

1.2. Preguntas y objetivos de la investigación

A partir de la fundamentación del estudio en la necesidad de brindar propuestas valorativas de los mecanismos de participación en el ámbito digital para el sector cooperativo, se presentan a continuación los objetivos e interrogantes que guían la investigación.

El objetivo general de la investigación consiste en estudiar las prácticas cooperativas en el ámbito digital, como mecanismos de participación para los asociados de estas entidades.

Dada la escasez de estudios que profundicen los mecanismos de participación en el ámbito del Tercer Sector, basadas las investigaciones en general, en aspectos económicos, en el potencial de las herramientas para el desarrollo de los procesos de interacción, o enfocados a otro tipo de organizaciones; se considera apropiado avanzar en el desarrollo de propuestas contextualizadas que contemplen los procesos de involucramiento del asociado en la gestión operativa de la entidad. Esta ausencia por una parte, en el ámbito científico y, por otra, la necesidad del sector de disponer de metodologías y herramientas que obren en pos de la implicación de los integrantes, se formula un instrumento que permita planificar y valorar las prácticas cooperativas que discurren en los medios digitales, desde la perspectiva de la participación.

La **primera hipótesis plantea que existen prácticas mediadas por las tecnologías en las entidades cooperativas que contribuyen a la participación de los asociados**, es decir que son distinguibles manifestaciones inherentes al quehacer cooperativo en su desempeño cotidiano y en la formalización de sus actividades frente a sus grupos de interés, que promueven el involucramiento de sus integrantes. Para ello, es menester que dichas prácticas no se identifiquen únicamente como medios para facilitar el acceso a la información y la comunicación con los asociados; sino que vayan más allá de estos aspectos básicos, hacia la promoción de los procesos de participación reales de los asociados, para lo cual se distinguen aquellas que son mediadas por las tecnologías. En este sentido, se desea brindar respuesta al interrogante:

¿cuáles son las prácticas que dan operatividad a los principios cooperativos desde la perspectiva de la participación, que son mediadas por las tecnologías?

Y el objetivo específico:

reconocer prácticas cooperativas mediadas por las tecnologías que implican el involucramiento de los asociados

La segunda hipótesis del trabajo plantea que **es posible diseñar una herramienta para la valoración de las prácticas cooperativas a través de los recursos de internet**,

es decir, que en el uso efectivo de las tecnologías, en sus nuevos usos, será factible distinguir las prácticas que son desarrolladas por las entidades para la participación de los asociados. Este factor, como característica de la apropiación, permite así visibilizar y dotar de mayor transparencia a las prácticas cooperativas en el ámbito digital, diferenciando a este tipo de entidades de otras organizaciones del medio, a través de sus principios distintivos –control democrático, participación económica y autonomía e independencia–. Se pretende construir un instrumento que permita valorar la expresión de las prácticas cooperativas en su accionar cotidiano mediante el uso efectivo de internet desde la nueva perspectiva, que indague en definitiva, más allá de los análisis tradicionales, sobre la operatividad de los principios cooperativos en su relación con la tecnología. Se posibilitará la respuesta al siguiente interrogante:

¿es factible construir un instrumento de valoración de las prácticas cooperativas mediadas por las tecnologías desde la perspectiva de la participación?

Y el objetivo específico:

Diseñar un instrumento de valoración de las prácticas cooperativas mediadas por las tecnologías desde la perspectiva de la participación

Por último, se aplicará el instrumento de valoración sobre las organizaciones del Partido de General Pueyrredon, a fin de reconocer cuáles son las prácticas en uso y facilitar así, elementos que contemplen la comparación entre el estado actual de las entidades y un estado deseable en función de la profundidad y riqueza que se desee alcanzar con el desarrollo de las prácticas situadas en un contexto, en un grupo social y bajo determinadas tecnologías. El objetivo consiste en indagar sobre las características de implementación de las prácticas cooperativas mediadas por las tecnologías en dichas entidades, a través de un instrumento específico que considere los factores prevalentes de la apropiación para este colectivo. La hipótesis que se plantea en este caso, se define bajo la premisa que **las entidades cooperativas de la región, presentan principalmente prácticas informativas para sus asociados a través de internet**, enunciado a través del siguiente interrogante:

¿cómo es la participación digital en las cooperativas del Partido de General Pueyrredon?

Y el objetivo específico:

Indagar sobre los mecanismos de participación en las prácticas cooperativas mediadas por las tecnologías en el Partido de General Pueyrredon

Expuestos así, el problema, las preguntas de investigación y los objetivos, se desarrolla a continuación el diseño del estudio.

1.3. Estructura de la investigación

La estructura del presente volumen se organiza a través de seis capítulos, referencias bibliográficas y anexos. Cada capítulo contiene al inicio, un conjunto de palabras claves y un resumen que proveerán al lector de una primera aproximación sobre el tratamiento de temas que se llevará a cabo en las páginas siguientes. A partir del segundo capítulo, se expone al finalizar, una síntesis sobre los conceptos que se consideran de mayor relevancia, ya sea sobre los temas que hayan tenido mayor relevancia en el desarrollo del capítulo o bien, que se consideran de interés para abordar la lectura del próximo capítulo.

En el *primer capítulo* se fundamenta la investigación, se consignan los objetivos, general y específicos junto con los interrogantes que guían el estudio. Se referencia especialmente las necesidades de las organizaciones del Tercer Sector y de las cooperativas en particular, consignando sus características distintivas de otras organizaciones. Se detalla además, la estructura de la investigación, como un compendio de capítulos enlazados entre sí.

En el *segundo capítulo* se da comienzo con la descripción del “estado del arte” de los temas centrales de la tesis, en la conceptualización del Tercer Sector, las corrientes anglosajona y latina en las denominaciones, las características de las entidades y el tipo de entidades distinguibles. Se profundiza el abordaje teórico sobre una entidad en particular, las cooperativas, sobre sus valores y principios, la dualidad de una organización con fines económicos y sociales, definida como empresa social o bien, como empresa de estructura democrática, emergente de una necesidad de las personas y basada en el bien común. Se finaliza con uno de los desafíos que se constituyen para este nuevo siglo en el sector: dotar de operatividad a los principios cooperativos.

En el *tercer capítulo*, siguiendo con el marco teórico, se conceptualiza el uso de las TIC, entre el determinismo técnico y social y, la visión post-tecnocrática, se analiza especialmente la noción de uso desde los estudios franceses y canadienses, puesto el énfasis en el usuario y en las prácticas de uso, con sus características y efectos específicos. Se distingue la diferencia entre utilización, uso y apropiación, esta última diferenciada por la integración de la práctica en el uso cotidiano y la representación significativa de los usuarios en la esfera decisoria. Se hace especial hincapié en las características de la apropiación de la tecnología más allá de las cuestiones económicas y políticas, como una construcción propia del usuario, mediada por las intermediaciones entre problemas y soluciones y la importancia del enfoque entre el uso y el no uso de la tecnología. Se analiza el uso de los recursos de internet en el Tercer Sector a través de ocho investigaciones internacionales y se reconoce un factor en la literatura, la participación,

que permite dar operatividad a los principios cooperativos y es característica prevalente de la apropiación. Se adaptan los enfoques teóricos de la participación de los usuarios en la esfera pública al contexto de las entidades cooperativas.

En el *cuarto capítulo*, se presenta la metodología y el diseño de la investigación. Se referencian las preguntas que orientan el trabajo y las hipótesis planteadas. En respuesta a los objetivos específicos se definen las fases de la investigación –exploratoria, de diseño y empírica–, donde se consignan los procesos de relevamiento y recopilación de datos llevados a cabo, la elaboración de categorías de análisis y la validación de los instrumentos utilizados. Se adopta una investigación interpretativa, con estrategias cualitativas que contemplan la observación participante, las entrevistas en profundidad y el análisis de contenido sobre bases de datos y documentos oficiales de las entidades cooperativas; la construcción del instrumento se realiza a través de la comparación de categorías y subcategorías de las investigaciones internacionales y se fundamenta en las opiniones de los referentes del sector para su justificación y finalmente, se aplica el instrumento de valoración de la participación social sobre los website de las entidades cooperativas del Partido de General Pueyrredon.

En el *quinto capítulo* se presentan los resultados de la investigación: la presentación del instrumento con la definición de los niveles de participación teóricos y sus posibilidades de empleo; la composición del instrumento en la definición de los diferentes tipos de prácticas –informativas, comunicativas, consultivas, deliberativas y constructivas–. Finalmente, se aborda una exploración empírica a través de la aplicación del instrumento de valoración de la participación social en el ámbito digital en las entidades cooperativas del Partido de General Pueyrredon, en el reconocimiento de los nuevos usos con que se apropian los asociados de las tecnologías, para desarrollar los niveles de participación que garanticen su efectiva integración en los procesos decisorios de las entidades.

En el *sexto capítulo*, se exponen las conclusiones en base a los objetivos planteados en la investigación, se ponderan las limitaciones así como el alcance del trabajo realizado, se valoran los aportes realizados –en el diseño del Instrumento de valoración y en el análisis de la participación digital en las entidades cooperativas del Partido mencionado–, y se definen las líneas de trabajo futuras.

Finalmente se incorporan las referencias bibliográficas que contienen un detalle minucioso de las obras en diferentes formatos consultadas para abordar la investigación, en conjunto con las web de consulta –webgrafía–. En los anexos se disponen las herramientas de relevamiento, construcción y validación del instrumento: fichas de observación participante (Apéndice A), resúmenes de las investigaciones para la construcción del instrumento (Apéndice B), esquema comparativo sobre las investigaciones mencionadas (Apéndice C), proceso de agrupamiento y asignación de los ítems del instrumento sobre los materiales que corresponden a estándares y documentos oficiales (Apéndice D), nota y documentación de presentación del instrumento para

su valoración por los expertos (Apéndice E), análisis de validez de contenido del instrumento (Apéndice F) y observaciones realizadas por los expertos (Apéndice G).

Capítulo 2

Tercer Sector: Organizaciones Cooperativas

[CONCEPTUALIZACIÓN DEL TERCER SECTOR, COOPERATIVAS, PRINCIPIOS Y VALORES, PRÁCTICAS]

Resumen del capítulo

En este capítulo se presenta una introducción al tercer sector según las dimensiones ontológica y epistemológica, describiendo las características de las organizaciones que son encuadradas en el espacio situado entre el sector público y el sector privado. Se abordan las diferencias entre la corriente anglosajona para la denominación de “sector no lucrativo” y la corriente europea inscripta bajo el término de “economía social”.

Se define y caracteriza una de las organizaciones representativas del sector, la entidad cooperativa. Sus principios y valores constitutivos. Su particularidad de estructura de propiedad cooperativa y sus objetivos que responden a la necesidad de brindar respuesta a una necesidad económica y social, de ahí el surgimiento de la empresa cooperativa o empresa social con fines orientados al bien común.

2.1. El Tercer Sector

Una primera aproximación a la literatura sobre el Tercer Sector nos presenta un panorama de diversidad de acepciones, enfoques, términos y posturas, muestra evidente de un campo emer-

gente donde científicos de diversas disciplinas teorizan frente a las similitudes y diferencias que se presentan sobre y a partir de los análisis realizados. Salamon y Anheir (1992a, pp. 125-127) señalan que la limitada atención que históricamente ha recibido el denominado Tercer Sector se funda en las limitaciones de la conceptualización y la terminología empleada para describirlo.

En los últimos años, el interés por el estudio del Tercer Sector deriva de la insuficiencia de los otros dos "... para satisfacer las necesidades reales de la sociedad mundial, en especial, las de aquellos grupos sociales dotados de menos capacidades" (Sajardo Moreno y Chaves, 2006, p. 90). Este interés, asigna un nuevo rol a la heterogeneidad de organizaciones que integran este espacio económico y social. Las dificultades en su comprensión radican entre otras razones, en la gran diversidad de organizaciones que se incluyen en la definición de residual entre lo público y lo privado y en la gran influencia que estos dos sectores ejercen en la vida moderna (Salamon y Anheir, 1992a, pp. 125-127).

2.1.1. Conceptualización del Tercer Sector

En los precisos contornos de los dos amplios sectores en los que se divide convencionalmente la vida social: el mercado y el Estado, o bien, el sector privado y el público (Salamon y Anheir, 1992a, pp. 125-127); se aprecian las formas emergentes de un tercer universo complejo de organizaciones que ocupan un espacio distintivo y significativo, el cual sin embargo, no puede ser encuadrado en ninguno de los anteriormente mencionados. En este sentido, la concepción del término "Tercer Sector", supone la existencia de un primer sector y otro segundo, uno privado y otro público; situándose en una zona intermedia, entre el mercado y el Estado (Lorendahl, 1999, pp. 12-13).

Ubicados cronológicamente en los mediados de los '70, organizaciones que no forman parte del tradicional sector privado ni del sector público conforman un sector distinto que se configura en sujeto de políticas públicas específicas (Defourney, 2014, p. 18), las cuales tienen como propósito favorecer e impulsar su surgimiento y consolidación. El tercer sector se pretendía que constituyera "... una alternativa a las desventajas asociadas con la maximización de las ganancias y la burocracia por la combinación de la flexibilidad y la eficiencia del mercado con la equidad y la previsibilidad de la burocracia pública" (Seibel y Anheir, 1990, p. 7). Es decir, un espacio de posibilidades frente a la orientación al lucro, que bajo los criterios de solidaridad, democracia y responsabilidad social¹ y ambiental, permiten delimitar las fronteras del sector.

¹Se define como Responsabilidad Social Empresaria -RSE- al conjunto de actuaciones que comprenden "... obligaciones y compromisos, legales y éticos, nacionales e internacionales, con los grupos de interés, que se derivan de los impactos que la actividad y operaciones de las organizaciones producen en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos" (de la Cuesta González y Martínez, 2003: p. 7).

Señalan Chaves Ávila y Monzón Campos (2008, p. 30) la presencia y supervivencia de formas socioeconómicas al modelo denominado fordista, contribuyendo significativamente entre "... el sector privado (que) produciría eficientemente los bienes y servicios que elevarían el nivel de bienestar material de las sociedades y daría ocupación a la población activa mientras el Estado sería el garante a través de sus políticas económicas". Como consecuencia de la posguerra, en los países desarrollados se consolidó un modelo socioeconómico signado por una división de funciones entre lo público y lo privado, donde los aspectos sociales quedarían bajo la órbita del Estado, a menudo complementado por un fuerte sector público (Chaves Ávila y Monzón Campos, 2008, p. 30).

El término Tercer Sector fue acuñado por Theodore Levitt en el año 1973 en su obra *The Third Sector, New Tactics for a Responsive Society*, al identificarlo con el sector no lucrativo en coincidencia con "... la investigación patrocinada por la Fundación Rockefeller sobre la importancia económica, social y política del sector no lucrativo" (Monzón Campos, 2006, p. 11). Corry (2010, p. 13) sitúa la aparición del término "Tercer Sector" en la obra de Etzioni, *The Third Sector and Domestic Missions*, para el año 1973, como un sector alternativo, en equilibrio entre el Estado y el mercado, descartando de su inclusión en los dos sectores tradicionales a las organizaciones que no se guían por la lógica del mercado o su estructura funcional no obedece a una cadena burocrática de mando. Así, por descarte, si una organización no puede ser incluida en el primero o en el segundo sector, entonces necesariamente debe corresponder al tercero.

Dicha asignación para el sector, la de tercero, le confiere un carácter residual, implicando la inclusión de todo aquello –en la amplia diversidad organizativa emergente–, que no encaja en el sector público o en el privado (Corry, 2010, p. 11). La definición lo propone, desde una condición negativa entre lo "no estatal" y aquello que se define "sin fines de lucro": esta ausencia de criterios en la definición registra la dependencia conceptual con el sector privado y el sector público. Como menciona Monzón Campos (2006, p. 12), el tercer sector se constituye más que en un sector intermedio entre el público y el privado, en un "punto de encuentro" que reúne las diversas corrientes conceptuales vigentes. Este campo de la economía, que no corresponde ni a economía pública ni a economía capitalista, recibe la denominación en una suerte de carácter residual, de "Tercer Sector", aunque también se le asocia con "Sector No Lucrativo", "Sector Asociativo" y "Tercer Sistema Social" (Chaves Ávila y Monzón Campos, 2000, pp. 3-4).

Se puede observar de esta manera, que las distancias se plantean a través de las negaciones: ya sea que se diferencien de las organizaciones privadas, pues las cooperativas tienen fines no lucrativos o bien, que se distingan de aquellas pertenecientes al Estado, en su condición de no gubernamentales. En el sentido opuesto pero complementario, "... comparten con las empresas su condición de organizaciones privadas y con el Estado el interés por temáticas que encuentran alguna referencia directa o indirecta, y a veces casi imperceptible, con lo público" (Roitter, 2004, pp. 18-19). Las dos características mencionadas, sin embargo, no resultan suficientes para definir

a éstas organizaciones sin incluir además, su inspiración fundada en el bien común y el altruismo (Roitter, 2004, p. 19).

El Tercer Sector se presenta así, como la denominación del mundo asociativo, término que ha cobrado gran difusión y aceptación destacando la noción de sector como categoría operacional, la cual “. . . ha permitido el avance sobre el conocimiento del mundo asociativo, tanto de su potencial rol de proveedor alternativo y complementario de servicios de bienestar, como de constructor de lazos sociales y de espacios de socialización para grupos y personas” (Roitter, 2004, p. 17). De esta manera, ocupa un lugar cada vez más prominente en el espacio de las organizaciones consignado en el número de entidades nacientes y en los programas y presupuestos oficiales que abordan la temática. La concepción como “sector” así planteada, definido como categoría operacional, como espacio de actuación del conjunto de entidades inspiradas en el bien común y el altruismo, fundamentan la elección en la presente investigación de la denominación “Tercer Sector”, frente a otras denominaciones vigentes.

2.1.2. Entidades del Tercer Sector

Bajo el término Tercer Sector, según Seibel y Anheir (1990, p. 7), se encuadran todas aquellas organizaciones “. . . que no son empresas con fines de lucro, agencias gubernamentales o burocracias”. La delimitación de esferas o zonas entre lo público y lo privado que se detalla para situar el espacio distintivo asignado al Tercer Sector, refiere específicamente a los conceptos de mercado donde se caracteriza el sector público –Estado– compuesto por las administraciones y entes públicos que emplean fondos y recursos de carácter público y el poder se sitúa en los estamentos legitimados por el poder político. El sector privado, se conforma por aquellas organizaciones que desarrollan actividades con fines de lucro y el control de la entidad se encuentra en manos privadas.

Así, las organizaciones que componen el Tercer Sector, no adhieren al sector privado o al sector público, abarcando en este espacio una plétora de entidades como los partidos políticos, las asociaciones de fomento, cooperadoras, fundaciones, organizaciones de base, organizaciones no gubernamentales, asociaciones sin fines de lucro, cooperativas, clubes deportivos, sindicatos y obras sociales² entre otras, que podrían ser encuadradas bajo este término. Según la definición que se observe, algunas de las organizaciones nombradas anteriormente se encuentran comprendidas en un enfoque conceptual o en otro, según sea el adoptado por los países anglosajones, o bien por el continente europeo.

²En algunas de las entidades mencionadas si bien la afiliación puede resultar obligatoria al régimen, es de libre elección a cuál de ellas suscribirse.

Taylor (2010, p. 19) presenta otra caracterización del concepto de Tercer Sector a partir de una aproximación tripolar de la economía, donde los tres polos representan los principales agentes en el espacio social: el Estado, las empresas privadas y los hogares. Esta definición presenta una perspectiva desde las lógicas de intercambio entre los actores y los tipos de recursos involucrados: se visualiza así al Tercer Sector como un espacio intermedio en el cual los diferentes polos se combinan (Figura 2.1).

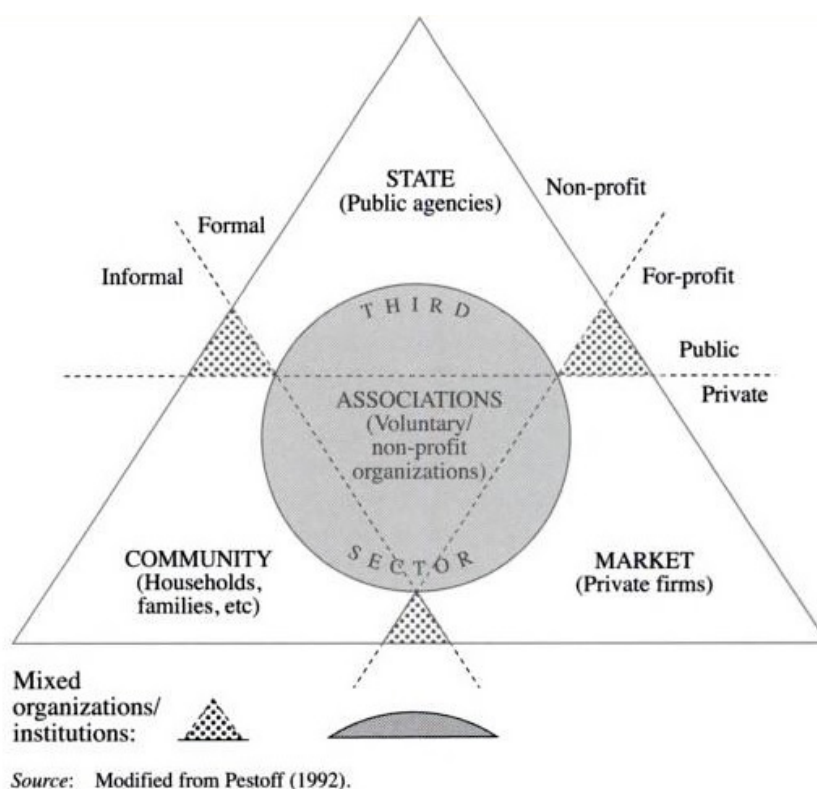


Figura 2.1: Perspectiva tripolar del Tercer Sector. Fuente: Evers y Laville (2004, p. 17)

2.1.3. Rasgos de las organizaciones del tercer sector

Las organizaciones pertenecientes a este ámbito intermedio, entre las intervenciones de la esfera pública y aquellas basadas en la proximidad correspondientes al ámbito privado, se nutren del "... dinamismo de la acción colectiva y de la proyección social de la participación individual" (de la Torre, 2007, p. 35). Para que una organización se incluya en el Tercer Sector debe cumplir con cinco criterios clave que determinan sus rasgos básicos relacionados con su estructura y el desarrollo de su actividad: estar organizada, ser privada, no repartir beneficios

–superávit–, gozar de autonomía y disponer de un marcado grado de participación voluntaria (Roitter, 2004, p. 19; Ruiz Olabuénaga, 2001, pp. 56-57; Taylor, 2010, p. 1). Esta definición estructural/operativa resulta más restringida en su alcance que la de sociedad civil o economía social.

Anheir y Seibel (1990, pp. 9-10) definen tres criterios para identificar a las organizaciones del Tercer Sector de los otros sectores –mercado y público–. Este conjunto de criterios corresponden a las características institucionales de las organizaciones, las diferentes racionalidades para las acciones económicas y sociales y, a sus funciones; tal como se describen a continuación a fin de caracterizar esta tipificación:

- *características institucionales*, mientras que la mayoría de las investigaciones en ciencia no política tienden a presentar al sector desde las funciones macro-políticas, la ciencia política por su parte –en la tradición de la microeconomía o análisis organizacional–, tiende a describirlo desde un rol de mediador entre las diversas organizaciones que componen el entramado social, prestando escasa atención a las organizaciones prestadores de servicios y haciendo énfasis en las relaciones e intermediaciones que éstas pueden realizar con otras organizaciones,
- *diferentes racionalidades*, basada en sus características distintivas y asentadas en la diversidad, este universo de organizaciones –cooperativas, mutuales, asociaciones, clubes, cooperadores, etc.–, deben operar en forma eficiente para asegurar el cumplimiento de sus objetivos; el hecho que no tengan fines de lucro no restringe la búsqueda de optimización en su accionar,
- *funciones institucionales*, el Tercer Sector ofrece un espacio donde se “. . . mitigan las tensiones sociales y los conflictos políticos” (Seibel y Anheir, 1990: 10). Desde esta perspectiva se adoptan o asumen funciones que tradicionalmente han estado bajo la órbita del Estado –como los servicios educativos y los servicios de salud– o bien, en la esfera privada. Mencionan los autores a Seibel (1988) que argumenta que una función esencial del Tercer Sector es la institucionalización de respuestas organizativas a problemas ‘irresolubles’ en el entramado social en el que se insertan estas formas socioeconómicas.

En la distinción de estas organizaciones, la forma de actuar de las personas que actúan en ellas resulta su característica distintiva. Reunidos por el compromiso hacia el desarrollo de acciones basadas en el fin común, los valores que se plasman en sus acciones resultan así un elemento distintivo. Se destaca además, como factor de diferenciación, las acciones volitivas que realizan los integrantes de este tipo particular de entidades, frente a la coacción del Estado para el cumplimiento de las obligaciones o bien de las remuneraciones y premios esgrimidos por el mercado, donde la amenaza ya no se traduce en sanción como en el ámbito gubernamental, sino

en un incremento en costos (Corry, 2010, p. 13). En el Tercer Sector, por el contrario, hay un ideario y un conjunto de valores compartidos a los que apelar (Figura 2.1).

2.1.4. Perspectivas del enfoque conceptual

La ambigüedad conceptual que plantea el sector así como la heterogeneidad organizativa y la superabundancia de términos generan confusiones en el encuadre de las entidades. En el Libro Conmemorativo del 50 Aniversario de CIRIEC, Lorendahl contribuye con el esclarecimiento de este espacio al identificar dos subconjuntos no excluyentes: el de la Economía cooperativa-social y el sector no-lucrativo o voluntario. Los criterios para su distinción se basan en "... sus objetivos y actividades económicas, el modo de distribución del superávit y la proporción que el personal remunerado representa respecto a los voluntarios que trabajan en las respectivas organizaciones" (Lorendahl, 1999, p. 14) (Figura 2.2).

Los dos subconjuntos definidos para el Tercer Sector se fundan en las diferentes perspectivas, una anglosajona, otra europea. La perspectiva anglosajona, radicada en EEUU y por extensión al Reino Unido a fines del siglo XX, instala el concepto de sector no lucrativo "... cuya característica más relevante e inequívoca es la de que en virtud de sus reglas constitutivas, no distribuyen beneficios entre las personas que las controlan" (Monzón Campos, 2006, 11). La otra perspectiva es de origen francesa, emergente en cooperativas, asociaciones, mutuales y fundaciones agrupadas bajo la denominación de 'Economía Social' (Monzón Campos, 2006, 11).

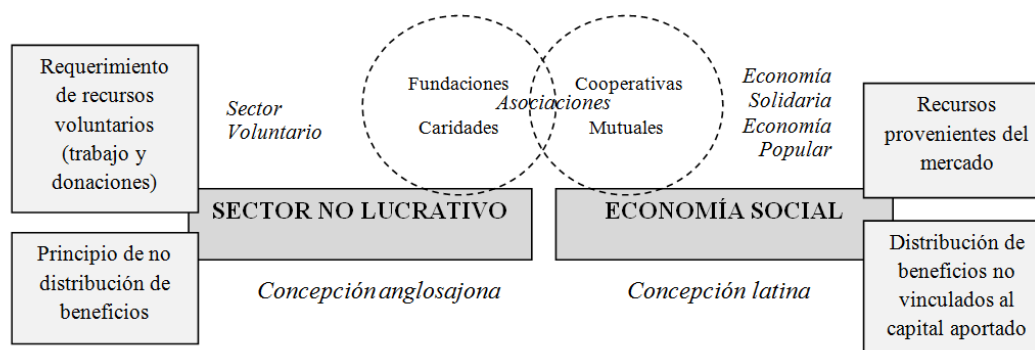


Figura 2.2: Características prevalentes en los enfoques teóricos del Tercer Sector. Fuente: elaboración propia

2.1.4.1. Perspectiva: Sector no lucrativo

Seibel y Anheir (1990, p. 7) argumentan que son escasos los países que utilizan los términos o la expresión americana "sector no lucrativo" para referirse al conjunto de organizaciones

localizadas entre el sector privado y el sector público, generalmente bajo la forma jurídica de asociación o fundación. Sostienen esta denominación para las organizaciones específicamente radicadas en los Estados Unidos y posiblemente en el Reino Unido –sector voluntario– observando una mayor precisión en su uso en los países europeos. Su característica más importante es que no distribuyen beneficios entre las personas que las controlan según sus reglas constitutivas (Chaves Ávila y Monzón Campos, 2008, p. 40).

La perspectiva de mayor divulgación de las organizaciones sin fines de lucro es la presentada por Salamon y Anheier en el *Johns Hopkins Institute for Policy Studies* en 1996, en el cual determinan los cinco requisitos básicos por los cuales se puede considerar a una organización como integrante del Tercer Sector, a saber (1996, pp. 2-3):

- *organizada*, es decir, con cierto grado de estructura interna,
- *privada*, es decir, tienen identidad institucional separada del Estado,
- *autónoma*, es decir, equipada para controlar sus propias actividades con sus propios procedimientos de gobierno interno,
- *sin distribución de excedentes*, es decir, no se distribuyen los beneficios a los asociados,
- *voluntaria*, es decir que implica un grado significativo de participación voluntaria ya sea en el desarrollo de actividades o bien en su gestión.

Las organizaciones pertenecientes a este ámbito, son establecidas por personas de forma voluntaria, con propósitos sociales o comunitarios (Corry, 2010, p. 13). Una diferencia sustantiva se centra en el requisito sobre el reparto de excedentes³, que no se halla presente en este tipo de entidades y sí en otras, por ejemplo, las cooperativas, donde se concibe como un principio fundante.

2.1.4.2. Perspectiva: Economía Social

La denominación de Economía Social, término acuñado en Europa que data del siglo XIX, agrupa diferentes tipos de entidades como cooperativas, asociaciones y mutuales, las cuales

³El reparto de excedentes no es un reparto de utilidades, sino que el marco de la doctrina cooperativa, los servicios que presta y los productos que comercializa al entidad, se efectúan al costo de producción o adquisición respectivamente, más los gastos que la gestión de los mismos demanden. Si como resultado de esas actividades, una vez cancelados los gastos de gestión necesarios para su elaboración, hubiere un sobrante, éste se devuelve a los asociados. No como distribución de utilidades, sino como exceso cobrado a partir del cálculo presupuestado, con las deducciones que la ley establece. Este retorno (así se denomina a la distribución de excedentes en este ámbito), solo se reintegra en función del esfuerzo realizado y únicamente por las actividades desempeñadas por los asociados, lo que implica que los excedentes generados por actividades efectuadas con no asociados, quedan en el patrimonio cooperativo.

según “. . . sus reglas constitutivas no distribuyen beneficios entre las personas que las controlan” (Monzón Campos, 2006: p. 11), característica que las distingue de otro tipo de organizaciones.

En la Carta de Principios de la Economía Social se definen los principios identitarios de la economía social a escala europea –normas o pautas requeridas para el logro de los valores–: primacía de la persona y del objeto social sobre el capital, adhesión voluntaria y abierta, control democrático por sus miembros, conjunción de los intereses de los miembros y del interés general, defensa y aplicación de los principios de solidaridad y responsabilidad, autonomía de gestión e independencia respecto de los poderes públicos, destino de la mayoría de los excedentes a la consecución de objetivos a favor del desarrollo sostenible, la mejora de los servicios a los miembros y el interés general (Chaves Ávila et al, 2013, p. 20; Laks, 1994, p. 1).

En el Informe sobre la Economía Social del Comité Económico y Social Europeo se aborda su definición según los criterios establecidos por el Manual de la Comisión Europea (Monzón Campos, 2006, p. 16):

“. . . 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”.

La definición anterior, más allá de las tradicionales formas organizativas, se centra en el comportamiento de los actores del sector, facilitando la identificación de similitudes y diferencias entre ellos y el resto de los agentes económicos. Los actores de la Economía Social se pueden enmarcar en el subsector de mercado o empresarial, que es aquel formado por las organizaciones cuya principal fuente de recursos proviene del mercado y el subsector de productores sin fines de lucro, formado por organizaciones cuyos recursos monetarios provienen de fuera del mercado, como donaciones, cuotas de socios, etc. (Chaves Ávila y Monzón Campos, 2008, p. 44). En el primer agrupamiento se localizan las cooperativas y mutuales y en el segundo, las asociaciones y fundaciones.

Definido el Tercer Sector como un espacio con características que le son propias, se inscriben en él entidades que se definen con diversas conformaciones socioeconómicas, las cuales si bien describen realidades diferentes en ocasiones se solapan y en otras no resultan coinciden-

tes. La importancia del espacio radica más allá de las características estructurales, racionales y funcionales, en los aspectos axiológicos que se comparten entre las entidades. A continuación se presentan las definiciones y características de una de las entidades más representativas del enfoque europeo, de economía social, las cooperativas.

2.2. Las cooperativas

En el marco de la revolución industrial, surgen en Inglaterra asociaciones de trabajadores industriales, como respuesta a la necesidad de mejorar las difíciles condiciones laborales y económicas de la época. En las primeras décadas del siglo XIX nacen numerosas cooperativas, cuyas normas de funcionamiento fueron inspiradoras de la que se conocería posteriormente por aplicar los principios del movimiento cooperativo, a sus estatutos (Monzón Campos, 2003, pp. 39-41; Arango Jaramillo, 2005, p. 330). En 1844, veintiocho trabajadores desempleados de una fábrica textil fundaron en Rochdale, en Inglaterra, una cooperativa bajo el nombre *Rochdale Equitable Pioneers Society*, para la adquisición de bienes de consumo en forma colectiva que ofreciera beneficios y relaciones económicas más equitativas a sus asociados, a fin de superar las desfavorables condiciones en que se hallaban bajo el modelo de lucro y explotación de la riqueza del sistema capitalista imperante. Desde este punto de partida, el movimiento cooperativo se difunde globalmente y la mencionada entidad, ha sido considerada como la primera cooperativa moderna por la Asociación Cooperativa Internacional –ACI⁴–.

2.2.1. La definición de cooperativa

Para Giarraca (1994, p. 14), las cooperativas aluden “. . . a las iniciativas y construcciones de la gente para encontrar soluciones a sus problemas y al papel de las instituciones externas frente a estas iniciativas”, es decir que son la respuesta a una problemática común. Jakobsen (1994, p. 47) define a las cooperativas según sus principios organizativos y por la singularidad de su propiedad como “. . . una organización económica –una empresa– propiedad de una asociación de miembros y dirigida por ellos de acuerdo con los principios cooperativos y con el propósito de satisfacer una necesidad económico-social compartida”. La nueva definición de cooperativa que realiza la ACI con motivo de celebrar en Manchester en 1995 el Centenario de la Alianza, propone a estas entidades como “. . . una asociación autónoma de personas que se han unido

⁴La Alianza Cooperativa Internacional se funda en 1895 en Londres como “. . . organización no gubernamental independiente que reúne, representa y sirve a organizaciones cooperativas en todo el mundo. (ACI, 2015). Sus integrantes corresponden a las organizaciones cooperativas radicadas en diferentes países que tienen como propósito el amplio abanico de sectores de la actividad económica: “. . . agrícolas, bancarias, de crédito y ahorro, industriales, de seguros, pesca, vivienda, salud, servicios públicos, servicios sociales, turismo y consumo.” (ACI, 2015).

voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada”. Mantienen así, la tradición de principios y valores que la distinguen de otras organizaciones y se adecúan a la época actual en el reconocimiento amplio, de la pluralidad de necesidades de la ciudadanía.

De la definición se observan como características prevalentes las siguientes:

- carácter autónomo, la gestión de la entidad es independiente de agentes externos, ya sean públicos o privados;
- carácter asociativo, conformada a través de un grupo de personas que se integran bajo la figura de asociados, que pueden poseer diferentes formas jurídicas, siempre que se encuentren reglamentadas estatutariamente o según la normativa vigente del país donde se constituye;
- carácter voluntario, las personas se unen en un acto volitivo a las entidades, son libres ya sea de ingresar en ellas según lo que se estipule en su estatuto o bien, de abandonar su condición de tal;
- carácter solidario y pluralista, las necesidades que dan origen a la forma cooperativa constituyen el propósito sobre el que se organizan estas entidades que pueden cumplir fines de diverso tipo, ya sean económicas, sociales o culturales;
- carácter colectivo, puesto que la empresa es de propiedad de todos los asociados, a diferencia de otro tipo de entidades, como las públicas o privadas, en poder del Estado o bien, de dueños o accionistas. Como empresa, se desempeña en el mercado, sin embargo, tiene un origen específico que la remite a entender sus fines como servicios y no como lucro, es decir, en la prevalencia del bien común de sus integrantes y de la comunidad donde se inserta;
- carácter democrático, en el gobierno y gestión de la entidad, donde la representatividad está dada por las personas que la integran a través de su voto, bajo el lema “*una persona, un voto*” y no por la cuota de capital invertido.

Afirma Jakobsen (1994, p. 45) que los pioneros de las cooperativas formulaban, a mediados del siglo XIX, “... principios para la colaboración económica que resultaban nuevos, diferentes respecto de la actividad económica y de la moral dominantes, y que estaban asociados con un proyecto político de liberación y desarrollo de la vida humana”. Esta nueva forma societaria reúne, a través de los siete colores del arco iris en su emblema, –como bandera universal–, los símbolos patrios de todas las naciones, bajo un ideal de paz y unidad por sobre las diferencias políticas, económicas, religiosas y sociales, contribuyendo a “... transformar al cooperativismo en una de las mayores fuerzas sociales y económicas a nivel mundial” (ACI, 1995).

2.2.2. Doctrina y valores cooperativos

Los elementos fundantes de la doctrina cooperativa⁵, sus valores –ayuda mutua, responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad– se erigen en los pilares de la estructura asociativa por excelencia, bajo el mandato de equidad entre sus miembros, sin distinción entre los nuevos asociados y los fundadores en los beneficios que les reporta su membresía (ACI, 1995). Estos valores se encuentran presentes en todo tipo de organizaciones, pero en las entidades cooperativas en particular, es indubitable su existencia (Izquierdo Albert, 2005).

La singularidad de las cooperativas está dada según Vargas Sánchez (1995, p. 180), por la gestión democrática como valor fundante en la consecución de sus propósitos, sus miembros continúan en consonancia con lo establecido por los fundadores, que se apropian “... de los valores éticos de la honestidad, la transparencia, la responsabilidad y la vocación social” (ACI, 1995). En los principios y valores presentes en el cooperativismo queda definida la identidad cooperativa, que según Izquierdo Albert (2005), se entiende como:

“... el conjunto de principios y valores universales, que se expresan a través de la empresa cooperativa, caracterizada por su dualidad económico y social, que en correcta armonía entre ambos, es expresión de una cultura, de una manera de pensar y hacer, para transformar la realidad en un contexto histórico determinado”.

Los valores, reconocidos de radical importancia en el ámbito cooperativo, constituyen “... la guía ética de la actividad, la meta de perfección humana y social a la que aspiran los cooperadores en su accionar”, distinguiendo aquellos que resultan básicos, como ayuda mutua, solidaridad y equidad (Laks, 1994, p. 4). El ideario cooperativo se constituye bajo un conjunto de valores y principios que distinguen la entidad de otro tipo de organizaciones, siendo características prevalentes la propiedad y autoridad basadas en una estructura democrática, la distribución de excedentes realizada sobre una base personal y no sobre el capital –con destino específico al fondo de educación y capacitación cooperativa– (Izquierdo Albert, 2005).

El ideario del cooperativismo se conforma por un conjunto de principios que le dan identidad distintiva y que orientan su quehacer en el marco de la economía social, destacándose el control democrático y la participación equitativa en “... un sector de actividades económicas que no se encuentran orientadas al lucro sino a la reproducción de los miembros, de cada una de esas unidades, como es el caso de una cooperativa de trabajadores” (Coraggio, 2004). Esta dualidad

⁵Se define doctrina cooperativa como “... conjunto de valores, principios y prácticas cooperativas que cada movimiento social logra conformar partiendo de la práctica concreta”. La práctica se compone por la experiencia que se inscribe en el momento histórico en que está inserta y las ideas de aquellos que la conforman (Laks, 1994, p. 1).

presente en el espíritu del movimiento cooperativo, exige a las entidades, por una parte, alcanzar la competitividad en el mercado y por otro, responder a las necesidades de sus integrantes en plena armonía con los principios y valores que proclaman la unidad e igualdad de sus miembros (Cracogna, 2007).

Una clasificación de los valores según Birchall (2005, pp. 2-3), los distingue entre: valores de primer orden, diferenciando entre éticos –honestidad, apertura, responsabilidad social y cuidado de los otros– y políticos –libertad, igualdad, solidaridad– y, ii. valores de segundo orden –democracia, equidad, autoayuda y confianza en sí mismo–. El autor señala la relación entre los valores ordinales: los valores de segundo orden constituyen los medios para alcanzar los fines definidos en los de primer orden; reconoce además la importancia de vincular los valores éticos con las prácticas empresariales, sin embargo, resulta difícil diferenciar estos valores como exclusivos de las entidades cooperativas mientras que los políticos tienen una relación directa con los principios. Esta manifiesta dificultad de caracterización de la entidad a través de los valores éticos, hará que no sean los valores los que funden los principios distintivos de estas entidades.

2.2.3. Principios cooperativos

Como organizaciones sin fines de lucro, cuyo capital se conforma a través del aporte de sus asociados, se definen en el ámbito privado pero con preceptos solidarios, cuyos integrantes se organizan a fin de brindar los bienes que producen para sus asociados. La construcción de relaciones entre producción y colaboración bajo la forma asociativa de gestión democrática que se constituye en la entidad cooperativa, se guía por siete principios que versan sobre la incorporación de miembros, el control y dirección, el poder de decisión de los asociados, la formación cooperativa y las relaciones que establecen con otras entidades del sector y con la comunidad. Los tres primeros corresponden a la gestión interna de la entidad y los cuatro últimos, si bien mantienen relación con el desarrollo del quehacer de la cooperativa, se definen además, en la vinculación con los agentes externos en el cumplimiento de sus fines (ACI, 1995; Izquierdo Albert, 2005; Vargas Sánchez, 1995).

Los principios cooperativos se visualizan como un todo y marcan diferencias sustantivas con otro tipo de organizaciones, como las señaladas en el objetivo, de ofrecer productos y servicios a sus asociados sin discriminación frente a la maximización de ganancias en función del aporte realizado o, la gestión democrática, donde todos los asociados tienen derecho a emitir su juicio y el control se ejerce por las personas y no por el capital invertido; frente a las organizaciones de capital, cuya esfera decisoria se dirige por los propietarios en razón a los aportes de capital efectuados (Izquierdo Albert, 2005). La ACI reformula los principios cooperativos en tres ocasiones –1937, 1966 y 1995–, a fin de reflejar a estas entidades como producto de su tiempo y excluye al azar en su relación, pues indican que “... no se asocian arbitrariamente o por casualidad.

Ellos forman un sistema y son inseparables. Ellos se sostienen y se refuerzan recíprocamente”, resaltando el conjunto de principios enunciados como un todo, que no puede ser entendido de forma separada a riesgo de perder la identidad cooperativa, caracterizando todos ellos a estas organizaciones (Figura 2.3⁶).

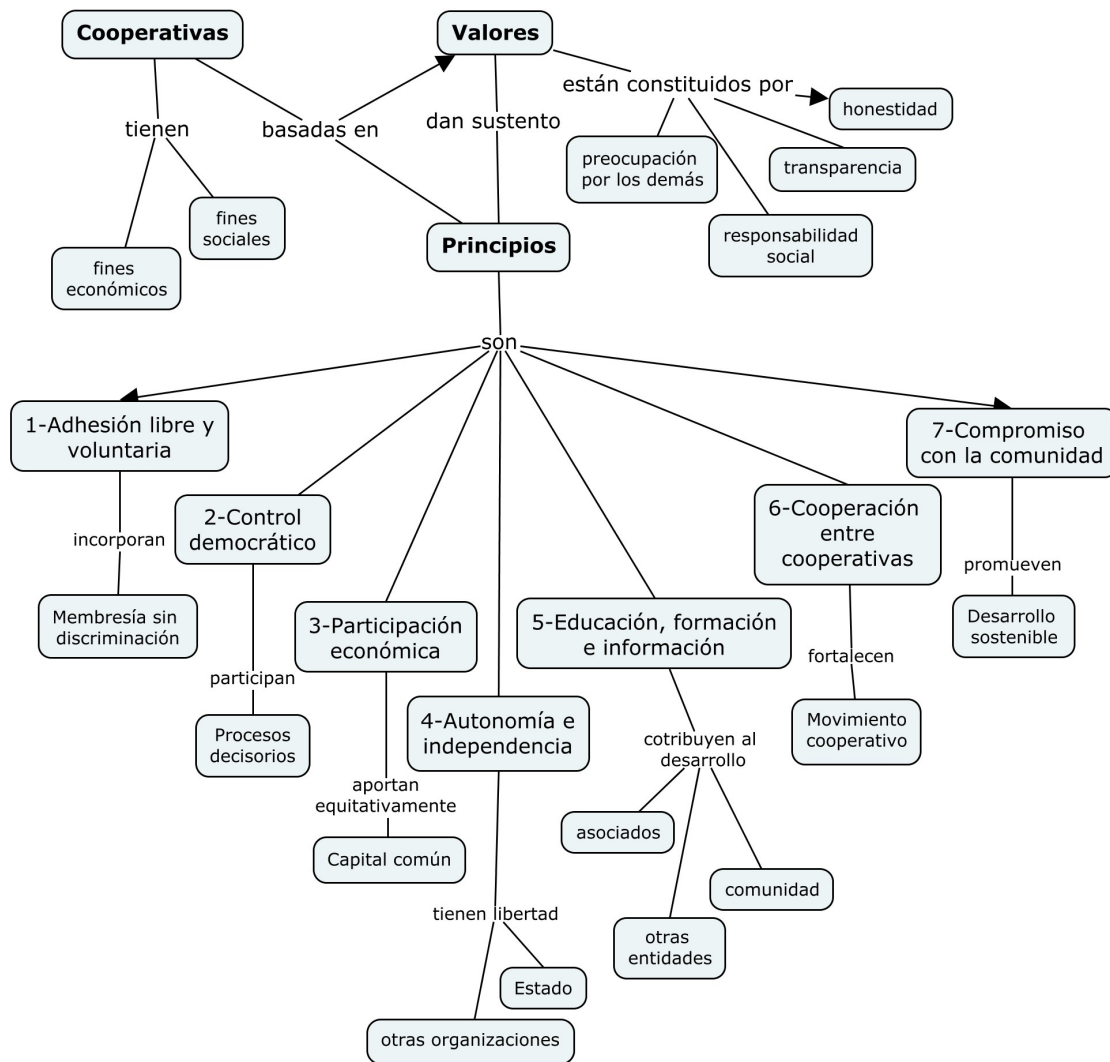


Figura 2.3: Mapa conceptual de valores y principios cooperativos.

⁶Mapa conceptual realizado con IHMC CmapTools software. Para mayor información dirigirse a: <http://cmap.ihmc.us/>

2.2.3.1. Primer Principio: Membresía abierta y voluntaria

El principio que corresponde a la incorporación de la figura de asociados en las entidades cooperativas, a diferencia de las formas que se asumen en las sociedades o empresas de capital como socios y accionistas, es libre según las restricciones que se definan en la constitución de la entidad (Arango Jaramillo, 2005, pp. 81-82; Izquierdo Albert, 2005). Se describe de la siguiente forma (ACI, 2015):

“Las cooperativas son organizaciones voluntarias abiertas para todas aquellas personas dispuestas a utilizar sus servicios y dispuestas a aceptar las responsabilidades que conlleva la membresía sin discriminación de género, raza, clase social, posición política o religiosa.”

Como entidades privadas, la incorporación de miembros si bien no se encuentra restringida en teoría, se halla sujeta al consentimiento de los asociados según se estipule en el estatuto de la entidad. Una vez satisfechas las condiciones de ingreso, no existen restricciones que impidan la permanencia o la desvinculación. Sostiene Laks (1994, p. 6) que la membresía es de carácter voluntario, donde las cooperativas no aceptan discriminaciones de ningún tipo y se encuentran abiertas para todos los que pretendan hacer uso de sus servicios y acepten las responsabilidades que implica la condición de asociado. La exigencia sobre la adhesión voluntaria y abierta se realiza sobre el cumplimiento de los deberes de afiliación, constituyendo una expresión cabal de la naturaleza universal del cooperativismo (Cracogna, 2007, p. 36).

2.2.3.2. Segundo Principio: Control democrático de los miembros

La propiedad y la autoridad en el quehacer de una cooperativa se basan en una gestión democrática; bajo el principio de igualdad, no existen discriminaciones en la representatividad de los asociados en la toma de decisiones (Jakobsen, 1994, p. 50; Horrach y Socias, 2011, p. 275). Este control se sostiene principalmente por los socios usuarios del objeto social de la cooperativa, “. . . de manera que no se permite que los socios inversores o de capital, si existen, sean mayoritarios” (Monzón, 2003, pp. 39-40). Se define a través del siguiente enunciado (ACI, 2015):

“Las cooperativas son organizaciones democráticas controladas por sus miembros quienes participan activamente en la definición de las políticas y en la toma de decisiones. Los hombres y mujeres elegidos para representar a su cooperativa, responden ante los miembros. En las cooperativas de base los miembros tienen igual derecho de voto (un miembro, un voto), mientras en las cooperativas de otros niveles también se organizan con procedimientos democráticos.”

La participación de los miembros se desarrolla en forma equitativa, todos los asociados tienen el mismo derecho de expresar su opinión y presentar su opción electiva en las instancias decisorias que se plantean en la gestión de la entidad. Por la gestión democrática de las entidades, hay una participación activa de los asociados en los procesos decisorios, así, el control y la dirección de la entidad se encuentran en poder de sus integrantes, es decir que la representatividad se ejerce en función de los asociados y no en función del capital invertido como ocurre en la empresa capitalista (Izquierdo Albert, 2005).

2.2.3.3. Tercer Principio: Participación económica de los miembros

Así como pueden observarse características diferenciales con respecto a las entidades de capital, como el acceso libre y el control democrático ya enunciadas en los principios anteriores, con respecto a la participación económica, se aprecia la creación de un patrimonio inseparable de los asociados, retribución justa por los servicios prestados y reparto de excedentes en proporción a sus operaciones (Arango Jaramillo, 2005, pp. 81-82). Se establece de la siguiente forma (ACI, 2015):

“Los miembros contribuyen de manera equitativa y controlan de manera democrática el capital de la cooperativa. Por lo menos una parte de ese capital es propiedad común de la cooperativa. Usualmente reciben una compensación limitada, si es que la hay, sobre el capital suscrito como condición de membresía. Los miembros asignan excedentes para cualquiera de los siguientes propósitos: el desarrollo de la cooperativa mediante la posible creación de reservas, de la cual al menos una parte debe ser indivisible; los beneficios para los miembros en proporción con sus transacciones con la cooperativa; y el apoyo a otras actividades según lo apruebe la membresía.”

Mientras que en las empresas capitalistas las ganancias se distribuyen entre los accionistas proporcionalmente al capital invertido, en las entidades cooperativas la distribución de los excedentes se realiza proporcional a los servicios que han prestado los asociados, o bien, con respecto a la cuantía de consumos efectuada (Izquierdo Albert, 2005). Cada asociado contribuye equitativamente al capital cooperativo y realizan, colectivamente, una gestión democrática del mismo, una vez que se retribuyen capital y trabajo, se pueden asignar los excedentes a: reservas para el desarrollo de la entidad, provisión de servicios comunes, beneficios de los asociados en proporción a las operaciones y servicios prestados a través de la cooperativa y, apoyo a las actividades que hayan sido acordadas por sus miembros (Laks, 1994, p. 6).

2.2.3.4. Cuarto Principio: Autonomía e independencia

Concebido originariamente como “neutralidad política y religiosa”, este precepto evoluciona en su definición hasta expresar el control en la esfera decisoria que mantienen sus integrantes sobre la entidad por sobre los acuerdos que establezcan con otras organizaciones, incluidos entes gubernamentales. Junto con el primero, segundo y quinto principio, son los que ratifican el carácter universal del movimiento, sin embargo en este se enuncia sin ambigüedades la ausencia de orientaciones que se refleja en “. . . un espíritu amplio, humanista y ecuménico” (Arango Jaramillo, 2005, pp. 81-82; Cracogna, 2007, p. 36). Se propone en la siguiente frase (ACI, 2015).

“Las cooperativas son organizaciones autónomas de ayuda mutua, controladas por sus miembros. Si entran en acuerdos con otras organizaciones (incluyendo gobiernos) o tienen capital de fuentes externas, lo realizan en términos que aseguren el control democrático por parte de sus miembros y mantengan la autonomía de la cooperativa.”

Este principio tiene como objetivo preservar la capacidad decisoria de los asociados en el marco de la entidad cooperativa. Según Giarraca (1994, pp. 14-15), “. . . la autogestión aumenta la autonomía y la independencia de los individuos, pero los sitúa en un espacio donde no todos están dispuestos a ubicarse”. Se plantea que la situación de subordinación es apreciada por las personas para no exponerse a los riesgos que implican las decisiones, aunque no todas las inscripciones de entidades ocurren debido a la cobertura de una necesidad común de los asociados, sino que representan un recurso en las situaciones de exclusión y desocupación laboral (Panaia, 1994, p. 36).

2.2.3.5. Quinto Principio: Educación, formación e información

Definido originalmente como “promoción de la educación”, se hace presente bajo esa denominación en los principios enunciados por los pioneros de Rochdale y a partir de las sucesivas redefiniciones de la ACI, incluye la formación en áreas de conocimiento específico y el acceso a la información como vehículo para articular la entidad con sus grupos de interés (Arango Jaramillo, 2005, pp. 81-82). Lo primero que se observa es el término “educación”: en su evolución el principio se ha mantenido inalterable, por tanto, se ha considerado apropiado para referirse a los procesos de aprendizaje, en general informales que tienen lugar en la institución, los cuales pueden ser reconocidos o no, y se basa en la existencia de un componente relacionado con la doctrina cooperativa y el desarrollo de una actitud en consonancia con la filosofía de ayuda mutua y equidad (Jakobsen, 1994, pp. 48-49). Se establece a través de la siguiente declaración (ACI, 2015):

“Las cooperativas brindan educación y entrenamiento a sus miembros, a sus dirigentes electos, gerentes y empleados, de tal forma que contribuyan eficazmente al desarrollo de sus cooperativas. Las cooperativas informan al público en general, particularmente a jóvenes y creadores de opinión, acerca de la naturaleza y beneficios del cooperativismo.”

Cracogna (2007, pp. 37-38) resume los procesos en: i. formación doctrinaria, ii. capacitación de directivos y personal y iii. difusión de la identidad cooperativa; sostiene que la educación cooperativa “. . . debe abarcar tanto los aspectos económicos como democráticos de las cooperativas”, de esta forma comprende no solo los aspectos que permiten desarrollar las competencias para la gestión de las cooperativas sino que además, incluye los que posibilitan difundir la doctrina en la sociedad, de ahí su papel transformador fundado en la igualdad que permite ampliar los beneficios de la educación cooperativa a un público más amplio. Jakobsen sostiene que los propósitos de la educación cooperativa se resumen en dos (1994, pp. 48-49).

“. . . uno es la socialización de los miembros en la comprensión de la lógica y la dinámica de la organización existente, como cooperativa; el otro se relaciona con el cambio y la innovación, esto es equipar a los miembros con las herramientas suficientes para poder pensar nuevas soluciones e invenciones que se encuentren dentro de la lógica de los principios generales y del sistema de valores de la cooperativa”.

La afirmación anterior se orienta hacia la educación cooperativa en las siguientes áreas: i. formación ideológica en el movimiento cooperativo –principios y valores, gestión democrática–, ii. uso de técnicas cooperativas para ejercer la condición de miembro de la entidad –derechos y responsabilidades inherentes a la condición de asociado– y, iii. conocimiento sobre gestión empresarial –aspectos administrativos relacionados con el manejo de la cooperativa–. Si bien existen diferencias en la forma de llevar a cabo las acciones, las áreas reconocidas tienen consenso general con el nivel de información y participación requerido según el tipo de cooperativa (Jakobsen, 1994, pp. 48-51).

Las cooperativas basan en la educación y formación su desarrollo, tal es así que “. . . educan a sus miembros para cumplir sus roles”, diferenciando según el vínculo que tienen con la entidad (Laks, 1994, p. 6). Este principio, compromete a las cooperativas a proveer el desarrollo de competencias en el personal para una gestión efectiva de la misma y a sus directivos para que definan los cursos de acción; formación doctrinaria para sus asociados y grupos de interés⁷; así

⁷Bajo la teoría de stakeholders (Freeman, 1984), existen diferentes clasificaciones de los grupos o individuos que se ven afectados por las decisiones de las organizaciones, para la economía social, en una visión amplia, se consideran dos tipos de grupos de interés: i. los que tienen un vínculo contractual con la entidad como personal,

como proporcionar el acceso a la información al público en general a fin de difundir la doctrina cooperativa y propender a la transparencia de sus acciones en la comunidad, en una auténtica articulación entre su quehacer y la base ética que la sustenta (Laks, 1994, pp. 4-6).

2.2.3.6. Sexto Principio: Cooperación entre cooperativas

Inicialmente se definió en los principios de Rochdale al sexto postulado como “integración cooperativa”, llegando a nuestros días referenciando a las entidades en sí y a la actividad de cooperación en el trabajo conjunto en diferentes niveles (Arango Jaramillo, 2005, pp. 81-82). Este proceso surge dentro del movimiento a fin de responder a las exigencias de un mercado globalizado para lograr eficiencia y ofrecer bienes de calidad a un precio justo para sus asociados, (Laks, 1994, p. 6). Brinda, de esta manera, un amplio escenario intercultural para la colaboración entre cooperativas “... por todos los medios posibles, con otras cooperativas en los niveles local, nacional e internacional. Se proyecta de esa manera la acción cooperativa al plano internacional reconociéndole un definido sentido universal acorde con su naturaleza humanista y democrática” (Cracogna, 2007, p. 37). Se enuncia de la siguiente forma (ACI, 2015):

“Las cooperativas sirven a sus miembros más eficazmente y fortalecen el movimiento cooperativo trabajando de manera conjunta por medio de estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales.”

Este principio promulga la participación de los asociados y la interacción con otras cooperativas que se articulan a través de las acciones que establecen entre las entidades bajo la denominación de ‘acto cooperativo’⁸, de carácter universal. Según Sanchis Palacio y Revuelto Taboada (1995; pp. 154-155), se les posibilita mediante “... estrategias de cooperación y concentración (...) obtener sinergias, economías de escala y de alcance, el acceso a las nuevas tecnologías y a los nuevos métodos de gestión que sirvan para mejorar la competitividad de las mismas”. No es el resultado de la adaptación a los cambios del momento histórico, sino la actuación bajo el mismo valor de solidaridad, en un proceso endógeno, hacia la integración, en el apoyo de unas

clientes, administración, donantes y proveedores y, ii. los agentes sociales y otras organizaciones del sector que se inscriben en los grupos de interés no organizacionales (Horrach y Socias Salvà, 2011, p. 283). El asociado, cumple un rol trivalente en la cooperativa, pues es: i. propietario de la entidad, ii. proveedor –ya sea que contribuya con materias primas en las cooperativas agropecuarias, trabajo en las cooperativas de trabajo y recursos financieros en los bancos cooperativos, entre otras posibilidades – y/o iii. cliente en el consumo de productos y servicios como en las cajas rurales o en las cooperativas de servicios públicos, como luz eléctrica y telefonía o bien, en las de provisión como las que comercializan productos alimenticios (Vargas Sánchez y Vaca Acosta, 2005, p. 253).

⁸En la Ley de Cooperativas N° 20.337 de Argentina, del 2 de mayo de 1973, se define en su artículo 4°, el acto cooperativo que realizan las entidades “... y sus asociados y por aquéllas entre sí en el cumplimiento del objeto social y la consecución de los fines institucionales. También lo son, respecto de las cooperativas, los actos jurídicos que con idéntica finalidad realicen con otras personas.”

con otras y en los vínculos que establecen con la sociedad, lo que posibilita su posicionamiento y competitividad.

2.2.3.7. Séptimo Principio: Compromiso con la comunidad

El compromiso de las entidades con la comunidad se incorpora por primera vez en el año 1966 en la Declaración de Manchester, en reconocimiento de su responsabilidad en el medio donde actúa, alentando el desempeño de un rol activo de las cooperativas en la consecución del bien común (Arango Jaramillo, 2005, pp. 81-85). Sitúa a las cooperativas por una parte, tras el objetivo de satisfacer las necesidades de sus integrantes y por otra, en la asunción de un compromiso dirigido al desarrollo sustentable de la comunidad (Cracogna, 2007, p. 38; Laks, 1994, pp. 1-6). Se define según la siguiente proposición (ACI, 2015):

“La cooperativa trabaja para el desarrollo sostenible de su comunidad por medio de políticas aceptadas por sus miembros”.

Si bien tienen como prioridad la satisfacción de las necesidades de sus integrantes, “. . . respetan y protegen el medio ambiente y están al servicio de los intereses comunitarios a través de políticas democráticamente aprobadas” (Laks, 1994, p. 6). En su carácter universal, no se circunscriben únicamente a otorgar beneficios y cumplir con las aspiraciones de sus asociados, sino que extienden estos límites hacia la sociedad, promoviendo un desarrollo colectivo (Cracogna, 2007, p. 38).

2.2.4. Clasificación de cooperativas

La clasificación de este tipo de entidades se ha caracterizado históricamente por la dificultad en establecer criterios de diferenciación de carácter general, dada la diversidad de sectores económicos en los que manifiestan su quehacer (Monzón Campos, 2003). Como han incursionado en diferentes ámbitos en el desarrollo de sus fines, también se definen bajo una gran diversidad de actividades, configurando así una red de amplio alcance como espacio productivo, que complejiza aún más su localización en una ubicación excluyente (de Vega y Zanfrillo, 2015). Otra opción se plantea en la concentración del rol de los asociados como usuario, propietario y empleado y, en las esferas de actividad se definen sus funciones ya sea en el ámbito público o bien, en el ámbito privado (Lorendahl, 1999, pp. 17-18). La definición de criterios que brinden unicidad para su identificación se ha asentado principalmente en el rol que desempeñan los integrantes y en el sector económico en que se desarrolla el quehacer de la entidad.

Otras clasificaciones se basan en la naturaleza de la relación o en el grado de participación

entre el asociado y la entidad, basado en la fuerza o debilidad con que se establece el compromiso: las cooperativas agrarias, construcción y vivienda, de provisión y, trabajo corresponden a la primera mientras que las de consumo, crédito, seguros y servicios públicos pertenecen a las segundas (Acosta et al., 2013, p. 29). Se distinguen bajo el criterio que contemplan el papel de los integrantes, dos tipos de entidades: una que refiere al rol de consumidor/usuario y define las cooperativas de vivienda y de crédito y, las cooperativas que implican la producción de productos y servicios, que comprenden a aquellas cuyo objeto social son las agrícolas y pesqueras y, las cooperativas de trabajo, también incluidas en esta categoría (Acosta et al., 2013, 30). En nuestro país se pueden reconocer cooperativas agropecuarias, de consumo, de crédito, de provisión, seguros, servicios públicos, trabajo y, construcción y vivienda. Se agregan a estas cooperativas de primer grado o de base, las de ulterior grado, como las federaciones o confederaciones cuyos asociados son cooperativas y federaciones respectivamente.

2.2.5. La empresa cooperativa

Las cooperativas componen otro tipo de unidades empresarias con niveles similares en cuanto a producción y empleo que las pequeñas y medianas empresas, deben realizar además, "... la función de aumentar la utilidad de los productos y/o servicios de un modo eficiente; (...) es decir, maximizando sus satisfacciones (...), y además, simultáneamente, minimizando sus sacrificios. Porque de otro modo no sobreviviría como empresa ...” (García-Gutiérrez Fernández, 1988, p. 102). Responden, sin embargo, a otras reglas económicas consideradas como originales respecto de las existentes (Vuotto, 1994, p. 63). A diferencia de las mencionadas pequeñas y medianas empresas que se rigen por leyes de producción capitalista, las cuales obran en consonancia con el accionar de las grandes empresas. Por su parte, las asociaciones, cooperativas y mutuales como estructuras organizativas del Tercer Sector, aseguran su supervivencia “bajo modelos empresarios alternativos” (Panaia, 1994, p. 36). El propósito de estas entidades se sitúa en el servicio antes que el lucro, se presentan como (Riofrío, 2010, p. 2):

“... un medio de ayuda mutua para beneficio de todos. Es una asociación voluntaria de personas y no de capitales; con plena personería jurídica, de duración indefinida y de responsabilidad limitada; donde las personas se unen para trabajar con el fin de buscar beneficios para todos”.

Se han establecido diferentes perspectivas para diferenciar la empresa cooperativa de la empresa de capital. En general, aquellas relacionadas con la gestión de la entidad y sus objetivos se han referido en los siete principios, Vargas Sánchez (1995) por su parte, alude al carácter democrático de la gestión y Vuotto (1994) plantea cuatro aspectos para la diferenciación: i. control democrático, ii. relaciones entre el asociado (cliente, proveedor, asociado) y la entidad, iii. parti-

cipación económica y iv. patrimonio común indivisible. Birchall (2005, pp. 9-10) reconoce que los valores no constituyen el elemento diferenciador pues son compartidos por otras organizaciones, sino que la distinción radica en tres principios básicos sobre los que se fundan los valores de segundo orden – democracia, equidad y autoayuda–. Y se le atribuye a la democracia su carácter de interfaz entre los valores de primer orden –libertad e igualdad–, a fin de asegurar la retribución según la representación de los asociados. Estos principios a los que alude Birchall (2005, pp. 9-10) son “propiedad, control y beneficio de los asociados”, es decir, autonomía e independencia, control democrático y participación económica; que suponen los pilares para distinguir a las entidades cooperativas de otras organizaciones.

2.2.6. Los principios cooperativos en la práctica

Afirma Birchall (2005, pp. 4-11) que es necesario valorar la conexión entre principios y valores y cómo se expresan a través de las prácticas empresariales. Estas manifestaciones fácticas de la doctrina cooperativa, ofrecen una oportunidad a futuro, de la definición de los principios cooperativos como marco de evaluación, a fin de determinar los resultados y expectativas en función del desempeño. Su medición se basa así, en la relación entre principios y resultados. Si bien los últimos años se han caracterizado por la tarea de dar a conocer los principios y valores cooperativos, el desafío próximo se asienta en definirlos operativamente, es decir, a través de las prácticas empresariales (2005, p. 4). La propuesta se centra entonces, no solo en difundir valores y principios, sino en traducirlos en prácticas reconocibles de la empresa cooperativa, con el fin de facilitar su evaluación y conocimiento por la entidad y la comunidad.

Para Laks (1994, p. 5) el desafío se instala en “... armonizar la esencia solidaria con la operatoria eficaz, acentuando la participación de los asociados y la crítica al sistema económico neoliberal, difundiendo con fuerza el ideario cooperativo”. Con énfasis en los valores, a partir de esta afirmación, se hace evidente la necesidad de vincular la doctrina cooperativa con el quehacer de las entidades, principalmente a través de la participación y la difusión del movimiento cooperativo. Si bien éstas prácticas resultan democratizadoras y actúan como vehículos en el cumplimiento de los principios cooperativos, no se hallan exentas de controversias y dificultades en su implementación: “*la lentitud en la toma de decisiones (...) y la reducción del tiempo de respuesta que disponen las organizaciones*”, devienen así de altos grados de participación y estilos de gerenciamiento participativos (Sanchis Palacio y Revuelto Taboada, 1995, pp. 146-147).

A las dificultades mencionadas, se suma además que la participación requiere de un sujeto formado para las tareas que debe desempeñar en las esferas decisorias. En este sentido, Agirre (2001, pp. 99-100) sostiene que es necesario que “... los niveles más bajos de la organización ostenten poder para la toma de decisiones en aquellos aspectos relacionados con el entorno laboral y que afectan a su trabajo” y añade, que esto no es consecuencia de la delegación de autoridad, es

decir, que el desarrollo de competencias para el desempeño en el ámbito empresarial requiere de información, formación, educación y retribución como elementos clave para lograr la competencia necesaria que permita la promoción de la participación (Agirre, 2001, p. 100).

Según Laks (1994, p. 5), dos situaciones se deben superar en la disyuntiva frente a la prevalencia de los principios éticos y la operatividad de los principios cooperativos que se evidencian en el accionar de la entidad: una, *el abandono de la esencia cooperativa*, es decir, cuando las operaciones se alejan de los principios y otra, la de aquellas organizaciones que no pueden alcanzar el logro de sus objetivos debido a las condiciones del entorno. Respecto de la situación enmarcada en las condiciones endógenas, esta tiene lugar cuando no se cumple el segundo principio cooperativo y su valor de segundo orden correspondiente – democracia –, es decir que no se aplican como pivotes en el quehacer de la entidad.

Con base en la necesidad de vincular principios y prácticas cooperativas, se disponen los principios distintivos según las prácticas asociadas, su objetivo, así como el momento y nivel de intervención. Cada uno de estos principios tiene asociado, más allá de valores –de primer o segundo grado, éticos o políticos⁹–, un objetivo implícito, y según se ha podido apreciar en el análisis realizado, un momento de intervención que se define a partir del inicio efectivo de la práctica, a través de las reuniones de la Asamblea o bien de las interacciones con el Consejo de Administración y con entidades del sector y del medio. El nivel de intervención se define para cada principio a partir de la interacción entre los asociados con los órganos de decisión y fiscalización de la entidad cooperativa –Consejo de Administración y Sindicatura–, entre pares en las reuniones de Asamblea y, en la vinculación con otros actores sociales (Tabla 2.1 y Tabla 2.2).

Las prácticas cooperativas se definen a partir de la profundización en los valores que permiten definir un conjunto de tareas, tales como: “actividades económicas para satisfacer las necesidades de sus socios; democracia participativa en sus actividades diarias; desarrollo de los recursos humanos; responsabilidad social y ambiental; cooperación económica nacional e internacional” (Martínez Charterina, 1995, pp. 40-42). Sobre esta base y las actividades mencionadas a lo largo de la investigación se definen las prácticas que distinguen la gestión de las entidades cooperativas. Se establecen los actos consultivos y volitivos para el desarrollo de la entidad, los actos educativos, formativos e informativos así como las gestiones inherentes a su compromiso con la protección y respeto del medio ambiente y la mejora de la calidad de vida de la población. Las actividades en el plano económico se establecen en relación con la creación del patrimonio indivisible y el destino de los excedentes. Se sintetiza la vinculación de la entidad con otras entidades del sector, entendida como cooperación, a través del ‘acto cooperativo’ en cumplimiento de sus fines y de los valores éticos.

⁹Clasificación de valores realizada por J. Birchall (2005).

Principio distintivo	Objetivo	Momento de intervención	Niveles de intervención	Prácticas participativas
Adhesión libre y voluntaria	Facilitar el acceso, permanencia y retiro de la entidad según el régimen establecido en el estatuto	Constitución de la entidad	Interna entre asociados y con el Consejo de Administración	Definición del Estatuto.
Control democrático	Intervenir en la gestión de la entidad con derecho a voz y voto en igualdad de condiciones para todos los asociados	En ocasión de la asamblea anual (y extraordinarias si las hubiera)	Interna entre asociados y con el Consejo de Administración	Consulta, deliberación y negociación sobre la gestión de la entidad. Elección de representantes. Elección de los miembros del Consejo de Administración .Actividades formativas e informativas.
Participación económica	Satisfacer necesidades y aspiraciones de los asociados	Determinación de los excedentes a distribuir entre los asociados al cierre del ejercicio anual (para su disponibilidad en la próxima reunión de la asamblea)	Interna, entre asociados y con el Consejo de Administración	Consulta de información. Fijación del capital social (aumentos de capital que no provienen de la generación de utilidades). Destino de excedentes. Gestión de las actividades económicas.
Autonomía e independencia	Definir las políticas de la organización sin injerencia interna –Consejo de Administración– o externa –Estado, otras organizaciones–	Continuo, a fin de asegurar a la entidad un desempeño libre de influencias	Interna, entre asociados y con el Consejo de Administración. Externa con los agentes y actores sociales con que se relaciona.	Consulta de información. Cooperación nacional e internacional, con otras entidades del sector y con las organizaciones y agentes del medio.

Tabla 2.1: Caracterización de los principios distintivos de las cooperativas en relación con las prácticas.
Fuente: elaboración propia en base a Martínez Charterina, 1995 y Birchall, 2005.

Principio distintivo	Objetivo	Momento de intervención	Niveles de intervención	Prácticas participativas
Educación, formación e información	Educar en la doctrina cooperativa, capacitar en áreas específicas del conocimiento y difundir la identidad cooperativa, abarcando aspectos económicos y democráticos	Continuo, a fin de garantizar la atención a los asociados, la comunidad y otras organizaciones del sector	Interna, entre asociados y con el Consejo de Administración. Externa con los agentes y actores sociales con que se relaciona.	Definición de políticas sobre programas y proyectos formativos
Cooperación entre cooperativas	Colaborar con otras entidades del sector para mejorar la competitividad de las mismas	Continuo, a fin de garantizar la atención a las organizaciones del sector	Interna, entre asociados y con el Consejo de Administración. Externa con los agentes y actores sociales con que se relaciona.	Celebración de acuerdos, convenios, selección de proveedores
Compromiso con la comunidad	Contribuir al desarrollo sostenible de la comunidad, en el respeto del medio ambiente y en respuesta a los requerimientos del medio.	Continuo, a fin de garantizar la atención a la comunidad	Interna, entre asociados y con el Consejo de Administración. Externa con los agentes y actores sociales con que se relaciona.	Aprobación de políticas y proyectos de interés social

Tabla 2.2: (continuación). Caracterización de los principios distintivos de las cooperativas en relación con las prácticas. Fuente: elaboración propia en base a Martínez Charterina, 1995 y Birchall, 2005.

En síntesis

Planteada la importancia de la participación de los asociados a través de los principios distintivos y considerados fundantes del movimiento cooperativo, junto con la mención de la necesaria operatividad de los mismos a través de la práctica y en base a la orientación de las operatorias hacia el uso de tecnología para el cumplimiento de los fines (Laks, 1994: 5), se presenta a continuación el uso y apropiación de tecnología, en particular en el sector cooperativo.

Capítulo 3

Apropiación de Internet

[CONTEXTO, INTERNET, USO Y APROPIACIÓN, TIC Y COOPERATIVAS]

“El avance democrático exige dotar al ciudadano de cultura digital. No se trata de ser ingeniero, sino de saber explicar este nuevo entorno. (...) Las profecías en el planeta digital acostumbra a fallar porque, a pesar de acertar sobre cómo serán las máquinas, no aciertan en calibrar la cultura de uso que rondará estas mismas máquinas. Y la habrá refractaria a un determinado empleo y habrá iniciativas de los usuarios que vayan más lejos de lo que habrán soñado los prescriptores de la herramienta”.¹

Resumen del capítulo

En este capítulo se distingue entre uso y apropiación, entendiendo la polisemia de estos términos, y las diferentes adjetivaciones que se expresan para el uso, como uso significativo o uso efectivo para referirse al impacto del empleo de las tecnologías en el medio. Se consideran, más allá del determinismo técnico y social como enfoques en el empleo de las tecnologías, la interdependencia de efectos negativos y positivos de los cambios en las conductas individuales y colectivas a través de la incorporación de tecnologías.

Se finaliza con un conjunto de investigaciones sobre el uso de internet en entidades del Tercer Sector que ponen de relieve la ausencia de una dimensión que aborde aspectos sociales, como factores de la apropiación tecnológica y que se relacionen con la necesidad de las organizaciones de estructura de propiedad democrática, de dar operatividad a sus principios constitutivos.

¹Tomàs Delclós, prólogo del libro “La alquimia de las multitudes”. Pisani y Piotet, 2009.

3.1. Uso de las TIC

Los debates sobre la relación entre tecnología y sociedad se inscriben en una dicotomía entre el determinismo técnico y el social, hasta una perspectiva post-tecnocrática que implica la consideración de las ventajas y limitaciones que supone su incorporación en los contextos de aplicación, cuestionando el bienestar que se atribuye al uso generalizado de la técnica (Jouët, 1993, pp. 101-102, Breton y Proulx, 2002, p. 7). Dada la posibilidad que ofrece la red como nuevo espacio social, que permite la reunión de personas de un modo diferente y con efectos que no siempre son neutrales, el interés se centra en abordar las prácticas de uso de las tecnologías y de los recursos de internet en particular, desde una perspectiva que supere la visión tecnocrática, con énfasis en los aspectos participativos y comunicativos por sobre los informativos (Echeverría, 2000; Jouët, 1993, pp. 101-102).

La visión que se orienta a conjugar a las tecnologías en una posición central, denominado determinismo técnico, analiza las prácticas de consumo como el producto de las transformaciones de los sistemas y dispositivos de comunicación. En el otro extremo, la perspectiva que solo ve en las tecnologías una herramienta, llamado determinismo social, ignora el rol que desempeña el objeto técnico y ve en el cambio social la manifestación central en el desarrollo de las prácticas comunicativas, cuando de hecho, estas se dan en torno a una doble mediación, donde el terreno de las prácticas comunicativas es aquél en el que convergen los avances técnicos y los cambios sociales.

En el denominado Tercer Entorno², de formas líquidas e imprecisas, el determinismo técnico ignora el cambio social mientras que el determinismo social ignora el rol del objeto técnico (Jouët, 1993, p. 101). Lejos de la concepción instrumental técnica y social, retratada habitualmente en la literatura como ‘brecha digital’³ y manifiesta en términos como ‘nativo’

²Echeverría (2000) define al nuevo espacio social en el ámbito digital, donde tienen lugar las interacciones humanas, como tercer entorno, a fin de distinguirlo de los entornos naturales (primero) y urbano (segundo). Afirma que “... no sólo es un nuevo medio de información y comunicación, sino también un espacio para la interacción, la memorización, el entretenimiento y la expresión de emociones y sentimientos”, fundamento por el cual se trata de un nuevo espacio social y no una herramienta para un fin específico.

³El origen del concepto ‘brecha digital’ se remonta a la época en que se inicia en Francia, a fines de la década de los ‘70 y principios de los ‘80 el proyecto Minitel, el cual proponía la sustitución de los directorios impresos por equipos de cómputo como terminales simples que posibilitaban las solicitudes de números de teléfono a partir de su búsqueda y localización en una base de datos electrónica. En el lanzamiento del mencionado proyecto, aún se debatía como cuestión central la gratuidad de los equipos para toda la población pues se lo consideraba como la vía de acceso a la Sociedad de la Información, sosteniendo como argumento para un régimen democrático, que “no debía marginarse a ningún ciudadano del acceso a la información. La referencia invocaba a los sectores de la sociedad que no contaban con recursos para adquirirlo.” (Volkow, 2003, p. 2). La OCDE (2001, p. 5) define a la brecha digital tanto entre los países como al interior de los mismos, como la distancia existente en “... personas, familias, empresas y zonas geográficas en diferentes niveles socio-económicos con respecto a sus oportunidades para acceder a las tecnologías de la información y la comunicación así como al uso de Internet para una amplia variedad de actividades”.

y ‘migrante’, el abordaje de la inseparable relación entre riesgos y promesas de las tecnologías implica indagar sobre el acceso a qué, el uso cómo y por quiénes y, en última instancia, los fines de su empleo (Burbules y Callister, 2006, p. 36; Siles Gonzalez, 2004, p. 78). Sintetizando las condiciones de indagación planteadas, Gómez Mont (2002, p. 293) postula que se debe prestar atención tanto al objeto como al sujeto en el tiempo y lugar de encuentro de ambos.

3.1.1. El determinismo técnico

El primer paso en la adopción de una tecnología es considerar el tema del acceso. Si bien este se puede abordar desde diferentes ópticas, el determinismo técnico plantea su análisis a través de los medios: a través de qué tecnologías se informa, a través de qué tecnologías se comunica. En la elección de la tecnología como panacea, como motor de cambio para el desarrollo ‘per se’, instigada a partir de intereses económicos, se considera que tiene un efecto transformador en el área en la que se inserta, por el solo hecho de estar disponible (Burbules y Callister, 2006, pp. 24-25).

El acceso entendido como puerta de entrada al dominio de las tecnologías se ha referido en los países latinoamericanos como ideal de democracia e igualdad a partir de la obtención de la infraestructura tecnológica y el equipamiento técnico bajo un concepto de equidad para todos los usuarios (Rice, 2002). En la progresiva incorporación de las TIC en un sistema económico y social en el cual la información y el conocimiento son conceptos clave para el bienestar (CEPAL, 2010, p. 7), las propuestas que se enmarcan en esta postura, solo constituyen un primer paso en el amplio espectro de opciones que remite un uso efectivo de tales dispositivos (Crovi Drueta, 2008, p. 69).

Respecto del uso en el determinismo técnico, se puede observar desde el análisis del comportamiento de los usuarios, frente a las especificaciones de los dispositivos. Resulta visible en el empleo acotado a las especificaciones técnicas, es decir, en su ajuste a las prescripciones diseñadas –grado de conformidad– o bien, en su alejamiento de los usos prescritos –grado de desvío– (Paquienséguy, 2012, p. 3). Para Chambat (1994, p. 251) esta visión en el uso concierne al carácter prescriptivo o normativo de la oferta tecnológica, se manifiesta generalmente en la normalización y estandarización, sin que ello represente una postura hostil hacia este enfoque, pero entendiendo las posibilidades inéditas que entraña la experimentación en la determinación de nuevos usos.

La dimensión que enlaza usuario y tecnología es bidimensional, “. . . nunca las usamos sin que ellas, a la vez, nos usen; nunca aplicamos tecnologías para cambiar nuestro medio sin ser cambiados nosotros mismos” (Burbules y Callister, 2006, p. 21). El alcance o efecto que tienen las TIC sobre las diferentes esferas de la vida humana no pueden sopesarse únicamente bajo la

dicotomía de ‘buenas’ o ‘malas’. Donde se insertan se deben considerar ventajas y limitaciones, costos -tangibles e intangibles- y beneficios: dos caras de la misma moneda, que no pueden aislarse de los cambios que se operan a partir de su incorporación, ya sea que se vea como una panacea –causa atribuible a todo éxito posterior–, como una herramienta con fines determinados o en la carencia de neutralidad.

3.1.2. El determinismo social

Una segunda visión, que atribuye el rol de herramientas a las tecnologías, enfoca el éxito o el fracaso en el uso que se realice de ellas. En este caso, el basamento de éxito se sitúa no ya en la tecnología en sí, sino en las capacidades de las personas respecto de su utilización, sin considerar las limitaciones y consecuencias que presupone su empleo (Burbules y Callister, 2006, pp. 26-27). En este sentido se puede observar una concepción instrumental que concibe a las tecnologías como un objeto que es utilizado para alcanzar determinado propósito. Bajo esta consideración, se las reconoce como objetos externos, artefactos o dispositivos que se utilizan para un fin. Esa concepción instrumental “. . . externaliza las tecnologías, las ve como objetos fijos, con un uso y una finalidad concretos” (Burbules y Callister, 2006, p. 20).

Los usos concretos o específicos para las TIC que aporta esta perspectiva, implícitos en su nominación, las posicionan como intermediarias en el acceso a la información y en la configuración de espacios comunicativos. Desde la visión de las TIC como herramientas “. . . se asume una concepción instrumental de las tecnologías, que a nuestro modo de ver resulta insuficiente para entender el profundo cambio social que las TIC posibilitan” (Echeverría, 2008). Tanto el determinismo técnico como el social resultan en definitiva, dos caras de la misma moneda, en situar el foco ora sobre la tecnología ora sobre quiénes las usan, sin atender a las indivisibles cuestiones positivas y negativas y al entorno práctico en el cual se sitúan.

Desde esta visión quedan restringidos los nuevos propósitos que involucra la aparición de dichas herramientas. El correo electrónico, como herramienta de comunicación, concebido en analogía al correo postal y con el propósito de conectar personas en forma asincrónica, sin que sea necesario que los actores se encuentren en la misma configuración espacio-temporal, tiene nuevos usos como el de permitir llevar a cabo experiencias de trabajo colaborativo (Pérez i Garcías, 1996), como medio para la asistencia sanitaria en el marco de la telemedicina (Mayer Pujadas y Leis Machín, 2006) y, como soporte primario para la gestión del conocimiento en las organizaciones y en otros sistemas de mayor complejidad (Meroño Cerdán y Soto-Acosta, 2005), entre los nuevos usos que se pueden identificar.

En el énfasis de la transformación de la realidad desde una visión social de Internet -en el tratamiento de Internet como herramienta-, Camacho (2001, p. 8) plantea los supuestos para

la formulación de interrogantes, para la transformación social:

- desplazamiento del foco de análisis, de internet a la realidad a transformar,
- cambio en la secuencia “*acceso a internet - enseñanza del uso de la herramienta - análisis de cambio producido*” a “*reflexión sobre la realidad a transformar - usos posibles - tipo de acceso*”,
- interrelación dinámica entre acceso-capacitación para mejorar el uso-apropiación, con énfasis en la apropiación, mientras que se sitúa al acceso y al uso como medios,
- rol de las organizaciones en impulsar la visión social de internet, a partir de la participación de los actores en la transformación de la realidad y en la contribución de internet al logro de este objetivo,
- comprensión de los cambios producidos por internet en el contexto como elemento constitutivo del proceso de apropiación.

Otros estudios también han indicado la importancia de adquirir particulares “habilidades digitales” (van Dijk, 2008, p. 73). Estas habilidades se relacionan con la búsqueda y evaluación de la información, las cuales constituyen uno de los componentes básicos de la alfabetización informacional, pues el dominio de las competencias digitales es una condición previa para la adquisición de ventajas informativas. La tecnología definida desde una concepción instrumental o como herramienta concentrada en la capacitación de los sujetos, se visualiza como un objeto con fines precisos y determinados previamente, sin considerar que el usuario propone usos nuevos y que modifica su entorno.

3.1.3. La visión post-tecnocrática

Lejos de centrar las razones del éxito en la adopción de una tecnología dada o bien, atribuir al sujeto en el desarrollo de sus competencias -para actuar según las limitaciones y ventajas de la tecnología- la razón del cambio social, otra concepción diferente de la instrumental o tecnocrática⁴ se presenta como superadora de las limitaciones advertidas en cada visión analizada

⁴Burbules y Callister (2006, pp. 27-28) referencian una tercera visión dentro del modelo tecnocrático, ‘ordenador como herramienta no neutral’, que representa el equilibrio entre el acceso y el uso, enfatizando la visión crítica de los usuarios frente a las consecuencias de la aplicación de la tecnología así como a esperar beneficios y dificultades no previstas. Sin embargo, advierten que se enmarca aún en la visión tecnocrática, pues los usos de las tecnologías se encuentran limitados a las propuestas de diseño de sus fabricantes, la evaluación del cambio a través de costos y beneficios y la capacidad de las personas para distinguir entre las consecuencias positivas y negativas que acarrea el uso de las tecnologías, sin considerar su interdependencia intrínseca.

anteriormente. Desde esta nueva concepción, se considera a las tecnologías como un sistema de acciones humanas, que implica contemplar más allá del análisis de los dispositivos en sí y ubica el foco en el devenir de nuevas praxis y en la transformación de las prácticas sociales. Afirma Echeverría (2008) que en el marco de una revolución tecnológica o tecno-científica como la generada por las TIC "... no se trata de analizar los nuevos aparatos o herramientas que puedan surgir, sino cómo esos aparatos cambian las acciones humanas y, en particular, qué nuevas acciones devienen posibles". El autor identifica tres nuevos tipos de acciones humanas, que pueden ser ejecutadas bajo una diversidad de formas:

- *acciones a distancia*, acceso a información y actividades en línea que abarcan una amplia variedad de situaciones de la vida humana y no solo restringidas a la búsqueda de información y a la interacción entre los sujetos,
- *acciones en red*, efectos de las acciones con carácter global, geográficamente distribuidas; el efecto de las acciones a través de los canales electrónicos tiene una topología reticular que se manifiesta en la veloz propagación de las acciones,
- *acciones asincrónicas*, efectos reiterados independientes del tiempo, superando la restricción del momento en que se produce, dejando atrás la necesidad de simultaneidad y superando el sincronismo requerido en los canales mecánicos.

Este tipo de actividades se definen desde la irrelevancia de la distancia que señala el sentido "a control remoto" para su desempeño, anteriormente centradas en la presencialidad. Actualmente, las relaciones se mantienen a través de las redes telemáticas y no requieren de la sincronía o simultaneidad sino que son multicrónicas, generando efectos más allá del entorno informacional en que se desarrollan (Castells, 1997; Echeverría, 2003). Las tecnologías afectan un amplio espectro de acciones humanas, fuera de aquellas implícitas en su denominación: modifican el espacio de capacidades de las personas posibilitando acciones como el acceso a una sesión de usuario en forma remota o la producción en línea de trabajos colaborativos con múltiples usuarios. A través de la mediación de las TIC, actividades hasta el momento consideradas como impracticables se tornan accesibles, esto es, ampliando las propuestas iniciales de búsqueda de información y configuración de situaciones comunicativas, transformando lo que las personas pueden hacer de forma efectiva a través de su uso.

3.1.4. Revisión de las visiones

Trascender la visión tecnocrática requiere adoptar una visión integral de la interdependencia entre efectos positivos y negativos, como aspectos inseparables que tienen lugar en un contexto dado y en los nuevos usos que las personas desarrollan en su interacción con la tecnología (Tabla 3.1). Cada visión, cada enfoque acompaña un momento histórico signado por una

secuencia de acciones inherentes a la adopción de una tecnología: así, en el primer momento, con el determinismo técnico se ha hecho énfasis en las cuestiones del acceso, en un segundo momento, se ha cambiado hacia la prevalencia del desarrollo de las capacidades y habilidades de los sujetos en el dominio de las tecnologías como motor de cambio, asignando a las mismas un carácter meramente instrumental. Finalmente, en la visión post-tecnocrática, se integra el espacio donde discurren las prácticas de los sujetos así como su historia en la trayectoria de uso de dichas tecnologías (Tabla 3.1).

Enfoques	Supuestos	Efecto
Determinismo técnico	La tecnología como panacea.	Centralidad del acceso.
Determinismo social	La tecnología como herramienta.	Centralidad en el desarrollo de competencias.
Post-tecnocrático	Interdependencia de efectos positivos y negativos en un contexto dado y en un grupo social.	Integración del contexto y las prácticas del grupo.

Tabla 3.1: Comparación entre los diferentes enfoques en la adopción de tecnología. Fuente: elaboración propia

Estas visiones hacen énfasis ya sea en tecnologías, capacidades o efectos, situando el foco de atención en un principio, ora en el acceso como punto de partida o bien en el desarrollo de competencias de los sujetos. Sin que en enfoques posteriores se desconozcan los puntos mencionados. Por el contrario, son considerados el punto de entrada a los procesos de uso y apropiación, sin omitir por ello las consecuencias inherentes a su empleo, en la interdependencia de consecuencias positivas y negativas, así como la necesaria consideración de las nuevas conductas que modifican el entorno presencial y virtual, en el que sujetos y organizaciones se desempeñan en la actualidad.

3.1.5. La noción de uso

Los estudios sobre el uso de las TIC se iniciaron en Francia, a principios de la década del '80 con el propósito de describir "lo que la gente realmente hace con los objetos técnicos" (Chambat, 1994; Proulx, 2002), puesto el acento en las prácticas cotidianas para evidenciar las 'maneras de hacer' (de Certeau y Giard, 1996). El estudio sobre el uso de las tecnologías remite tanto a la sociología de los usos –que a diferencia de otras disciplinas no se centra en los dispositivos sino en el usuario y las prácticas de uso– (Jouët, 1993, Chambat, 1994; Proulx, 2002; Breton y Proulx, 2006), como a la ciencia de la comunicación (Thompson, 1998; Gómez Mont, 2004) -enfocada en los procesos comunicativos y sus efectos- (Morales et al.; 2008, p. 139). En la amplia bibliografía sobre el tema, se observa en primera instancia, el carácter polisémico del término (Chambat, 1994; Millerand, 2008a).

Existe una clara distinción entre la utilización y el uso, manifiesto éste último por encontrarse más allá de la utilización, la cual representa el sencillo empleo de una técnica, situación que tiene lugar entre el sujeto y el dispositivo (Proulx, 2002; Chambat, 1994). Alternadamente, uso y práctica confluyen, si bien Jouët (1993, p. 101) distingue entre ambos conceptos, refiriéndose al primero en un sentido más restringido, a la utilización simple, mientras que el segundo, propone además del uso a las actitudes, conductas y representaciones de los sujetos que interactúan con el dispositivo. Entre uso y práctica se presentan en la literatura científica, definiciones contradictorias con una tenue distinción entre ambos; el uso indistinto de uno y otra en las investigaciones, no contribuye a esclarecer la cuestión (Jouët, 1993; Chambat, 1994). Para aumentar la confusión o bien, para fundar la razón de estos encuentros y desencuentros entre el empleo de los términos, la invocación al uso se relaciona con las operaciones sobre un objeto compuesto por múltiples elementos de carácter diverso: las tecnologías (Chambat, 1994).

3.1.5.1. Definición de uso

En la definición del término uso, se proponen otras adjetivaciones, que refieren a una condición de planificación sobre los fines, previa a los procesos de incorporación de la tecnología, los cuales implican una reflexión sobre su empleo en un contexto y un momento determinado. Entre estas expresiones se pueden mencionar: ‘uso social⁵’ (Lacroix, 1994, p. 147), ‘uso con sentido⁶’ (Camacho, 2001, p. 10), ‘uso efectivo⁷’ (Echeverría, 2008), que darán cuenta una vez más de la amplitud de condiciones que caracterizan su ejercicio. Millerand (1998a, p. 4) propone una definición del uso como “. . . la utilización de un medio de comunicación o tecnología, identificable y analizable a través de actuaciones concretas y específicas”, adoptando el carácter ‘social’ cuando establece las modalidades de participación en la identidad del sujeto.

Para Proulx (2002, pp. 1-2) el estudio de los usos humanos de las TIC constituye una opción metodológica prevalente para la comprensión de la relación entre tecnología y sociedad. Esta perspectiva se aleja de los usos humanos inscriptos en los discursos futuristas y de los impactos a los que denomina *tecno-pesimistas* si son negativos y *tecno-eufóricos* si son positivos, para abordar el estudio de las acciones de la técnica en el entorno social y cultural desde la descripción

⁵Lacroix (1994, p. 147) define el ‘uso social’ como las modalidades de uso manifiestas frecuentemente e integradas a los hábitos cotidianos a fin de alcanzar el estado de prácticas culturales.

⁶Camacho (2001, p. 10) propone un ‘uso con sentido’, que se centra en un uso estratégico de los recursos que se ofrecen a través de la red y la identificación de los empleos posibles de los mismos y una estrategia de uso, que implica las modalidades de abordaje de las tecnologías en el marco más amplio de las estrategias organizativas. En el uso estratégico alude a identificar las diferentes tecnologías que se difunden en la época y determinar el rol de los actores frente a ella es decir, las condiciones y criterio para su empleo.

⁷Echeverría (2008) referencia el ‘uso efectivo’ como manifestación de la apropiación, es decir en el espacio de desempeño, aquello que las personas realmente hacen con las tecnologías.

de las prácticas del usuario, respecto de su interacción con la tecnología, para lo cual primero distingue entre utilización y uso. Describe a la utilización como la primera aproximación entre el ser humano y la tecnología y a la vez, elemento fundante de la línea de investigación conocida como *Human-Computer Interaction* –HCI–, la cual aglutina el trabajo de varias disciplinas con el propósito de estudiar la interacción entre el usuario y la tecnología en los modos de operación de los dispositivos.

Con el término uso se describe el marco social más amplio de la interacción entre seres humanos y máquinas, que se sitúa no solo a través del modo de empleo sino desde el entorno de su propia historia personal y social, portador de una herencia única que se instancia a través de su trayectoria y por el contexto de uso y precede al momento de vincularse con la tecnología. Las características de profesión, género y pertinencia a una comunidad cultural son el marco de actuación en el que transita una persona, definido como *‘uso de trayectoria’* al camino que recorre en su vida y en el que se encuentra con objetos y dispositivos que va incorporando durante el mismo. En el marco de su biografía, este actúa en un contexto cultural y en la especificidad de sus características personales -edad, género, ámbito profesional- (Proulx, 2002).

Crovi Drueta (2008; 72) define al uso de las TIC como “. . . el ejercicio o práctica habitual y continuada de un artefacto tecnológico”, señalando que escasamente esclarecen esta apreciación las estrategias y propósitos que se hallan inmersos en la forma en que se usan las tecnologías. Se entienden como una construcción social, en la superación del encuentro cara-a-cara con el objeto y la visión funcional de la comunicación, constituyéndose el carácter social del uso en la dimensión práctica (Chambat, 1994, pp. 263-264; Paquienséguy, 2012, p. 3). El uso de los objetos técnicos, o las “formas de hacer” (de Certeau y Giard, 1996, 1990, XLI), se expresa para dos tipos de producciones, una racional, expansionista, de carácter central y otra, a la que señala como “consumo” opuesta a la anterior, que se describe como dispersa, silenciosa, prácticamente invisible. Respecto del “consumo”, de Certeau (1990; 43) brinda el ejemplo acerca del éxito atribuido a los conquistadores sobre las poblaciones indígenas en los usos diferentes con que respondían a la propuesta colonizadora:

“. . . sumisos y aquiescentes, a menudo estos indios hacían de las acciones rituales, de las representaciones o de las leyes que les eran impuestas algo diferente de lo que el conquistador creía obtener con ellas; las subvertían no mediante el rechazo o el cambio, sino mediante su manera de utilizarlas con fines y en función de referencias ajenas al sistema del cual no podían huir”.

Una nueva producción, denominada “consumo” es la que se identifica con lo que hacen las personas, con los modos de empleo que no se corresponden con un producto en particular, sino que se advierte en las formas en que se incorporan los objetos a las prácticas (de Certeau y Giard, 1996, p. XLIII). Así, lo novedoso es la forma en que se usan los objetos, bajo qué

prácticas, cuáles normas, qué procedimientos pasan a intervenir en nuestra vida cotidiana, tal como figuran las tecnologías en los avisos publicitarios, en las etiquetas de indumentaria, en un aviso de campaña política o en el menú de un restaurant (Winocur, 2007). Allí donde miremos, veremos las formas y criterios seguidos para incorporar las tecnologías, a fin de llegar a los interlocutores bajo diferentes canales.

3.1.5.2. Características del uso

Advierte Proulx (2002, p. 29) sobre el carácter complejo del uso de objetos técnicos y lo considera como “. . . la acción de una serie de mediaciones entrelazadas entre actores humanos y dispositivos técnicos”. En la conceptualización de la noción de uso, Chambat (1994, pp. 263-264) reflexiona sobre dos aspectos, uno de ellos se relaciona con las diferenciaciones identificadas en las investigaciones sobre los usos de las tecnologías, mientras que por otra parte, se enfoca en el rol de los sujetos, en las prácticas de uso de una tecnología dada. Con respecto a las prácticas de uso, el autor propone una clasificación de acuerdo con:

- *situaciones de uso*, ya sea que se trate del espacio hogareño o el ámbito profesional,
- *tipo de tecnología*, como medios de comunicación, teléfono, computadores, etc.,
- *tipo de prácticas*, sean estas lúdicas, educativas, de administración del hogar, comunicativas, etc.,
- *formas de comunicación*, en cuanto se entablan de persona a persona o bien, entre personas y objetos tecnológicos.

Con respecto a las figuras o roles de los usuarios –cliente, consumidor, ciudadano– que participan en la penetración de las TIC en las prácticas sociales, se desarrollan en un proceso circular determinado por la duración, diferenciados por la configuración del sistema de actores y la diversidad tecnológica de la época. Se consideran además, las formas y contextos de apropiación social en los que se reconocen los roles de cliente, consumidor y ciudadano donde el uso “. . . como una relación social, es construida en la interacción de múltiples lógicas: técnica, económica, simbólica o incluso política”, que propician el desarrollo de las funciones mencionadas (Chambat, 1994, p. 254). En el uso de las TIC existe un elemento prevalente, que se destaca en la profunda transformación que afecta el rol del usuario, reconocido principalmente en los procesos de intervención a través de los “. . . aspectos 2.0 que vienen de la red, las plataformas o los portales 2.0 y que portan, que permiten y favorecen la participación del usuario” (Paquienséguy, 2012, pp. 4-5).

3.1.5.3. Efectos del uso de las TIC

En los primeros tiempos, el interés académico sobre internet se tradujo en investigaciones que abordaron las cuestiones del acceso y uso, así como sus consecuencias sociales. Katz y Rice, como los primeros investigadores en abordar los efectos de internet a nivel nacional en EEUU realizaron la comparación entre usuarios y no usuarios e incorporan el concepto de *'bajas de internet'*, como aquellos usuarios que habiendo utilizado la tecnología, se deciden por descartarla o abandonarla (2005, p. 24). El concepto de *bajas de internet* se refiere a aquellas personas que no tienen existencia virtual, si bien han tenido acceso a internet, sin embargo en la actualidad, a pesar de la adopción de tecnología realizada, no disponen de la misma. Este reconocimiento se asienta posteriormente en una tipología de usuarios, entre *habituales y esporádicos*, así como aquellos que son usuarios de la tecnología *'por obligación'*.

Katz y Rice (2005, p. 25) sostienen que en los primeros tiempos, los efectos sociales de internet se fundamentaban en torno a dos ejes: uno de ellos, correspondía a las generalizaciones sobre el comportamiento humano enraizadas en el ámbito social –emergentes de los trabajos sobre HCI, donde internet reproducía los efectos de otras tecnologías en los ámbitos de estudio y el otro, referido al andamiaje previo sobre medios de comunicación como otro marco preexistente con limitadas perspectivas para el análisis. Los autores clasifican los criterios para el análisis sobre el impacto y las consecuencias de internet en acceso, participación e interacción desde dos perspectivas contrapuestas en los resultados que supone el uso de internet: una positiva a la que denominan utópica y otra negativa, llamada distópica, para abordar finalmente una posición que contempla ambas posturas, denominada sintópica.

Los resultados sobre el uso de internet según Katz y Rice (2005, pp. 26-28) se enfocan sobre tres temas principales: (i) el *acceso a las tecnologías*, (ii) la *participación cívica y política en grupos y comunidades* y, (iii) la *interacción social y las formas de expresión*, expresadas a través del conocimiento de materiales en la red y los medios para procurar la disposición efectiva de ella, como se expresan a continuación:

- *Acceso*: definido en un sentido restringido, tiene acceso aquella persona que puede acceder a un dispositivo conectado a la red y es capaz de comunicarse o localizar material de su interés. Se citan como ejemplos la búsqueda de una página web o la comunicación a través de correo electrónico. El conocimiento sobre los materiales existentes pero sin la tecnología apropiada no implica acceso.
- *Participación cívica y política*: el término participación se emplea para designar la implicación de las personas en actividades reñidas con el ámbito cívico, comunitario y de la sociedad en su conjunto, requiriendo la vinculación de una persona con otros y su interrelación. Tanto a nivel individual como colectivo se generan beneficios y costos: generación de

empoderamiento de las personas y, de recursos y capital social que redundan en beneficios de las organizaciones y la sociedad. Un ciudadano que tiene acceso a la información, que puede participar en la vida cívica influye en procesos que resultan más representativos a partir de una intervención informada y a su vez, contribuye a la creación de capital social y a la vida democrática de la sociedad.

- *Interacción social y formas de expresión:* comprende el intercambio de información entre personas y grupos y cómo los efectos de esa interacción que se produce en los entornos virtuales alcanza los espacios del mundo real. La interacción se centra en los vínculos que se generan y los propósitos de la implicación en la vida cívica y comunitaria. Mientras que la expresión social refiere al material -como páginas web- producido por las personas o grupos al desarrollar sus interacciones en diversos medios y soportes de registro.

Desde esta realidad convergente, donde simultáneamente se encuentran los elementos positivos y negativos del empleo de las tecnologías, mediando entre usos previstos y no previstos, se contempla la posibilidad de realizar las tareas cotidianas de forma diferente, extendiendo su ámbito de actuación en las esferas social, económica y política (Proulx, 2002).

La evolución de los dispositivos hacia la integración de funciones está delimitada por otros factores además del alcance propuesto en su diseño (Proulx, 2002, p. 29), así como la TV continúa siendo un centro de entretenimiento y la computadora una herramienta de trabajo, las sedes web por ejemplo, se han constituido en plataformas que integran funcionalidades para permitir la transformación del rol de los usuarios hacia la participación, en la generación de nuevos modelos de negocios y canales complementarios para la promoción de un amplio abanico de actividades. Como afirman Alberich Pascual y Roig Telo (2010, p. 44) sobre los factores que inciden en el uso de los objetos tecnológicos, sobre "... el contexto de uso, el espacio, el momento y el objetivo con que utilizamos un aparato delimitan las funciones con más fuerza que las propuestas de los fabricantes".

La radio como una de las primeras TIC, se adaptó a nuevos usos, no solo de los que estaban definidos en un primer momento sino el que le fue impuesto por la práctica en su carácter de medio de comunicación de masas (Thompson, 1998, p. 33; Surman y Reilly, 2003, p. 2), ganando en penetración al incursionar en otro tipo de uso -personal- y en los nuevos contextos en que sitúa -automóvil, reproductor de audio-. Estos medios se han readaptado, cambiado sus formas originales para llegar a otra forma de consumo, dando fin a una forma de uso y creando otras nuevas, como por ejemplo el uso convencional de los servidores para almacenar y gestionar información de sujetos colectivos a la extensión para almacenar información personal (Alberich Pascual y Roig Telo, 2010, pp. 55-60-201).

Leer una noticia en una publicación de diarios online a través de una conexión a internet en el hogar, el acceso a información turística por medio de aplicaciones para dispositivos móviles,

jugar en red con usuarios de otros países y culturas, son ejemplos de las posibilidades de uso de las tecnologías. Las especificaciones propuestas por los fabricantes, se combinan dando lugar a diferentes escenarios signados además por la evolución de las tecnologías, donde por primera vez en la historia a partir de la web 2.0, los aspectos creativos se encuentran en poder del usuario final. Conceptos como el almacenamiento dejaron atrás su soporte material para llegar al virtual, en la “nube” así como el tipo de uso predeterminado para defensa y estrategia militar de internet se transformó hoy, en una plataforma donde discurre la vida humana.

La adaptación al contexto del usuario puede observarse en los dispositivos móviles y las *tablets*, dada su portabilidad permiten a través de la movilidad del soporte, ajustarse a las necesidades del usuario en el instante en que son requeridas. Un ejemplo de esta situación se puede apreciar a través de la aplicación “Preguntados” para *smartphones*, desarrollada a partir del juego Apalabrados, con la mayor descarga en 2014 -20 millones- para sistemas *Android* y *iPhone*⁸. El diseño propuesto incluye espacios para la interacción social y el registro así como para la votación de preguntas generadas por los usuarios, las que se vinculan con sus propios intereses en una fábrica de preguntas específicas para su contexto.

Puede observarse que la participación se erige como el elemento diferenciador en las prácticas de uso, advirtiendo nuevos enfoques no previstos por sus diseñadores, desde la generación del software cliente⁹ de correo electrónico en los albores del advenimiento de internet, hasta las más sofisticadas herramientas de diseño de entornos de trabajo colaborativo o de visualización de información pública basada en la filosofía *open data*¹⁰, donde el rol del usuario deja el estado de cliente/consumidor únicamente al de prosumidor y en términos de Chambat (1994, p. 254), a ciudadano. Lejos de las posturas deterministas que han apoyado o criticado los cambios tecnológicos, entre la tecnofilia y la tecnofobia, entre la utopía y la distopía (Katz y Rice, 2005), se asume una perspectiva centrada en los usos de las tecnologías que no resulta ajena de las posibilidades y limitaciones que ellas conllevan, implica así, una perspectiva de análisis que no escinde ambas cuestiones sino que, por el contrario, las considera inseparables.

Basado en el potencial atribuido a las tecnologías, en su papel como facilitadoras de los procesos de innovación, la introducción de nuevos servicios y productos de negocios y, la creación

⁸Para mayor información dirigirse a: <http://www.telam.com.ar/notas/201405/63427-preguntados-es-la-aplicacion-mas-bajada-del-mundo-en-este-momento-aseguro-su-creador.html>

⁹Uno de los primeros y más populares clientes de correo electrónico fue *Eudora*, para *Macintosh* y *Windows* comercializado por la firma *Qualcomm* en 1988 (Engst y Pogue, 1999, p. 49).

¹⁰Bajo las iniciativas de gobierno abierto -forma de comunicación abierta y bidireccional entre las Administraciones Públicas y los ciudadanos-, se define el *open data* como aquellos datos que se disponen para el dominio público en formatos accesibles, definido como el “... acceso abierto a determinados datos sin restricciones de copyright. En este movimiento se parte de la base de que la información de la Administración es patrimonio de todos los ciudadanos, por lo que les debe ser devuelta.” (Ferrer-Sapena et al., 2011, pp. 261-262).

de redes (OCDE, 2003, pp. 14-15), cabe preguntarse, en sintonía con los interrogantes planteados por de Certeau (1990, p. XLI), sobre las operaciones de los usuarios, según los esquemas de acción que se desarrollan en la interacción entre el individuo y las tecnologías y no específicamente al sujeto o a las herramientas, ¿cómo usan las tecnologías en la actualidad? y, ¿qué cambios provocan las nuevas tecnologías en las prácticas de los usuarios? Brindar respuesta a estos interrogantes implica abordar la noción de uso atendiendo al contexto del usuario, a las trayectorias de uso de las tecnologías que portan en su biografía, su experiencia, así como a las posibilidades de acceso y competencias de los usuarios.

3.1.6. Del uso a la apropiación

El término apropiación aparece con mayor asiduidad en los últimos años en la esfera de las políticas públicas y en especial para los países de la periferia, ligado a los conceptos de empoderamiento y de sostenibilidad, que argumentan que se debe dotar a las poblaciones de los recursos necesarios para que desarrollen sus propias soluciones a los problemas que enfrentan, donde las TIC juegan un rol preponderante. Bajo este enfoque, las comunidades necesitan apropiarse de la información y recursos necesarios a fin de ejercer sus derechos, este empoderamiento iniciático requiere que sea sustentable en el tiempo (Neüman, 2008, p. 88). Los desafíos de su utilización se presentan tradicionalmente en términos de evolución en el acceso, uso -desarrollo de competencias digitales- y aplicación, en la órbita del desempeño de los sujetos. Sin embargo, la apropiación situada, experiencial y simbólica, resulta menos habitual de constituirse en objeto de investigaciones, que el diagnóstico de la brecha digital y los impactos social, cultural y político de las iniciativas generadas (Winocur, 2007).

Señala Echeverría (2008) que dado el rol preponderante de la formación en el uso de las tecnologías, enunciado en la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, primero en Ginebra en 2003 y posteriormente en Túnez en 2005, el desafío se instala en "... desarrollar nuevas capacidades, tanto para las personas como para las instituciones". De su apreciación se puede afirmar, que las funciones básicas atribuidas desde un inicio a los recursos de internet, es decir para la búsqueda de información y la comunicación, se ha trasladado el foco hacia el desarrollo de la participación activa en todas las esferas de la actividad humana. Advierte que las TIC "... generan nuevas capacidades de acción, que todas las personas han de adquirir. Ello implica una apropiación social de las TIC, que se pone de manifiesto a la hora de utilizarlas" (Echeverría, 2008). Así se enlazan, los nuevos usos y la participación, entendida ésta última como una nueva capacidad a desarrollar en el marco de lo individual y de lo colectivo.

3.1.6.1. La definición de apropiación

En la identificación de la importancia de los nuevos usos que los usuarios configuran en su relación con las tecnologías, el término apropiación aparece en la literatura académica relacionado con la secuencia acceso - uso - apropiación (Camacho, p. 2001; Proulx, 2002; Surman y Reilly, p. 2003; Covi Drueta, 2008). Proulx (2002) distingue diferencias en la secuencia establecida: por accesibilidad tecnológica –acceso– interpreta la disponibilidad física e interpela al usuario a través de un uso efectivo, entendido como la intención de adopción de la tecnología a fin de incluirla en su trayectoria. Concibe el momento de la apropiación como el objetivo final del proceso mencionado, a través de tres condiciones necesarias y suficientes.

- un dominio mínimo -técnico y cognitivo- de la tecnología a adoptar,
- la integración social significativa del uso de la tecnología en la vida cotidiana,
- el agregado de novedad que impone el objeto técnico en la vida del usuario como acto creativo.

Por lo expuesto, el uso corresponde a una instancia anterior a la apropiación, puesta en el contexto de una práctica social situada en el ámbito de lo cotidiano. Así el sujeto se apropia de forma creativa de la tecnología una vez que tiene un dominio técnico y cognitivo sobre él, a partir de las nuevas formas que surgen en los usos que encuentran los usuarios en su relación con las tecnologías. La apropiación se entiende como el desarrollo de las actividades propias del objeto a través de su uso efectivo, es decir, que apropiarse de una tecnología significa que se pueden desempeñar las tareas prescritas para la misma más aquellas propias que se les asigna en un entorno práctico y cotidiano. A este conjunto inicial de tres condiciones, el autor adiciona posteriormente una cuarta (Proulx, 2004), en la cual incorpora el nivel colectivo de apropiación social, requiriendo para el cumplimiento de esta condición, la representación de los usuarios en el espacio de políticas públicas y que su participación resulte significativa en el ámbito de la innovación, donde tienen un rol protagónico en el diseño de las tecnologías.

Hamelink (2000, pp. 90-91) contempla en su definición de capital informacional, la participación de los usuarios en las políticas públicas, estableciendo distinciones entre los diferentes niveles en que puede observarse el empleo de las TIC y advierte además, que la simple navegación a través de los recursos de internet no es sinónimo de posesión de este tipo de capital. A las formas ya existentes formuladas por Bourdieu (1983; 2001, p. 131) acerca de la posición de los actores en el espacio social, el autor agrega la definición de capital informacional. La configuración del espacio social se determina no solo por el capital económico -lugar ocupado por los actores según sus ingresos- sino además, por el capital cultural -experiencias culturales y educativas-, el capital social -basado en las relaciones y la posición en las redes de influencia a las que pertenece- y

el capital simbólico -representado por una relación de conocimiento, a partir de la percepción y el reconocimiento como legítimas de las distintas formas de capital, presentes en el prestigio y la reputación- (Bourdieu, 1983; 2001, p. 141-142). Desde la perspectiva del capital cultural, Hamelink (2000, p. 91) define el concepto de capital informacional como:

“ ... la capacidad financiera para pagar por el uso de redes electrónicas y servicios de información, la habilidad técnica para manejar las infraestructuras de red, la capacidad intelectual para filtrar y evaluar información, como así también la motivación para buscar activamente información y la habilidad para aplicar información a prácticas sociales.”

Los diversos estadios de complejidad que se pueden reconocer a en el proceso de apropiación de las TIC a partir de la definición propuesta por Hamelink, se explicitan en tres niveles (Marí Sáez, 2012, p. 9):

- Un primer nivel dado por el acceso a las herramientas a través de la dotación de equipamiento e infraestructura, que involucran el software, el hardware, las líneas telefónicas, las conexiones a internet, etc. Este nivel implica para Paquienséguy (2012, pp. 4-5) el acceso al dispositivo y el entendimiento técnico para manejarlo, influenciado por las experiencias previas, las representaciones de los usuarios sobre las ventajas y limitaciones que ofrecen las tecnologías y las barreras que se identifican para su adopción. La utilización tiene una presencia de carácter continua como interacción entre los usuarios y las tecnologías, dada la incorporación constante de innovaciones y mejoras de los recursos tecnológicos.
- Un segundo nivel que supone la formación para el correcto manejo de los dispositivos tecnológicos a través del conjunto de competencias requeridas para tal fin, de carácter instrumental. En este nivel se reconocen las capacidades técnicas y el dominio relacional que lleva a las distinciones entre uso y apropiación separando a las TIC de otros medios de comunicación en los modos de recepción, de consumo y práctica (Paquienséguy, 2012, pp. 4-5; Thomas, 1998, p. 34).
- Un tercer nivel, de competencias digitales inscriptas en un marco más amplio de actuación que comprende: i. la comunicación y el acceso en función del cambio social, ii. innovación en las formas organizativas para el desarrollo de actividades laborales colaborativas, en red y verticales y, iii. Aplicación de tecnologías en concordancia con las demandas sociales del contexto. Este nivel, el de los usos sociales de las TIC -como dispositivos con múltiples funcionalidades- se constituye a través de las acciones que desarrolla el usuario en la apropiación y por las interacciones que opera con otros actores sociales en el entorno, identificando a la participación como el factor clave en los usos (Paquienséguy, 2012, pp. 4-5).

Se considera la apropiación de internet para una organización o persona cuando "... haya incorporado fluidamente dentro de su quehacer cotidiano el uso de la red. Cuando pueda discernir cuando es o no conveniente utilizar la herramienta para la resolución de los problemas cotidianos y como combinarla con otros instrumentos" (Camacho, 2005, p. 9). La autora plantea la apropiación desde dos interrogantes: ¿qué deseo resolver? y ¿cómo puede ayudarme internet a lograrlo? Establecidos en una relación permanente con la realidad a partir de la disposición de recursos y capacidades para alcanzar los propósitos planteados (Camacho, 2005, p. 9).

3.1.6.2. Condiciones de apropiación: más allá de los aspectos tradicionales

Los estudios sobre acceso y uso de las tecnologías se centran en las cuestiones cuantitativas de cuántos acceden y a través de qué medios y con qué fines. Sin embargo, las tesis postuladas en pos del entendimiento de los usos de las tecnologías desde el lugar del contexto, de la posición de los usuarios y de las nuevas prácticas que se generan en la interacción, plantean la necesidad de reflexionar sobre las experiencias de las TIC en la vida cotidiana, en el espacio común donde tienen lugar (Winocur, 2007). Trasladar el foco de análisis hacia las cuestiones que no sean exclusivamente de índole económica y política -alejado de las brechas digitales y de las competencias desarrolladas en el desempeño en la virtualidad-, implica analizar los supuestos que subyacen en las condiciones de apropiación debido a las diferencias en su incorporación en diferentes estratos (Winocur, 2007). La autora plantea siete postulados que se resumen a continuación

- *Quien no está conectado no sabe nada de la red*, la falta de experiencia en el empleo de internet implica el desconocimiento de sus ventajas, se asume que a las personas que se encuentran al margen de las tecnologías, que no utilizan una computadora o que no tienen conectividad les resultan ajenas las ventajas que éstas ofrecen. La autora presenta la problemática en el imaginario popular desde la desposesión como un factor más de exclusión, así presenta a padres que poseen escolaridad primaria y secundaria que varían sus prioridades de ahorro para adquirir una computadora o conectarse a internet con una participación desde un lugar periférico o bien, ancianos que se involucran con las tecnologías si surgen determinadas problemáticas para las familias, como la emigración de alguno de sus integrantes.
- *El acceso funda la relación con las TIC*, el acceso es el punto de partida para el diagnóstico/pronóstico sobre el impacto de la sociedad de la información y del conocimiento, se omiten en el análisis de la tecnología, las experiencias previas y las representaciones sociales sobre su adopción, que son las que otorgan sentido y especificaciones sobre su uso, aun cuando no se hayan utilizado. Se prescinde, en síntesis, del capital informacional de cada sujeto en la trayectoria de sus experiencias con tecnologías anteriores.
- *La relación con las TIC ocurre al margen de su contexto*, las diferencias de apropiación de

estudian alejadas de la realidad donde ocurren, en las desigualdades de edad o de género –espacios en los cuales se observan brechas de antigua data–, se abordan las acciones de uno y las posibilidad de otros, espacios de capacidades y funcionamientos (Echeverría, 2002), en vez de las relaciones con diferentes grupos sociales, con conectividad o sin ella.

- *La apropiación de las TIC se limita al dominio de las competencias digitales*, el proceso de apropiación se limita al aprovechamiento de los recursos de la red o la generación de contenidos, sin embargo, esta apropiación se efectúa desde un estilo de comportamiento - *habitus*- propio de los sujetos que la incorporan a su quehacer cotidiano y del reconocimiento y prestigio asociado. Se destaca el rol central de la experiencia que se lleva a cabo en las relaciones previas con otras tecnologías y lo que se considera relevante su grupo social de pertenencia.
- *Internet como una cultura cerrada y autorreferente*, se concibe a Internet más como cultura que como artefacto cultural¹¹, iniciando y finalizando la experiencia en el mundo virtual, sin mediación con otros escenarios como el hogar, el trabajo o la escuela, fundamentales para la apropiación de las TIC.
- *Se estudia el consumo de las TIC separado de otros consumos mediáticos*, se presentan unos medios en forma independiente de otros, Internet no reemplaza los medios actuales sino que los integra en otros diferentes, donde la información que se observa en los medios tradicionales se busca en internet, en referencia al *habitus* del grupo.
- *Se prioriza la relación con lo global y se omite la relación con lo local*, los beneficios de información, conocimiento y comunicación vinculan lo local con lo global, sin embargo, en el ámbito familiar, se observa que se realizan esfuerzos para reforzar el ámbito local, pues las interacciones de mayor intensidad tienen su espacio de ocurrencia en los entornos físicos próximos.
- *Las necesidades y expectativas de las elites informáticas se confunden con las de la mayoría de los usuarios*, debido a la medición de las TIC según sus posibilidades y no a las aplicaciones que se les puede dar en el uso cotidiano, en una suerte de subutilización de las TIC en el uso diario, denominada ‘*inercia social*’.

Los postulados expuestos permiten abordar el uso de la tecnología como “. . . conjunto de procesos socio-culturales que intervienen en el uso, la socialización y significación de las TIC

¹¹Cristine Hine define a Internet como artefacto cultural, una tecnología determinada por los procesos de producción y de consumo, destacando que el uso actual se basa en “. . . una serie de negociaciones previas acerca de los problemas y sus posibles soluciones”, no considera apropiado distinguir entre lo social y lo técnico puesto que las tecnologías forman parte y adquieren sentido en la amplia gama de interacciones sociales, considerando a internet como un hecho social (2004, pp. 42-47).

en diversos grupos socio-culturales” (Wincour, 2007). Esta visión aleja la percepción del objeto con un uso predeterminado por sus diseñadores, inmutable a la práctica que de él se hace en un contexto que se encuentra determinado por los modos de empleo de los usuarios.

3.1.6.3. En términos de apropiación cultural

Jouët (2000, p. 502) define la apropiación como una construcción propia del usuario, en relación con el uso del objeto técnico, asociado al dominio técnico y cognitivo necesario en el manejo de una herramienta. Para Crovi Drueta (2008, pp. 74-75) “... los procesos de apropiación implican el dominio de un objeto cultural, pero también el reconocimiento de la actividad que condensa ese instrumento y, con ella, los sistemas de motivaciones, el sentido cultural del conjunto”. En este sentido, la apropiación es más amplia, porque se extiende desde las especificidades propias del objeto técnico a las prácticas culturales inherentes al grupo donde se instalan las funciones de la tecnología, vinculadas con las prácticas cotidianas en que ocurren (de Certeau y Giard, 1996). En el proceso de apropiación, los usuarios, también se apropian de la configuración que se determina inicialmente en el acceso y en las prácticas de uso que le son conferidas al objeto (Crovi Drueta, 2008, pp. 74-75). Se hace énfasis en una *cultura común y cotidiana* considerada como apropiación, contemplando al consumo o recepción como ‘*una manera de practicar*’; en fin, en la necesidad de “*elaborar modelos de análisis que correspondan a esas trayectorias*” (de Certeau y Giard, 1996, p. XXI).

Rogoff (2006, p. 199) utiliza el término “apropiación participativa” en el entorno de las prácticas culturales, denominando así al cambio que se opera en los sujetos a través de la responsabilidad y compromiso que requiere la participación, estos cambios son la base para la continuidad de intervenciones en las actividades del grupo de referencia. Se acentúa así, la noción de participación para el cambio de las personas, con el supuesto básico de la preparación “... para tomar parte en otras actividades semejantes. Al comprometerse con una actividad, participando de su significado, las personas hacen necesariamente contribuciones continuas (bien en acciones concretas o bien ampliando las acciones o ideas de los otros)”. En la apropiación de las tecnologías, desde esta perspectiva, el desafío se instala en dar un paso más allá del consumo de contenidos y del uso de las herramientas, en facilitar el desarrollo del rol de prosumidor en los usuarios, para lo cual resulta necesario “... crear formas activas de usarlas, diseñar programas participativos, de comunicación situada frente a un problema y un entorno específico” (Crovi Drueta, 2008, pp. 77-78), que enfatice el desarrollo de actividades significativas para su práctica, enmarcada en la creatividad y la innovación.

Echeverría (2008), a partir de las investigaciones de Amartya Sen sobre pobreza, adopta la teoría sobre los espacios de capacidades y de funcionamientos -desempeño- como alternativa al espacio de utilidades hegemónico, estableciendo:

“... el espacio de funcionamientos viene definido por lo que una persona hace de manera efectiva al utilizarlas, es decir, por el conjunto de acciones que lleva a cabo con ayuda de las TIC. El espacio de capacidades se caracteriza por lo que podría hacer, lo cual depende de las tecnologías disponibles y de sus conocimientos y habilidades en el uso de las TIC”.

La apropiación se define desde esta perspectiva, entre las capacidades -lo que se está en condiciones de hacer- y los desempeños -lo que la persona realmente hace-, en consideración del entorno socio-cultural y de la tecnología de la época. En los cambios profundos que supone la incorporación de las tecnologías en el espacio de capacidades de los usuarios, la apropiación se logra cuando esas acciones se incorporan a las prácticas socio-culturales, cuando las organizaciones las incorporan a sus prácticas habituales (de Certeau y Giard, 1996). La propuesta teórica de Echeverría (2008) se aplica en el ámbito de las organizaciones, en la medida en que sus integrantes tienen por una parte, las capacidades para realizar determinadas actividades y por otra, cuáles son las que realizan efectivamente, restringidas las capacidades en su alcance con respecto a la disponibilidad tecnológica de la institución, del entorno y, del nivel de conocimientos y formación de los integrantes de la misma.

La forma en que las organizaciones se apropian de las TIC, la forma en que las hacen suyas donde el conocimiento sobre ellas y su disponibilidad no resulta suficiente, sino que implica un “uso efectivo y competente en sus actividades conjuntas (...) la apropiación social requiere una apropiación cultural” (Echeverría, 2008), es decir, hasta que no se entrelacen las prácticas en el tejido de relaciones de la comunidad, hasta que no sean parte de las costumbres, valores y representaciones, no supondrá su aceptación social y su apropiación cultural. Así como Echeverría refiere a un uso efectivo y competente en el desarrollo de las prácticas de las comunidades o grupos en su interacción con las tecnologías, Toboso-Martín (2013, p. 203) alude a un ‘*uso significativo*’ o un ‘*uso con sentido*’ de la tecnología (Toboso-Martín, 2014, p. 35), que se establece como instancia de la apropiación en atención a los discursos sobre ellas, tanto que resulten a favor como en contra, es decir, como facilitadores o barreras en su apropiación.

3.1.6.4. La apropiación: la importancia del uso y el no uso

Toboso-Martín (2013, p. 203), define la apropiación tecnológica como un proceso que reconoce la significatividad del uso así como del no uso de la tecnología, a través de “... una relación basada en la articulación de prácticas, representaciones y valores que expresan el discurso del grupo hacia la tecnología”. El autor afirma que si bien el ‘no uso’ no es distinguible en la dimensión operacional de la tecnología, se encuentra en un nivel discursivo. Ambos, uso y no uso, se refieren a un objeto técnico en particular, constituyendo una práctica del grupo en relación con una misma tecnología, considerando a los usuarios y a los no usuarios, en forma simultánea, en

el proceso de apropiación conformando diferentes grupos: ‘usuarios convencidos’ y ‘no usuarios convencidos’, aquellos que usan la tecnología como los que no la usan y, ‘usuarios por obligación’ y ‘no usuarios por obligación’ -tanto los que preferirían no usarla como los que no la usan por existir barreras de acceso- (Toboso-Martín, 2013, pp. 203-204).

El proceso de la apropiación de una tecnología implica las prácticas discursivas del grupo social que identifica tanto a los usuarios de una tecnología dada como a los no usuarios de la misma. Frente a una tecnología específica, el grupo social se escinde en dos partes, una ligada al uso y otra ligada al no uso, que ocurren en simultaneidad. En cada uno de los subgrupos se identifican los roles de usuarios convencidos, no usuarios convencidos, usuarios por obligación y no usuarios por obligación (Toboso-Martín; 2013; 2014). Cada uno de estos subgrupos comparte valores y prácticas bajo un marco discursivo de aceptación o rechazo hacia la tecnología. En tanto, cuán a menudo se usen estas tecnologías, se presenta como una opción para la definición de nuevas categorías, esta vez, centradas en la frecuencia de uso, permitiendo distinguir otros dos subgrupos, reconocidos entre las categorías de habituales y esporádicos (Katz y Rice, 2005).

Para aquellos que usan las tecnologías así como para los que no las usan, las tecnologías trascienden los espacios propios y se entrelazan en el ámbito cotidiano, ya sea que tengan o no disponibilidad de acceso a la red, presentándose las diversas situaciones bajo el formato de (Winocur, 2007):

“... los espectáculos, la publicidad, los programas en los medios, la gestión de servicios públicos, las escuelas y universidades, los cibercafés, el transporte público y hasta el empaque de la leche hablan de cómo Internet ha adquirido una dimensión doméstica y cotidiana, que no pasa necesariamente por el uso de la computadora.”

Es importante reconocer que ya sea que participen o no, ambos grupos conforman el entorno práctico que definió Toboso-Martín (2013, p. 203), aunque muchos de ellos no tengan acceso a las tecnologías, su pertenencia radica en las expresiones, actitudes y expectativas que surgen desde la incorporación y la no incorporación (Winocur, 2007).

3.1.6.5. La apropiación en las organizaciones

En el nivel colectivo, la aproximación de un grupo social a la tecnología se encuentra mediada por ámbitos donde los sujetos se perciben entre sí, se hacen visibles y participan en distintas formas, estos espacios son denominados por Toboso-Martín (2013, p. 202) como ‘entornos prácticos’, los que define como “... formas de socialización tecnológica en diversos ámbitos de actividad”. Así como Echeverría define el Tercer Entorno (2000) superpuesto a la naturaleza y a las ciudades, que invade desde lo inmaterial lo físico de los otros entornos, esta nueva definición

plantea una distinción para esos espacios, específicas para cada grupo social, los que se ven mediados por valores y prácticas compartidas. En dicho entorno, el grupo establece sus discursos, que significan “. . . el entrelazamiento de prácticas, representaciones y valores compartidos”, sobre una tecnología en particular (Toboso-Martin, 2013, p. 202).

En la admisión del nivel colectivo para el uso efectivo, se evidencia la importancia de la participación de los usuarios en los espacios de decisión y la representación de los mismos en los procesos de innovación, relevancia que destaca Bozeman (2015) en la inclusión del criterio ‘valor público’ en las políticas de I+D. La diferencia entre los conceptos que refieren al uso y a la apropiación se evidencia claramente a partir de la definición expuesta por Proulx (2002; 2004), en primera instancia, sobre la implicación de los usuarios en el diseño de políticas públicas y en los procesos de innovación, a partir de las prácticas de uso y, en segunda instancia, cuando ocurre un cambio no sobre el objeto técnico sino sobre las prácticas, es decir, “. . . no sobre lo apropiable sino sobre las prácticas sociales asociadas con lo apropiable y luego un paso más allá: los que se apropian deben poder regular el resultado del cambio en las prácticas sociales” (Neüman, 2008, p. 89). Así, la apropiación se distancia del uso, en el grado de involucramiento del usuario en la transformación de su propia práctica.

Resulta habitual centrar el nivel de apropiación de una tecnología según el uso que se realice de ella en un contexto dado, indicando escasamente la relación entre la tecnología y el grupo o comunidad a través del análisis de sus prácticas. Una ponderación de lugares, frecuencia, medios y fines se constituyen en los temas habituales en el abordaje del uso de las tecnologías. Sin embargo, señala Toboso-Martín (2013, p. 203), que “. . . si la apropiación de la tecnología da cuenta de su presencia en el discurso del grupo en el entorno en cuestión, entonces este discurso debería incluir tanto la práctica de uso como la práctica de no uso”. El no uso se encuentra presente tanto como el uso, no en los aspectos operacionales, sino en las prácticas del grupo, sus representaciones y valores.

La diferencia entre lo que una persona puede hacer y lo que hace propone una nueva medición para las desigualdades de las entidades colectivas, a fin de determinar el grado de apropiación social en forma efectiva de una tecnología, considerada ésta distancia como la métrica principal en la evaluación de la sociedad de la información (Echeverría, 2008). La crítica que presenta de Certeau y Giard (1996, p. XLIX) a las mediciones cuantitativas es la ausencia de las ‘formas’ en las prácticas de uso, es decir, las operaciones en el marco de su contexto cultural, las trayectorias de los sujetos y la creatividad en los usos. Para el reconocimiento de los niveles de uso, Toboso-Martín (2013, p. 204) define interrogantes en la relación entre el usuario y una tecnología basada en el número de integrantes y en la frecuencia de uso; sin embargo sostiene que para identificar el nivel de apropiación, correspondería preguntarse sobre: “. . . ¿cuántas posibilidades diferentes de uso y de no uso de la tecnología dada puede participar un miembro cualquiera del grupo?”. La apropiación se define así como la relación entre el uso y su opción

negativa, el no uso, como prácticas antagónicas pero unidas en el análisis.

3.2. Uso de los recursos de internet en el tercer sector

A fines del siglo pasado, en la emergencia del Tercer Sector tanto en los países desarrollados como en aquellos en vías de desarrollo se advierte, frente a la riqueza o pluralidad de formas organizativas que adoptan las entidades, una marcada ausencia de información general (Gil Costa, 2001, pp. 20-21) y de investigaciones, explicada como "... una amplia laguna en torno a temas fundamentales como: el funcionamiento de las organizaciones del Tercer Sector, las características estructurales que presentan y cuáles son sus principales dinámicas organizativas" (Herrera Gómez, 1997, p. 69). El conocimiento sobre estas entidades, más allá del ámbito académico y científico, se ve restringido por su invisibilidad estadística, su desarrollo, su ambivalencia jurídica y, por la polisemia y carácter residual del término 'Tercer Sector' (Marbán Gallego, 2007, p. 156; Ruiz Olabuénaga, 2001, p. 54).

En la actualidad, se ha dejado atrás el desconocimiento absoluto acerca de cuestiones demográficas, financieras y sociales sobre el Tercer Sector, como es el caso del ámbito español (Casado Pérez et al, 2006, p. 10). Las organizaciones no gubernamentales, como protagonistas desde las postrimerías del siglo pasado de la incorporación de tecnologías en forma progresiva, asisten a un avance en la difusión de estudios sobre el uso y apropiación de internet (Marí Saez, 2007, p. 459). Sin embargo, la evolución exponencial de los últimos años de las tecnologías, presenta una cuestión cíclica en la persistencia de lagunas de información, centrándose en particular en la escasez de estudios que aborden la percepción y uso de los social media como herramienta de información y comunicación en estas entidades (Arroyo et al, 2013, p. 79), que al encontrarse integradas en las sedes web institucionales, realzan aún más las características informativas y comunicativas con que se conciben dichos espacios.

A fin de caracterizar el uso y apropiación que realizan de internet -y de la web en particular-, las entidades cooperativas y en consideración de la amplia presencia de estudios que se realizan sobre ONG, como integrantes del Tercer Sector; se presentan a continuación un conjunto de investigaciones realizadas en el ámbito internacional publicadas en el período entre 2004 y 2014 que resultan relevantes para configurar el marco de análisis de la denominada dimensión práctica, operacional, doméstica y cotidiana (Chambat, 1994, pp. 263-264; Paquienséguy, 2012, p. 3; Toboso-Martín, 2013, p. 203; Winocur, 2007). Las publicaciones científicas seleccionadas tienen en común el análisis de los recursos de internet sobre un objeto de estudio específico –entidades del tercer sector– y bajo diferentes líneas de investigación que se orientan a la comunicación y la participación en entornos digitales (Tabla 3.2).

Entidades	Líneas de investigación	Objeto de estudio
Organizaciones no gubernamentales -ONG-	Participación democrática. Uso de los recursos de internet para la comunicación. Gestión de relaciones estratégicas con los grupos de interés	ONGD específicas (mujeres, niños y adolescentes) y ONGD reconocidas por su reputación o por su cumplimiento administrativo.
Cooperativas	Divulgación de información a través de internet. Uso comercial de la web. Responsabilidad social empresaria y transparencia a través de la web Accesibilidad ¹² y usabilidad ¹³ .	Cooperativas de primer grado (agrarias, de crédito, de consumo), de segundo grado y aquellas que presentan los mayores recursos.
Asociaciones, fundaciones, ONG, cooperativas, mutuales y sociedades laborales	Usabilidad, contenido y comunicación de las sedes web	Entidades pertenecientes al Tercer Sector que son referenciadas en el ámbito digital

Tabla 3.2: Síntesis de las líneas y objeto de investigación de las publicaciones científicas seleccionadas en el análisis del uso de las tecnologías en el Tercer Sector. Fuente: elaboración propia

Los estudios se presentan agrupados según el tipo de entidad: en primer lugar se presentan cuatro investigaciones sobre ONG (Burkle y González, 2006; Bortree, 2007; Martín Nieto, 2007; Williams y Brunner, 2010). En segundo término, se abordan tres estudios sobre entidades cooperativas (Juliá Igual, García Martínez y Polo Garrido, 2004; Bernal Jurado y Mozas Moral, 2008; Muñoz Pasadas y Tirado Valencia, 2014). Y, por último, un estudio que contempla el amplio abanico de formas organizativas que se inscriben en el ámbito del Tercer Sector (Balas Lara, 2012) (Tabla 3.3).

¹²La accesibilidad web indica la capacidad de acceso de todas las personas a sus contenidos, más allá de las limitaciones propias del individuo o de las que se deriven del contexto de uso tecnológico o ambiental (Consortio World Wide Web, 2008).

¹³Según la Norma ISO 9241-11 se entiende por usabilidad a la medida en la que un producto se puede usar por determinados usuarios para conseguir objetivos específicos con efectividad, eficiencia y satisfacción en un contexto de uso específico. Desde la perspectiva de la efectividad, se define a la usabilidad como la eficiencia y satisfacción con la que un producto permite a los usuarios alcanzar los objetivos definidos en un contexto de uso específico.

Año	Autores	Título	Organización	Ámbito
2006	Martha Burkle y Eva González	Propuesta metodológica para el análisis de plataformas en Internet: El caso de las redes de mujeres	ONG	América, África, Europa, Asia y Australia
2007	Denise Bortree	Relationship management in an online environment: Non-profit websites' use of relational maintenance strategies with child and adolescent publics	ONG	EEUU
2007	Rebeca Martín Nieto	RLa comunicación web de las ONGD	ONG	España
2010	Kelly Williams y Brigitta Brunner	Using cultivation strategies to manage public relationships: A content analysis of non-profit organisations' websites	ONG	EEUU
2004	Juan Juliá Igual, Gabriel García Martínez y Fernando Polo Garrido	La información divulgada a través de internet por las cooperativas	Cooperativas de primer grado	España
2008	Enrique Bernal Jurado y Adoración Mozas Moral	Evaluación del uso comercial de la World Wide Web por parte de las cooperativas de segundo grado españolas	Cooperativas de segundo grado	España
2014	Ricardo Muñoz Pasadas y Pilar Tirado Valencia	Responsabilidad social y transparencia a través de la Web: un análisis aplicado a las cooperativas agroalimentarias españolas	Cooperativas de primer y segundo grado	España
2012	Montserrat Balas Lara	La gestión de la comunicación en el Tercer Sector	Asociaciones, fundaciones, ONG, cooperativas, mutuales y sociedades laborales	España

Tabla 3.3: Detalle de las publicaciones científicas seleccionadas en el análisis del uso de las tecnologías en el Tercer Sector. Fuente: elaboración propia

3.2.1. Uso de los recursos de internet en ONG

3.2.1.1. Redes electrónicas de mujeres: Aportaciones al uso democrático de internet

La primera investigación corresponde a *Martha Burkle y Eva González* con el trabajo *Redes electrónicas de mujeres: Aportaciones al uso democrático de internet* publicado en el año

2006, que aborda una comparación entre las bases teóricas del empoderamiento, apropiación e identidad y el estudio empírico del uso de internet por organizaciones no gubernamentales, fundadas por mujeres en cuatro áreas geográficas -Europa, Norte América, Asia y África-. El trabajo tiene como objetivo analizar el rol de internet como un espacio para la participación social desde la construcción de nuevas modalidades de interacción en la intervención de mujeres, es decir qué estrategias son utilizadas en la construcción de espacios para la interacción en el ámbito digital que aporten a la promoción del cambio y a la identidad (pp. 1-2).

La opción metodológica es el estudio de casos que combina las estrategias cualitativas¹⁴ y cuantitativas¹⁵ en el análisis de contenido de seis sitios web comprendidos en las áreas geográficas mencionadas, para analizar su uso en relación con servicios comunitarios, acciones de promoción social y prácticas políticas de participación de la mujer y, formas de comunicación interactiva innovadoras. Se definen tres dimensiones de análisis para los sitios web: rasgos generales, diseño y espacio para la interacción social.

Respecto de las conclusiones presentadas, cabe destacar que los sitios analizados resultan homogéneos en cuanto a la construcción de estrategias participativas virtuales, se encuentran orientadas a la promoción de nuevas modalidades de participación en los medios de comunicación de este colectivo, con audiencias genéricas y enfocadas hacia una visión local, de diseño atractivo, con elementos destinados a favorecer el intercambio de información, el aprendizaje y la comunicación -con predominio del e-mail y la agenda de noticias por sobre otras formas de interacción- en forma mayoritariamente sincrónica, plantean una dirección de la comunicación principalmente descendente y se observa una escasa presencia de recursos de actualización periódica.

¹⁴Información referida a los rasgos identitarios de la organización: misión, origen (año de creación), autoría, mantenimiento y públicos objetivos del sitio web y, a los recursos para la interacción: recursos (tipo y objetivos explícitos), objetivo implícito (información, comunicación, formación, interacción social), formas de interacción (on line, off line, out line), dirección de la comunicación (descendente, ascendente, horizontal), vigencia del recurso (permanente, ocasional, periódica) y tipo de público objetivo (solo usuarios, acceso libre, orientado a contactos externos).

¹⁵Para el análisis del diseño de los sitios web se adoptaron los criterios de calidad propuestos por *World Best Website Awards* (<http://www.worldwebsite.com/criteria.htm>), que evalúa la calidad en esta dimensión bajo cinco aspectos con ponderaciones en una escala de 1 a 5, a saber: funcionalidad (accesibilidad, velocidad y ancho de banda, navegabilidad y links, legalidad, calidad html), diseño (diseño gráfico, amigabilidad, integración, estética), contenido (propósito, interactividad, expresión verbal), originalidad (innovación, creatividad, tecnología) y profesionalismo (atención al cliente, valores, enfoque).

3.2.1.2. Relationship Management in an Online Environment: Non-Profit Websites Use of Relational Maintenance Strategies with Child and Adolescent Publics

La segunda investigación es la que realiza *Denise Bortree* bajo la denominación *Relationship Management in an Online Environment: Non-Profit Websites Use of Relational Maintenance Strategies with Child and Adolescent Publics*, publicada en el año 2007 que tiene como objetivos indagar sobre: (i) la incorporación de estrategias de amigabilidad, acceso, apertura, tareas compartidas, redes y garantías¹⁶ en el contenido de sitios web sin fines de lucro para niños y adolescentes, (ii) la frecuencia en el uso de estrategias de mantenimiento relacional entre las organizaciones con mayores fuentes de ingresos y las de menores ingresos declarados y, (iii) la influencia de los grupos de edad como público objetivo en el diseño sobre la forma en que se definen las estrategias de interacción (Bortree, 2007, pp. 2-3).

El estudio se basa en la revisión de 39 sedes web correspondientes a los principales sitios de organizaciones no lucrativas que figuran en el *The Nonprofit Times* del año 2004 (según los ingresos de estas organizaciones del año 2003), con contenidos para niños y jóvenes, a partir del estudio sobre el impacto de las relaciones entre las organizaciones y el público, denominadas relaciones públicas, a través de un modelo¹⁷ que contiene tres estados: (I) antecedentes -razones para entablar la relación-, (II) estrategias de mantenimiento -estrategias para mantener y construir la relación que incluyen amigabilidad, acceso, apertura, tareas compartidas, creación de redes y garantías- y, (III) resultados.

En la medición de las estrategias relacionales que se emplean con niños y adolescentes en los sitios web, el tamaño de la organización -medido a través de sus ingresos- y el público objetivo se encuentran relacionados con el tipo de participación seleccionada -los sitios adoptan un elevado número de estrategias de interacción-. Sobre la base de la escasez de estudios que aborden el análisis de las relaciones entre las organizaciones y su público objetivo como objeto de estudio, afirman que existe una relación significativa entre el tamaño de una organización y el uso de las estrategias de relación y que las seis categorías de análisis empleadas son comúnmente usadas en el diseño de contenidos para sitios web que tienen a niños y adolescentes como público

¹⁶Albinger y Freeman (2000, pp. 244-245) definen a los grupos de interés (*stakeholders*) como los grupos o agentes sociales que se ven afectados por las acciones que desarrolla una organización en el cumplimiento de sus objetivos.

¹⁷En las categorías mencionadas se observa: tamaño de la organización, edad del grupo objetivo, amigabilidad (juegos, multimedia, mapa del sitio), acceso (e-mail, preguntas de los usuarios), apertura (noticias sobre la organización, sección 'quiénes somos', actualizaciones por e-mail sobre la organización), tareas compartidas (invitación a participar en una actividad comunitaria, invitación a participar en una actividad educativa, invitación a donar dinero), redes (respaldo de una celebridad, inclusión de un popular dibujo animado en el sitio web y oferta de información o planes de lecciones para maestros), garantía (tableros de mensajes, salas de chat y la participación del público objetivo en el diseño o el contenido del sitio).

objetivo (Bortree, 2007, pp. 14-16).

3.2.1.3. La comunicación web de las ONGD

La tercera investigación a analizar es la que publica, en el año 2007, *Rebeca Martín Nieto* bajo el nombre *La comunicación web de las ONGD*, que tiene como propósito conocer el uso que las ONGD hacen de la red y los recursos que ponen a su disposición a fin de posibilitar un desarrollo eficaz de la comunicación así como indagar sobre las posibilidades existentes para su mejora. Plantea la necesidad para este tipo de organizaciones de un compromiso en cuanto a la planificación de su comunicación que resulte eficaz para el posicionamiento de su imagen y en consecuencia, de su labor (Martín Nieto, 2007, pp. 132-133).

El estudio se realizó bajo un enfoque heurístico y otro de campo, éstos últimos presentes en la publicación de referencia. Este estudio empírico se centra sobre la comunicación de las organizaciones a partir de la recopilación de información de los responsables del área en las organizaciones, con un protocolo específico sobre los recursos que se destinan a la comunicación y a la comunicación web, los que se cruzaron posteriormente con los obtenidos del análisis de las sedes web. La muestra responde a las sedes web de las ONGD (organizaciones no gubernamentales de desarrollo) con reconocimiento administrativo por su gestión en la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo - AECID - en el año 2005, según cumplieran con requisitos específicos sobre su gestión (pp. 132).

El modelo de análisis para las sedes web se desarrolla a partir de investigaciones específicas, mencionando a Jacob Nielsen, Lluís Codina, Pere Marqués, Andoni Calderón, Baeza Yates y Rivera Loaiza y, Yusef Hassan Montero, entre otros. Los contenidos que se analizan se centran en los siguientes ítems: existencia de un departamento de comunicación, persona de contacto en medios de comunicación, plan de comunicación, correo electrónico, dominio propio, gestiones económicas -donaciones, suscripciones-, boletines informativos o *newsletter*, visitas, posicionamiento, enlaces, autoría, accesibilidad (Martín Nieto, 2007, pp. 132-133).

Las principales conclusiones del estudio muestran que las estrategias de comunicación y el uso de internet en las ONGD de referencia están condicionadas por su año de fundación, sus ingresos económicos, las partidas presupuestarias que dedican a la comunicación, tanto las que se establecen en el ámbito digital, el personal destinado a dicha área así como el tiempo empleado en el mantenimiento de la sede web. Las organizaciones acuerdan sobre la necesidad de su presencia en internet para ser reconocidas, privilegiando la presencia por sobre el tratamiento de la información o la usabilidad. Desconocen las posibilidades de la red frente a otros medios de difícil acceso y el empleo de elementos multimedia aún se muestra incipiente. Se destaca además, que dada la escasa trayectoria de estas organizaciones en el ámbito digital, la antigüedad de la web aún no es un factor de relevancia y sostiene la necesidad de disponer de un departamento

de comunicación propio con profesionales especializados en el área de la comunicación social y el desarrollo (Martín Nieto, 2007, pp. 134-135).

3.2.1.4. Using Cultivation Strategies to manage public relationships: A Content Analysis of Non-Profit Organisations Websites

La investigación que se encuentra en el cuarto lugar, bajo el título *Using Cultivation Strategies to Manage Public Relationships: A Content Analysis of Non-Profit Organisations Websites*, cuya autoría corresponde a Kelly Williams y Brigitta Brunner fue publicada en el año 2010. El trabajo indaga sobre la forma en que utilizan la web las organizaciones sin fines de lucro para comprometer a sus diversos públicos en relaciones dialógicas y el tipo de estrategias relacionales que utilizan dichas organizaciones en sus sitios web. Ante la problemática del retraso que supone la adopción de tecnologías para las organizaciones sin fines de lucro y dada la acentuada participación de los estadounidenses en este tipo de actividades así como la escasa comprensión de los nuevos medios, supone un ámbito de interés para abordar estudios sobre la construcción de relaciones y su mantenimiento (pp. 1).

Para indagar sobre las estrategias que utilizan con su público objetivo, se utiliza un análisis de contenido sobre las sedes web de 129 organizaciones sin fines de lucro inscritas en la página web www.idealists.org. –directorio sin fines de lucro reconocido por su influencia por la prensa y por los premios obtenidos– seleccionadas en forma aleatoria. El estudio evalúa a través de un análisis de contenido cómo estas entidades utilizan internet como una herramienta para la construcción de relaciones y su mantenimiento en seis dimensiones¹⁸ (Williams y Brunner, 2010, pp. 4-6).

En las conclusiones presentan que la usabilidad es la estrategia más utilizada y si bien se mantiene la participación de las entidades en todas las dimensiones consideradas, la implicación en estas estrategias es baja (ítems inaccesibles o inexistentes). La estrategia de interacción fue la menos utilizada, por lo que se la percibe como una de las que requiere mejoras. En la comparación con el estudio realizado para las compañías que figuran en *Fortune 500*, las ONGD con respecto al uso de internet, se encuentran rezagadas; si bien están utilizando internet para el desarrollo de sus estrategias comunicativas, indican que los niveles con los que están interactuando podrían ser mayores (Williams y Brunner, 2010, pp. 9-12).

¹⁸Se examinan los contenidos del website en cuanto al acceso (teléfono, dirección física, e-mail), usabilidad (navegación, buscador, mapa del sitio, recursos audiovisuales), apertura (sección “quiénes somos”, noticias, reportes/informes anuales), tareas compartidas (participación en actividades de la comunidad, participación en actividades educativas, donación de tiempo o dinero/voluntariado o contribución monetaria), redes (creación de redes con organizaciones no lucrativas similares, con organizaciones no lucrativas disímiles y trabajo en red con organizaciones con fines de lucro), interacción (tablero de mensajes, sala de chat, blog).

3.2.2. Uso de los recursos de internet en cooperativas

3.2.2.1. La información divulgada a través de internet por las cooperativas publicada

La primera investigación corresponde a Juan Francisco Juliá Igual, Gabriel García Martínez y Fernando Polo Garrido con el nombre La información divulgada a través de internet por las cooperativas publicada en el año 2004. El trabajo tiene como propósito determinar la utilización de internet en la divulgación de información empresarial a través de las páginas web que ofrecen a los diferentes públicos y en particular, a los asociados de las entidades. En el trabajo proponen otro diseño para la evaluación de la calidad de la información, basado en la medición de parámetros correspondientes a accesibilidad y usabilidad, contenidos generales y contenidos específicos¹⁹ (Juliá Igual et al., 2004, pp. 169, 179-181).

En el año 2002, efectúan el análisis sobre 130 sedes web de cooperativas agrarias, de crédito (cajas rurales) y de consumo españolas (seleccionadas las mayores en su rubro, según su volumen de facturación) según las recomendaciones sobre usabilidad y accesibilidad de J. Nielsen y el Código de Buenas Prácticas para la Divulgación de Información Financiera en Internet, realizado por la Comisión de Nuevas Tecnologías y Contabilidad de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas -AECA-²⁰. La normativa que presentan es respecto de la información a publicar en la web referida al negocio y a la información financiera (Juliá Igual et al., 2004, pp. 176-177).

Los resultados se presentan diferenciados según el objeto social de las cooperativas analizadas. Los autores observan, para el momento de presentación del estudio, una alta referencia a su condición de cooperativas en las sedes web analizadas, una baja utilización del dominio ‘.coop’²¹, una limitación a la presentación en otros idiomas y con información reducida respecto

¹⁹Se analizan los siguientes contenidos: (i) accesibilidad y usabilidad)disponibilidad de URL (Uniform Resource Locator), identificación del tipo de dominio (.coop), popularidad de dichas páginas, acceso a la información en varios idiomas, referencias temporales sobre la renovación de contenidos, disposición de un mapa del sitio web, información de contacto con la empresa (dirección postal y electrónica), (ii) contenidos generales (información sobre las actividades principales del negocio empresarial, servicio propio de noticias recientes sobre el negocio empresarial, información sobre la aplicación de normas de calidad a diferentes procesos o productos, información sobre la política en materia de impacto medioambiental, información sobre la política de inversión en I+D+i -Investigación+Desarrollo+innovación-, información sobre la política de inversión en materia de RRHH), (iii) contenidos específicos (información financiera, cuentas nacionales, información sobre la condición de cooperativa e información sobre la dotación y uso del Fondo de Educación y Promoción).

²⁰La normativa referida por AECA del año 2002, estipula un número de condiciones a cumplir en la publicación de información web –de acuerdo con el tipo de contenidos que se trate– ya sea que se refieran a sociedades que cotizan en el Mercado de Valores o grandes que deben cumplir un mínimo de cinco requerimientos informativos mientras para las sociedades medianas o pequeñas este requisito se reduce a dos.

²¹El dominio ‘.coop’ es un dominio de nivel superior aprobado por la ICANN -Internet Corporation for

a las entidades y a los contenidos financieros. Indican que deberían aprovechar mejor las oportunidades que ofrece internet y trasladar a la red su realidad y su dimensión social, así como la promoción del sector a través de enlaces a portales especializados y organizaciones representativas e impulsar la imagen en el entorno nacional e internacional a partir de la mejora en su presencia en la red. Aconsejan sobre el desarrollo de una guía de buenas prácticas sobre la divulgación de la información cooperativa en internet, en particular sobre los aspectos que fundamenta su apreciación social, a fin de diferenciarse de otras organizaciones (Juliá Igual et al., 2004, pp. 188-190).

3.2.2.2. Evaluación del uso comercial de la *World Wide Web*

La segunda investigación es la que desarrollan *Enrique Bernal Jurado y Adoración Mozas Moral* publicada en el año 2008 y titulada *Evaluación del uso comercial de la World Wide Web* por parte de las cooperativas de segundo grado españolas, quienes proponen para la evaluación de la calidad de una sede web de cooperativas en segundo grado, un modelo bidimensional, fundado desde el punto de vista teórico en el *Technology Acceptance Model*²² -TAM- que depende de una actitud previa positiva del usuario para su uso, donde la calidad estaría dada por la utilidad de sus contenidos y por su suficiencia en brindar información oportuna y relevante para la toma de decisiones al usuario. El modelo se compone de dos dimensiones: calidad de la información de la web -utilidad y alcance de la información- y, calidad del sistema web-usabilidad, presencia, privacidad, seguridad e interacción-.

La investigación tiene como propósito analizar la presencia en internet de las sociedades cooperativas para mantener y aumentar su competitividad, compatibilizándolas con sus propios principios (pp. 169), para lo cual se estudian 43 sedes web de cooperativas de segundo grado españolas a través de un análisis longitudinal entre las que habían sido estudiadas previamente en enero de 2004 obtenidas de los censos que poseen las comunidades autónomas sobre estas entidades y de las plazas de Ceuta y Melilla para continuar con un análisis de contenido en junio

Assigned Names and Numbers-, creado para registrar cooperativas o entidades vinculadas a ellas y gestionado por la Alianza Cooperativa Internacional. En noviembre de 2000 se aprobó la creación de este dominio que se suma a los ya existentes (.com, .org, .edu, .gov, .net, entre otros), comenzando a operar en el año 2002. Para mayor información dirigirse a acidigital de ACI-Américas (<http://www.acidigital.coop/index.php>).

²²El *Modelo de Aceptación de la Tecnología* sostiene que es la intención de uso de una tecnología lo que determina el uso efectivo de la misma, explicando la aceptación individual a través de cuatro variables, siendo las dos primeras las que determinan la adopción: *utilidad percibida* -grado de mejora percibido del rendimiento del sistema-, *facilidad de uso percibida* -nivel de esfuerzo que demandará el uso de la nueva tecnología-, *actitud hacia el uso de la tecnología* -se refiere a la disposición positiva o negativa ante un sistema en particular- y la intención de uso -como la decisión efectiva de uso de la tecnología-. La actitud hacia el uso de la tecnología se ve influenciada por la utilidad percibida así como por la facilidad de uso. En versiones posteriores del modelo, TAM2, se descarta la variable *Actitud hacia el uso de la tecnología* y se incorporan nuevas variables como la *Experiencia en el uso de la tecnología* (Fuentes de Iturbe, 2006, pp. 2-4).

de 2007 identificados los sitios a través del buscador Google. Bajo el modelo TAM se agrupan las variables objeto de medición en dos categorías: la calidad de la información²³ y la calidad del sistema²⁴.

El análisis iniciado en 2004 y continuado posteriormente en 2007 les permite concluir sobre algunas tendencias como la mejora del diseño de los sitios excepto en la visualización del precio de los productos, no obstante ello, encuentran que hay información sesgada hacia la empresa más que hacia el producto que se comercializa y los atributos que lo diferencian. En la calidad del sistema afirman que no se aprovechan los recursos de internet para atraer la atención del usuario y que la utilización de componentes multimedia y recursos para la búsqueda de información en los sitios es mínima. Aducen que la información fluye solo en el sentido del cliente, cuestión que impide la interacción y advierten sobre la escasez de web transaccionales²⁵, de herramientas para la retroalimentación de información y el desconocimiento sobre la privacidad con que se intercambia. En la evolución de las entidades, se indica el incremento de la cantidad y calidad de información que se facilita a través de estos sitios y un aumento en los niveles de interactividad, en la diversidad idiomática y en la presencia de web transaccionales respecto del estudio anterior.

3.2.2.3. Responsabilidad social y transparencia a través de la Web: un análisis aplicado a las cooperativas agroalimentarias españolas

La tercera investigación seleccionada es la que presentan *Ricardo Muñoz Pasadas y Pilar Tirado Valencia* bajo la denominación *Responsabilidad social y transparencia a través de la Web: un análisis aplicado a las cooperativas agroalimentarias españolas*, publicado en el año 2014. Tiene como propósito analizar la responsabilidad social empresarial y el gobierno corporativo en relación con la transparencia según los principios cooperativos y observar si existen diferencias entre las cooperativas agroalimentarias de primer grado y las de segundo grado o superior. Dada la vinculación entre los principios y valores cooperativos con el ideal de la RSE se fundamenta el desarrollo de mecanismos en sus procesos de gestión en pos de una mayor responsabilidad social (Pasadas y Tirado Valencia, 2014, pp. 84-86).

²³En la dimensión calidad de la información publicada en la web se distinguen los siguientes factores: i. Utilidad de la información (actualizada, totalmente construida), ii. Alcance de la información (Información sobre la empresa: origen/historia, localización, información del presidente, información contable/financiera, entorno e Información sobre el producto: técnicas de producción, control de calidad, catálogo, precio, precio de la competencia, simulador de precio, descuentos por compra online, tiempo que tarda la entrega, ofertas).

²⁴En la dimensión calidad del sistema se distinguen los siguientes factores: (i) Usabilidad (enlaces de interés, contiene banners, contiene sonido, contiene video, motores de búsqueda, mapa permanente del sitio), (ii) Presencia (presencia en buscadores), (iii) Privacidad/Seguridad (sistema de pago, privacidad de la información), (iv) Interactividad (cookies, correo electrónico, teléfono, chat, FAQ).

²⁵En el estudio se distinguen entre dos tipos de web, las informativas y las transaccionales sobre el modelo de Koh y Balthazard (1997) que diferencia entre las páginas web informativas, transaccionales y operacionales.

Dada la inexistencia de una propuesta consensuada para la medición de RSE, los autores diseñan un cuestionario a partir de la selección de un conjunto de variables procedentes de las pautas establecidas en la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad del organismo internacional (2011b) *lobal Reporting Initiative*²⁶ -GRI-. En el instrumento se incluyen los aspectos generales de la entidad, su estrategia, las relaciones con los grupos de interés, el gobierno y los parámetros sobre la divulgación de información agrupadas en cinco categorías²⁷ y treinta y dos variables. El estudio se complementa con adaptaciones procedentes del sector no lucrativo y del suplemento de la Industria de la Alimentación, *Food Processing Sector Supplement* (GRI, 2011a) (Pasadas y Tirado Valencia, 2014, pp. 91-93). La muestra está constituida por 39 empresas cooperativas agroalimentarias españolas de mayor tamaño -con volumen de facturación superior a los 50 millones de euros-, según la Confederación Empresarial Española de la Economía Social en el ejercicio 2010.

Los criterios de selección se basan en la elección de cooperativas con mayores disponibilidades puesto que tienen mayores facilidades para acceder a los recursos de la red. Los resultados muestran escasos niveles de difusión de información sobre RSE, solo se destaca la existencia de un contacto en la web, aunque sin poder determinar la calidad de respuestas ofrecidas a los grupos de interés; se presenta una clara identificación de la forma jurídica y la naturaleza cooperativa de la entidad, identificación y descripción de los productos comercializados junto con la sede y los principales centros de producción. No se revelan políticas relacionadas con RSE, ni compromisos de la entidad hacia sus grupos de interés.

A posteriori, asumen que algunas de las variables expuestas en el instrumento de medición no resultan objeto de la comunicación web, como los procedimientos para evaluar al Consejo y el grado de cumplimiento de los objetos, el impacto de las políticas, la relación entre la retribución de los miembros del Consejo y las cuestiones económicas, sociales y medioambientales, como la existencia de mecanismos de reclamos debido a las bajas puntuaciones obtenidas. Se observan

²⁶Global Reporting Initiative -GRI- es una organización no gubernamental fundada en 1997 en EEUU, cuyo propósito consiste en "... impulsar los Reportes de Sostenibilidad y de ESG (Medio ambiente, Social y Gobierno Corporativo)." En la guía se establecen principios e indicadores para la medición del desempeño de las organizaciones en los órdenes económico, ambiental y social, los cuales tienen una amplia difusión y son preferentemente utilizados a nivel mundial (GRI, 2011). Para mayor información dirigirse a <https://www.globalreporting.org>

²⁷En cada dimensión se incluyen los siguientes ítems: (i) estrategia y análisis (declaración del presidente de la entidad con la mención sobre sustentabilidad y temas prioritarios), (ii) Perfil de la organización (información sobre la organización, sus productos, participación en otras compañías y estructura societaria, localización de la sede, países donde opera, forma jurídica, mercados, historia, premios referidos a sustentabilidad), (iii) Parámetros de la información sobre sustentabilidad (período, contacto, alcance, cobertura, limitaciones, procesos de verificación externa, soluciones propuestas), (iv) Gobierno corporativo (responsabilidad social, ambiental y económica, responsabilidad del Consejo y del Presidente, mecanismos para resolución de conflictos, misión, principios y valores, códigos de conducta, estado de implementación, funciones de supervisión del Consejo, mecanismos de control de gestión del Consejo) y (v) Grupos de interés (identificación y selección, mecanismos de retroalimentación, compromiso con los grupos, procedimientos para responder a los reclamos, evaluación de la gestión, comunicación de los resultados de la evaluación, procesos para la coordinación de iniciativas que respondan a necesidades y requerimientos).

correlaciones significativas entre el número de asociados y la divulgación de información y entre el volumen de facturación y el perfil de la entidad, existiendo diferencias entre los niveles de las cooperativas de distinto grado. La justificación de los niveles bajos identificados se funda en la utilización de los sitios web con fines comerciales más que de carácter relacional, con escasa información sobre RSE, la web se configura como plataforma de promoción y venta de productos y no como espacio para la comunicación con los grupos de interés (Pasadas y Tirado Valencia, 2014, pp. 97-102).

3.2.3. Uso de los recursos de internet en organizaciones del Tercer Sector

3.2.3.1. La gestión de la comunicación en el Tercer Sector

Finalmente, se presenta la investigación llevada a cabo en su tesis doctoral por *Montserrat Balas Lara*, en el año 2012, con el título *La gestión de la comunicación en el Tercer Sector*. El estudio de las sedes web de entidades del sector se realiza como primera parte de la tesis a partir de la constitución de la muestra, postula que la presencia a través de una página web es el primer indicador de la gestión de su comunicación. La selección se realizó en forma aleatoria a través de las palabras clave “organizaciones del Tercer Sector”, “Tercer Sector”, “ONGs”, “organizaciones no lucrativas”, “Cooperativas” y “Mutualidades” en el buscador Google en el mes de febrero de 2008 (pp. 497). El propósito consistía en analizar las web desde la óptica de su contenido a efectos de describir el tipo de información y el formato de publicación desde el punto de vista de la usabilidad y los requerimientos de comunicación que se incorporan a las mismas (Balas Lara, 2012, pp. 497-503).

Se analizan a través de la técnica de análisis de contenido, 166 sedes web de asociaciones, fundaciones, ONG, cooperativas, mutuales y sociedades laborales, bajo el modelo de análisis de la imagen que proyectan las entidades del Tercer Sector hacia sus públicos de interés a través de la técnica de observación de las sedes web. Las entidades seleccionadas del ámbito español se encuentran adscriptas a diferentes instituciones relacionadas con el Tercer Sector. Los contenidos analizados responden a los siguientes ítems: misión y valores, proyectos (objetivos y fines), información financiera, sala de prensa/noticias/información, proyectos RSE, contenidos audiovisuales, captación de donantes y empleo/trabaja con nosotros.

Las conclusiones expresan una manifiesta presencia de las entidades del Tercer Sector, las cuales facilitan información sobre misión y objetivos y, resultados de los proyectos que realizan, considerados éstos últimos como una indicación de transparencia. Sin embargo no se registra presencia de información financiera. Se ofrece mayoritariamente secciones con noticias o informaciones (“sala de prensa”) o la presencia de la entidad en los medios de comunicación, evidencia

de su intención de difundir su quehacer. Se identifican secciones para relevar las opiniones de los visitantes y una baja presencia de información sobre RSE que se considera incipiente con la introducción progresiva de formatos multimedia, resaltando la presencia de secciones específicas como *fundraising*²⁸, recepción de donaciones y captación de trabajadores y voluntarios (Balas Lara, 2012, pp. 497-503).

3.2.4. Uso de los recursos de internet en el Tercer Sector: ¿camino de una sola vía?

En las investigaciones analizadas sobre las organizaciones no gubernamentales y la que es genérica para las entidades del sector, se observan dos cuestiones principales: por una parte, bajo el propósito del uso de internet como espacio democrático se analizan las estrategias de participación social desde las modalidades de interacción, advirtiendo una escasa presencia de recursos de actualización periódica que destacan como una estrategia de construcción a largo plazo y que no representan así, una “cuestión de moda”. Se observa además, la medición de la usabilidad como presencia constante en los análisis. En esta situación, el abordaje se realiza principalmente desde los propósitos, ya sea el intercambio de información, la participación social -entendida como avisos, convocatorias a manifestaciones o cursos- o el aprendizaje. Por otra parte, se observa un enfoque situado en la necesidad de generar espacios específicos para el desarrollo del área de comunicación en las organizaciones –área de comunicación y gestiones económicas como donaciones y suscripciones–.

En el otro extremo de las entidades que componen el sector, se sitúan las cooperativas, cuyos análisis están centrados en los aspectos comerciales que ofrece la web para aumentar la competitividad o bien, en la publicación de información sobre responsabilidad social bajo criterios de transparencia: en la divulgación de información empresarial se observan escasas web del tipo transaccional y de herramientas para la retroalimentación de información, así como sobre la privacidad de los intercambios realizados. Se visualizan principalmente la forma cooperativa y los productos y servicios ofrecidos con escasa presencia de información de carácter socio-ambiental así como tampoco sobre la calidad de respuestas hacia el sector. Este enfoque privilegia la orientación hacia el consumo –si bien en algunos casos adolece de la información suficiente sobre productos y servicios– desde la perspectiva del cliente, que adquiere los bienes que comercializa la organización y escasamente referencia a través de las tecnologías el carácter social de estas entidades, a excepción de la publicación de información y acciones realizadas en el marco del

²⁸Hank Rosso (2004), fundador de la primera escuela de *fundraising* del mundo, sostiene que esta filosofía de amplia tradición en las organizaciones no gubernamentales no es la ciencia de la captación de fondos, sino que constituye un medio para que puedan desarrollar su misión, dotando de sostenibilidad financiera a una causa social.

bien común (Figura 3.1).

En los análisis efectuados se observa que si bien el criterio de participación se encuentra presente, no se aborda el análisis desde los procesos decisorios que promueven la participación efectiva de los asociados, con escasas posibilidades de retroalimentación y una débil segmentación hacia el tipo de función que desempeñan los usuarios. Estas razones, posibilitan asumir una posición diferente en el reconocimiento de un criterio que permita clasificar las modalidades en que se ha apropiado el usuario de los recursos de internet, desde tres aspectos:

- el rol de los usuarios -cliente, proveedor, asociado-,
- el tipo de actividades que se promueven,
- los procesos de la organización en los que se ofrece participación a los asociados.

Desde estos aspectos, se define el criterio de participación para indagar sobre las modalidades en que los usuarios, desde el rol que asuman y a través de las actividades propuestas por la entidad, toman parte de los procesos decisorios mediados por las tecnologías.

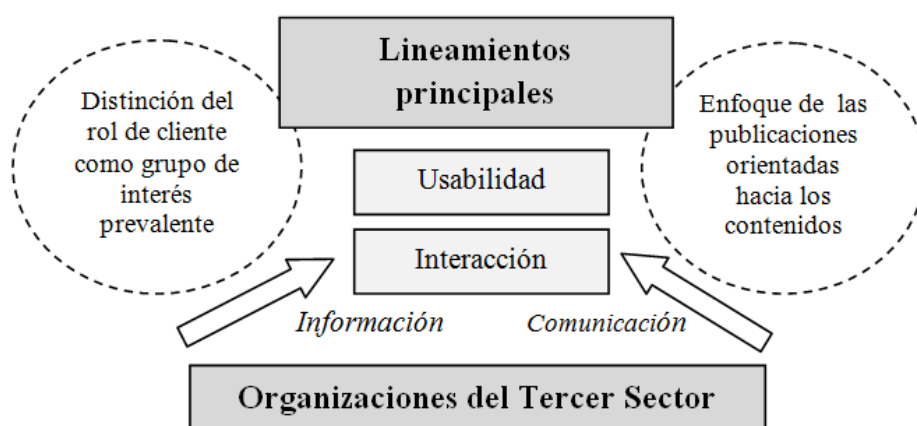


Figura 3.1: Principales orientaciones de análisis en el uso de tecnologías en el Tercer Sector. Fuente: elaboración propia.

3.3. Una dimensión de carácter social

A partir del análisis efectuado sobre uso y apropiación de las tecnologías, se aborda una dimensión que posibilite abordar la operatividad de los principios cooperativos desde una perspectiva diferente, esto es, en la definición de participación para la apropiación de internet, a fin

de indagar sobre las características que permitan comprender este espacio de análisis, más allá de las valoraciones que se realizan en la dimensión económica en forma tradicional. Se pretende desde esta síntesis, caracterizar los aspectos relacionados con las instancias de participación de los usuarios, sin considerar las cuestiones de acceso e interacción, prestando especial atención a los usos y prácticas que realizan a través de las tecnologías, en las cuales los usuarios se involucran en los procesos decisorios. En el análisis efectuado, se observa que la participación resulta el eje principal, como herramienta en la construcción de identidad y protagonista del cambio social.

Un estudio más amplio del contexto de acceso y uso de las tecnologías, signado principalmente por la dotación e infraestructura tecnológica y por el desarrollo de competencias específicas, lleva el curso de acción al ámbito social y cultural, donde la apropiación de los objetos técnicos se desarrolla especialmente en las prácticas socio-culturales del grupo, donde cobra especial relevancia la trayectoria previa de dichos artefactos (Croví Drueta, 2008; Echeverría, 2008; Paquienséguy, 2012). La participación se constituye en un factor prevalente para caracterizar la apropiación, cuyo propósito es lograr a través del involucramiento de los usuarios, influir sobre políticas y decisiones públicas. En este contexto, las TIC en particular, son utilizadas para ampliar los canales de participación y así reforzar la democracia administrativa por asociaciones y organizaciones de la sociedad civil (Borge Bravo, 2005, pp. 3-4).

La participación ha sido abordada en diferentes ámbitos, desde el político, como influencia de individuos y grupos sociales en los asuntos públicos (Guillén et al., 2009, p. 180) al ámbito científico donde instituciones y actores inciden en la definición de las agendas de investigación y la política científica, como mecanismo para la construcción de la ciudadanía particularmente para América Latina (Invernizzi, 2004, p. 68). En el espacio público, Cunill (1991) reconoce cuatro tipos de participación:

- *participación social*, que es aquella que tiene lugar en la pertenencia de las personas a grupos o asociaciones con el fin de asegurar la consecución de intereses y objetivos comunes, cuyos interlocutores son otros agentes sociales,
- *participación comunitaria*, que se asienta sobre el compromiso de las personas en el desarrollo de acciones colectivas con el propósito de brindar respuesta a los requerimientos de la comunidad, reconocidas habitualmente en este ámbito las acciones benéficas,
- *participación política*, relacionada con la militancia e injerencia de las personas en movimientos, organizaciones y componentes del sistema político o estructuras de poder,
- *participación ciudadana*, donde las personas se implican en actividades públicas para la definición conjunta de objetivos colectivos y procedimientos para su elaboración y seguimiento.

Arnstein bajo su conocida *escalera de la participación*, propone diferentes niveles de participación ciudadana (1969, pp. 216-223), desde los niveles más elementales hasta los más elevados, donde cada nivel incluye al anterior, expresados a continuación desde los niveles inferiores hasta los más altos:

- *no participación -manipulación y terapia-*, se expresa que estos niveles se definen con un objetivo que no consiste en brindar posibilidades de intervención, sustituyendo a los verdaderos procesos de injerencia en la toma de decisiones,
- *formulismo -información, consulta y conciliación-*, se observa como un progreso de los niveles anteriores, dotando de los espacios para escuchar y ser escuchado, sin presentar las garantías para realizar cambios, conservando el derecho para decidir en aquellos que detentan el poder,
- *poder ciudadano -control ciudadano, delegación de poder y patrocinador-*, se presentan grados crecientes en la influencia que ejercen en los procesos decisorios, los ciudadanos participan a través de organizaciones y obtienen la mayoría de los espacios para ejercer la toma de decisiones.

En cada peldaño de la escalera se disponen los mecanismos de participación que se corresponden con niveles funcionales que se le reconocen al ciudadano y a las organizaciones según el papel que desempeñan en el desarrollo del quehacer de la entidad. En los primeros niveles se sitúan los instrumentos que brindan información teniendo como contraparte un ciudadano pasivo, avanzando en los peldaños se observa que se otorga voz a los usuarios a partir del interés en conocer su opinión hasta llegar a los últimos escalones, donde la participación se desarrolla de forma vinculante, es decir que se traslada el poder decisorio a los participantes (Arnstein, 1969, pp. 216-223).

En los términos de participación ciudadana y el uso de las tecnologías, la investigación realizada por la Fundació Jaume Bofill (2004) en la que definen herramientas de internet para las etapas de información, comunicación, consulta, deliberación y, decisión así como prácticas a través de las cuales se observa el grado de participación fáctica de los ciudadanos. Dichas etapas se explican a continuación (Fundació Jaume Bofill, 2004, pp. 29-42):

- *información*, como requisito básico para la participación, considerando a las nuevas tecnologías como un medio efectivo para disponer un amplio abanico de información que cumpla los atributos de utilidad, suficiencia y facilidad de interpretación para que pueda ser empleada en los debates y procesos decisorios de la entidad. Agenda, enlaces a información relacionada, documentos y avisos son ejemplos de información de interés,

- *comunicación*, acciones para facilitar la interacción entre las personas en forma bidireccional, presenta como ejemplo las cartas que se envían con sugerencias, recomendaciones y demandas que incluye la recepción y respuesta de las mismas, en particular a través del uso del correo electrónico,
- *consulta*, formas de conocer la opinión de los ciudadanos, con el referéndum, los sondeos de opinión y las encuestas como los ejemplos más habituales de recolectar la expresión de las opiniones de la ciudadanía con la publicación posterior de los resultados a fin de asegurar la incidencia en los procesos decisorios de las consultas efectuadas,
- *deliberación*, comprende los procesos que fomentan el debate, la evaluación y la ponderación de alternativas y opciones que se exponen frente a diferentes problemáticas de la comunidad. Su importancia radica en la formación de opinión ciudadana y orientan las decisiones que deben tomar las gestiones, el espacio típico son los foros de debate, para lo cual se sugiere la presentación de resúmenes de las deliberaciones en el seguimiento de la actividad y la publicación de documentos informativos o de trabajo para informar sobre los temas a tratar, éstos últimos con la posibilidad de desarrollo en formato colaborativo,
- *decisión*, se debe especificar el alcance de las decisiones a fin de no generar expectativas que excedan las posibilidades reales de la participación de la ciudadanía, si se asumen este tipo de procesos aunque las autoridades tengan la decisión final, deben asumir el compromiso de acatar la opinión vertida, uno de los procedimientos más populares es el que corresponde al levantamiento de firmas o petitorio.

Además de los niveles de participación, la Fundació Jaume Bofill (2004, pp. 42-46), establece diferentes formas para incentivar la intervención ciudadana, como: (i) difusión -explicando las posibilidades del espacio virtual apoyado en la promoción en prensa, sitios institucionales y publicaciones electrónicas como boletines y listas de distribución-, (ii) imagen -como herramienta atractiva para incentivar su acceso, considerando el diseño y la usabilidad del sitio-, (iii) los temas -que se consideren de importancia para despertar el interés de los ciudadanos- y, (iv) dinamización -sustentabilidad de la participación en el tiempo entendida a través de la respuesta a las consultas y demandas de los ciudadanos y el seguimiento diario de las actividades propuestas con las contribuciones apropiadas según el espacio definido para las intervenciones-.

Borge Bravo (2005, p. 4) con base en las investigaciones de la Fundació Jaume Bofill (2004), define las formas de participación política electrónica, principalmente para Cataluña y España, desarrollando un sistema clasificatorio sobre la escala propuesta por Arnstein en la especificación de niveles de participación:

- *información*, que consiste en la difusión de información a través de los dos servicios principales de internet, correo electrónico y website, con la publicación de documentos, enlaces,

convocatorias, avisos, noticias, etc.,

- *comunicación*, interacción en forma bidireccional a través de correo electrónico y website y de espacios específicos para dicha actividad, algunos de los elementos que se pueden encontrar son preguntas, sugerencias, quejas, cartas, comentarios, organización de reuniones, etc.,
- *consulta*, refiere a los espacios digitales empleados para la disposición de las opiniones del público objetivo a través de referendos, encuestas, sondeos, etc.,
- *deliberación*, ámbitos donde se propicia la reflexión, la evaluación y el debate sobre temas de interés, decisiones y opciones, las cuales incluyen elementos deliberativos como foros, chats, espacios de debate, etc.,
- *participación en decisiones y elecciones*, espacio para el involucramiento en la toma de decisiones, pues el resultado resulta vinculante en las acciones posteriores que tomen las autoridades, se incluyen en este nivel el voto electrónico, la reunión de firmas, etc.

Señala Borge Bravo (2005, p. 4) que se pueden evaluar las experiencias de participación electrónica, basadas en el criterio del grado de involucramiento que permiten, dividiéndose en dos tipos: uno, correspondiente a los sistemas de voto electrónico y otro, las formas de participación que se disponen a través de los recursos telemáticos. Mientras que el sistema de voto electrónico supone un nuevo canal para el desarrollo de las funciones participativas, por otra parte, los recursos dispuestos para la injerencia de los ciudadanos en los procesos decisorios constituyen "...innovaciones participativas significativas", más allá de la cuantía de personas que puedan involucrarse, es decir, más allá del alcance que adquiera esta actividad.

3.3.0.1. La participación en las entidades cooperativas

Sobre las modalidades de participación, aquella que resulta de interés para esta investigación es la que se refiere a la participación social, es decir, la que comprende el involucramiento de las personas en la órbita de decisión de las organizaciones. Ferrero y Marek Hoehn destacan los lazos de cooperación y el capital social inherente a estas formas de participación, cuando se refieren a la "participación social o asociativa" y a la "participación comunitaria" como (2014, pp. 3-4):

"... la intervención de las personas en distinto tipo de actividades organizativas voluntarias en el campo de la sociedad civil, sea a nivel de base o de pequeñas comunidades de carácter inmediato (...) tales como centros de padres o juntas de vecinos, o bien en organizaciones sin fines de lucro de la más variada especie, desde sindicatos

o cooperativas, hasta agrupaciones culturales o clubes deportivos, pasando por federaciones estudiantiles o colegios profesionales. Pero, sin duda, la existencia de este tejido asociativo y comunitario es un activo social relevante, que condensa un potencial de lazos de cooperación, confianza interpersonal y social, experiencia de diálogo y reciprocidad en el trato que dan cuenta de las capacidades sociales de las personas, que suele referirse como ‘capital social’.

Las entidades del Tercer Sector, en particular las ONG, conscientes de la trascendencia de mantener relaciones estratégicas con sus grupos de interés (Bortree, 2007; Martín Nieto, 2007; Williams y Brunner, 2010), propician de diferentes maneras su involucramiento en el desarrollo de acciones conducentes al logro de sus objetivos, mientras que las cooperativas, con un pie en el marco del tercer sector como entidades que responden a una necesidad de bien común y con otro pie en el ámbito empresarial, se identifican mayoritariamente con la segunda perspectiva, orientada su visión hacia el asociado, en la trascendencia de los roles que puede cumplir en la entidad: cliente-proveedor-asociado.

De forma amplia, participación significa tomar parte en la empresa, comprometerse, implica “. . . pedir opinión, consultar, escuchar a los subordinados antes de emprender una determinada acción”; la intervención resulta así una responsabilidad conjunta, consensuada entre los integrantes de la organización (Vargas Sánchez, 2002, p. 126). En las entidades cooperativas, la participación no se asocia directamente con los trabajadores, sino con el principio de control democrático de los asociados y consiste en el proceso de toma de decisiones “. . . con la participación de todos los socios en los órganos establecidos para tal fin”, en condiciones de igualdad para aquellos que intervienen (Mozas Moral, 2002, p. 168). La participación se constituye en un factor esencial que destaca el rol personalista de las entidades en su gestión, debido a la primacía de la persona sobre el capital, como medio para la distribución de poder bajo el control democrático (Buendía Martínez, 2000, p. 10).

El asociado tiene diferentes formas de participación en la entidad, las cuales se caracterizan por su carácter igualitario para todos los miembros y se diferencian de las intervenciones que pueden realizarse en una empresa capitalista convencional. Estas intervenciones se fundan en el propósito de establecer las líneas de orientación para la empresa, donde los asociados influyen, toman partido y se involucran en actividades que afectan los intereses y posiciones de todos aquellos que se relacionan con la entidad. Estas actividades se registran tanto en una votación de representantes para la constitución de la Asamblea (por representación indirecta debido al amplio número de asociados) como en la petición de subsidios o financiamiento extraordinario a diversas organizaciones. Se identifican tres tipos de participación (Izquierdo Albert, 2009, p. 397; Vargas Sánchez, 2002, p. 126):

- *en el capital*, vinculado con la participación del asociado en los procesos de producción

y distribución, según la legislación vigente, el asociado a través de las asambleas puede participar en la formulación de políticas generales de producción, de aumento de capital o líneas de actividad rentables,

- *en los beneficios o resultados*, en el cual el asociado participa según el consumo o cuantía del trabajo aportado,
- *en la gestión*, caracterizada por la expresión “un hombre, un voto”, donde el nivel decisorio sobre los objetivos de la entidad es ejercida por los asociados independientemente del capital aportado.

Señala Vargas Sánchez (2002, p. 125) que bajo la “. . . dinámica de la participación, los individuos comparten información, experiencias, intuiciones, ideas, lo que saben acerca del problema en cuestión, y de esa puesta en común surgirán, a buen seguro, nuevas y mejores ideas para su solución o mejora”, impulsando de esta manera la generación de conocimiento que posibilite el desarrollo de procesos de mejora e innovación, tendientes a un ventajoso posicionamiento de la entidad. El autor advierte sobre el cambio en el eje del gobierno de las organizaciones, desplazando el control de la información por la capacidad para generar ideas y su puesta en práctica. De allí la importancia atribuida a la participación de todos los integrantes en la gestión como motor en el desarrollo de una actitud de compromiso hacia la calidad y la efectividad en el logro de sus objetivos.

La participación del asociado en el control democrático -a través de las Asambleas-, en los resultados -en base al consumo requerido o al trabajo aportado- y en el capital -según la vinculación del asociado con los procesos productivos de la entidad- son “. . . inherentes a su status cultural y normativo, lo que les confiere, al menos teóricamente, cierta ventaja de salida” (Vargas Sánchez, 2002, 125). La cooperativa, como empresa de propiedad colectiva, tiene bajo la perspectiva de la participación la confluencia de dos aspectos: uno normativo e intrínsecamente cultural, que rige el accionar de la entidad y otro volitivo, en las actitud de sus integrantes para la integración en el quehacer de la entidad, que confluyen en su gestión democrática, basada en los acuerdos que se realizan entre los asociados sobre la dirección de la misma y la capacidad del grupo para la toma de decisiones. Esa responsabilidad compartida, esa gestión por consensos que compromete al asociado en el involucramiento activo en los procesos decisorios, se conoce como *empowerment* (Vargas Sánchez, 2002, 125).

Las demandas crecientes para las empresas de mayor transparencia -traducida en el acceso a la información- como consecuencia de los escándalos financieros internacionales²⁹ y la incor-

²⁹Uno de los escándalos financieros internacionales que aportaron a las reformas en materia de transparencia informativa que llevaron al desarrollo de normas específicas para el gobierno de las entidades corporativas, es el provocado por la compañía estadounidense *ENRON*, que presentó su declaración de quiebra en diciembre de 2001

poración progresiva de las TIC, llevan a los gobiernos corporativos (Alonso Almeida, 2008, pp. 51-53) a nuevas formas de mediación a través de las tecnologías. Inducen así, a sus grupos de interés³⁰, a implicarse de forma mayoritaria en el desarrollo de las acciones de la organización. Estas implicaciones se relacionan con las prácticas de uso de la tecnología, con las formas en que las instituciones configuran el entorno digital para facilitar la intervención de los diferentes actores involucrados. Así, las entidades cooperativas, diseñan, publican, digitalizan y plasman su identidad a través de las tecnologías para involucrar a sus grupos de interés en una mayor incidencia en el desarrollo de su quehacer. Esta situación se centra en particular, en sus asociados, atendiendo a los diferentes roles que estos pueden cubrir en el quehacer de la organización.

El rol de las tecnologías en las entidades cooperativas consiste en facilitar la intervención de los asociados en los procesos administrativos -planificación, organización, dirección y control-, en sentido amplio, "... facilitan la participación de las personas que forman parte de ellas" (Vargas Sánchez, 2002, 125). Las tecnologías ejercen así un rol de mediación entre los asociados de las entidades y los procesos de gestión, proveyendo un nuevo entorno, que resulta propicio para favorecer la implicación del asociado en los procesos de gestión a través de la supresión de las barreras de tiempo y espacio y, alcanzadas las condiciones mínimas que aseguran su disponibilidad. Los procesos decisorios de dirección consensuada, propios e intrínsecos de su condición de entidad cooperativa en un sentido no solo normativo sino cultural, registran en la actualidad, la incorporación de las TIC con la consideración de la interdependencia de efectos positivos y negativos en su uso, atienden así a facilitar la intervención e involucramiento de los asociados a la par que visibilizan sus acciones; responden además, a la dotación de capacidades del asociado para su participación y como así también, lo involucran en un estilo de gestión signada por la transparencia y la responsabilidad social que evidencia sus actos.

(Betancor, 2002).

³⁰Dos enfoques contrapuestos sobre la incidencia de los grupos de interés en la órbita de las decisiones de una organización se presentan, una como la rendición de cuentas únicamente a los accionistas y la búsqueda de la maximización de beneficios como único objetivo -enfoque *shareholders*- mientras que, por otra parte, la inclusión de otros colectivos, personal de la organización y todo grupo social que se ve afectado por las acciones de la organización donde el objetivo se compone del equilibrio de estas visiones -enfoque *stakeholders*, (Freeman, 1984).

En síntesis

A partir de la fundamentación de la investigación, en la escasez de estudios sobre el uso y apropiación de los recursos de internet en el sector cooperativo y en particular en la necesidad de abordar una perspectiva de carácter social, que algunos autores han denominado práctica u operacional, se aborda el estudio de los principios cooperativos mediados por las tecnologías. La nueva dimensión, en una primera aproximación conceptual y analítica, se define así, a través del abordaje de la participación de los asociados en los procesos decisorios de la entidad.

Con base en la necesidad de distinguir este tipo de organizaciones, centradas en el sujeto y en los vínculos con sus congéneres, se propone una investigación, que atienda principalmente a contribuir al conocimiento de las modalidades de participación de los asociados, que vincule los valores y principios cooperativos en el desarrollo de su quehacer a través de la apropiación de los recursos de internet.

Capítulo 4

Metodología

[PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN, OBJETIVOS]

Resumen del capítulo

En este capítulo se explicita la metodología y el diseño de la investigación, es decir bajo qué perspectiva se ha configurado el trayecto investigativo y las etapas, técnicas e instrumentos que fueron empleados en su realización. En primer término, se presentan el problema, las hipótesis y las preguntas de investigación ya descritas en la introducción a fin de disponer de un punto de partida para el desarrollo de las fases de la investigación. Estas se describen exhaustivamente atendiendo a la justificación del paradigma de investigación, las fases previstas, la recolección de datos en sus limitaciones y posibilidades, el proceso de modelización para el análisis de la apropiación de los recursos de internet, las situaciones en que desarrolló la observación participante y las entrevistas en profundidad llevadas a cabo.

Posteriormente se presenta el análisis de contenido referido a los diferentes documentos que se abordan en la investigación, para finalizar con la construcción del Instrumento de valoración de la Participación Social en entidades cooperativas a través de las tecnologías, a partir de una síntesis del marco conceptual, de la fase exploratoria, los análisis específicos para su diseño y su revisión por especialistas para valorar la validez del Instrumento diseñado.

4.1. Preguntas y objetivos de investigación

Como se expresa en la introducción, el planteo que guía la investigación se centra en estudiar las prácticas cooperativas mediadas por las tecnologías, entendidas como mecanismos

que facilitan la participación de los asociados en la toma de decisiones de la entidad. El reconocimiento de la escasez de estudios para el contexto local y nacional, que profundicen sobre las modalidades de participación digital en el sector cooperativo, donde las investigaciones en general hacen foco sobre aspectos económicos o en el potencial de las herramientas para los procesos de interacción, dirige la investigación hacia la propuesta de un *Instrumento* que permita la planificación y valoración así como la reflexión sobre las estrategias o modalidades de participación propuestas para los asociados en el entorno virtual.

El **objetivo general** que guía la investigación consiste en *estudiar las prácticas cooperativas en el ámbito digital, como mecanismos de participación para los asociados en el contexto del Partido de General Pueyrredon*. La **primera hipótesis** plantea que *existen prácticas mediadas por las tecnologías en las entidades cooperativas que contribuyen a la participación de los asociados*, es decir, que se pueden en el accionar de la entidad los principios cooperativos que promueven el involucramiento de sus integrantes en la esfera decisoria. El **interrogante** al que se plantea dar respuesta es: *¿cuáles son las prácticas que dan operatividad a los principios cooperativos desde la perspectiva de la participación, que son mediadas por las tecnologías?* El **objetivo específico** consiste en *reconocer las prácticas cooperativas mediadas por las tecnologías que implican el involucramiento de los asociados*.

La **segunda hipótesis** del trabajo plantea que *es posible diseñar una herramienta para la valoración de las prácticas cooperativas a través de los recursos de internet*, es decir que se propone la construcción de un instrumento que permita valorar la expresión de las principios cooperativos a través de su accionar cotidiano mediante el uso efectivo de internet desde la perspectiva de la participación. El **interrogante** al que se plantea dar respuesta se define como: *¿es factible construir un instrumento de valoración de las prácticas cooperativas mediadas por las tecnologías desde la perspectiva de la participación?* Y el **objetivo específico**: *Diseñar un instrumento de valoración de las prácticas cooperativas mediadas por las tecnologías desde la perspectiva de la participación*.

Finalmente, la **tercera hipótesis** que se plantea se define bajo la premisa que *las entidades cooperativas de la región, presentan principalmente prácticas informativas para sus asociados a través de internet*, enunciado a través del siguiente **interrogante**: *¿cómo es la participación digital en las cooperativas del Partido de General Pueyrredon?* El **objetivo específico** se centra así, en *brindar una herramienta que permita analizar desde la perspectiva de la participación las prácticas de las entidades cooperativas en su accionar cotidiano mediante el uso efectivo de los recursos de internet*.

A partir del resumen de preguntas y objetivos de investigación, se presenta a continuación el diseño del estudio.

4.2. Diseño de investigación

Para elaborar el diseño, en primer lugar se define el tipo de investigación a abordar, de tipo cualitativa, fundada la elección en el tipo de prácticas constitutivas que permiten dar sentido a los objetos en un contexto específico. De acuerdo con la definición de investigación cualitativa de Denzin y Lincoln (2005, pp. 4-5) que la presentan como un conjunto de prácticas que permiten interpretar la realidad, es decir, otorgar visibilidad a una perspectiva de análisis situada, a fin de ubicar dicho análisis en el espacio natural en el que ocurren, constituye la opción metodológica apropiada para interpretar la realidad cooperativa, sus principios y valores así como su operatividad a través de las prácticas distintivas del sector.

El diseño de la investigación permite dar respuesta a los interrogantes definidos bajo la consideración del carácter cambiante y flexible de la estrategia adoptada y la atención al estudio del tema en su entorno natural a fin de interpretar los fenómenos según el sentido que los sujetos le otorgan. La elección de la opción metodológica, queda definida según el esquema propuesto por Latorre, Del Rincón y Arnal (1996), desde el **paradigma interpretativo** de acuerdo con los criterios inherentes de la realidad a estudiar y la finalidad de la investigación: **la comprensión de los elementos que permiten valorar las estrategias de apropiación de los recursos de internet para la participación de los asociados de las entidades cooperativas del Partido de General Pueyrredon.**

La investigación adopta el **paradigma interpretativo**, con un método no experimental, de carácter cualitativo basado en la teoría fundamentada (*Grounded Theory*), que se centra en los principios de conceptualización en los que sustenta la investigación (Trinidad Requena et al., 2006, pp. 10-13). Se acude a la investigación cualitativa dado que los modelos existentes están planteados para el análisis de los recursos de internet, especialmente de las sedes web y centrados en la web 1.0 con escasa contemplación del nuevo rol del usuario desde la visión de las prácticas en la relación entre la entidad y sus grupos de interés, en particular sus asociados. En algunos casos, se han extendido estos modelos para contemplar las posibilidades que tiene el usuario en la web 2.0 a través de las plataformas sociales o bien, la adecuación a enfoques de gestión y normas internacionales como RSE y las Memorias de Sostenibilidad de GRI (2011b).

La investigación cualitativa tiene como características predominantes ser inductiva, con un diseño de investigación flexible, poseer una perspectiva holística, interpretativa, multimetódica y reflexiva. Este tipo de investigación se interesa por las vivencias y conocimientos de los participantes, por cómo se experimenta y se comprende el mundo, se centra en la práctica real, situada y resulta flexible y sensible con respecto al contexto social en el que los datos son producidos, con el propósito final de contribuir en el desarrollo de nueva teoría fundamentada empíricamente (Vasilachis de Gialdino, 2006, pp. 27-28). Siguiendo a la autora mencionada, la investigación pretende dar cuenta de las modalidades de participación que propician las entidades con sus grupos

de interés, en particular, sus asociados.

A fin de brindar respuesta a las hipótesis y objetivos planteados, se define la investigación en tres fases (Figura 4.1), a saber:

- una primera fase **exploratoria**, cuyo objetivo es indagar sobre las prácticas del sector cooperativo en la incorporación de los recursos de internet para el cumplimiento fáctico de sus principios en el uso cotidiano de las tecnologías,
- una segunda fase, **de diseño**, que aborda la elaboración de un instrumento para la valoración de la operatividad de los principios cooperativos a través de los recursos de internet desde la perspectiva de la participación, con el reconocimiento de expertos para su revisión,
- una tercera fase, **empírica**, que aplica el instrumento al sector cooperativo del Partido de General Pueyrredon, a los efectos de interpretar las modalidades de apropiación de los recursos de internet, desde la perspectiva de la participación, es decir que busca comprender las modalidades de participación digital en relación con el tipo de prácticas cooperativas que se plasman a través de la red.

La investigación cualitativa se orienta en la búsqueda de la comprensión de las prácticas cooperativas desde la visión de los actores, en la forma que experimentan la operatividad de los principios cooperativos; se pretende entender dichas prácticas como las experimentan los protagonistas, vistas las entidades cooperativas desde el enfoque de los propios actores sociales. Como forma de abordaje del mundo empírico es inductiva, a partir de conceptos, postulados y pautas de los datos analizados que permiten construir nuevas categorías de análisis e interpretaciones. La perspectiva de la investigación es holística, pues aborda la realidad en una forma global, sin considerar fracciones o variables específicas sino como un todo, en un estudio del contexto donde se incluyen las cooperativas, en la situación actual y en su trayectoria en el uso de las tecnologías de internet (Taylor y Bogdan, 1987). Los principios cooperativos constituyen las unidades de análisis de la investigación.

En la fase Exploratoria se emplean la (i) técnica de observación participante a fin de obtener un enfoque desde el interior de las prácticas que desarrollan las entidades cooperativas en la comunidad y de sus problemáticas, (ii) entrevistas en profundidad a los referentes del sector y, (iii) el análisis de documentos para el reconocimiento de las prácticas que pueden ser mediadas por las tecnologías. La fase de Diseño integra el análisis de contenido con los conocimientos de la fase exploratoria para abordar la construcción de un instrumento que posibilite la comprensión de la apropiación de los recursos de internet desde la perspectiva de la participación en las entidades cooperativas y su revisión a través del juicio de expertos. La fase Empírica comprende el análisis de contenido sobre (i). documentos y bases de datos oficiales y, (ii). website de las

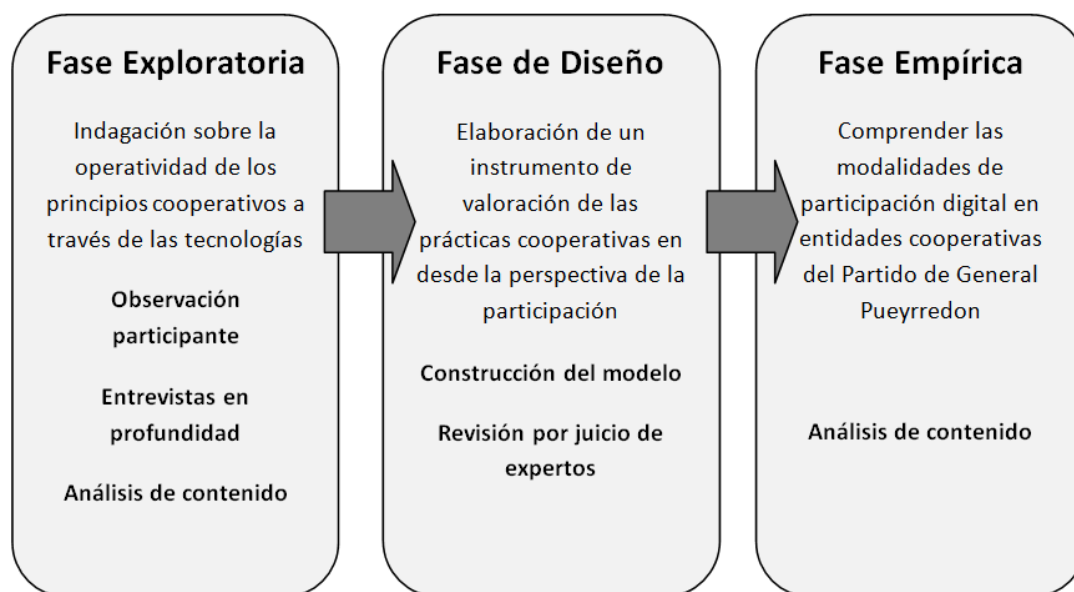


Figura 4.1: Diseño de la investigación.

entidades cooperativas del Partido de General Pueyrredon, a fin de indagar sobre los niveles de participación mediados por las tecnologías.

4.2.1. Recolección de datos

La recolección de información implica la recopilación o relevamiento organizado y sistemático sobre los atributos de las unidades de análisis a través de la elaboración de un plan detallado de los procedimientos que permitirán reunir datos con un propósito específico, incluyendo: las fuentes donde se localizan los datos -personas, observaciones, documentos-, el lugar donde se encuentran localizadas las fuentes, a través de qué medio se recolectarán los datos y la forma de análisis para brindar respuestas a los interrogantes planteados (Hernández Sampieri et al, 2003, pp. 274-583).

Según Vargas Jiménez (2012, 120), las técnicas utilizadas en la investigación cualitativa para la recolección de datos, tienen como objetivo "... obtener información de los participantes fundamentada en las percepciones, las creencias, las opiniones, los significados y las actitudes". La actual investigación contempla un diseño en tres etapas, donde se presentan los objetivos y la pregunta orientadora de las mismas y el método cualitativo para ambas. En cada etapa se consignan las técnicas a emplear junto con las sus fuentes de información -primaria o secundaria- (Tabla 4.1) (Figura 4.2).

El acceso a los datos se ha realizado en instancias presenciales con los dirigentes y asociados de las entidades cooperativas y con referentes del sector o bien, a través de medios informáticos. En el primer caso, se establecieron vínculos en las reuniones, talleres y presentaciones a las que se asistió a fin de propiciar los encuentros posteriores bajo el formato de entrevistas; en esas ocasiones, el interés manifiesto se expresó en el reconocimiento de la representación de la institución de educación superior a la que pertenece el autor, así como por el objeto de estudio de la presente tesis. Expuesta la propuesta de investigación, los interlocutores expresaron su acuerdo e interés con la misma a través de su presta colaboración en el estudio a realizar.

En el segundo caso, los referentes de distintas entidades gubernamentales y autoridades de cooperativas propiciaron el acceso a documentación específica, como anuarios estadísticos, Balances Sociales que se encuentran disponibles en formato impreso únicamente o bien, el acceso a datos y registros públicos sobre las entidades que facilitaron la localización de las mismas a través de los recursos de internet. Desde el Grupo de Investigación del Tercer Sector de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata, se instrumentaron los medios para el acceso a la información sobre el estado de las entidades cooperativas en materia jurídica y contable, a fin de determinar su condición de vigencia en la actividad económica.

Fase	Estrategia metodológica	
	Técnica	Fuente
Exploratoria: Indagación sobre la operatividad de los principios cooperativos a través de las tecnologías. <i>¿Cuáles son las prácticas que dan operatividad a los principios cooperativos desde la perspectiva de la participación, que pueden ser mediadas por las tecnologías?</i>	Observación participante	Primaria: datos sobre las características de la divulgación de información, las convocatorias de actividades, las ofertas formativas, actividades de interés para la comunidad y jornadas, reuniones y talleres del propio sector y de la Mesa de Economía Social (organismo dependiente de la Municipalidad del Partido de General Pueyrredon)
	Análisis de contenido	Secundaria: investigaciones publicadas en revistas seriadas, bases de datos y estándares internacionales de sostenibilidad: Memorias de sostenibilidad en el marco del Global Reporting Initiative –GRI–. Publicaciones nacionales del Balance Social Cooperativo
	Entrevistas en profundidad	Primaria: datos de las entrevistas basada en los valores y principios cooperativos y su relación con la tecnología. Profesionales universitarios, funcionarios y referentes del sector cooperativo en la localidad y la región.
Diseño: Elaboración de un instrumento de valoración. <i>¿Es factible construir un instrumento de valoración de las prácticas cooperativas mediadas por las tecnologías desde la perspectiva de la participación?</i>	Revisión por juicio de expertos	Primaria: valoraciones de los expertos consultados.
Empírica: Interpretación de las modalidades de apropiación de los recursos de internet en entidades cooperativas desde la perspectiva de la participación-. <i>¿Cómo es la participación digital en las cooperativas del Partido de General Pueyrredon?</i>	Análisis de contenido manifiesto de carácter cuantitativo y cualitativo	Secundaria: recopilación de datos clasificatorios de las entidades cooperativas activas del Partido de General Pueyrredon obrantes en bases de datos y páginas de organismos oficiales (INAES-AFIP-IMFC). Relevamiento de datos de las sedes web de las entidades activas del Partido de General Pueyrredon.

Tabla 4.1: Articulación entre etapas y estrategias metodológicas

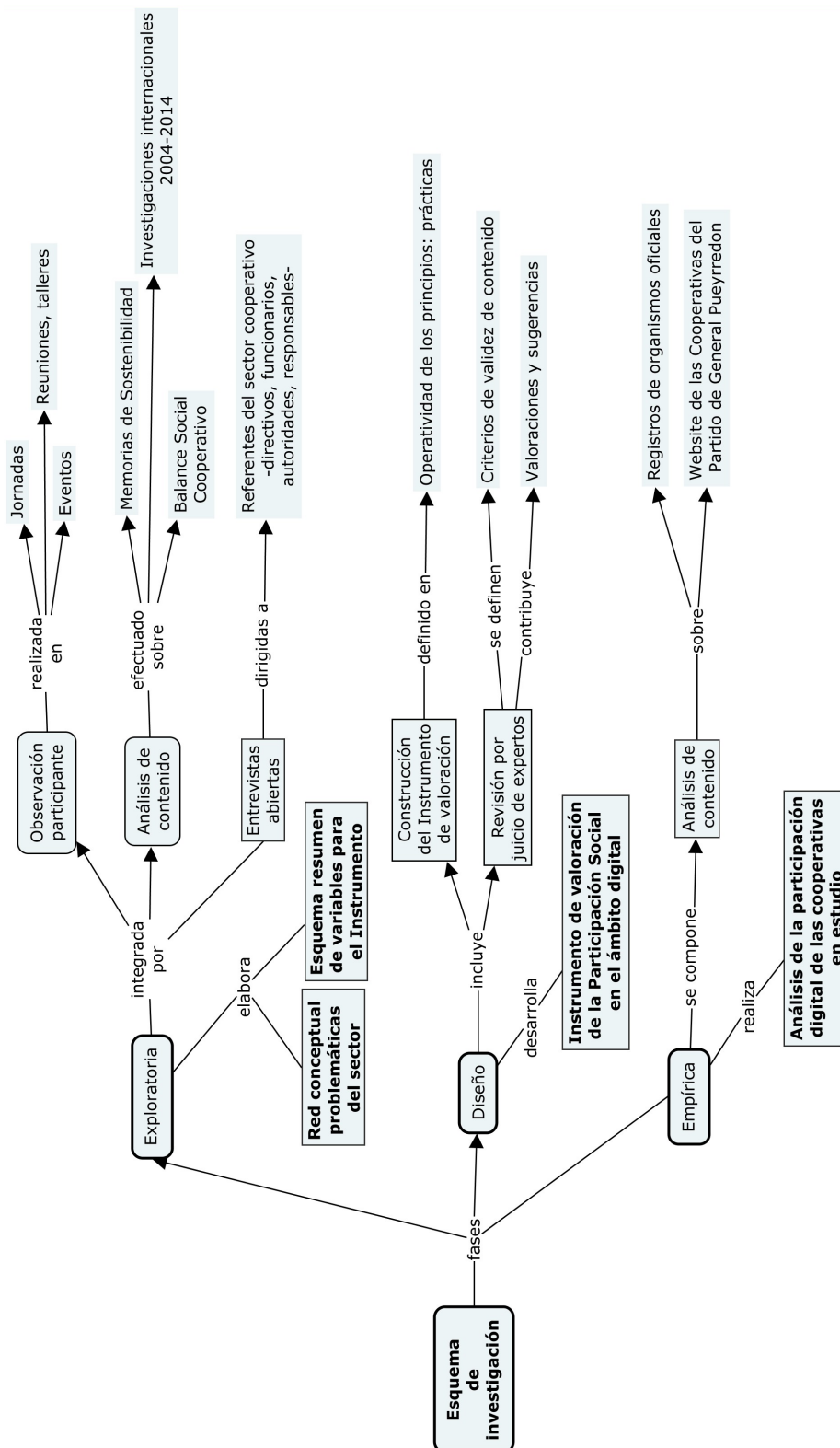


Figura 4.2: Esquema de la investigación.

4.2.2. Tipo de validez

La validez en la investigación cualitativa implica "... determinar el grado en que las afirmaciones de los investigadores sobre el conocimiento se corresponden con la realidad (o con las construcciones de realidad de los investigados)" (Najmias y Rodríguez, 2007, p. 375). Para abordar los criterios de validez se utiliza una serie de técnicas específicas que pueden aplicarse, tales como: prolongado involucramiento y observación persistente en el campo, triangulación -de métodos, de fuentes, de investigadores, de perspectivas/teorías-, revisión por parte de un par, análisis de casos negativos, reflexión crítica del self, chequeos con participantes, descripciones densas y auditorías externas de expertos (Najmias y Rodríguez, 2007, pp. 376-383) (Tabla 4.2 y Tabla 4.3).

Técnicas	Descripción	Objeto de aplicación
Triangulación de investigador	Se utiliza la revisión por diferentes investigadores en la localización de las entidades cooperativas a través de los recursos de internet a fin de confrontar resultados (se extiende la confrontación de resultados con la colaboración de expertos de organismos públicos provinciales y nacionales que buscan en forma separada la información de las entidades en el ámbito digital y luego se comparan con aquellas identificadas en la investigación)	Dirección electrónica y presencia web (website y plataformas sociales) de cooperativas activas del Partido de General Pueyrredon
	Se confrontan resultados del análisis de contenido de la etapa diagnóstica con otros investigadores para reducir sesgos en la identificación (expertos del Grupo de Investigación de Tercer Sector - FCES de la UNMDP, en la identificación de valores, principios y prácticas, la cual es contrastada con la presente a fin de establecer similitudes y diferencias para arribar a los consensos en virtud de los objetivos propuestos y las líneas teóricas seleccionadas)	Códigos y categorías del análisis cualitativo de las prácticas cooperativas
Triangulación intramétodo	En la posibilidad que ofrece cada método, de exponer diversos aspectos del fenómeno en estudio, se propone la combinación de la observación participante realizada en reuniones formales e informales con las opiniones vertidas por los referentes del sector en las entrevistas abiertas realizadas.	Método cualitativo de la etapa exploratoria: fuente primaria (observación participante vs. entrevista)

Tabla 4.2: Técnicas de evaluación de validez adoptadas en la investigación. Fuente: adaptación de Najmias y Rodríguez (2007, 383)

Técnicas	Descripción	Objeto de aplicación
Revisión por parte de un par	Se presenta el análisis cualitativo efectuado a evaluación externa a un investigador especializado en economía social a fin de generar las indagaciones sobre significados e interpretaciones realizadas en el análisis.	Método cualitativo de la etapa exploratoria: fuente primaria (entrevista)
Chequeos con participantes	Se solicita a los entrevistados la revisión sintética de la entrevista efectuada en formato digital, se seleccionan tres de los entrevistados para tal fin y se confronta su perspectiva respecto de las categorizaciones, codificaciones e interpretaciones realizadas.	Método cualitativo de la etapa exploratoria: fuente primaria (entrevista)

Tabla 4.3: (cont.). Técnicas de evaluación de validez adoptadas en la investigación. Fuente: adaptación de Najmias y Rodríguez (2007, p. 383)

4.3. Observación participante

Se entiende por observación participante a la "... intervención en la vida diaria o flujo de conducta de los sujetos estudiados" (Anguera Argilaga, 1986, p. 30). La autora destaca el rol activo que desempeña el investigador y la estabilidad de la relación que sostiene con los sujetos observados, en una interacción que se desarrolla en el ambiente de éste último, "... dando lugar a un registro sistemático y no intromisivo" (Anguera Argilaga, 1986, p. 30). Taylor y Bogdan (1987, p. 3) sostienen que los investigadores en el desarrollo de ésta técnica, "... tratan de no desentonar en la estructura, por lo menos hasta que han llegado a una comprensión del escenario".

Según los roles de participación del investigador, se presentan los registros que detallan los niveles de observación realizados en las situaciones y circunstancias que mediaron el desarrollo de la investigación (Hernández Sampieri et al, 2003, pp. 596-597) (Tabla 4.4):

- no-participación (sin intervención del investigador en el campo de estudio): observación de videos y materiales de difusión sobre las actividades del sector cooperativo,
- participación pasiva (presencia del investigador sin interacción): asistencia a presentaciones del sector como el lanzamiento a nivel local del IPES - Instituto de Promoción de la Economía Social,
- participación moderada (participación del investigador en algunas actividades): respuesta a consultas de cooperativistas y profesionales vinculados al sector en la actividad investigativa del Grupo Tercer Sector en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales 2014-2015 y participación en la organización de espacios para la promoción de la economía social en eventos de la ciudad de Mar del Plata,

- participación completa: intervención en talleres específicos del sector como la Jornada de Actualización y Debate Cooperativo y Mutual y, la integración de la Mesa de Economía Social.

Tipo de participación	Lugar	Fecha	Participantes
No-participación	Pabellón Cooperativo. Base Naval. Mar del Plata	16 al 25 de enero de 2015	Organizaciones privadas y de la ES del Partido de General Pueyrredon.
Pasiva	Instituto Movilizador de Fondos Cooperativos, Mar del Plata.	19 de noviembre de 2014	Funcionarios municipales, representantes de cooperativas y mutuales, asociaciones gremiales empresarias de la pequeña y mediana empresa, emprendedores de la ES
Moderada	Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la UNMdP.	Noviembre y diciembre de 2014	Cooperativistas y profesionales vinculados con la regulación de la actividad (abogados y contadores públicos).
Completa	Mesa de Economía Social de la MGP.	Reuniones periódicas 2013 - 2015	Representantes de entidades del sector público y de la ES.
	Jornada de Actualización y Debate Cooperativo y Mutual. Facultad de Derecho de la UNMdP.	18 de julio de 2014	Miembros del consejo de administración y asociados de cooperativas y mutuales de Mar del Plata, Batán y Miramar, docentes de la UNMdP, gremios, representantes del INAES, Subsecretaría de Acción Cooperativa de la Pcia. de Bs. As. y Ministerio de Trabajo de la Nación.

Tabla 4.4: Participación realizada en el desarrollo de la investigación.

Bajo el formato del *Registro resumen de observación general*, se exponen los principales focos de observación realizados durante la investigación, en la descripción sucinta de la actividad y las impresiones percibidas por el investigador bajo cada uno de los roles especificados anteriormente (Apéndice A) (Tabla 4.4).

4.4. Entrevistas en profundidad

La entrevista se define para Vargas Jiménez como una técnica que "... permite una recopilación de información detallada en vista de que la persona que informa comparte oralmente con el investigador aquello concerniente a un tema específico o evento acaecido en su vida"

(2012, p. 123). Concebida bajo el formato de conversación, la entrevista se manifiesta como una reunión para el intercambio de información a través de una serie de preguntas y respuestas, la cual responde a una construcción conjunta de significados respecto de los propósitos establecidos inicialmente (Hernández Sampieri et al, 2003, p. 597). Las características de la entrevista abierta, adoptada como una de las técnicas de la fase exploratoria de la investigación, se presentan en los tres apartados siguientes bajo las denominaciones de planificación, desarrollo y análisis.

4.4.1. Planificación de la entrevista

En la planificación se definen los objetivos de la entrevista, la estructura, el escenario más adecuado para la recolección de datos y el momento de realizarla. En la presente investigación, el propósito de la entrevista, como estrategia de la investigación cualitativa, consiste en indagar sobre la percepción de los informantes clave acerca del interés y limitaciones en la incorporación de tecnologías en el cumplimiento de los valores y principios a los que suscriben este tipo de entidades. El propósito así descrito pretende reconocer la percepción de los entrevistados en las ventajas y desventajas que supone la incorporación de tecnologías, en las promesas y desafíos que deben enfrentar y los riesgos de no asumir este compromiso en el aprovechamiento de recursos de tipo telemáticos a escala global. Los propósitos que se persiguen así como una breve introducción sobre el tema, alcance y objetivos del estudio se tienen en cuenta para ser presentados a los entrevistados al inicio del encuentro.

Se plantean las entrevistas bajo el formato de entrevista libre, no estructurada, con una serie de ejes sobre los cuales se conducirá la conversación. Las preguntas del guión de la entrevista se diseñan sobre los temas de principios y valores cooperativos, las prácticas del quehacer cooperativo en relación con sus grupos de interés, en particular sus asociados, la evaluación del uso de los recursos de internet y la operatividad de los principios mediados por las tecnologías. Se prevé al finalizar, brindar al entrevistado la oportunidad para ofrecer su impresión personal o bien, realice aclaraciones sobre los temas que le resulten de interés (Tabla 4.5).

Ejes guía de la entrevista

Desarrollo de las prácticas cooperativas en relación con el contexto actual.
 Divulgación de información con los grupos de interés -en particular sus asociados-.
 Comunicación entre la entidad y los grupos de interés -en particular sus asociados-.
 Participación con los grupos de interés -en particular sus asociados-, a través de los recursos de internet.
 Incorporación de los recursos de internet para el cumplimiento de los principios cooperativos.
 Evaluación de la comunicación de las prácticas cooperativas mediadas por las tecnologías.

Tabla 4.5: Guión de la entrevista abierta

Los ejes planteados para la entrevista se someten a revisión por dos expertos, a fin de validar la coherencia de los objetivos consignados frente al guión propuesto posteriormente. Las recomendaciones obtenidas de una investigadora¹ y una especialista en Economía Social², se centraron en no ahondar sobre la situación existente en el uso de las tecnologías, a fin de evitar sesgos en las propuestas que presentaran los entrevistados, de modo tal de no enfocarse exclusivamente en subsanar las falencias identificadas al principio del encuentro. Se aconseja realizar una introducción sobre la temática desde el conocimiento de la realidad del sector en función de conocimientos provenientes de investigaciones previas o bien en un comparativo con otros países. La siguiente sugerencia es mantener la consulta sobre la evaluación de los recursos telemáticos.

Se planifica el muestreo de personas bajo el formato de muestreo de opinión, en base a la condición de los mismos de “informantes clave”, es decir que representan para el tema de la investigación, por su experiencia, trayectoria, posición o rol particular en las instituciones que regulan la actividad del Tercer Sector, una presencia destacada. Se hace hincapié en la pertenencia a instituciones que regulan la actividad del sector, a fin de proveer la mirada amplia y comprensiva de las necesidades y requerimientos que se plantean para las organizaciones de primer grado y sus asociados. Los criterios determinados para la selección de personas a entrevistar se resumen en los siguientes:

- vasta trayectoria profesional y laboral en actividades del ámbito público, privado o del tercer sector relacionados efectivamente con el sector cooperativo,
- variedad de perspectivas respecto de las áreas decisorias de los entrevistados según su área de actuación -preferentemente en posiciones del ápice estratégico o mandos medios-,
- diversidad de experiencias en ámbitos laborales diferentes -público, privado o tercer sector-,
- amplitud en las edades de los entrevistados, a fin de asegurar experiencias vitales más ricas y variadas, así como la representación de hombres y mujeres (si bien no se encuentra balanceada la participación de mujeres en la selección realizada, ello es atribuible en gran medida al segundo criterio definido para la elección de la muestra -ocupación de cargos jerárquicos-).

La selección de los informantes clave se realiza en función de los criterios especificados, en particular la pertenencia a instituciones que regulan la actividad del sector o bien, se encuentran vinculadas a través de programas de formación, transferencia y/o extensión. Algunos de los

¹Área de Economía, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata.

²Área de Economía Social, Secretaría de Producción de la Municipalidad del Partido de General Pueyrredon.

referentes que se plantea contactar tienen una vasta trayectoria en el ámbito cooperativo, como asociados y en particular, en la integración de puestos directivos, o bien, el desarrollo de propuestas pioneras institucionalizadas a través de espacios de actuación con dependencia jerárquica de las entidades o bien, en espacios académicos.

4.4.2. Desarrollo de la entrevista

El trabajo de campo de la investigación tuvo lugar durante los meses de abril y mayo de 2015 en forma simultánea con otras estrategias metodológicas desarrolladas en el marco de la investigación. Los datos que se analizan en la investigación provienen de diez entrevistas en profundidad efectuadas a profesionales universitarios, funcionarios públicos y referentes del sector cooperativo residentes en el Partido de General Pueyrredon, con una vasta y probada trayectoria laboral y participación activa en la temática en la cual se los convoca a participar, incluso como integrantes de consejos de administración de cooperativas en la actualidad o en épocas pasadas (Tabla 4.6).

Las entrevistas fueron realizadas en los lugares de trabajo -oficinas, centros de atención, salas de reuniones- de las personas elegidas para llevar a cabo el estudio empírico, las mismas fueron grabadas y desgrabadas a través de las aplicaciones que facilitan en la actualidad los dispositivos móviles. Dado que el propósito de la entrevista consiste en comprender el interés del sector cooperativo en la operatividad de los valores y principios implícitos en las prácticas identitarias que se establecen con los diferentes grupos de interés a través de los recursos de internet, se realiza una selección de entidades a nivel nacional, provincial y municipal y organizaciones federativas regionales del sector que aportan una visión de mayor alcance de la impronta de la incorporación de tecnología en el quehacer de este tipo de entidades (Tabla 4.6).

El contacto con los informantes se realizó en general en forma personal en las reuniones del sector a fin de poder establecer el contacto futuro. Para concertar las entrevistas se los convocó ya sea a través del correo electrónico o en forma telefónica, disponiendo de una confirmación de la reunión el día de la entrevista, previo al momento de realización, para constatar hora y duración de la misma. Cabe señalar el interés de los entrevistados en la investigación, haciendo constar también la importancia que le asignan, en virtud del tiempo que dedican en la actualidad a la colaboración en la producción académica y científica. Dado el carácter de figuras públicas y de una agenda de trabajo muy amplia con los referentes contactados, la disposición de tiempo ha sido muy generosa para el desarrollo del estudio empírico.

Una vez concertadas las entrevistas y confirmado el encuentro, éstas se efectivizaron en función de la disponibilidad de los referentes. La modalidad adoptada fue dejar que el entrevistado se explayara abiertamente sobre cada tema que se planteaba, haciendo hincapié en aquellos puntos

que resultan de interés según los objetivos de la investigación o bien, por la densidad de algunos elementos que surgen en la medida en que se avanza con el desarrollo de la técnica planteada.

Puesto	Tipo de organización	Área de conocimiento	Características personales	Experiencia
Funcionario	Organismo público de nivel municipal	Ciencias Económicas	Hombre de menos de 55 años	Experiencia en la gestión pública con organizaciones del Tercer Sector y en la conducción de organizaciones cooperativas
Responsable administrativo	Organismo público de nivel municipal	Economía Social	Hombre de menos de 55 años	Experiencia en la gestión pública con organizaciones del Tercer Sector
Funcionario	Organismo público de nivel municipal	Economía Social	Mujer de menos de 40 años	Experiencia en la gestión pública con organizaciones del Tercer Sector
Funcionario	Organismo público de nivel municipal	Ciencias Sociales	Hombre de menos de 55 años	Experiencia en la gestión pública con organizaciones del Tercer Sector
Directivo	Organismo público de nivel municipal	Economía Social	Hombre de más de 55 años	Experiencia en la conducción de organizaciones del tercer sector
Directivo	Organismo público de nivel municipal	Ciencias Económicas	Hombre de más de 55 años	Experiencia en la conducción de organizaciones del tercer sector
Responsable administrativa	Organización de segundo grado	Economía Social	Mujer de más de 40 años	Experiencia en la gestión de organizaciones del Tercer Sector
Directivo	Organismo público de nivel municipal	Técnico	Hombre de más de 55 años	Experiencia en la conducción de organizaciones del tercer sector
Directivo	Organismo público de nivel municipal	Ciencias Jurídicas	Mujer de menos de 40 años	Experiencia en la gestión de organizaciones del tercer sector
Autoridad	Institución de educación superior de gestión pública argentina	Ciencias Económicas	Hombre de más de 55 años	Experiencia en la gestión de organizaciones del Tercer Sector y en investigación científica

Tabla 4.6: Perfil de los entrevistados.

Los entrevistados se manifestaron con gran disposición para el desarrollo de la conversación, en un clima agradable, de confianza y respeto que les permitió expresarse con la elocuencia

y apasionamiento que les insumía la narración de su historia en relación con la actividad cooperativa, puesto que principalmente se hallan los discursos atravesados por los valores e inspiración del movimiento vinculados con la trayectoria personal. Las estrategias de indagación que se utilizaron se resumen en dos perspectivas (Sautu et al, 2007, pp. 276-278):

- cronológica, indagando longitudinalmente sobre medios y formatos empleados para establecer vínculos con sus asociados.
- temática, una vez consultados los datos básicos del entrevistado para orientar la entrevista, se interroga sobre la vinculación con sus grupos de interés para luego profundizar en las limitaciones que advierte para la inclusión de tecnologías en las prácticas cooperativas.

Dado el estilo de la entrevista, además de indagar sobre opiniones y experiencias en el en las prácticas identitarias del sector cooperativo en el contexto actual, los entrevistados se refirieron a los mecanismos implementados o previstos para facilitar la apropiación de las tecnologías en el sector, así como a las posibles barreras que se presentan para su adopción. Se expusieron sobre el significado de la identidad cooperativa como elemento distintivo entre entidades con fines de lucro y las de economía social. Se consultó también, sobre las modalidades de vinculación con los diferentes grupos de interés, su reconocimiento y particularidades así como la aplicación de los principios cooperativos en las relaciones que establece y las estrategias de visualización en el entorno digital. Finalmente, y en general, sobre la base de los acontecimientos históricos narrados en el devenir de la trayectoria cooperativa en la localidad, sus tensiones en cuanto al uso de la forma organizativa y la falta de conocimiento del sector sobre sí mismo, se solicitó una reflexión personal sobre la temática abordada.

4.4.3. Análisis de la entrevista

Una vez realizadas las entrevistas previstas, se procedió a su análisis a través del proceso inductivo de construcción de categorías. Este proceso se realizó a través en una progresión sucesiva de definiciones que se inicia en la cita del estudio empírico hasta las elaboraciones del objeto teórico bajo el formato de las categorizaciones. El análisis sistemático permite la generación de jerarquías de categorías conceptuales que se enmarcan en las líneas teóricas propuestas por Vargas Sánchez (1995; 2002; 2004), Martínez Charterina (1995), Birchall (2005), Winocur (2007) y Toboso.Martín (2013, 2014), es decir que existen, a priori, unas categorías teóricas, generales, a partir de las cuales se verifica su presencia en los relatos de los entrevistados, generando para las categorías un abordaje deductivo, mientras que las subcategorías son construidas inductivamente, como elementos emergentes del estudio empírico.

El análisis comprende un conjunto de etapas que comienza con la sistematización de las

opiniones vertidas por los informantes claves en un documento único, para posteriormente proceder a su categorización, vinculación, integración, modelización y finalmente, a la construcción del objeto empírico (Mendicoa, 2003, pp. 147-152). Para llevar adelante estas actividades se emplea el software de análisis de datos cualitativos Atlas.ti³, fundado en la “*Grounded Theory*” de Glaser y Strauss o Teoría Fundamentada, la cual se refiere a una “. . . metodología de análisis, unida a la recogida de datos, que utiliza un conjunto de métodos, sistemáticamente aplicados, para generar una teoría inductiva sobre un área sustantiva.” (Trinidad Requena et al., 2006, pp. 14-15). El desarrollo inductivo permite la elaboración de proposiciones, ya sea que se trate de un corpus teórico o bien, de un conjunto de hipótesis, que permitan explicar los procesos (Trinidad Requena et al., 2006, pp. 16-17).

4.4.3.1. Construcción de categorías y subcategorías de análisis

El análisis de las categorías se realizó en base en tres conceptos que surgen deductivamente del análisis teórico realizado en los capítulos 2 y 3, para continuar con las subcategorías surgidas de las ideas o interpretaciones de las respuestas brindadas por los entrevistados, consignados como códigos en el software de análisis cualitativo. Las categorías sobre las cuales se desarrolla el análisis corresponden a las prácticas informativas, comunicativas, consultivas, deliberativas y constructivas (Tabla 4.7).

En la categoría *Prácticas* se presenta el interés del sector por la incorporación de tecnologías a través del reconocimiento del conjunto de actividades que se disponen para la información, comunicación, formación y participación del asociado en relación con las tecnologías y los principios cooperativos. Las ventajas que se visualizan se presentan como un amplio abanico de posibilidades entre las que se encuentra la posibilidad de comunicación y el intercambio de información como los usos básicos. El interés que manifiesta el sector es principalmente en el uso de la tecnología que permita en una primera instancia la visibilización del sector. (Tabla 4.8).

Se buscaron descripciones muy detalladas de las visiones y percepciones de los principios y valores que consideran los entrevistados de relevancia en la identidad cooperativa que puede ser mediada a través de los recursos de internet. A continuación, se transcribe un fragmento de una de las entrevistas, para ejemplificar las estrategias mencionadas y se presentan en Anexos las citas correspondientes al análisis cualitativo efectuado (Tabla 4.9):

³Versión del software Atlas.ti 7.5.9. Atlas.ti Scientific Software Development GmbH.

Categoría	Descripción
Prácticas informativas	Prácticas de carácter inicial para la participación, la entidad dispone para sus asociados de diversos canales para la presentación de información.
Prácticas comunicativas	Estas prácticas proveen los mecanismos para que el asociado realice actividades formativas y tome contacto con la gestión de la entidad, generando un espacio de intercambio que facilite una comunicación bidireccional.
Prácticas consultivas	Se identifican todas las formas que se adoptan para conocer la opinión de los asociados en asuntos relacionados con el desarrollo de los objetivos de la entidad.
Prácticas deliberativas	Reúne los procesos que posibilitan a los asociados examinar, debatir, introducir nuevos temas y valorar las alternativas de acción que se presentan para el cumplimiento de los objetivos de la entidad, a fin de influir en los procesos de toma de decisiones. Es un tipo de práctica que requiere información sobre los temas a tratar y tiempo para su realización.
Prácticas constructivas	Mecanismos para ejercer influencia en los procesos decisorios de la entidad, donde las decisiones resultan vinculantes para la gestión de la misma.

Tabla 4.7: Detalle de categorías identificadas a priori.

Prácticas informativas	limitaciones en el acceso, resistencia al uso, falta de políticas de comunicación, importancia de las TIC, uso y no uso, transparencia, principio de control democrático, principio de participación económica, principio de autonomía e independencia, principio de educación, formación e información, principio de cooperación entre cooperativas, principio de compromiso con la comunidad.
Prácticas comunicativas	principio de control democrático, principio de autonomía e independencia, principio de educación, formación e información, principio de cooperación entre cooperativas. Falta de formación previa. Eficiencia, retroalimentación.
Prácticas consultivas	principio de control democrático, principio de educación, formación e información, principio de cooperación entre cooperativas tecnologías, calidad de las prestaciones, falta de participación.
Prácticas deliberativas	principio de control democrático, principio de autonomía e independencia, principio de educación, formación e información, principio de cooperación entre cooperativas tecnologías, formación de opinión, falta de participación.
Prácticas constructivas	principio de control democrático, principio de educación, formación e información, tecnologías, marco regulatorio, falta de participación.

Tabla 4.8: Detalle de etiquetas de las categorías Prácticas informativas, comunicativas, consultivas, deliberativas y constructivas.

Codes: [Prácticas informativas]/[Limitaciones en el acceso]

P: ¿cómo se diferencia esta visión, con respecto a la que mencionaba inicialmente?

Entrevistado No. 8: "... el universo de gente vinculada al cooperativismo no necesariamente proviene de las tecnologías, y hoy accede a través de herramientas que se van masificando no tanto por decisión propia sino por imitación o cuasi imposición del medio. Pensado de esa manera, en un medio tan poco visible y bastante incomunicado, toda forma suma y no debería ser dejada de lado ninguna. Entendiendo que las redes sociales, la página web institucional y algunos medios de vinculación como Google+ son, hoy por hoy, las de mayor accesibilidad para este colectivo asociativo."

Tabla 4.9: Ejemplos de códigos y citas de entrevistas

4.5. Análisis de contenido

En la búsqueda y observación de los hechos, se pueden seguir dos metodologías, un análisis directo, en el cual se percibe la realidad a través de la observación o la entrevista y otra, indirecta, manifiesta en el contenido de textos, noticias, documentos, informes, imágenes, materiales audiovisuales, etc. (Duverger, 1981, p. 114). El material a analizar por la forma indirecta se realiza a través del análisis de contenido, el cual Pardinás (2005, p. 102) define como "... la clasificación de las diferentes partes de un escrito conforme a categorías determinadas por el investigador para extraer de ellos la información predominante o las tendencias manifestadas en esos documentos". El análisis de contenido es así, una técnica objetiva para el análisis sistemático de los documentos a través de clasificaciones en categorías de elementos que resultan relevantes para la investigación.

El análisis de contenido es un método que tiene como propósito "... descubrir la significación de un mensaje (...), se trata de un método que consiste en clasificar y/o codificar los diversos elementos de un mensaje en categorías con el fin de hacer aparecer de la mejor manera el sentido", combinando la observación y el análisis en la búsqueda de significados de un mensaje, discurso, comunicación, historia de vida, artículo de revista, etc. (Gómez Mendoza, 2000). Una de las clasificaciones de la técnica permite reconocer entre el análisis de contenido cuantitativo -que realiza la cuantificación de los datos a través de recuentos y comparaciones de frecuencias de aparición de elementos- y el análisis de contenido cualitativo -que indaga sobre la presencia de temas o contenidos- (Gómez Mendoza, 2000).

Según Duverger (1981, p. 181), la clasificación de los elementos de las comunicaciones en categorías preestablecidas y de ellas depende el resultado del análisis, es decir de la formulación de categorías que se realice (Pardinás, 2005, p. 103). Gómez Mendoza (2000) señala las siguientes etapas técnicas en el análisis de contenido:

- *análisis previo o lectura de documentos*: lectura exhaustiva de las comunicaciones a fin de seleccionar los documentos que se incluirán en el estudio, formular hipótesis y objetivos y definición de indicadores para la elaboración de las conclusiones.
- *preparación del material*: los documentos se separan en unidades de significación para ser clasificados posteriormente, a través de la definición de la unidad que puede ser un tema, una sección, un concepto, etc. Se desglosa el contenido de la comunicación y se agrupa en temas que responden a los propósitos definidos para asignar posteriormente las categorías o subcategorías.
- *selección de la unidad de análisis*, estipula el espacio y el tiempo en los cuales se define la aparición de los elementos del estudio, como por ejemplo, el número de ocurrencias de un tema por documento. La definición de las unidades de análisis se puede efectuar en forma inductiva -se inicia en las similitudes del contenido del material a analizar-, deductiva -derivadas de una teoría existente- o bien, mixta -en la cual una parte de las categorías deriva de la teoría y otra parte surge del estudio empírico-.
- *explotación de los resultados*, que consiste en la sistematización del material tratado a través de las categorías y subcategorías de análisis a fin de arribar a una representación del contenido a través de los parámetros definidos previamente.

En la investigación se adoptan los dos tipos de análisis de contenido descriptos -cuantitativa y cualitativo- y se abordan cuatro tipos de documentos para su tratamiento: videos de entrevistas a cooperativistas y referentes del sector, documentos oficiales de las entidades cooperativas publicados en sus *website* -de carácter público-, estándares internacionales y, por último, investigaciones publicadas en revistas científicas. A continuación se exponen los documentos analizados según la fase en la cual se han definido.

4.5.1. Fase Exploratoria

Duverger (1981, p. 115) presenta una clasificación de documentos que permite distinguir entre los documentos escritos, los documentos de cifras y aquellos documentos que no encuadran en las dos categorías precedentes. Ubicados así la prensa, los libros, los artículos se sitúan en la primera categoría y en la segunda, las estadísticas y censos, con el advenimiento de las tecnologías de la información y de la comunicación, la tercera categoría se presenta en la actualidad con una amplia gama de opciones, como por ejemplo imágenes, fotografías, material multimedia, etc. En este espacio se inscriben los reportajes realizados a referentes y cooperativistas durante la ExpoIndustria 2015, cuyo análisis se expresa a través de la una red conceptual en conjunto con las impresiones obtenidas de la observación participante (Tabla 4.10).

4.5.1.1. Documentos oficiales

El documento oficial seleccionado para el reconocimiento de las prácticas corresponde al Balance Social Cooperativo, que constituye “. . . una herramienta de gestión socioeconómica que facilita a las cooperativas medirse desde sus principios cooperativos y rendir cuentas a sus asociados/as y demás grupos de interés involucrados” (ACI, 2012). El Balance Social Cooperativo⁴, como herramienta para la evaluación del accionar de la entidad cooperativa, en particular para sus asociados –sus propietarios– y por extensión, a todos sus grupos de interés, muestra el cumplimiento de su identidad tanto en la visión de su gestión interna como en la imagen del cooperativismo (ACI, 2015).

Entidad
Cooperativa Eléctrica Mar del Plata, Manuel Diaz - Cooperativa Laguna y Hugo Franco - Cooperativa Pueblo Camet ⁵
Cooperativa Pueblo Camet ⁶
Dirección de Acción Cooperativa y Mutual de la MGP y FECO-OAPORT ⁷
Coop. Nuevo Amanecer ⁸
Unión y Progreso ⁹
Trama Audiovisual ¹⁰
INAES, Sindicato Portuario, FECCOOPORT ¹¹
Banco Credicoop ¹²
Radio ARBIA Transmisión de en directo ¹³

Tabla 4.10: Resumen de actividades efectuadas en eventos, reuniones y talleres del sector

El análisis del Balance Social Cooperativo ha permitido profundizar acerca de las prácticas

⁴El Balance Social se regula en la República Argentina por la Ley N° 25.250 y se promulga por el Decreto 1171.

⁵<https://www.youtube.com/watch?v=GmuaIU6rIto>

⁶<https://www.youtube.com/watch?v=d1nPOuxYVBE>

⁷<https://www.youtube.com/watch?v=pt5M0GHayls>

⁸<https://www.youtube.com/watch?v=NPr7CgwA4mw#t=163>

⁹<https://www.youtube.com/watch?v=qXK0ng7vDBM>

¹⁰<https://www.youtube.com/watch?v=aeaoJ84FW4Q>

¹¹<https://www.youtube.com/watch?v=rysk5hyOPeY>

¹²<https://www.youtube.com/watch?v=DLwXy7Hmq8w>; <https://www.youtube.com/watch?v=pt5M0GHayls>; https://www.youtube.com/watch?v=xnp_CU0hAc&feature=youtu.be

¹³<http://www.ustream.tv/recorded/57797763>; <http://www.ustream.tv/channel/arbiam—radios-de-la-democracia>

distintivas de éstas entidades y valorar el tipo de actividades que se realizan en cumplimiento de sus principios y valores. Dado que la mención realizada por ACI cubre las exigencias de calidad en la presentación de los documentos que acreditan las actividades de las entidades, resultan de especial interés para la distinción de prácticas que sustenten la esencia cooperativa. Los criterios para la selección de los documentos fueron tres, por una parte, que correspondieran a entidades de alcance diverso –local y nacional–, que estuvieran certificados por ACI o bien, fueran reconocidas especialmente por el organismo y, finalmente, responder a objeto social diverso. Se seleccionaron así aquellos documentos disponibles en la web y que recibieron su certificación en la II Cumbre Cooperativa de las Américas celebrada en Panamá en el año 2012¹⁴ respecto del cumplimiento de los principios cooperativos en el año 2011 o bien fueron convocados por dicha institución para la presentación de su experiencia en foros abiertos (Tabla 4.11). Los documentos a tratar son los últimos publicados en sus *website*, si bien fueron solicitadas versiones posteriores, no se encontraban disponibles en el tiempo que se desarrolló la investigación.

Criterio	Nombre de la entidad	Objeto social	Año
Certificación ACI 2012	Cooperativa Obrera Limitada de Consumo y Vivienda (Bahía Blanca, pcia. de Bs. As.)	Consumo y vivienda	2013
	Cooperativa Batán de Obras y Servicios Públicos Limitada (pcia. de Bs. As.)	Servicios públicos	2012
	Cooperativa Agropecuaria General Paz de Marcos Juárez Limitada (pcia. de Córdoba)	Agropecuario	2011
	Cooperativa de Provisión de Servicios Eléctricos y Otros Servicios Públicos y Sociales y de Crédito y Vivienda de San Gregorio Limitada – COOPESCREVI (pcia. de Santa Fe).	Servicios públicos	2009
Certificación ACI y alcance nacional	Banco Credicoop Cooperativo Limitado	Crédito	2013
Foro ACI 2012 y alcance nacional	La Segunda Cooperativa Limitada de Seguros Generales	Seguros	2012

Tabla 4.11: Detalle de documentos oficiales

En el análisis de los seis documentos, procedentes de entidades de diverso objeto social –como agropecuario, consumo y vivienda, crédito, seguros y, provisión de servicios públicos– se destaca en particular la variedad de prácticas asociadas al cumplimiento de los principios y valores cooperativos. Dada la amplitud de estas propuestas de interacción con sus integrantes, las entidades del sector y la comunidad –en particular en lo concerniente a los principios quinto, sexto

¹⁴ Año Internacional de las Cooperativas.

y séptimo-, se consideran aquellas prácticas que están efectivamente relacionadas con las instancias donde el asociado en particular, se vincula con la entidad a efectos de ejercer influencia sobre los procesos decisorios. Este primer análisis, sobre las prácticas distinguibles en la interacción con los asociados y otros grupos de interés, constituye uno de los soportes para la identificación de las categorías relevantes en el análisis (Tablas 4.12 y 4.13).

Principio	Prácticas con recursos de internet
Control democrático	Convocatorias a Asamblea General y de Distrito
	Registro de reclamos y quejas de asociados con acceso a los referentes encargados de ofrecer soluciones.
	Foro de opiniones y sugerencias para la calidad del servicio
Participación económica	Información sobre el VAC ¹⁵ invisibilizado
	Información sobre prestaciones con beneficios sociales.
	Información sobre mecanismos de acceso a internet.
Autonomía e independencia	Información sobre la utilización de software libre. ¹⁶
	Información sobre empleos y búsquedas laborales.
Educación, formación e información	Publicación del boletín cooperativo, circulares, digitalización de revistas y documentos específicos, campañas, programa radial, presencia en plataformas sociales y <i>website</i>
	Publicación del Balance Social Cooperativo
	Servicio de información específica para los asociados a través de la web

Tabla 4.12: Detalle de prácticas distintivas a partir de la información de los Balances Sociales Cooperativos. Fuente: elaboración propia.

A efectos de ejemplificar el reconocimiento de las prácticas, se presentan categorizaciones sobre los documentos oficiales publicados en los website de las entidades seleccionadas:

- Sobre el principio “*Autonomía e Independencia*” se puede reconocer en el Balance Social Cooperativo de la Cooperativa Coopescrevi, como práctica distintiva “*Información sobre sostenibilidad*”, la siguiente mención:

“La Gerencia de Sistemas, a 34 años de su creación, continúa aplicando una política de desarrollo propio, utilización de herramientas de software libre y sistemas operativos Linux, obteniendo de esta manera autonomía respecto a las grandes empresas proveedoras de software.”

¹⁵El VAC invisibilizado es el valor agregado cooperativo que no se obtiene de la contabilidad tradicional; como valor agregado es el incremento de valor generado por las actividades de la cooperativa y se denomina invisibilizado pues implica beneficios que se traducen en ahorros y prestaciones de mayor calidad para los asociados, por ejemplo bonificaciones en servicios, préstamo de instalaciones, prestaciones gratuitas, etc.; sin que estén contemplados en la registración habitual de las operaciones del ente (ACI, 2015). Para mayor información acceder a <http://www.aciamericas.coop/Curso-Virtual-El-Balance-Social-5239>.

¹⁶Se refieren en particular a sistemas operativos GNU-Linux, software ofimático y sistemas de propio desarrollo.

Principio	Práctica distintiva
Cooperación entre cooperativas	Información sobre afiliación a efectos representativos en entidades de segundo orden, redes y comités
	Información sobre colaboración con otras entidades (proyectos, transacciones económicas)
Compromiso con la comunidad	Información sobre servicios gratuitos a organizaciones específicas (préstamos de bienes y espacios, prestación de servicios complementarios a los servicios públicos como la fijación de la tarifa social).
	Información sobre sostenibilidad.
	Información sobre proyectos de cuidado del medio-ambiente: digitalización de documentación logística (Proyecto “Papeles 0”)

Tabla 4.13: (cont.) Detalle de prácticas distintivas a partir de la información de los Balances Sociales Cooperativos. Fuente: elaboración propia

- Para el principio *“Educación, formación e información”*, se puede identificar como práctica distintiva en *“Publicación del boletín cooperativo, circulares, digitalización de revistas y documentos específicos, campañas, programa radial, presencia en plataformas sociales y website”* en el Balance Social Cooperativo de la Cooperativa La Segunda Seguros Ltda., la siguiente mención:

“Se destaca en la ponderación del presente Informe la “Escuela de Valores para La Segunda Oportunidad”, a través de la cual se canaliza la campaña de educación mencionada. Esta escuela virtual se encuentra alojada en la página de internet “La Segunda Argentina” (ligada a la página corporativa del Grupo Asegurador LA SEGUNDA). Propósito: Fomentar entre sus asociados y toda la comunidad, la esencia de la Misión¹⁷ de la empresa.

Esta “Escuela de Valores para La Segunda Oportunidad” tiene como lineamientos fundamentales tratar de enseñar con el ejemplo. También es importante señalar que el contenido de la misma no sólo estará expuesto en su espacio en internet sino también tendrá difusión en distintos medios de comunicación a nivel nacional.”

4.5.1.2. Estándares internacionales

La transparencia, devenida en imperativo de las organizaciones en la actualidad manifiesta en diferentes esferas, económica, social y ambiental, la cual, bajo las amenazas pendientes sobre

¹⁷La misión del Grupo Asegurador La Segunda consiste en *“satisfacer las necesidades de cobertura de riesgos asegurables a través de un servicio eficiente, renovando nuestro compromiso con el entorno y desarrollo social”*

la sostenibilidad, la transformarán en un factor indispensable en la relación entre las entidades con sus grupos de interés (GRI, 2011b, p. 4). En la presentación de la sostenibilidad, según esta perspectiva, se requiere un marco de trabajo común para la comunicación de estas cuestiones, independiente del tamaño, sector económico o tipo de la entidad a la que se refiera, por ello se fundó el GRI en 1997 a fin de dotar de un esquema uniforme a las presentaciones sobre sostenibilidad.

Según el GRI (2011b, p. 5), "... la elaboración de una memoria de sostenibilidad comprende la medición, divulgación y rendición de cuentas frente a grupos de interés internos y externos en relación con el desempeño de la organización con respecto al objetivo del desarrollo sostenible". Algunas de las menciones del GRI, como pautas para la presentación de informes, resultan relevantes para esta investigación a fin de identificar prácticas propias de las organizaciones cooperativas en estrecha relación con la interacción con sus asociados y grupos de interés que pueden ser mediadas por las tecnologías. En el apartado 4 del citado informe se consigna el ítem 4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés sobre el que se realiza el reconocimiento de prácticas distintivas que pueden ser mediadas por las tecnologías (GRI, 2011b, pp. 25-26):

- mecanismos (asociados y empleados) para la comunicación de recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno,
- modalidades de participación de los grupos de interés: estudios y encuestas, grupos de discusión, grupos de expertos sociales, grupos de asesores empresariales, comunicaciones escritas, estructuras directivas/sindicatos y otros medios,
- información específica sobre la conformación de los órganos decisorios.

4.5.1.3. Investigaciones publicadas en revistas científicas

Se indagó sobre los modelos de análisis web en una primera instancia para cooperativas, obteniendo escasos resultados, los modelos hallados se ubican específicamente en España y corresponden a entidades con un tipo de objeto social específico ya sea agrícola, de crédito o consumo o bien, cooperativas de segundo grado. Si bien las metodologías de estas investigaciones correspondían con el sector cooperativo, el abordaje resultaba insuficiente para contemplar el objetivo de la presente investigación puesto que la perspectiva de análisis se basaba en forma general sobre la presencia de internet de éstas entidades o bien, su aprovechamiento como canal de comercialización y cumplimiento de normativas y estándares internacionales.

Así, la investigación se amplía para incorporar en esta fase a la indagación sobre los modelos de análisis web en la diversidad de entidades que componen el Tercer Sector, dando paso

a otros modelos que corresponden a organizaciones no gubernamentales, los cuales presentan en la actualidad problemáticas similares con respecto a la presencia en los medios digitales y la divulgación de información. Algunas de ellas se aproximaban más con el sentido de la actual investigación, si bien hacían énfasis en los aspectos relacionales. Otros estudios fueron descartados por estar centrados únicamente en aspectos como la usabilidad y la accesibilidad, los cuales no han sido contemplados en el análisis comparativo de metodologías puesto que el propósito se centra en diseñar un modelo sobre el aprovechamiento de los recursos de internet en la operatividad de los principios cooperativos desde la perspectiva de la participación (Tabla 4.14).

Los criterios para la selección de las metodologías de análisis de la información que las entidades del Tercer Sector publican en la web, fueron los siguientes:

- ámbito de las investigaciones, entidades del tercer sector, de preferencia cooperativas,
- objeto de las investigaciones, dimensiones de análisis sobre la divulgación de información, comunicación y participación de las entidades a través de los recursos de internet,
- metodología de las investigaciones, análisis de contenido sobre las sedes web de las entidades,
- período de las investigaciones, desde 2004 hasta 2014 inclusive,
- alcance de las investigaciones, internacional.

Se realiza un resumen para cada una de las investigaciones que comprende el objetivo y/o las preguntas de investigación, las unidades de análisis, su número y procedencia, la metodología empleada y el detalle de los contenidos analizados en las sedes web en estudio (Apéndice B). Sobre las ocho modelos de análisis web analizados en el Capítulo 3, se confecciona un esquema comparativo que identifica todos los ítems valorados en cada modelo (Apéndice C). Para su elaboración, se seleccionan, de cada modelo de análisis, solo los ítems que se consideran pertinentes con la investigación, es decir que la inclusión del ítem en el esquema comparativo resultante, depende de los siguientes criterios:

- *Correspondencia del ítem* con los niveles de participación social identificados previamente o bien de las características organizativas de dichas prácticas.
- *Aplicabilidad del ítem*: existencia del valor requerido o bien, existencia de su contexto de aplicación para las entidades cooperativas.

A partir del conjunto de ítems resultantes, se elabora un cuadro comparativo que contiene:

- el nombre del ítem seleccionado en cada una de las investigaciones analizadas

- los modelos de análisis web seleccionados correspondientes a las investigaciones seleccionadas
- el ítem resultante, que se corresponde con las variables definidas para la representación de la participación social en el ámbito digital.

Se señala la presencia de cada ítem en la/s investigación/es correspondiente/s con una X. Dado que se encuentra similitud en los ítems de las investigaciones analizadas, se puede encontrar más de una X por cada ítem en el caso de coincidencia o bien, una particularidad con respecto al mismo que se realice en alguna investigación posterior.

En la columna final, *Ítem resultante*, se presenta una de las siguientes posibilidades según las metodologías analizadas previamente y en base al esquema establecido por Burkle y González (2006a):

- *Variable (nombre)*. El ítem seleccionado corresponde a una nueva variable en la elaboración del Instrumento de valoración de la participación social. En el primer ítem, Recursos, la variable se desglosa en cinco según los objetivos de la disposición de elementos publicados en el ámbito digital, como se estableció en el capítulo anterior, estos se definen en: prácticas informativas, prácticas comunicativas, prácticas consultivas, prácticas deliberativas y prácticas constructivas. El nombre del ítem en la última columna se corresponde con el ítem de la primera columna o bien una versión adaptada al objetivo de la investigación.
- *Valor de la variable (ítem)*. El ítem seleccionado corresponde a un valor posible de una de las variables que integran la representación de la participación social. Estos valores constituyen prácticas cooperativas procedentes de los ítems analizados en los modelos de análisis web procedentes.

4.5.2. Fase Empírica

4.5.2.1. Website de las entidades cooperativas activas del Partido de General Pueyrredon

El recurso de internet seleccionado para analizar la participación digital es el website de las entidades cooperativas del Partido de General Pueyrredon -como unidad de observación-. La población en estudio comprende todas las entidades cooperativas de primer grado que cumplen con las siguientes condiciones:

- estado de actividad, condición de activas frente a las organizaciones que reglamentan su

actividad, a través de dos características:

- o registro en el INAES con número de matrícula, es decir, formalizada como entidad cooperativa ante el organismo de contralor a nivel nacional,
 - o asignación de un número de CUIT¹⁸ para registrar su actividad productiva ante la Administración Federal de Ingresos Públicos¹⁹, condición exigida para el inicio de sus actividades económicas,
- lugar de radicación, ubicación en el Partido de General Pueyrredon, el cual comprende la ciudad de Mar del Plata y las localidades de Balneario Camet Norte, Barrio Batán, Barrio Chapadmalal, Camet, Laguna de los Padres, Playa Chapadmalal y Sierra de los Padres,
 - período de tiempo, todas las entidades con fecha de registro en el INAES anterior al 31 de diciembre de 2014.

De esta forma, todas las entidades cooperativas activas radicadas en el Partido de General Pueyrredon conforman la población en estudio. Se exceptúan del análisis, aquellas organizaciones que no se encuentran registradas ante el INAES como entidad cooperativa, es decir que no han realizado el trámite de inscripción según las disposiciones legales²⁰ vigentes frente al órgano local competente o bien, aquellas que disponiendo de un número de registro como cooperativa no cumplen las disposiciones legales para desarrollar su actividad económica ante AFIP. Se omiten además, aquellas entidades a nivel nacional que tienen presencia en el Partido pero no tienen domicilio radicado en el mismo, debido a que su presencia tiene alcance regional o nacional. Por último, no se consideran aquellas entidades que han formalizado su actividad con fecha posterior al 31 de diciembre de 2014.

Sobre el total de cooperativas de primer grado, registradas y activas, se realizó una búsqueda de su presencia en la web, específicamente de su website a partir de las siguientes modalidades de recopilación de datos: consulta administrada a través del correo electrónico y de llamadas telefónicas, registros de las instituciones municipales y provinciales y búsqueda cruzada de investigadores sobre la presencia efectiva en internet. A partir de los resultados obtenidos en las búsquedas y de la confrontación posterior con los registros de las fuentes consultadas, se determinó la presencia de veinticuatro entidades en internet, que corresponden a aquellas que disponen

¹⁸El CUIT -clave única de identificación tributaria- es la identificación unívoca de las personas físicas o autónomas en el sistema tributario argentino.

¹⁹La Administración Federal de Ingresos Públicos -AFIP- es el organismo tributario a nivel nacional de la República Argentina.

²⁰Normativas establecidas en la Ley N° 20.337 - Ley de cooperativas, Bs. As., 2 de mayo de 1973.

de un website. Solo una de las entidades registrada a la fecha se presenta únicamente a través de redes sociales, sin representación de la organización a través de un website específico.

Las problemáticas en la recolección de datos se situaron específicamente en la escasa presencia de las entidades en internet, empleando el *website* como estadio inicial para determinar su incorporación al ámbito digital por considerarlo el primer espacio de visibilidad (Balas Lara, 2010), si bien en los procesos de búsqueda se observa que una de las cooperativas activas, adopta la presencia en las redes sociales como única vía de comunicación digital. Otras limitaciones se impusieron en el acceso a la información sobre la constitución de las entidades y la falta de respuesta de las mismas a través de las diferentes modalidades de relevamiento implementadas.

Para las entidades identificadas con *website*, se adopta una reclasificación del objeto social según la identificación de su actividad primaria y secundaria atendiendo al tipo de entidad que resulta más ajustada con respecto al ejercicio de su quehacer. Esta reclasificación es resultado de un trabajo del Grupo de Investigación Tercer Sector de la FCEyS de la UNMdP, publicado parcialmente en el año 2014 (de Vega y Zanfrillo, 2014). El análisis de contenido es de corte cualitativo y cuantitativo en los *websites*, cualitativo, en el interés de obtener información sobre el concepto por ejemplo de la forma jurídica de la entidad y la descripción de sus características o bien las actividades principales de la entidades y, cuantitativa, en la búsqueda de elementos específicos, como por ejemplo “boletín” (González y Burkle, 2006, 2). Dichas búsquedas se realizan con un enfoque cruzado de investigadores en la identificación de la presencia o ausencia de los ítems en el *website*, presentando los resultados en forma agregada, clasificados por objeto social. El análisis se efectúa sobre la página principal de cada *website* y todas las secciones habilitadas al acceso público, a fin de agotar las posibilidades en que se puede presentar el ítem requerido.

Modelo web	Ítems seleccionados
Burkle y González (2006)	Recursos: identificación de los recursos para la interacción y objetivos explícitos; dirigidos a: asociados, personal, acceso libre, orientado a contactos externos
Bortree (2007)	Acceso: e-mail, preguntas de los usuarios; invitación a participar en una actividad comunitaria, invitación a participar en una actividad educativa; participación del público objetivo en el diseño o contenido del sitio
Martín Nieto (2007)	Gestiones económicas: suscripciones; boletines informativos/Newsletter
Williams y Brunner (2010)	Noticias; reportes/informes anuales; participación en actividades de la comunidad, participación en actividades educativas
Juliá Igual et al. (2004)	Información sobre las actividades principales del negocio empresarial; información sobre la aplicación de normas de calidad a diferentes procesos o productos; información sobre la política en materia de impacto medioambiental; información sobre la política de inversión en I+D+i; información sobre la política de inversión en materia de RRHH; información financiera; cuentas nacionales; información sobre la condición de cooperativa; información sobre la dotación y uso del Fondo de Educación y Promoción
Bernal Jurado y Mozas Moral (2008)	Información del presidente; información contable/financiera; entorno; información sobre el producto: técnicas de producción, control de calidad, catálogo, precio, ofertas, precio de la competencia, simulador de precio, descuentos por compra online, tiempo que tarda la entrega
Muñoz Pasadas y Tirado Valencia (2014)	Composición del Consejo y responsabilidades asignadas en materia económica, social y medioambiental; cargo ejecutivo del Presidente (si lo tuviera) y de sus funciones; relación entre retribución y resultado económico, social y ambiental de los miembros del Consejo, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono); procedimientos para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno; misión y valores, códigos de conducta, principios relevantes en relación a la sostenibilidad, y estado de su implementación (también por regiones y departamentos, y si hacen referencia a estándares internacionales); procedimientos del Consejo para supervisar la sostenibilidad en la organización, los riesgos y oportunidades, y el cumplimiento de estándares internacionales; procedimientos para evaluar al Consejo, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social; define las bases para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete; aspectos de interés que han surgido a través de la participación y la forma en la que ha respondido la organización; compromiso con las partes interesadas mediante procesos para la participación afectados en el diseño, implementación, monitoreo y evaluación de políticas y programas; comentarios, quejas y mecanismos de retroalimentación en relación con el no cumplimiento de los programas y políticas diseñadas con los grupos de interés; sistemas de medición (incluida su eficacia), evaluación y aprendizaje, y comunicación de resultados; establecimiento de procesos para la coordinación de las iniciativas para satisfacer las expectativas de los diferentes grupos de interés
Balas Lara (2012)	Información financiera; proyectos RSE; empleo/trabaja con nosotros

Tabla 4.14: Ítems seleccionados de las investigaciones analizadas.

4.6. Construcción del modelo

Para el cumplimiento del propósito enunciado se diseña un conjunto de criterios para la valoración de los niveles de intervención de los asociados en los procesos decisorios de la entidad mediados por las tecnologías. La síntesis se ha realizado sobre la base de un diálogo entre la teoría sobre medición de calidad de sedes web y, la percepción de los actores intervinientes sobre la cultura, la identidad y la creación de conocimiento en el marco de la falta de estudios específicos sobre el aprovechamiento de los recursos de internet que ostenta el sector cooperativo en la actualidad. El diseño del modelo se centra en reconocer aquellos aspectos que resultan contributivos para la calidad de una propuesta participativa de entidades cooperativas en el espacio digital.

La síntesis final del Instrumento de valoración de la Participación Social (Tabla 4.15), se basa en el esquema establecido por Burkle y González (2006a), compuesta por:

- *Variables*: constituyen los componentes principales del Instrumento y son el resultado de la síntesis realizada en la selección previa de modelos de análisis web y de su relación con los principios teóricos propuestos.
- *Valores de variables*: son las prácticas distintivas del sector cooperativo y características organizativas, reconocidas en los modelos analizados y a partir del análisis de documentos oficiales y de estándares internacionales.

En el esquema resumen (Apéndice C) se distinguen cinco tipos de prácticas -de informativas, comunicativas, consultivas, deliberativas y constructivas-, que se corresponden con los niveles de participación identificados previamente para el ámbito cooperativo (Cap. 3). Finalmente, se asignan a la nuevas subcategorías, los ítems provenientes de los valores resultantes del esquema comparativo (Apéndice D), estándares y documentos públicos señalados previamente (Tabla 4.15). Las prácticas componen así el Instrumento de valoración de la participación social de las entidades cooperativas en el ámbito digital.

Variable	Valores
Prácticas informativas	Información sobre el entorno
	Convocatorias
	Boletines informativos y revistas
	Información sobre la condición de cooperativa
	Información sobre el gobierno de la entidad
	Información financiera y contable
	Información sobre las actividades principales del negocio empresarial (<i>productos y servicios</i>)
	Información sobre sostenibilidad y códigos de conducta (<i>Balance Social Cooperativo</i>)
	Información sobre coordinación, control y evaluación
Prácticas comunicativas	Prácticas comunicativas Requerimientos y servicios específicos (<i>solicitud de credencial, presentación de ofertas laborales</i>)
	Reclamos y recomendaciones (<i>buzón de sugerencias, registro de reclamos y quejas</i>)
	Formación online (<i>plataformas de aprendizaje</i>)
Prácticas consultivas	Mecanismos de participación individuales (<i>diseño del sitio, encuestas de opinión sobre el desarrollo de actividades</i>)
	Mecanismos de participación colectivas (<i>foro de opinión sobre la calidad de los servicios</i>)
Prácticas deliberativas	Espacios deliberativos (<i>foros de opinión, chat y espacios de debate</i>)
Prácticas constructivas	Espacios de decisión (<i>votación en línea, Asamblea virtual</i>)

Tabla 4.15: Instrumento de valoración de la Participación social de las entidades cooperativas en el ámbito digital (versión original).
Fuente: elaboración propia en base a las investigaciones analizadas

4.7. Revisión por juicio de expertos

Una vez construido el modelo de apropiación de los recursos de internet para el sector cooperativo, se presenta a consideración de cinco personas que se inscriben en la investigación a través de su juicio de expertos, el cual se define como una estrategia útil en la estimación de la validez de las conductas que se pretende medir, ya sea una prueba o una adaptación de un modelo a otra cultura y ámbito (Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez, 2008, pp. 27-28). El juicio de expertos se define "... como una opinión informada de personas con trayectoria en el tema, que son reconocidas por otros como expertos cualificados en éste, y que pueden dar información, evidencia, juicios y valoraciones" (Escobar-Pérez y Cuervo-Martínez, 2008, p. 29). La validez de contenido se determina por la opinión de aquellas personas a las que se les solicita su opinión sobre el instrumento -componentes y características-, el cual pretende medirse en forma sistemática (Moreno Bayardo, 2000, p. 66).

Las personas convocadas para emitir su juicio se seleccionan bajo los criterios de per-

tinencia de su ámbito de conocimiento con el desarrollo de la investigación y con el grado de conocimiento que tienen sobre el presente estudio en particular. Así, se convocan dos personas que ya han tenido contacto con el trayecto investigativo propuesto, pues habían sido consultados en otras instancias del estudio, por lo cual su valoración tendrá una perspectiva global, holística y analítica según las necesidades del sector planteadas previamente. Las ocho personas restantes no han sido convocadas previamente, por lo cual se espera que sus aportaciones se produzcan de forma más concreta y objetiva sobre los propósitos definidos (Tabla 4.16).

El objetivo de la revisión por juicio de expertos es someter al instrumento diseñado a la validación por un conjunto de personas que pudieran realizar aportes en la presencia o ausencia de ítems considerados, las limitaciones de la perspectiva, la claridad de los términos y alcance de los mismos, la coherencia del modelo y la claridad de su interpretación. Las personas seleccionadas para emitir sus consideraciones sobre el modelo propuesto tienen diversidad de formación, de género, de edad, de experiencia y pertenencia a diferentes tipos de organizaciones (Tabla 4.16).

Se contactó a los revisores a través de un primer mensaje de correo electrónico, a fin de consultarles por su participación en la revisión del modelo. Una vez recibida la respuesta, se procedió a realizar un envío con un resumen de la investigación, el modelo propuesto y la descripción de las categorías y subcategorías propuestas (Apéndice E). Si bien se contactaron veinte revisores, por falta de tiempo o por considerarse fuera de sus competencias, el número de jueces confirmados se redujo a diez. Se incluyó un cuestionario en el que se solicitaba:

- la representatividad de los ítems en la definición de la categoría, es decir si resultan contributivos para su comprensión,
- la claridad y precisión en la expresión de cada ítem.

A partir de la formulación de las categorías y subcategorías se define un escala de valoración tipo Likert de 1 a 5 (1-totalmente en desacuerdo, 2-en desacuerdo, 3-de acuerdo, 4-muy de acuerdo, 5-totalmente de acuerdo) que dista de la escala de tres categorías original basada en la propuesta para la medición del acceso y uso de las TIC en la educación (González et al., 2013, p. 116). Así como un espacio para las observaciones a fin de que pudieran expresar su opinión si así lo deseaban en cuanto a claridad, lenguaje, comprensión del texto, etc. Sobre las valoraciones obtenidas de los jueces con relación a los ítems presentados durante los meses de julio y agosto, se calculó el Coeficiente de Validez de contenido de Lawshe (1975, pp. 567-568), que permite cuantificar el grado de consenso respecto de la relevancia de cada ítem según la valoración de N jueces, considerándose aceptable puntuaciones por encima de 0,5823.

Se emplea la fórmula de Lawshe modificada por Tristán-López (2008, pp. 42-45), debido a que presenta características superadoras con respecto a la original, que requiere un gran número de jueces y altos grados de acuerdo en la categoría “esencial”. Estas ventajas son la independencia

del número de jueces y la proporción de acuerdos respecto del número de expertos intervinientes en la validación. En el diseño de la escala de revisión, se consideran las siguientes categorías:

- “esencial” del modelo, para 4-muy de acuerdo y 5-totalmente de acuerdo,
- “útil”, para la puntuación 3-de acuerdo,
- “no importante”, para las valoraciones 1-totalmente en desacuerdo y 2-en desacuerdo.

Los expertos presentaron la valoración para cada ítem emitiendo su grado de acuerdo en el nivel de importancia estipulado según la escala propuesta. Se determinó la razón de validez de contenido para cada uno de los ítems mediante la propuesta original de Lawshe (1975, pp. 567-568) y la versión modificada de Tristán-López (2008, p. 42-45) (Tabla 4.17).

Ámbito y puesto	Tipo de organización	Características personales	Relación con la temática	Conocimiento del estudio
Tercer Sector - director	Organización de tercer grado	Hombre de más de 55 años	Experiencia en la conducción de organizaciones del tercer sector	No
Tercer Sector - responsable administrativa	Organización de segundo grado	Mujer de más de 50 años	Experiencia en el Tercer Sector	Participación como entrevistado
Tercer Sector - consultor	Organización de segundo grado	Hombre de más de 55 años	Experiencia en la conducción de organizaciones del tercer sector	No
Tercer Sector - consultor	Consultor experto en cooperativismo	Hombre de más de 55 años	Experiencia en la conducción de organizaciones del tercer sector	No
Tercer Sector - responsable programa	Programa educativo	Hombre de menos de 40 años	Experiencia en el desarrollo de formación y apoyo a organizaciones del Tercer Sector	No
Tercer Sector - autoridad	Institución de educación superior de gestión pública argentina	Hombre de menos de 40 años	Experiencia en el Tercer Sector y en el desarrollo de investigaciones	No
Tercer Sector - autoridad e investigador	Institución de educación superior de gestión pública argentina	Hombre de más de 55 años	Experiencia en el Tercer Sector y en el desarrollo de investigaciones	Participación como entrevistado
Tecnología - investigador	Institución de educación superior de gestión pública argentina	Mujer de más de 50 años	Experiencia en la formación en tecnologías	No
Tecnología - investigador	Institución de educación superior de gestión pública argentina	Hombre de más de 55 años	Experiencia en la formación en tecnologías y en el desarrollo y evaluación de software	No
Tecnología - investigador	Institución de educación superior de gestión pública argentina	Mujer de más de 50 años	Experiencia en la formación en tecnologías en el análisis de modelos web	No

Tabla 4.16: Detalle de los jueces expertos convocados para la revisión del modelo

Medidas de Validez de Contenido	Razón de validez de contenido para cada ítem - Lawshe	Índice de validez de contenido de toda la prueba	Índice de validez de contenido modificado por Tristán-López
Fórmula	$CVR = (n_e - N/2)/(N/2)$	$CVI = \sum_{i=1}^M CVR_i/M$	$CVR' = n_e/N$
Elementos de análisis	n_e : número de jueces con consenso sobre la categoría “esencial”	CVR_i : razón de validez de contenido de los ítems aceptados	n_e : número de jueces con consenso sobre la categoría “esencial”
Valor total a considerar	N : número total de jueces	M : total de ítems aceptados en la prueba	N : número total de jueces
Valor mínimo	Más del 50% de acuerdo entre los jueces para la considerar la validez del ítem	Valor mínimo aceptable: 0,5823 Si el número de jueces es 10 se considera aceptable un valor superior a 0,62	Valor mínimo aceptable: 0,5823 Independiente del número de jueces

Tabla 4.17: Medidas de validez empleadas para la revisión del modelo. Fuente: elaboración propia a partir de Lawshe (1975) y Tristán-López (2008).

Se solicita a los especialistas que realicen una doble valoración, una con respecto a la pertinencia de los ítems para cada variable y otra, con respecto a la comprensión de cada uno de los ítems según la claridad y precisión con que se definen (Apéndice F). Los aportes realizados por los revisores se tradujeron en las respuestas sobre la escala de valoración propuesta según las puntuaciones que se corresponden con las categorías de “esencial”, “útil pero no esencial” y “no importante”. Se modifica la escala prevista, con el umbral de “esencial” en los valores 4 y 5 de la escala propuesta y el grado de aceptación del ítem se establece solo para aquellos considerados esenciales por los expertos, dejando de lado los que pudieran haber sido considerado útiles o no necesarios. En el diseño del instrumento de valoración, se adoptan todos los ítems previstos con las adaptaciones sugeridas a excepción del ítem que corresponde a Información sobre coordinación, control y evaluación que obtuvo una valoración en representatividad de 0,5.

CVR' - Índice de validez de contenido de toda la prueba (representatividad de los ítems): 0,81

CVR' - Índice de validez de contenido de toda la prueba (comprensión de los ítems): 0,84

Las valoraciones finales para cada uno de los análisis son de 0,81 para la valoración de los ítems en la representatividad de cada variable y de 0,84 en la comprensión de cada ítem, con valores aceptables en los análisis propuestos a partir de 0,5823 y de 0,62 para un número de diez

jueces en la propuesta original. Con respecto a las sugerencias presentadas por los expertos, se realizaron las modificaciones planteadas en la redacción de los ítems principalmente y en algunas variables para exponer la evolución de las prácticas según el grado de implicación del asociado (Apéndice G).

En síntesis

El capítulo aborda el esquema de la investigación planteada para proveer una herramienta que posibilite la valoración de la implicación de los asociados en las prácticas que se proponen desde las entidades cooperativas a través de los medios digitales. Presenta un desarrollo investigativo en tres fases, con diferentes técnicas que abordan el paradigma interpretativo, con estrategias cualitativas desde la observación participante, las entrevistas en profundidad y el análisis de contenido para comprender las actividades que discurren hoy bajo los principios cooperativos que pueden ser mediadas por las tecnologías.

Una vez reconocidas las prácticas, se procede a diseñar el instrumento de valoración, que conjuga la opinión de los expertos en las prácticas tradicionales con las nuevas opciones que proponen los recursos de internet. El instrumento se valida a través del juicio de expertos, con pertenencia tanto al ámbito académico como al del Tercer Sector o Economía Solidaria, que además, se presenta en un momento histórico único para el país: el planteo abierto y deliberativo de la Ley de Economía Social.

Capítulo 5

Resultados

[PRESENTACIÓN Y APORTES]

*“... se capacita para el trabajo, se educa para la comunidad y se forma para el movimiento (cooperativo)”.*¹

Resumen del capítulo

En este capítulo se presentan los principales resultados de la investigación: desde la presentación del Instrumento de valoración de la participación digital para entidades cooperativas en su uso y composición hasta la exploración empírica del mismo en el sector cooperativo del Partido de General Pueyrredon, provincia de Buenos Aires, República Argentina.

Se describen los principios teóricos que sustentan el desarrollo del Instrumento y el entorno de diseño. En el análisis empírico se sitúa el contexto según los estudios estadísticos que dan cuenta a nivel nacional, del alcance y arraigo de esta forma organizativa en el empleo de las tecnologías para proceder a presentar los resultados elaborados en base a la aplicación del Instrumento.

¹Extracto de entrevistas realizadas a referentes del sector cooperativo en el Partido de General Pueyrredon - 2015.

5.1. Resultados de la investigación

El resultado principal de la investigación es el *Instrumento de valoración de la Participación Social en el ámbito digital para el sector cooperativo* y cada una de las categorías y subcategorías desarrolladas en su definición. Se destaca además, el análisis derivado de la *exploración empírica de dicha dimensión en la apropiación de los recursos de internet empleados por las entidades cooperativas del Partido de General Pueyrredon hasta fines del año 2014*. El capítulo aborda en primera instancia, la presentación del Instrumento, su entorno de diseño y composición y, los resultados de su aplicación en el mencionado Partido, tal como se expresa a continuación:

- en la *presentación del Instrumento*,
 - la definición de los *niveles de participación teóricos* y su interdependencia sistémica,
 - el *entorno de diseño*, a través de una red conceptual que expresa las problemáticas inherentes a la operatividad de valores y principios, en su dualidad como empresas de propiedad cooperativa con fines sociales y económicos y, en el contexto actual,
 - el *uso del Instrumento*, explicando las posibilidades de empleo del mismo,
- en la *composición del Instrumento*, constituido por cinco variables que corresponden a la operatividad de los principios cooperativos desde el involucramiento de los asociados en el quehacer de la entidad:
 - *prácticas informativas*, tiene como pilar a la transparencia de la información para dotar de relevancia las actividades que las entidades reúnan en este nivel, las cuales contemplan el amplio espectro de informaciones sobre la condición de cooperativa y su forma de gobierno, su quehacer, su vinculación con las organizaciones del medio, su compromiso social y medioambiental y, su entorno legal,
 - *prácticas comunicativas*, dispone los espacios de interacción específicos para que el asociado pueda expresar su consulta o reclamo sobre las acciones realizadas,
 - *prácticas consultivas*, expone los mecanismos instrumentados por la entidad para disponer medios de intervención que faciliten el involucramiento de los asociados en consultas sobre los temas de interés
 - *prácticas deliberativas*, presenta los espacios para debatir y formar opinión entre los integrantes de la entidad, requiere de la disposición de materiales para el acceso a la temática a abordar y de un tiempo para el desarrollo de este proceso,
 - *prácticas constructivas*, espacio vinculante para el desarrollo de las acciones que componen los procesos decisorios en la estructura cooperativa, las decisiones que emerjan de este espacio inciden directamente en los cursos de acción que guían la entidad,

- en la *exploración empírica*, se estudian las categorías propuestas en el *Instrumento de valoración de la Participación Social* para el análisis de la apropiación de los recursos de internet en las entidades cooperativas activas del Partido de General Pueyrredon en el *website* corporativo. Se observa así, cómo se apropian de las tecnologías este tipo de organizaciones, desde un uso inicial, con los fines preconcebidos, para presentar información sobre la entidad y responder a las necesidades de comercialización de sus productos, a las formatos que establecen para implicar al asociado en la gestión de la entidad, haciendo uso de diferentes medios como el correo electrónico, servicios web y las plataformas sociales y de aprendizaje.

Los resultados así expuestos, se enmarcan en el abordaje teórico realizado en los Cap. 2 y 3, vinculados con la puesta en práctica del Instrumento de valoración en los *website* corporativos de las entidades cooperativas, junto con las apreciaciones del sector; a fin de enlazar las aportaciones teóricas con las percepciones de los referentes, explicando cada una de las categorías del modelo en el contexto de análisis planteado.

5.2. Presentación del instrumento

5.2.1. Definición de los niveles de participación teóricos

Dada la característica prevalente del control democrático, es decir de la participación de los asociados en el gobierno de las entidades cooperativas y consideradas estas organizaciones como "... instrumentos de participación ciudadana, toda vez que en ellas se reúnen un grupo de personas que padecen los mismos problemas, o que tienen las mismas inquietudes o intereses, y que quieren de forma colectiva encontrar soluciones" (Fernández S., 2006, p. 249), se adoptan para la definición de niveles participativos aquellos señalados en la literatura para ese tipo de compromiso con la conducción. Las investigaciones se centran en las posibilidades de participación democrática ya sea bajo formas organizativas como las no gubernamentales (Burkle y González, 2006; Bortree, 2007; Martín Nieto, 2007; Williams y Brunner, 2010) como en las entidades cooperativas. Ya sea que en este último caso se emplee como instrumento de políticas públicas constituyéndose en una estrategia para abordar los problemas de exclusión o bien, para contribuir desde las federaciones y confederaciones, en los procesos decisorios de la esfera pública (Fernández S., 2006, p. 249).

Bajo esta relación, entre la participación ciudadana y la gestión democrática de las entidades cooperativas, se definen los niveles de participación que pueden desarrollar los asociados en términos de sus prácticas y de los recursos telemáticos que constituyen la oferta tecnológica de la época, según los siguientes criterios:

- los principios distintivos y las prácticas participativas expresadas anteriormente para las entidades cooperativas (Cap. 2, Tablas 2.1 y 2.2),
- la distinción realizada por Katz y Rice (2005) entre acceso, participación cívica y comunitaria e interacción correspondiendo estos efectos con los niveles de información para el acceso; de participación consultiva, deliberativa y constructiva para participación cívica y comunitaria y, participación comunicativa para interacción,
- los niveles de participación ciudadana propuestos por Arnstein bajo su *escalera de la participación* (1969, pp. 216-223), a saber: poder ciudadano -control ciudadano, delegación de poder y patrocinador-, formulismo -conciliación, consulta, información- y no participación -terapia/dinámica de grupo, manipulación-, desde los niveles más elementales hasta los más elevados, donde cada nivel incluye al anterior,
- la investigación realizada por la Fundació Jaume Bofill (2004) en la que se definen las herramientas de internet que son empleadas para las etapas de información, comunicación, consulta, deliberación y, decisión así como prácticas a través de las cuales se observa el grado de participación fáctica de los ciudadanos,
- la descripción propuesta por Borge Bravo (2005, p. 4) en los siguientes espacios de participación electrónica: información, comunicación, consulta, deliberación y, participación en decisiones y elecciones.

Se definen para las entidades cooperativas cinco niveles de participación social mediadas por las tecnologías: informativo, comunicativo, consultivo, deliberativo y constructivo; cada uno de ellos determina las posibilidades de intervención que se brinda al asociado a través de los medios electrónicos (Tabla 5.1). La perspectiva de análisis se centra en el carácter participativo del asociado, como característica prevalente en la apropiación de las tecnologías, desde sus prácticas en la entidad cooperativa, tal como se describe a continuación.

- El **nivel informativo** representa el nivel inicial de la participación, donde el asociado accede a la información que dispone la entidad. Este paso, se constituye en un requisito básico y en virtud de la facilidad con que los recursos de internet facilitan su transmisión, se consolidan como medio para la provisión de información en virtud de los ahorros en tiempo y costos que suponen para las entidades. Sin embargo, el rol que asume el asociado es pasivo, pues consume la información que se publica a través de los diferentes medios. Es por ello que este nivel es considerado inicial, pero no suficiente para una participación efectiva. Para que no sean simples receptores, se requiere que la información sea de interés para el asociado y resulte un insumo útil para los procesos decisorios. Las tecnologías que se utilizan son el correo electrónico y el *website* y también se incorporan las plataformas sociales para la divulgación de información. Los elementos que se pueden encontrar en este nivel son: boletines, convocatorias, revistas, noticias, etc.

- El **nivel comunicativo** provee los mecanismos para la formación online y para que el asociado tome contacto con la gestión, permitiendo una interacción a través del correo electrónico, los formularios de contacto, los espacios habilitados para reclamos y quejas y, buzones de sugerencias y opciones para acceder a información de interés. Se proporciona, a través de las respuestas que ofrezca la entidad, un espacio de intercambio que facilite el seguimiento de las solicitudes e indicaciones presentadas.
- El **nivel consultivo** comprende todas las formas, que se adoptan en la gestión, para conocer la opinión de los asociados en asuntos relacionados con el desarrollo de los objetivos de la entidad. Se puede utilizar el correo electrónico y el *website*, mientras que los elementos para realizar consultas son sondeos de opinión y encuestas, que se plasman en espacios de votación, dentro del sitio o en formularios anexos a través del correo electrónico. Una vez recibidas las opiniones se deben instrumentar los medios para que sean públicas (en forma agregada) y proporcionar respuestas a los planteos realizados. Dadas las dificultades en materia de seguridad y de identificación para la implementación de referéndums electrónicos, se valora el tipo de aportes realizados por sobre la cantidad de los mismos.
- El **nivel deliberativo** comprende todos los procesos que permiten a los asociados examinar, debatir, introducir nuevos temas y valorar las alternativas de acción que se presentan para el cumplimiento de los objetivos de la entidad. Su importancia radica en la contribución a la formación del asociado y en los espacios que se disponen para que se planteen las opiniones y perspectivas a fin de influir en los procesos de toma de decisión. Antes de iniciar el proceso deliberativo, se debe informar a los asociados sobre los temas a tratar, a fin de lograr un debate con participantes que hayan tenido acceso a la información pertinente y que la misma resulte comprensible; entendiendo que este proceso requiere de un tiempo para su realización. Los elementos que se disponen para llevar a cabo los procesos deliberativos son foros de opinión, chat y espacios de debate a través del *website* corporativo y los documentos de trabajo.
- El **nivel constructivo** finalmente, instrumenta los medios para ejercer influencia en la toma de decisiones de la entidad, que resulten vinculantes para las autoridades que han de definir los cursos de acción a seguir. A través del *website*, los elementos más comunes son el voto electrónico, la recolección de firmas y, debates y foros vinculantes.

Los niveles de participación de los asociados se definen de acuerdo con el cambio de rol, de un usuario pasivo en la consideración del número de implicados -desde la visibilidad de las acciones que pueden realizar a partir de las interfaces propuestas y no desde la implicación en los niveles decisorios que exige la determinación de dichos contenidos-. Desde este usuario pasivo, con una intervención tácita en las prácticas que se desarrollan en el ámbito digital, recibe la información que provee la entidad, hasta un usuario interesado por presentar sus ideas, por debatir temas e influir efectivamente en la orientación de la gestión de la entidad; este rol

también contempla un gradual proceso de intervención en la definición de los temas a tratar, desde los niveles iniciales donde las temáticas son propuestas por la entidad hasta los niveles superiores donde el usuario participa activamente en la construcción de la agenda. Estos niveles de participación se asientan sobre un pilar en materia de información: la transparencia, como condición de calidad para establecer un diálogo con los asociados, en el carácter de relevante de la misma para el desarrollo de los objetivos propuestos (Figura 5.1).

Los niveles se disponen en pisos sobre una plataforma, son interdependientes entre sí y constituyen un continuo, pues la información resulta un requisito previo para desarrollar los recorridos que proveen las prácticas cooperativas, en su evolución a través de las tecnologías (Figura 5.1). Estos niveles de participación planteados -informativo, comunicativo, consultivo, deliberativo y constructivo-, tienen su correspondencia con las prácticas participativas de este tipo de entidades enunciadas en el Capítulo 2. Desde el nivel elemental o básico de participación que es el informativo, los niveles que suponen una interacción con el asociado, el comunicativo y el consultivo, hasta los niveles donde el rol del usuario es de construcción interna y externa -en la definición de contenidos y colaboración en su composición respectivamente- y sus propuestas resultan vinculantes en el marco de los procesos decisorios de la entidad, deliberativo y constructivo.

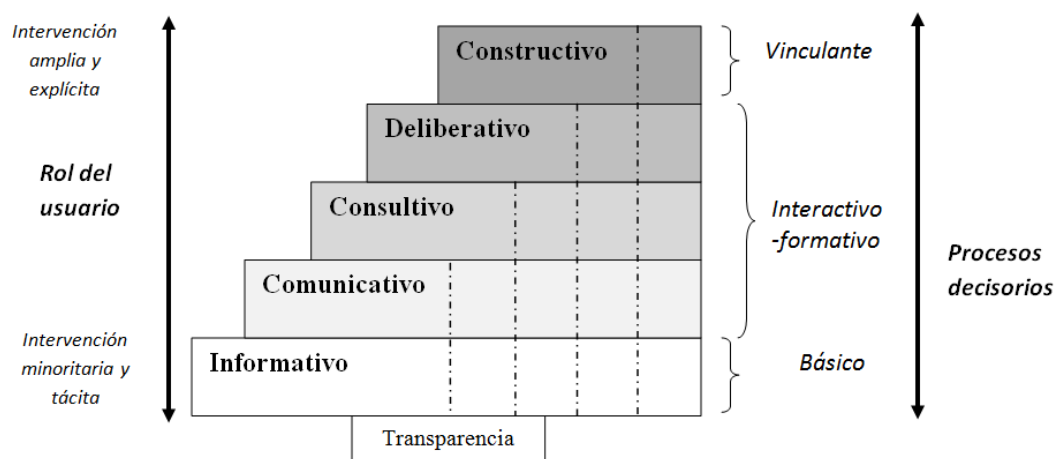


Figura 5.1: Niveles de participación en el ámbito cooperativo. Fuente: elaboración propia en base a Arnstein (1969).

Se aborda el quehacer de un tipo de organización muy particular, con gobierno democrático, donde tiene sentido el lema “*un hombre, un voto*”, en la cual se aprecian los principios y valores sobre los que se constituyen, a través de los contenidos y herramientas que se disponen en internet. Este empleo que realizan de las tecnologías, tiene sentido desde un contexto en particular, en relación con la oferta tecnológica existente, según la trayectoria desarrollada en la apropiación

de objetos técnicos y contemplando tanto el uso como el no uso de ella.

Se distinguen así tres agrupamientos para los niveles de participación relacionados con la mayor o menor injerencia de los asociados en la toma de decisiones de la entidad: un tipo de procesos decisorios **básico o elemental**, como requisito previo para la participación, una tipo **interactivo-formativo** que supone un intercambio de información entre la entidad y sus asociados, ya sea que lo soliciten estos últimos o bien, que se dispongan los medios desde la organización para consultar su opinión sobre actos ya realizados o propuestas de acción y las estrategias formativas (e informativas) dispuestas para acceder con una opinión formada a las instancias deliberativas. Finalmente, una tipo de involucramiento **vinculante**, donde la toma de decisiones tiene una injerencia directa sobre el curso de acción a seguir en el quehacer de la empresa social.

Las características sintetizadas, pretenden abordar la comprensión de la dimensión de la participación social según los factores prevalentes manifiestos en la literatura científica, a fin de evidenciar un espacio cuya extensión no ha sido expresada sino que se incorpora a los ámbitos de participación política (Arnstein, 1969; Fundació Jaume Bofill, 2004; Borge Bravo, 2005; Castel Gayán, 2014) o bien, bajo la dimensión interacción (Burkle y Gonzalez, 2006) o de RSE (), sin manifestarse bajo su propia singularidad en el ámbito de las organizaciones asociativas, donde las visiones tradicionales provienen de análisis económicos basados en la incorporación del comercio electrónico y sus métricas y estilos de categorización asociadas donde los nuevos diseños .

El Instrumento de valoración de la Participación Social se ha diseñado considerando la totalidad de los principios cooperativos, vistos desde un enfoque sistémico, como un todo y dado el carácter de interdependencia que mantienen entre sí; la propuesta adquiere así un carácter global para la comprensión de las prácticas cooperativas que se instrumentan en los medios tecnológicos a fin de proveer una perspectiva analítica sobre la participación de los asociados y por consiguiente, sobre el desarrollo de una ciudadanía activa (Invernizzi, 2004, p. 68). Las ventajas que ofrece esta perspectiva es la de evaluar los recursos dispuestos en los *website* más allá de los enfoques tradicionales, desde la exploración de las potencialidades de las herramientas o bien, desde las funciones básicas de interacción e intercambio de información, para centrarse en nuevas prácticas que coinciden con elementos basales del movimiento, como la formación de los asociados (Fernández S., 2006, p. 249) y en la oferta tecnológica y usos habituales en otros ámbitos que se reflejan también en el sector cooperativo.

Las ventajas que ofrece la participación en el ámbito cooperativo, a través de los medios digitales, se definen para cada nivel propuesto según los aspectos fundamentales de la e-participación señalados por Prieto Martín (2005, p. 2) y por las experiencias de las entrevistas, a saber:

- para el **nivel informativo**, disponer de canales complementarios para el acceso a la infor-

mación, favorecer la transparencia de la información y su presentación según los intereses del público objetivo y, constituir el primer paso en la formación del asociado a través de los medios digitales, al disponer de información específica para su conocimiento,

- para el **nivel comunicativo**, facilitar espacios para la formación y la interacción con sus asociados, realizando un primer ejercicio en deponer la baja participación del usuario en la construcción interna que implica la definición del espacio informativo, para que comience a intervenir desde un diálogo y seguimiento de las aportaciones,
- para el **nivel consultivo**, proporcionar ámbitos para el conocimiento de las opiniones de los asociados que contribuyan al cumplimiento de los objetivos de la entidad,
- para el **nivel deliberativo**, suministrar espacios para la discusión de alternativas de acción que implican una preparación previa sobre los temas a tratar y un tiempo para el desarrollo del debate,
- para el **nivel constructivo**, aportar mecanismos para el desarrollo de los debates y opiniones que resulten vinculantes con la definición de las líneas de acción de la entidad.

Cada uno de los niveles identificados se corresponde con un tipo de práctica, definida en el *Instrumento de valoración de la Participación Social*, el cual se ha diseñado para contribuir en el análisis de los contenidos que publican las entidades cooperativas en el ámbito digital. Esta herramienta provee una apreciación valorativa de las acciones emprendidas para el involucramiento de los asociados en los procesos decisorios, a través de los medios digitales, que se relaciona con los procesos de empoderamiento de los sujetos y atiende además a la construcción de ciudadanía. El Instrumento pretende aportar un enfoque diferente, añadiendo a las perspectivas tradicionales -tecnológicas y económicas-, una de carácter social, centrada en las posibilidades de injerencia del sujeto en el accionar de la entidad.

El Instrumento de valoración se concibe como una herramienta abierta. Esta apertura significa que el instrumento puede nutrirse en versiones posteriores de nuevas prácticas, que den espacio a otras categorías y subcategorías para la comprensión del alcance de las acciones de la entidad en la participación de sus asociados. Y por otra parte, se espera que sirva como línea base en la evolución de las estrategias desarrolladas por el sector cooperativo, a fin de proponer planes de mejora en los mecanismos e instrumentos que se implementan a través de los medios digitales, dotando de mayores oportunidades de involucramiento para los asociados, en particular en los niveles comprendidos en las clases interactivas y vinculantes.

La definición más amplia en términos de elementos de valoración que recae sobre el nivel informativo comparativamente con los otros grados, se funda en lo acentuado de estas prácticas en el entorno digital para cada práctica definida, dado que la divulgación de información sobre

la entidad se constituye en el propósito más difundido para las organizaciones en general (Ballas Lara, 2010) y las cooperativas en particular (Juliá Igual et al., 2004) cuestión que resulta obligatoria para aquellas entidades cuya publicación de información a través de redes digitales se encuentra regulada (Gallego Álvarez et al., 2009, pp. 109-110). Por otra parte, frente a la incipiente incorporación de estas tecnologías en las cooperativas de primer grado como se presentará en este capítulo para las entidades del Partido de General Pueyrredon, se observan otras aplicaciones, como foros abiertos de debate en entidades de promoción del movimiento a nivel nacional, como las presentadas por el Instituto de Promoción de la Economía Solidaria².

La herramienta se plantea así en una primera aproximación, en una versión inicial acerca del estudio de la operatividad de los principios cooperativos mediados por las tecnologías, donde la característica prevalente de su apropiación radica en la participación, abordada en particular, para los asociados como grupo de interés de las entidades. Gráficamente se disponen, en cada peldaño de la pirámide, los mecanismos de participación que se corresponden con los niveles de involucramiento que se le reconocen a los sujetos, según el papel que desempeñan en el desarrollo del quehacer de la entidad. En los primeros niveles se sitúan los instrumentos que brindan información teniendo un usuario no pasivo, sino activo en la construcción interna de los contenidos y tipos informativos que se exponen; cuya intervención en estos procesos decisivos, si bien no es visible en las interfaces que se exponen, se encuentra comprendida en forma tácita en los procesos de su diseño y elaboración. En los siguientes peldaños, se observa que se otorga voz a los usuarios a partir del interés en conocer su opinión hasta llegar a los últimos escalones, donde la participación se desarrolla de forma vinculante, es decir que se traslada a los usuarios el poder decisorio.

El Instrumento de valoración se basa así, en un conjunto de niveles interdependientes que se consideran inclusivos y que suponen, cada uno con respecto al anterior, una evolución en el desarrollo de las prácticas mediadas por las tecnologías. Además de considerarse un instrumento de valoración, puede resultar de interés su uso en la planificación de las acciones de la entidad, en el desarrollo de las actividades formativas e informativas para sus asociados, considerando la calidad de mecanismos que se adoptan según el público objetivo y el tipo de prácticas sobre las que se espera plantear debates o considerar las posibilidades de interacción para la consulta y el intercambio de información. El Instrumento tiene un alcance que implica los procesos de evaluación de la gestión de la entidad, como en los que corresponden a la planificación y al control de actividades.

No solo se puede observar el momento en el cual se puede plantear el uso del Instrumento,

²Para mayor información dirigirse al *website* del Instituto de Promoción de la Economía Solidaria en la República Argentina, <http://www.ipesargentina.com.ar/> y a los foros de debate abiertos sobre la Ley Federal de Economía Solidaria, <http://www.leyeconomiasocialysolidaria.info/#!/-foros-de-debate-2/>

sino también por “quiénes” será utilizado. Es decir, el Instrumento puede ser presentado a los asociados para la reflexión colectiva sobre las acciones que lleva a cabo la entidad, en lo que atañe a su participación a través de las tecnologías y la formación de una ciudadanía activa como corolario. Los beneficios en este caso se centran en los procesos reflexivos, que tienen lugar en la puesta en valor de los instrumentos que se emplean en la definición de las políticas a seguir por la entidad.

Esta variedad de usos del instrumento lo transforman en una herramienta útil para las entidades cooperativas, para facilitar sus procesos de reflexión y evaluación de acciones que no se circunscriben únicamente a la esfera económica o bien, en aquellas que se corresponden con la responsabilidad social y las posibilidades de interacción con las tecnologías, sino las que se centran en los principios distintivos de estas entidades. Así como reviste un carácter central en la mirada endógena de la organización hacia sus asociados, también atiende en forma general, a la formación de una ciudadanía crítica a través de prácticas democráticas promovidas desde el acceso a la información, la formación y presentación de sugerencias, la propuesta de temas y el debate fundado entre otras posibilidades.

El desafío en la actualidad, se inscribe en facilitar la apropiación de las TIC y en particular, de los recursos de internet a través de la divulgación de información, de la comunicación con sus grupos de interés y la promoción de instancias participativas en particular para sus asociados. Los estudios que se presentan sobre la calidad de la información que se divulga en la web -en diferentes canales- se enfocan en las ONGD como objeto de estudio (Burkle y González, 2006; Martín Nieto, 2007; Iranzo y Farné, 2014) y escasamente para el sector cooperativo. Los estudios realizados en cooperativas evalúan principalmente la calidad de la información³, mientras que las instancias de participación se enmarcan en las posibilidades de interacción pero sin realizar énfasis en los procesos participativos que se disponen para el asociado.

En la actualidad los estudios se orientan en analizar la información que presentan estas entidades en sus *websites* como parte de una estrategia de RSE (Mozas Moral y Puentes Poyatos, 2014) o bien, estudiar la comunicación de información a través de una multiplicidad de herramientas de la web 2.0 obteniéndose mejores resultados en aquellas que realizan implementaciones conjuntas (Giménez Chornet, 2013, p. 134). Ya sea por desconocimiento o por falta de interés, no se hace uso de las herramientas mencionadas, la presencia web es un soporte para la presentación de información corporativa y escasamente se brinda servicio al usuario o espacios de interacción (Picón Durán, 2014, p. 77). Su desaprovechamiento, como se muestra en el tejido empresarial oleícola andaluz exhibe a la forma cooperativa en desventaja inclusive en la adopción de estas

³La calidad de los contenidos se evalúa por características propias de la información (Bernal Jurado y Mozas Moral, 2008, p. 186), a través de la medición de los parámetros definidos en el Código de Buenas Prácticas para la divulgación de información financiera en internet (Juliá Igual et al., 2004; AECA, 2002), o bien, en las pautas establecidas en la formulación del Balance Social (Pasadas y Tirado Valencia, 2014).

tecnologías para su uso en los beneficios que brinda el comercio electrónico así como la reducida presencia en plataformas sociales (Fernández et al., 2015,

5.2.2. Entorno de diseño

El primer abordaje de la investigación, a través de la observación participante, ha permitido obtener una perspectiva amplia, holística del movimiento cooperativo en el Partido de General Pueyrredon, en el período en que se desarrolla la investigación. Cómo, los términos ‘valores’ y ‘principios’, se encuentran presentes en su vocabulario, entendiendo la impronta de estas normas de conducta y de gestión, con las que abordan el desempeño de funciones propias de estas entidades de propiedad democrática. Cómo, en definitiva, dan operatividad a los principios cooperativos hacia el interior, en la participación de los asociados en las prácticas de gobierno y, hacia el exterior, en la forma en que se presentan e interactúan con la comunidad y otras entidades del sector desde el compromiso en la integración y el interés por el bienestar común (Figura 5.2).

Se plantea en el sector la preocupación sobre la difícil comunicación con los diferentes grupos de interés, los integrantes de la gestión de las entidades cooperativas reflexionan sobre su necesidad de comunicar sus actividades hacia el interior de la entidad, con sus asociados y en forma externa, con otras entidades de la comunidad, a fin de incidir en la percepción pública y que se los reconozca como una alternativa económica posible y a su vez, como referentes para la contratación de prestadores y adquisición de productos en el ámbito local. Esta situación plantea el desconocimiento del sector sobre las entidades que lo componen, que resulta evidente en el momento de buscar proveedores en el ámbito cooperativo o bien, de identificar otras entidades en el sector que se dediquen a la misma actividad económica (Figura 5.2).

Si bien las problemáticas se encuentran diferenciadas según el tamaño de la cooperativa y su objeto social, existen algunas que resultan comunes a la mayoría de ellas. La baja participación de los asociados resulta más notoria en las entidades más grandes, mientras que las crediticias requieren de mayor formación para la integración de los órganos decisorios como el Consejo de Administración. Sin embargo, el desconocimiento del sector cooperativo y la escasa participación de los asociados resultan dificultades comunes. El sector advierte, a pesar de la normativa⁴ vigente en el país, una escasa promoción del cooperativismo en la comunidad desde las entidades gubernamentales, situación que se ve reforzada por la escasa difusión que perciben de sus acciones en el medio donde se desempeñan (Figura 5.2).

5.2.3. Uso del Instrumento

El uso de internet para las organizaciones cooperativas se remonta a ofrecer su imagen corporativa y a la difusión de información financiera (Balas Lara, 2012; Montegut Salla et al. 2013, pp. 248-250; Gallego Álvarez et al, 2009, p. 111), más adelante, a partir de la incorporación de las tecnologías de la web 2.0, se aborda la configuración de espacios para la comunicación a través de plataformas sociales (Arroyo et al, 2013, p. 79). El énfasis se ha puesto así en las perspectivas económica y relacional -en la interacción con los grupos de interés-. Para estas organizaciones democráticas con fines sociales y económicos, no se ha considerado, a la participación de los asociados como característica fundante de la implementación de los principios cooperativos a través de los medios telemáticos.

La ausencia de normas para la publicación de información y recursos en internet en la República Argentina más allá de las normativas regulatorias y para la presentación del Balan-

⁴Ley 26.206. Ley de Educación Nacional. Artículo 90.- “El Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología promoverá, a través del Consejo Federal de Educación, la incorporación de los principios y valores del cooperativismo y del mutualismo en los procesos de enseñanza-aprendizaje y la capacitación docente correspondiente, en concordancia con los principios y valores establecidos en la Ley N° 16.583 y sus reglamentaciones. Asimismo, se promoverá el cooperativismo y el mutualismo escolar”.

ce Social Cooperativo, generan el espacio para diseñar una herramienta que cumpla así a un doble propósito. Para la planificación de espacios que permitan la difusión de información, comunicación, consulta, debate y decisión o construcción, así como la evaluación de los elementos dispuestos en la actualidad en los website corporativos; que promuevan en definitiva, procesos de reflexión sobre las prácticas dispuestas para el cumplimiento de los principios cooperativos instrumentados a través de las tecnologías.

El instrumento de valoración que se ha diseñado (Tabla 5.1), aborda la participación como una dimensión de análisis global de la operatividad de los principios cooperativos, es decir, se concibe como una herramienta para la evaluación de aquellas prácticas de la entidad dirigidas a los asociados, las que permiten informar, comunicar, orientar en la educación y capacitación, dar soporte para la construcción de la agenda, consultar y propiciar la formación de opinión así como operar significativamente en la toma de decisiones de la entidad, con carácter vinculante. Las prácticas que se tienen en consideración responden en particular, a sus principios distintivos, sin embargo, se consideran en su conjunto, debido a su carácter sistémico.

El Instrumento pretende además, presentar un vehículo apto para la reflexión sobre el desarrollo y evolución de las prácticas en el involucramiento de los asociados, así como en la transparencia de los procesos de gestión de la entidad, que como se ha observado previamente, constituye un factor de importancia para la consolidación de la participación (Gallego Álvarez et al, 2009: 111-112). Esta reflexión involucra los consensos necesarios para la presentación o ausencia de diferentes tipos de información, que como se ha observado en la literatura científica, se sitúan específicamente según el contexto de análisis, como ocurre con la información financiera y contable. Se pretende en suma, que contribuya según el carácter amplio que debe poseer este tipo de herramienta en la facilitación de los procesos de formación de opinión y empoderamiento de los asociados. Se presenta así, una herramienta que los órganos decisorios pueden utilizar en la determinación de los recursos y ámbitos que se disponen para implicar a los asociados en el quehacer de la entidad, es decir, que excede los ámbitos de la técnica e involucra necesariamente, los espacios de conducción en el diseño de contenidos que se publican en el website corporativo.

El Instrumento se plantea así, como una primera aproximación en el reconocimiento de prácticas cooperativas mediadas por las tecnologías, como una primera versión que se enriquecerá en ediciones posteriores de nuevas prácticas, de nuevas formas de uso que ampliarán su alcance y posibilitarán la contextualización de la herramienta, a través de las costumbres, modalidades y vocabulario propio de cada espacio de actuación donde se la aplique. Se pretende dotar de flexibilidad al Instrumento para que se adecue a las necesidades y requerimientos de un usuario activo, productor de contenidos, participante de actividades y órganos de deliberación y decisión, cuya intervención resulta visible en los medios digitales y que permita la planificación y evaluación de los grados de participación que se pretendan desarrollar en las entidades cooperativas.

Variable	Ítem
Prácticas informativas	1. Información sobre el entorno legal
	2. Agenda (información para asociados sobre convocatorias, reuniones y asambleas)
	3. Boletines informativos y revistas
	4. Información sobre la forma jurídica y características de la entidad
	5. Información sobre el gobierno de la entidad (Asamblea, Consejo Directivo, Sindicatura)
	6. Información financiera y contable
	7. Información sobre las actividades principales de la empresa cooperativa
	8. Información sobre sostenibilidad (<i>Balance Social Cooperativo</i>)
Prácticas comunicativas	9. Requerimientos y solicitudes específicas (<i>solicitud de credencial, presentación de ofertas laborales</i>)
	10. Reclamos y recomendaciones (<i>buzón de sugerencias, registro de reclamos y quejas</i>)
	11. Formación online (<i>plataformas de aprendizaje</i>)
Prácticas consultivas	12. Temas de consulta individuales (<i>encuestas de opinión</i>)
	13. Temas de consulta colectivos (<i>blog y foros de opinión</i>)
Prácticas deliberativas	14. Temas de deliberación (<i>foros y espacios de debate</i>)
Prácticas constructivas	15. Temas de vinculación (<i>votación en línea, asamblea virtual</i>)

Tabla 5.1: Instrumento de valoración de la Participación Social en las entidades cooperativas en el ámbito digital. Fuente: elaboración propia en base a investigaciones analizadas.

5.3. Composición del instrumento

Se ha definido un conjunto de criterios para la valoración de la participación en la operatividad de las prácticas cooperativas que se disponen a través de los *websites* corporativos. Dichos criterios se han realizado sobre la base de un diálogo entre la teoría sobre medición de calidad de sedes web para entidades del Tercer Sector, la identificación de prácticas que sean contributivas para el desarrollo de prácticas participativas y, la percepción de los actores intervinientes sobre la cultura, la identidad y la creación de conocimiento en el marco de la falta de estudios específicos sobre el aprovechamiento de los recursos de internet que ostenta el sector cooperativo en la actualidad. El diseño del modelo se centra en reconocer aquellos aspectos que resultan contributivos para la calidad de una propuesta participativa de entidades cooperativas en sedes web.

Así expuesto el propósito del Instrumento de valoración de la Participación Social, el diseño propuesto expresa la *operatividad de los principios cooperativos* a través de las prácticas presentes en el website corporativo, que comprende los niveles de la participación desde la presentación de información al asociado hasta los procesos de injerencia en la toma de decisiones

de la entidad, mediados por las tecnologías; esta dimensión incluye las cinco primeras variables designadas como prácticas: informativas, comunicativas, consultivas, deliberativas y constructivas. El Instrumento se analiza a continuación para cada una de las categorías y subcategorías presentadas en su relación con los principios cooperativos y se complementa con una definición conceptual, situaciones de ejemplo de su realización en la práctica, tecnologías empleadas, citas del análisis cualitativo efectuado y vinculación teórica con los conceptos expuestos en los Cap. 2 y 3 de la presente investigación.

5.3.1. Categoría Prácticas Informativas

Las *prácticas informativas*, por su carácter inicial, representan la presencia de la entidad en la red y la disposición de contenidos para difusión o divulgación entre sus públicos de interés. Es la categoría que presenta mayor amplitud en la definición de subcategorías, debido a que resulta un espacio común con los enfoques económico y relacional que se abordan tradicionalmente para analizar los recursos de la web en el sector. Tal como Laso e Iglesias (2002, pp. 37-38) establecen en la evolución de las empresas bajo internet, donde el primer lugar se establece para definir la posición de la organización a fin de brindar información para los grupos de interés y se continúa con un avance a través de la adición de diversas capacidades, hasta llegar a nuevos modelos de negocios instrumentados a través de las tecnologías; del mismo modo se plantea la práctica informativa. Se define así en su nivel inicial, para brindar información a los grupos de interés y en particular a los asociados, en su localización en la red (Figura 5.3).

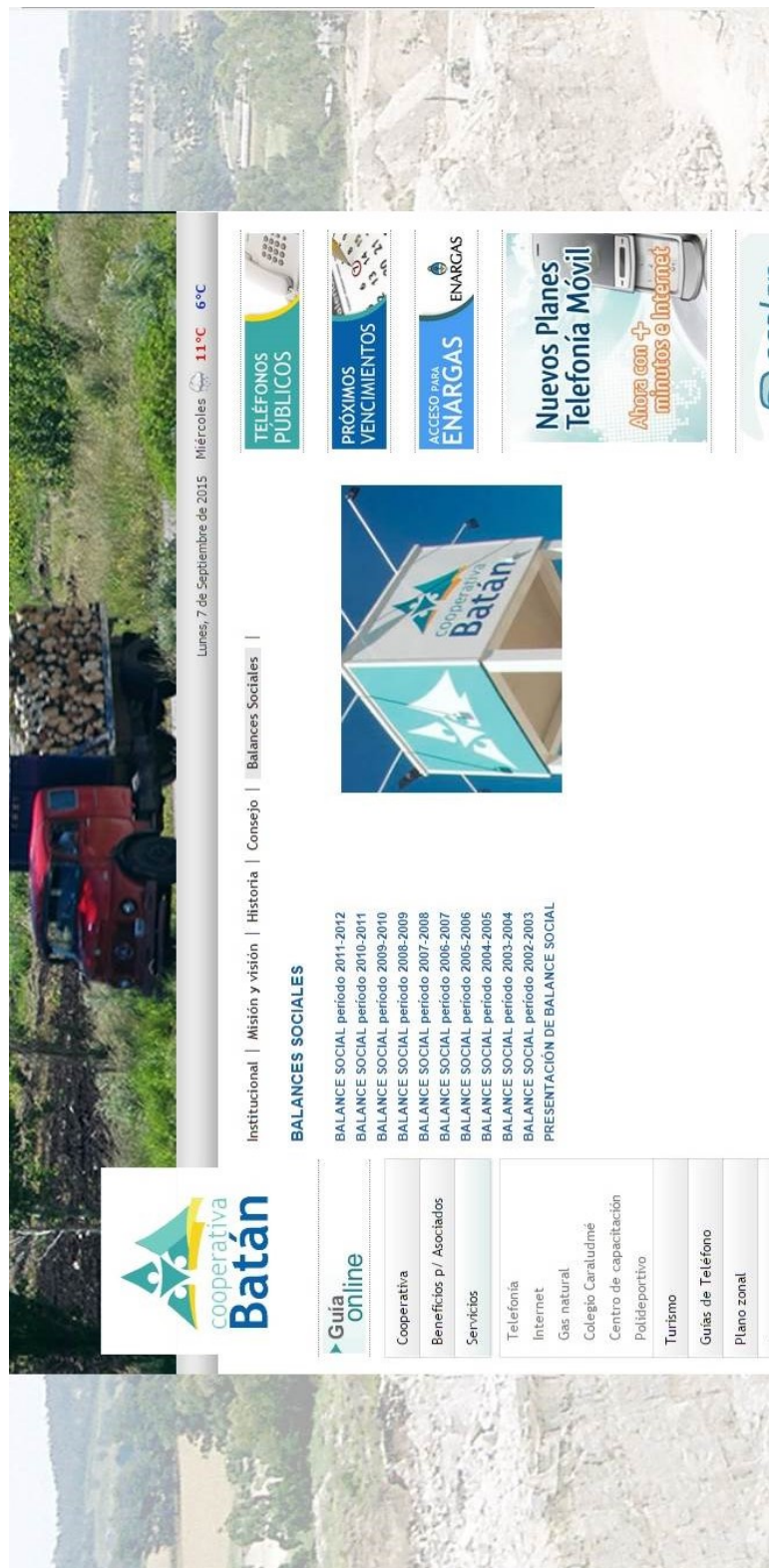


Figura 5.3: Prácticas informativas en el website de la Cooperativa Eléctrica de Batán.

La presencia en el ámbito digital -a través de la radicación de un *website*- se vincula con esta práctica porque no se presenta un arquetipo de construcción de la entidad sin contenidos específicos, por lo cual, presencia web y contenido informativo se unen en una URL⁵ para abordar la segunda cuestión que resulta de interés: los contenidos que se incorporan en dicho espacio. En términos de presencia, la opinión de los entrevistados se expresa a través de:

Entrevista No. 2. “Como cierta cooperativa, la venta de su producto es su propia conexión con el exterior. No solo hacia aquellos que usan los servicios sino también hacia aquellos que podrían usar los servicios. ‘Encontrarlo’, básicamente.”

Las entidades cooperativas han cumplido con el quinto principio desde su constitución, bajo diferentes formatos según los avances y adelantos tecnológicos de la época. La información es así, en forma constitutiva, un derecho del asociado. Para el cumplimiento de este principio se emplean diferentes instrumentos como revistas específicas y boletines, además de la promoción que pueden desarrollar en los medios tradicionales -prensa, radio, televisión-. En los últimos años se adicionan a estos formatos, las posibilidades tecnológicas para la divulgación de información que proponen las TIC, a través de internet, ofreciendo la posibilidad de disponer de canales alternativos para facilitar la difusión de contenidos junto con boletines y revistas digitales -entre otros formatos posibles- a través del correo electrónico, listas de correo, *website* y en los últimos tiempos, plataformas sociales. Dada la característica actual de los *website* en que confluyen los accesos a una diversidad de canales y formatos, las prácticas informativas se analizan en su expresión en este espacio.

Como señala Toboso-Martín (2013, pp. 203-204), el uso no se puede estudiar sin abordar conjuntamente, el no-uso de la tecnología presente también en las prácticas del grupo, pues en ambos casos se definen con respecto a la misma tecnología. En este caso particular, la práctica de referencia que se observa, es la presencia de las entidades en el ámbito digital que va reñida con la exposición de información básica que se considera para reconocerlas. Se observa así tanto quiénes se presentan como aquellos que no se presentan a través de los recursos de internet. Esta situación responde a contextos específicos, donde existen diversas investigaciones al respecto en forma genérica sobre las entidades del Tercer Sector y en particular, sobre las entidades cooperativas, si bien principalmente se encuentran referidas a Cataluña y España, con una marcada ausencia en el territorio argentino, por lo cual el estudio en el entorno práctico donde se adoptan, usan y apropian las tecnologías por estos colectivos, está signado por una ausencia de investigaciones previas en este espacio particular. Sobre ello se refieren algunos de los entrevistados:

Entrevista No. 2. “... uno la computadora la usa ... individualmente todos la usan,

⁵URL: localizador uniforme de recursos, dirección web.

todos tienen su teléfono, todos se meten en Google y consultan cosas, saben dónde ir a buscar, en su gran mayoría digamos. La tienen como una cosa que nos puede servir. Pero no la aprenden de tomarla para sus propias actividades pensando que es algo que ¿Para qué me va a servir?¿

Entrevista No. 8. “... el universo de gente vinculada al cooperativismo no necesariamente proviene de las tecnologías, y hoy accede a través de herramientas que se van masificando no tanto por decisión propia sino por imitación o cuasi imposición del medio. En general no va a encontrar en las pocas cooperativas que tienen presencia formal en la web que todas hagan mención de los valores cooperativos. Es más, pareciera que los transcriben con la intención de tener un espacio con mayor desarrollo que por promoción cierta de los valores cooperativos.”

Entrevista No. 4. “El tema es como le hacés el ‘clic’ a determinados asociados y dirigentes de cooperativas, que están muy sumidos en una lógica más local, con toda la furia regional, son pocos los que tienen la visión de decir bueno, esto me permite acceder ... cualquier tipo de límite de fronteras, sean terrestres o marítimas o lo que fuere. Me parece que en el fondo el problema radica más en una cuestión cultural de romper digamos una lógica si se quiere hasta positivista de decir esto es así, esto es cuadradito y esto es lo que me contiene a pensar que hay un montón de cuestiones que están por fuera y que tenemos que empezar a correr los árboles que tenemos delante como para ir comprendiéndola.”

Entrevista No. 5. “... en el mundo cooperativo vemos que en realidad la problemática viene de los dos lados, o sea, la dificultad que tienen muchos mayores de abrir el juego, ¿verdad? De abrir la participación más allá de lo discursivo, ¿verdad? O sea de asumir el compromiso y el desafío de incorporar a nuevos, que esto se da tanto con los jóvenes como los que no son jóvenes, digo porque muchas veces se terminan generando grupos cerrados que de alguna manera no son permeables a los aportes de nuevos miembros. Y con el tema de la juventud se da particularmente, pero también es cierto que en muchas organizaciones verificamos grandes dificultades por parte de los jóvenes en participar, ¿verdad? O sea, si bien claramente hay una gran efervescencia, nosotros lo visualizamos por jóvenes que quieren participar y que a veces no tienen las puertas del todo abiertas, también es cierto que muchos jóvenes expresan por ahí la voluntad de participar desde lo discursivo pero que después en la práctica no están dispuestos a dedicar tiempo a capacitarse sobre todo en tareas que son ad-honorem”

Entrevista No. 6. “... hay cooperativas que no están muy familiarizadas con la tecnología y no la necesitan, entre comillas, porque el campo de actividad por ahí, no

es a través de las redes sino a través de otra... qué se yo ... el planteo de otras cooperativas que solamente tienen relación en cuanto al trabajo con los municipios o con el Estado, entonces no se ven en la necesidad de usar la tecnología. Eso les genera una barrera, porque no piensan un poco más allá para poder crecer.”

Los diferentes espacios informativos se reconocen como la señalización del nivel de participación de los asociados y dan cuenta además, de su funcionamiento (Enguítanos, 1986, p. 57); estas consideraciones mediadas en la actualidad por las tecnologías, se hacen evidentes en la publicación del Balance Social, Estatuto, Memorias y Balances, historia de la entidad o bien, sobre los procesos de calidad asumidos en el desarrollo de los bienes -productos y servicios-, que se constituyen en sus objetivos como organización. En un variado y amplio espectro, según los documentos analizados sobre el Tercer Sector, se observa la disposición de información en el ámbito digital, que puede ser catalogada según diferentes criterios: (i) grupo de interés al que está dirigida -como la específica para asociados, sobre reuniones y asambleas o bien, de interés general-, (ii) tipo de actividad que realiza la entidad que determina las formas de promoción, exhibición y distribución -certificaciones de calidad, normas de uso, desarrollo de procesos y tipo de productos entre otros- y, (iii) principio cooperativo que orienta las temáticas a exhibir, según si la propuesta de contenidos a exhibir se enrola en uno o más de ellos -disposición de credenciales para las cooperativas de consumo como libre adhesión-.

La divulgación de información se asocia tradicionalmente con un rol pasivo de la persona que interactúa con la interfaz, esta cuestión se asienta en un modelo donde el usuario recibe los contenidos sin tener injerencia en su desarrollo y los consume sin mayor elección que el acceso brindado a cada uno de ellos. Sin embargo, la denominación de pasivo podría ajustarse para los públicos de interés genéricos, más no para los asociados. En las organizaciones cooperativas, la situación referida al consumo pasivo de contenido -por lo menos en el grupo de interés de los asociados-, puede presentar una variante de interés sobre la forma tradicional, puesto que no se definen únicamente como pasivos receptores de los contenidos vertidos (Winocur, 2007). Por el contrario, no conforman solamente un público destinatario de la política de comunicación de la entidad, sino que resultan actores participativos en la selección de tipos de contenidos que serán dispuestos posteriormente en formato electrónico. El carácter reflexivo inherente a este proceso de selección, sitúa a las prácticas informativas en el marco de los procesos de construcción de conocimiento organizacional (Fairbairn, 2005, p. 26). Tal como se expresa:

Entrevista No. 7. Los principios cooperativos te explican en forma práctica y teórica cómo funciona una cooperativa. Participación democrática de sus socios, todo lo que tenga que ver con eso. El tema es que como el que difunde es el consejo de administración, las pautas las fija el consejo de administración de lo que se difunde o se comparte tanto en los medios, tanto en la web, en las páginas o en las redes sociales

como en la gráfica y en las charlas. Entonces, depende de las características del consejo de administración a lo que se difunda. Y en base a esto, hay muchas cooperativas que están en lo gráfico, que pareciera que las revistas y los folletos y todo eso es la mejor forma. Porque es tradicional, porque se han quedado en el 40 o en el 50 o hace 20 años. Y es un montón de plata, estás en contra de la naturaleza, hay una cantidad de explicaciones que te dirían ‘no gastes tanto en eso, fíjate si con un mailing’ lo puedes recompensar.

Entrevista No. 2. “... para que el asociado vea qué hacemos aparte de ‘hacer ladrillos’ digamos, o de ‘vender luz’, qué otra cosa hacemos ¿no? Si tenemos biblioteca, qué actividades hacemos en la biblioteca, las cuestiones culturales, las cuestiones educativas. Tendrían que estar puestas ahí, como distintas caras, como una ‘hidra’ buena, de muchas cabezas donde se van viendo distintas actividades. Todo lo que va haciendo, todo el despliegue que tiene que tener de todas. Entonces creo que incentivaría a otros a hacer lo mismo y empezar a visualizarse desde ese punto de vista.”

A diferencia de otros países, como España, la República Argentina no posee estándares para la publicación de información en internet. Las disposiciones legales del país y reglamentarias del INAES no señalan -aún-, al Balance Social Cooperativo como un requisito exigible para estas entidades. Las entidades de segundo y tercer grado -federaciones y confederaciones- que nuclean a las organizaciones cooperativas de base⁶, no disponen en general, de este tipo de información para sus asociados, es decir, para las mismas cooperativas de primer grado que los integran. Puesto que el Balance Anual de las entidades es público y puede ser solicitado en forma presencial por toda persona que se presente ante el INAES con su documento de identidad, esta situación expone aún más la reticencia del sector en la visibilización de información de carácter financiera y económica, situación que se observa en la escasa documentación de este tipo disponible por las entidades y la opinión de los especialistas consultados. Es decir, que el “discurso” del grupo social de pertenencia directa de estas entidades, no visualiza ese tipo de información como de interés o relevancia para ser difundida en sus *website*, ya sea de acceso libre o bien, que se encuentre disponible bajo registro. Se puede apreciar en la siguiente cita:

Entrevista No. 2. “Por eso el balance social. En vez de la letra muerta, el primer principio sobre... Sí, sí, pero además, acá está. Como el balance social. Vinculado con este principio, esta acción. Vinculado con este principio, esta acción. Vinculado con este valor, vinculado con esto. Estas son las acciones que se deben desarrollar.

⁶Denominación habitual por los referentes del sector para referirse a las organizaciones cooperativas de primer grado.

Empieza a tener vida. Y un ejemplo vale más que cien mil capacitaciones. Una vivencia demuestra más claramente qué es lo que queremos decir, ¿qué es lo que queremos decir?, ¿Cómo se vive?, bueno, de esta manera. Más allá de que el otro tiene que estar.”

La exposición de información sobre sostenibilidad y responsabilidad medioambiental tiene gran interés en la actualidad. Las entidades cooperativas reúnen este tipo de información preferentemente en el Balance Social Cooperativo y se difunde por ejemplo, en el cumplimiento del séptimo principio “Compromiso con la comunidad”. El Balance Social constituye para estas entidades un espejo de las acciones llevadas a cabo en la entidad para el conocimiento de la propia entidad y de la comunidad, como se puede apreciar en la siguiente cita:

Entrevista No. 10. “... que se den a conocer más, porque hacen mucho. A mí, me llenó de orgullo como participante de cooperativismo cuando sucedió esa tormenta no sé si fue en el 2011, 2012, que tiró cables, que dejó barrios sin luz en Bs. As. Salió muy poquito en las noticias, sobre todo en los noticieros que son de 24 hs. de que fueron cooperativas, pero el 60 % o el 70 % de las personas, de los ingenieros que arreglaron el tema de la luz, fueron técnicos cooperativistas y es más, viajaron desde toda la provincia de Bs. As., cooperativas cedieron sus técnicos a que viajaran y arreglaran postes, luz. Me llamó la atención que fue una que es de Río Negro. Una cooperativa mandó más de 10 técnicos de Río Negro⁷, se tomaron el micro y se fueron a Bs. As. para restaurar la luz, los servicios.”

Además, como se ha observado, la información sobre las entidades resulta un requisito para el cumplimiento del sexto principio “Compromiso entre cooperativas”, denominado habitualmente como Integración, resabio de la antigua declaración de principios y valores de Viena de 1966, antes de la Declaración de Manchester de 1995 (Martínez Charterina, 1995). Este principio, el más joven en el actual ideario del movimiento, se encuentra así, sostenido para su efectivización por el conocimiento de “quiénes” integran el sector y en pleno siglo XXI, ese primer acceso a las entidades tiene a internet en un rol protagónico.

La información constituye además, un elemento definitorio para el quinto principio en su expresión “Educación, formación e información”, en el cual se referencia al público en primer término, pero con especial énfasis en los jóvenes y los líderes de opinión. Se pueden advertir dos cuestiones importantes, una, que la información tiene destinatarios específicos, por lo cual cobra especial importancia la declaración de la forma de organización cooperativa y gobierno, que vaya más allá de la nómina del Consejo de Administración y asociados, donde las acciones

⁷La distancia entre la ciudad de Buenos Aires y la capital de la provincia de Río Negro es de más de 900 km.

que se plantean para visibilizar cada principio cobran más relevancia que la simple declaración de los mismos. Por otra parte, el derecho a la información de los asociados, se relaciona con la transparencia informativa en el marco del buen gobierno corporativo, que contempla la relevancia de la información que se comunica a los grupos de interés, su exactitud, fiabilidad y utilidad (Vañó Vañó, 2004, pp. 119-121). En este sentido, se puede citar:

Entrevista No. 6. “No se piensa la política de comunicación como algo permanente, se diluye en el tiempo. Porque por ahí, a veces algunos cargos son muy personales, y eso hace que se concentre en esa persona la comunicación y una vez que esa persona se va, la comunicación se termina. Depende el énfasis que le ponga cada gestión, va a ser mejor o peor, tanto para afuera como para adentro. Es una cuestión que creo necesita de un trabajo, no es solamente decir: armáme una página y comunicamos, sino ver qué contenidos le damos para que la información que nosotros queremos que llegue, es la que realmente llega al público. Pero la comunicación es también un ida y vuelta, si uno no reclama, tampoco a veces, da lugar, que esa comunicación no se haga, si vos no reclamás entonces no comunican, y se genera un círculo vicioso que beneficia a algunos.”

La información se define como una condición necesaria pero no suficiente para la participación (González Salcedo, 2013, pp. 2-3). Constituye así, un requisito básico para lograr una participación informada del asociado (Fundació Jaume Bofill, 2004, pp. 29). De esta forma, el acceso a la información, reconociendo las ventajas que conlleva su uso para profundizar en la comprensión de los temas que afectan el funcionamiento de la entidad, contribuye al desarrollo de un ‘usuario informado’ que posteriormente puede desarrollar las actividades que se planteen desde otros niveles decisorios. Trechsel (2003, p. 10) define el aumento en la transparencia de los procesos políticos y la participación de los ciudadanos como propósitos para la promoción de la democracia a través de los medios electrónicos, y de este modo, empoderar al ciudadano. En este contexto particular, el aumento de transparencia se canaliza principalmente a través del Balance Social, como se puede apreciar a continuación:

Entrevista No. 7. Mira, hay un tema que se llama el balance social, que tiene que ver con que se empezando a infundir, a instalar. Y esto lo promueve la Alianza Cooperativa Internacional y tiene que ver con el balance no cuantificable. Es decir, vos tenés un balance numérico, el balance del estado económico-financiero de una empresa, una cooperativa. Pero aparte hay un valor y a lo mejor no se puede medir en lo económico y que tiene que ver con el desarrollo de la cooperativa como entidad, como entidad vinculada. (...) Entonces no es tan fácil, porque vos decís ‘bueno, nosotros hacemos charlas, presentaciones de libros, exposiciones’. Y eso, ¿cómo lo cuantificás? ¿cómo lo mostrás a la comunidad?, ¿cómo mostrás que no da servicio

solamente a su cooperativa, sino que está abierto, vinculado, que le interesa el arte, que le interesa el debate, que le interesa la política? ¿Cómo haces para mostrar eso? Bueno, así como la Alianza Cooperativa lo que plantea es ‘hagamos un balance social para mostrar que no solo nos dedicamos a la empresa, sino que también tenemos toda una carga institucional’, que a lo mejor es más importante que lo empresario.”

Entrevista No. 9. “... nosotros creemos que con educación y comunicación son los dos ejes para que la gente pueda entender qué es lo que tenemos que hacer (...) la cultura y la comunicación tenían que ser dos soportes para que la gente pueda entender nuestro mensaje (...) nosotros creemos que si la gente está mejor informada va a tomar mejores decisiones”

5.3.1.1. Descripción de la categoría Prácticas Informativas

Las prácticas informativas son actividades de carácter inicial para la participación, que dispone la entidad sobre su propio quehacer, donde el usuario accede a la información que le resulta de interés y puede llegar a realizar consultas a través de la interfaces que se presenten, a fin de obtener mayor información o bien, realizar una solicitud (Tabla 5.2).

Objetivo	Aplicación práctica	Tecnologías empleadas
Divulgar información de la entidad y sus actividades, con la posibilidad de interacción a fines de acceder a las publicaciones de la misma o solicitar ampliación de información.	Publicación del discurso del presidente de la entidad, de productos y servicios, del balance social, de información de contacto, etc.	Correo electrónico, listas de correo, <i>newsletter</i> , sede web, plataformas sociales para la difusión de información, canales de chat, tablón de anuncios y noticias entre otras publicaciones.

Tabla 5.2: Principales características de las Prácticas Informativas en las entidades cooperativas.

5.3.1.2. Valores de la categoría Prácticas informativas

Las prácticas que se incorporan bajo la categoría Prácticas Informativas, se integran en nueve valores, los cuales se explican a continuación.

- *Información sobre el entorno legal*: información sobre el marco regulatorio vigente, Ley de Cooperativas No. 20.337, normativa establecida por el INAES como autoridad de aplicación de este tipo de entidades -como el acta de constitución por ejemplo-; incluye además, normas comerciales y tributaras que rigen las operaciones objeto de la cooperativa así como normativa específica sobre defensa de los consumidores

- *Agenda*: informa sobre la forma y periodicidad de las reuniones de los órganos de gestión, días, horarios y lugares donde se efectúan; se publicitan aquellas que son de exigencia legal más allá que la normativa requiera otras formalidades como edictos en periódicos o boletines oficiales; en los cuales se indica las modalidades de inscripción, costos, plazos, duración y horarios entre otros datos posibles del tipo de reuniones, jornadas y eventos.
- *Boletines informativos y revistas*: se trata de medios de información, con cierta periodicidad de distribución en soporte digital; se incluyen tanto las ediciones digitales que se diseñan exclusivamente para ese medio, así como aquellas se editan en soporte papel y son transferidos posteriormente al medio digital.
- *Información sobre la forma jurídica de la cooperativa y sus características*: reseña sobre la motivación para la constitución de este tipo de entidad, su objeto social principal y su historia o antecedentes.
- *Información sobre el gobierno de la entidad*: detalle respecto de su forma democrática de gobierno, a los órganos estatutarios y su función dentro del esquema cooperativo, procedimientos de toma de decisiones, deberes y derechos de los asociados, su participación y requisitos para acceso, permanencia y baja como asociado; sus características particulares de funcionamiento en la elección de autoridades de la asamblea, del consejo de administración y del órgano de fiscalización; se incluye además la integración de los distintos órganos político-ejecutivos, así como aquellos de índole social por ejemplo Comisión de Fiestas y Agasajos, Comisión de Educación Cooperativa, etc.
- *Información financiera y contable*: se refiere a la Memoria y Balance General de la cooperativa, incluyendo todos los estados obligatorios establecidos por la Resolución Técnica N° 24 adoptadas por la Resolución INAES 1151/02 (FAPCE, 2008), notas complementarias y cuadros anexos, con especial referencia a los resultados generados por actividades del objeto cooperativo realizadas con asociados, actividades del objeto cooperativo efectuadas con otros grupos de interés y, actividades ajenas al objeto cooperativo.
- *Información sobre las actividades principales de la empresa cooperativa*: referido a las actividades que desarrolla la asociación cooperativa, tanto sean las vinculadas con su objeto principal, como aquellas anexas o accesorias que se han implementado en beneficio de los asociados, pero también de la comunidad, y que son accesibles por no asociados; se refiere principalmente a la promoción de sus productos y servicios y las actividades relacionadas con su desarrollo.
- *Información sobre sostenibilidad (Balance Social Cooperativo)*: comunicación dirigida a los grupos de interés y la sociedad en general, a fin de mejorar la credibilidad y la imagen frente a los asociados, clientes y miembros de la comunidad. Hoy en día tiene gran valor, la capacidad de una organización de exponer los aspectos económicos, medioambientales y sociales de su actividad de forma fidedigna y consistente con sus principios y valores.

5.3.2. Categoría Prácticas Comunicativas

Las *prácticas comunicativas* se asientan sobre las prácticas informativas, pues requieren en primera instancia, del acceso del asociado a la información que se encuentra disponible a través de los recursos de internet, a fin de establecer las solicitudes, reclamos, sugerencias y diversas manifestaciones en la relación que lleva adelante la entidad, sobre las interfaces que se disponen para tal fin y acceder además, a las posibilidades de formación que se ofrezcan por esta vía. Estas prácticas se caracterizan por estar predefinidas: el usuario en este caso, se adapta a los formatos o enlaces para acceso o contacto que se configuran para establecer las interacciones. Las prácticas se definen desde las intervenciones que realizan los asociados para elevar sus peticiones a la entidad, presentar quejas y sugerencias, así como participar en actividades formativas (Figuras 5.4 y 5.5).

La disposición de mecanismos para facilitar la comunicación entre la entidad y sus asociados no implica que sean utilizados; la existencia por sí sola de las interfaces no garantiza que se presente una respuesta al usuario que participa en los mismos a través del registro de su queja, reclamo, consulta o sugerencia. Es menester de la entidad responder adecuadamente a los planteos que se le realicen así como el de favorecer las instancias de diálogo con los usuarios, por lo cual se presta especial atención a la devolución que realiza la entidad sobre las demandas planteadas y en brindar respuesta a las consultas que le llegan. La retroalimentación entre la entidad y sus asociados requiere de una sostenibilidad del vínculo que se establece en atención a las necesidades de los usuarios y al desarrollo de respuestas eficientes en la solución de las problemáticas presentadas, que es menester de la cooperativa proporcionarlo. Se puede observar en las siguientes afirmaciones:

Entrevista No. 3. “La vinculación debería ser sostenida, amplia y con un ida y vuelta rápida y eficiente, es decir, si las cooperativas se plantean el uso de las TIC como herramienta de comunicación, esta debe ser eficiente a la hora de la respuesta a las demandas, ya que tener un sitio u otras herramientas y no ser eficientes, no solo dificulta la comunicación buscada, sino, que perjudica la que puede existir de antemano (...) (propiciar el control democrático) a través de cursos virtuales, herramientas con material específico e información actualizada de las actividades de la cooperativa”.

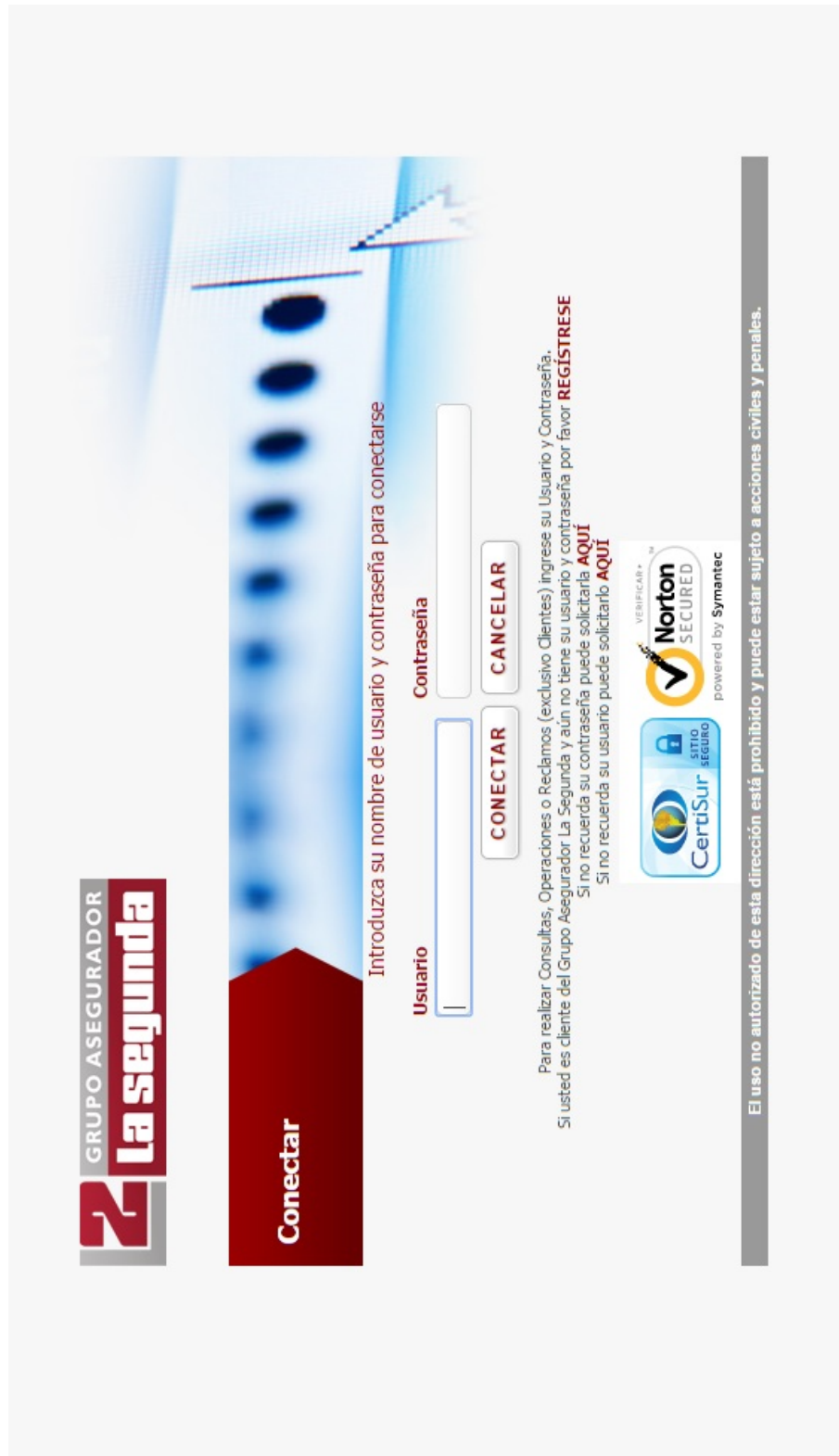


Figura 5.4: Prácticas comunicativas en La Segunda Cooperativa Limitada de Seguros Generales

The image shows a website interface for 'Escuela de Valores para La Segunda Oportunidad'. At the top, there is a navigation menu with the following items: CLASES, DEPORTE, MAESTROS, RECREO, ACTOS, DEBERES, BIBLIOTECA, and DISTINCIONES. The main content area is divided into two columns. The left column features a group photo of six people (three men and three women) smiling. Below the photo is the heading '¿CÓMO FORMAR PARTE DE LA ESCUELA?' followed by the sub-heading 'Convocatoria.' and a paragraph of text. The right column has the heading 'FORMÁ PARTE DE LA ESCUELA' followed by a paragraph of text and a 'COMPARTIR' button with social media icons for Twitter and Facebook. The website logo 'Escuela de Valores para La Segunda Oportunidad' is on the left, and the 'La segunda' logo is on the right.

Escuela de Valores
para La Segunda Oportunidad

CLASES DEPORTE MAESTROS RECREO ACTOS DEBERES BIBLIOTECA DISTINCIONES

¿CÓMO FORMAR PARTE DE LA ESCUELA?

Convocatoria.

Esta es una convocatoria dirigida a todas las escuelas primarias, colegios secundarios y universidades de todo el país. Esta propuesta apunta a todos esos alumnos y estudiantes que estén realizando o piensen realizar acciones que permitan dar, a quienes lo necesitan, una segunda oportunidad para recuperarse y salir adelante.

Inscripción.

Manu Gimobili te invita a que te sumes al Equipo Nacional "Damos La Segunda Oportunidad" Vamos a difundir tus propuestas en televisión y vas a tener la posibilidad de enseñar con tu ejemplo ayudando a construir una Argentina mejor, La Segunda Argentina. Cada grupo que

FORMÁ PARTE DE LA ESCUELA

Completá la inscripción con tus datos y el de tu grupo, contamos la idea que tienen en mente y formá parte del equipo nacional «Damos La Segunda Oportunidad» junto a Manu Gimobili.

Esta es una convocatoria dirigida a todas las escuelas primarias, colegios secundarios y universidades de todo el país. Esta propuesta apunta a todos esos alumnos y estudiantes que estén realizando o piensen realizar acciones que permitan dar, a quienes lo necesitan, una segunda oportunidad para recuperarse y salir adelante.

INSCRIBITE AQUÍ

COMPARTIR

Figura 5.5: Prácticas comunicativas en el website de la Cooperativa La Segunda Ltda.

Afirma Reig Hernández (2012) que en la costumbre de conversar, devenida en particular de la capa de interacción que proveen las plataformas sociales en el establecimiento de vínculos entre usuarios e instituciones, se comienza a requerir la significación de dichas conversaciones, es decir, que es necesario comprobar que la entidad realmente ofrece respuestas a los requerimientos que dispone para interactuar con sus asociados. Es decir, que si efectivamente se presenta un mail de contacto y se lo utiliza, o un formulario de contacto, entonces se reciba una respuesta que brinde una solución a la problemática planteada. Situación similar en la devolución sobre un buzón de sugerencias, o de un espacio para las quejas o reclamos. Es necesario observar la solución del problema planteado y que existe una recepción y análisis de las propuestas que se plantean, para que la participación no resulte estéril, sino que tenga sentido, que sea significativa y que invite al usuario a reiterar su visita y replicar esa actitud en su grupo social de referencia.

Se considera al quinto principio “Educación, formación e información” como la regla de oro del movimiento cooperativo, principio original en la Declaración de Rochdale, el cual fue ampliándose en los próximos congresos de la ACI, incluyendo en la Declaración de Manchester de 1995, la extensión hacia la formación y la información. La empresa cooperativa, como instrumento económico-social creado bajo principios éticos para satisfacer necesidades basadas en el bien común, se centra desde sus inicios en la importancia de la formación de sus integrantes (Enguádanos, 1986, pp.65-66). Bajo este mandato constitutivo, se registra la importancia para los diferentes grupos de interés, y en particular los asociados, como se expresa a continuación:

Entrevista No. 6. “Pasa en las grandes cooperativas, que vos necesitás el servicio o consumís y no te das cuenta que tenés derechos, también obligaciones. Al faltar información, hace que la persona por ahí, no se sienta parte, y al no sentirse parte, actúa de una forma que por ahí no es la adecuada. Todo eso, obviamente, es por falta de información, tanto del sector hacia la comunidad, y falta de información de quien se sume a cualquier cooperativa. A veces, muchas veces es más fácil decir, yo no sabía, o lo utiliza también eso como excusa, porque a veces no se cumple con la obligación, no solamente es que te hacés de los derechos, sino que vos tampoco cumplís. Hay una ida y vuelta, tenés derechos pero también tenés obligaciones.”

Es en estas prácticas, donde se revela qué tipo de participación de los usuarios interesa a la entidad. Si se considera a los mercados como conversaciones, interacciones entre personas tal como se menciona en el *Manifiesto Cluetrain*⁸, entonces los canales dispuestos atenderán al interés por desarrollar instancias de diálogo -cuestión que se profundizará en las dos próximas prácticas, las consultivas y deliberativas-, establecidas en plataformas sociales y *website*, destacando principalmente el retorno de esta actividad, para que resulten significativas a los usuarios, en la

⁸Levine, Locke, Searles y Winberger, 1999.

construcción de una verdadera participación sostenida por el efecto de dichas manifestaciones en las respuestas y acciones de la entidad.

Sobre las temáticas a abordar en la formación del sector cooperativo, se ha hecho énfasis en la doctrina cooperativa como temática fundamental para la comprensión de los derechos y obligaciones que supone la condición de asociado. Sin embargo, se encuentra ausente el abordaje del sector de actividad económica, los mecanismos que rigen dicha actividad en el mercado, donde se sitúa la empresa social a fin de interpretar la necesidad de constitución de la entidad en las tendencias y oportunidades que se pretende explotar o resistir, en las que se sitúa la identidad cooperativa a través de su misión resulta fundamental para lograr el compromiso de los asociados (Enguítanos, 1986, p. 68; Fairbairn, 2005, p. 26). La normativa vigente, exige para estas entidades, la obligatoriedad de destinar un porcentaje de los beneficios obtenidos de la actividad económica a la formación en materia cooperativa (Ley 20.337, 1973), sin embargo, algunas prácticas no aparecen consolidadas a través de una política de formación e información que se continúe en el tiempo. Se expresa a continuación:

Entrevista No. 6. “Debería ser un proceso interno, consolidado para que después hacia afuera puedan perdurar en el tiempo. Pasa muchas veces que por ahí las páginas vos las ves y están desactualizadas, porque las hizo un Consejo de Administración y pasan los años y después no se actualiza porque no hay compromiso de comunicar. Por ahí tendría que ser una política de comunicación que se instale dentro de la cooperativa.”

Perdura aún una visión tecnocrática en el uso de las tecnologías, en la visión con que se adoptan, como una herramienta que favorecerá la integración y la participación de los grupos de interés, sin mediar necesariamente otros procesos que favorezcan el cumplimiento de los fines económicos y sociales previstos en su constitución. Su incorporación se sitúa así, sin el reconocimiento que implica la relación entre la formación de los asociados y el buen desempeño de la entidad (Enguítanos, 1986, p. 66).

Entrevista No. 2. “Muchas veces es por el mero desconocimiento de lo que hace el que está al lado cuando no se produce la integración. No registramos, no saben que existís, nunca yo voy a saber que necesito vendas y vos haces una cooperativa que hace vendas. Entonces, tener esa plataforma y hacerse visible en esa plataforma ayudaría a este proceso de la integración, que es una de las metas de sector para los próximos 10 años. Ayudaría muchísimo a lo que es la integración, más allá de pasar solamente de la declamación a la acción a través de ese tipo de lugares. Uno puede decir “bueno, te voy a buscar”, “te puedo encontrar”. Que uno pueda encontrar toda la oferta que tiene del sector con solo tocar dos teclas. Eso es para mí lo que debería ser la participación o el incremento de la participación de las entidades en lo que son los marcos de las nuevas tecnologías”.

Sin embargo, también se considera a las tecnologías como espacios de intercambio, con usos que tienen una aplicación en la esfera de intervención de los miembros de las entidades y donde pueden actuar colectivamente en la definición de directrices. Actúan así, como vehículos para el empoderamiento de algunos actores a fin de fortalecer el sector en general, conjugando la posición tecnocrática donde resultan o bien la panacea o bien, una mera herramienta para presentarse como mecanismos que pueden facilitar la integración entre entidades, en nuevos usos para su apropiación, en cumplimiento del sexto principio “Cooperación entre cooperativas”. A continuación se pueden observar referencias sobre esta cuestión:

Entrevista No. 10. “... (el reconocimiento del sector cooperativo en la comunidad) hasta ahora no alcanza. Porque creo que el error que tenemos todavía es seguir comunicándonos entre nosotros. No sé cuál será el salto fundamental para salir con la comunicación para afuera y ser visible ante toda la ciudadanía, no ser visible solo al mundo cooperativo, sino al mundo cultural. (...) Yo creo que con el tiempo y con el modelo que hoy está teniendo el cooperativismo y el mutualismo, y esforzándose para montar estos medios, creo que en algún momento va a cambiar, en algún momento vamos a ser más visibles.”

Entrevista No. 1. “Creo que todavía hay un desconocimiento, sí, de las cooperativas y que es lo que hace cada una. (...) No se compra mucho para afuera servicios, los que tenemos son a través de San Cristóbal, que es una mutual; y las compras que se hacen, se tratan de hacer alguna compra a la cooperativa, pero no tenés todo, la verdad no tenemos el uso de ‘compre cooperativo’ todavía. No está instalado y no hay precio competitivo tampoco. Nosotros hemos querido comprar las chombas que utilizamos nosotros, la ropa de trabajo y hemos consultado en algunas cooperativas y los precios son igual o más caros que las empresas en desarrollo sociedad anónima. Entonces, tampoco hay una gran competencia de precios o por lo menos no ha llegado al resto. (...) si no tenemos integración y visibilidad, vamos perdiendo la batalla”.

La educación cooperativa como se ha señalado anteriormente, se orienta en la formación sobre el movimiento cooperativo, en las técnicas para ejercer la condición de miembro, en derechos y obligaciones, y el conocimiento sobre gestión empresarial (Jakobsen, 1994, pp. 48-51; Cracogna (2007, pp. 37-38), es decir que estos procesos se centran en aspectos económicos y democráticos. Fairbairn (2005, p. 22) no solo sostiene la importancia en la construcción de una identidad cooperativa, en su trayectoria, razón de ser y perspectiva futura y el conocimiento para la administración de la entidad; sino que advierte sobre la importancia de situar su quehacer en relación con el sector económico en el que se posiciona la empresa social, entendiendo la competencia en su desarrollo y proyección así como la posición de la cooperativa en ese espacio-visión que debe ser compartida por todos los integrantes-. Así, la formación que se percibe como

requerida en el sector es acerca de la identidad cooperativa, en el conocimiento de facultades y responsabilidades que suponen la pertenencia a la entidad, sin embargo, existe otro aspecto que se omite generalmente bajo los aspectos financieros y de gestión que afectan a los dirigentes y al personal y que debería estar incluido en la oferta del sector hacia sus grupos de interés, específicamente para los asociados.

Este aspecto se centra en lo que Fairbairn (2005, pp. 16-17) plantea que deberían examinar sobre la educación de los asociados, tal como los pioneros de Rochdale llevaban a cabo la formación en administración, la orientación económica de la época y cómo los afectaba en su organización en particular, a fin de comprender mejor la importancia de la cooperativa. En la actualidad los interrogantes deberían situarse en la comprensión de los asociados sobre el objeto social de la cooperativa y en el entorno económico, legal, social y ambiental en que se sitúa, es decir, si se trata de una cooperativa de servicios públicos, debería versar por ejemplo, sobre las características de los procesos de adquisición y distribución de energía eléctrica, gas, teléfonos, comunicaciones, construcción, etc. en la localidad o región donde se asienta, a fin de intervenir en forma fundada en los procesos decisorios que se desarrollen en las instancias previstas para el ejercicio del control democrático.

Se concibe la necesidad de una visión compartida por todos los integrantes de la cooperativa, que asegure su cohesión en relación con la evolución de la entidad en el tiempo, ya sea por su propio progreso en el desarrollo de sus actividades como en los cambios que se producen en el entorno. Esta visión compartida obra en pos de la aceptación de los lineamientos propuestos y permite adoptar políticas de más largo plazo por la entidad, a fin de que la lealtad y convicción de los miembros no desaparezca rápidamente (Fairbairn, 2005, pp. 23). Es menester que la operatividad de los principios en el seno de la cooperativa, es decir, la forma en que dan respuesta a las necesidades económicas y sociales que les dieron origen, sea compartida por sus asociados, que se encuentren de acuerdo con las formas de hacer del entorno en que están situados. En esas formas de hacer, la introducción de tecnologías para propiciar espacios de diálogo donde los interesados puedan plantear sus requerimientos e inquietudes constituye uno de los primeros pasos en dejar de dar por sobreentendidas las acciones de la entidad y permitir la expresión y manifestación de intereses para el espectro amplio de asociados, en el primer indicio de interés por la opinión de aquellos que no intervienen en los procesos diarios de gestión de la entidad y ejercen, sin embargo el control democrático de la misma.

5.3.2.1. Descripción de la categoría Prácticas Comunicativas

Las prácticas comunicativas proveen los mecanismos para que el asociado realice actividades formativas y tome contacto con la gestión de la entidad, permitiendo una interacción a través del correo electrónico, los formularios de contacto, los espacios habilitados para reclamos

y quejas y, buzones de sugerencias y opciones para acceder a información de interés. Se proporciona a través de las respuestas que ofrezca la entidad, un espacio de intercambio que facilite el seguimiento de las solicitudes e indicaciones presentadas (Tabla 5.3).

Objetivo	Aplicación práctica	Tecnologías empleadas
Propiciar la interacción con el asociado, a través de sugerencias y alternativas para el desarrollo del quehacer de la entidad, se caracteriza por disponer de un espacio específico para invitar a los usuarios a dejar sus opiniones y preferencias, así como por la respuesta a las presentaciones realizadas y opciones para acceder o ampliar solicitudes de información.	Espacios para el registro de reclamos y sugerencias sobre los temas que designe la entidad. Espacios de formación on line.	Buzón de sugerencias, buzón de quejas, formularios de contacto, plataformas de aprendizaje, videos explicativos, documentos digitales.

Tabla 5.3: Principales características de las Prácticas Comunicativas en las entidades cooperativas.

5.3.2.2. Valores de la categoría Prácticas comunicativas

Estas prácticas proveen los mecanismos para que el asociado pueda incidir en la toma de decisiones de la entidad, comenzando con los buzones de sugerencias hasta espacios para la formación online, proporcionando un diálogo que facilite el seguimiento de las propuestas e indicaciones presentadas. Las prácticas que se incorporan bajo la categoría Prácticas Comunicativas se definen en tres valores, los cuales se explican a continuación.

- *Requerimientos y solicitudes específicas (solicitud de credencial, presentación de ofertas laborales)*: implica la disposición de un espacio en el cual el asociado pueda responder a peticiones de la entidad como una búsqueda laboral por ejemplo o, responder a una convocatoria de adhesión; así se puede intervenir indicando su inscripción en una demanda laboral como también es factible ofrecer la membresía -si no existe incompatibilidad estatutaria-, para que se asocien a la cooperativa, en particular esto es una opción habitual en la cooperativas de consumo.
- *Reclamos y recomendaciones (buzón de sugerencias, registro de reclamos y quejas)*: este espacio se desarrolla a fin de facilitar la manifestación de aquellas particularidades en el ofrecimiento de los servicios de la entidad que merecen consideraciones sobre su formulación o ejecución, a fin de obtener la necesaria opinión de los grupos de interés, en particular de los asociados, que posibiliten el desarrollo de las mejoras e innovaciones que atenderán

tanto a la configuración de productos y prestaciones de calidad como a la difusión de la doctrina cooperativa y compromiso con la comunidad y el entorno; requiere en particular sobre otras opciones, el seguimiento y la respuesta concreta de la entidad para confirmar el espacio como vínculo de interacción y, en la confirmación del interés de la entidad por la petición recibida.

- *Formación online (plataformas de aprendizaje)*: espacio destinado a la formación sobre el ideario cooperativo y a la capacitación sobre temas específicos de la gestión administrativa o bien, del objeto social, que pueden ser desarrollados por la entidad a través de diferentes instrumentos y dirigidos a sus públicos de interés, en particular, los asociados.

5.3.3. Categoría Prácticas Consultivas

Las *prácticas consultivas* son aquellas diseñadas por la entidad para recabar información de la comunidad, y en particular, de sus asociados, sobre los temas que resultan de interés sobre la calidad de su accionar en el cumplimiento de sus principios constitutivos. Estas prácticas tienen dos características distintivas que las diferencian de la anterior categoría. Por una parte, se asientan sobre las prácticas previas -informativas y comunicativas- a fin de poder brindar el acceso a la información específica así como a ámbitos donde se proponen estrategias formativas sobre las temáticas que posteriormente pueden ser motivo de consulta, ambos espacios necesarios para entender la dinámica del movimiento cooperativo en el contexto, en el sector de la actividad económica y en la entidad de referencia. Por otra parte, el carácter que predomina en su desarrollo, si bien la agenda de temas sobre la que versará se encuentra predefinida, es el colectivo, donde las opiniones se presentan ya sea en forma individual, como la entrada en un blog, o el comentario sobre una noticia o bien, en forma agregada a partir de sondeos de opinión o encuestas entre otros instrumentos posibles (Figura 5.6).

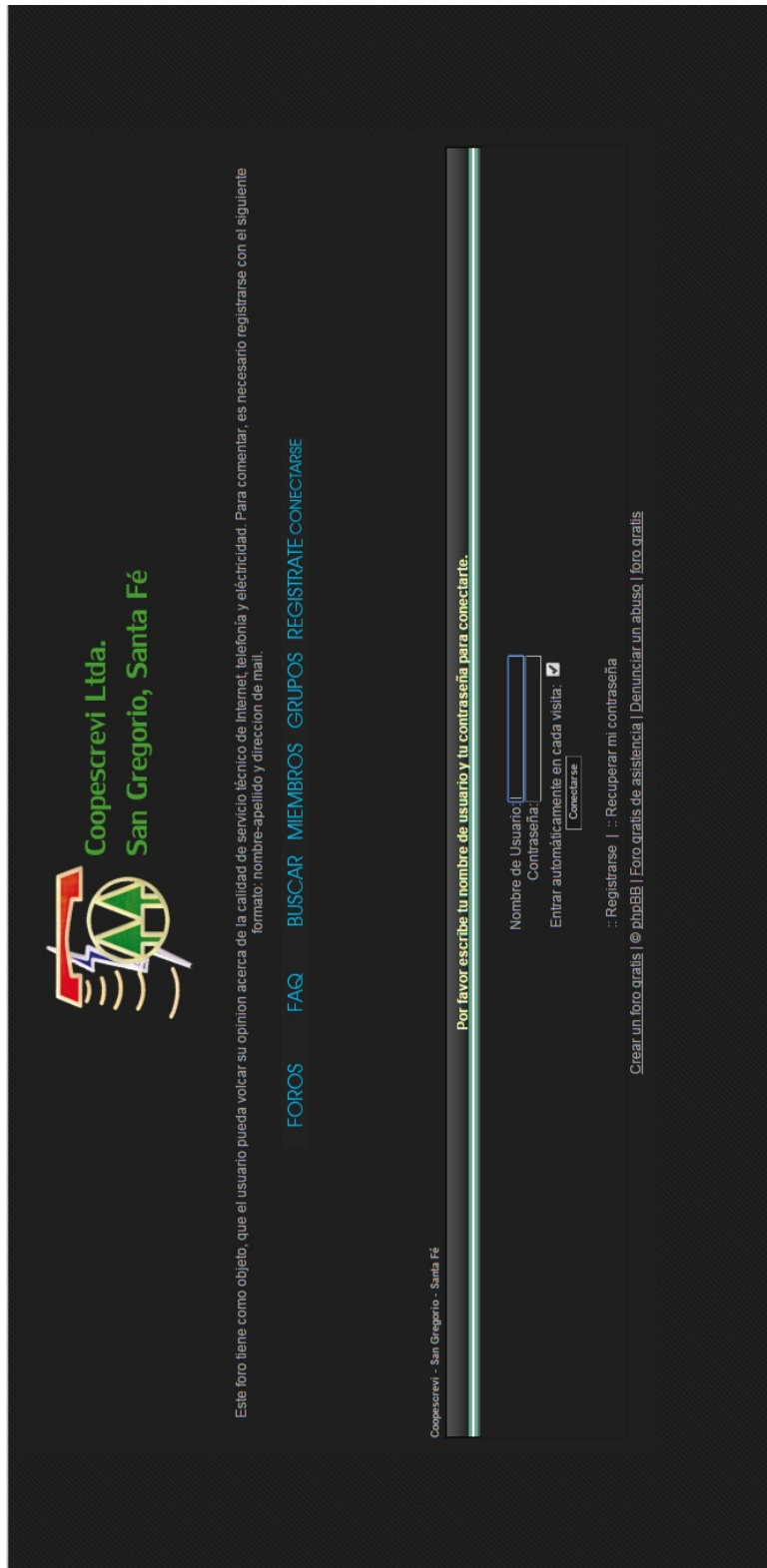


Figura 5.6: Prácticas consultivas en la Cooperativa COOPESCREVI San Gregorio Ltda.

Las prácticas se definen así, desde las intervenciones que realizan para elevar sus peticiones a la entidad, presentar quejas y sugerencias, así como participar en actividades formativas.

Este es el primer nivel donde se observa una mayor transformación de las prácticas que la entidad exhibe hacia sus grupos de interés, destinadas en particular, al involucramiento del asociado en los procesos decisorios, donde se percibe una transformación más allá de la sustitución de un medio por otro -del teléfono o correo postal para la comunicación con la entidad o el envío de la revista en soporte papel, a sus análogos digitales-. Este es el nivel que corresponde a las prácticas que propician otro tipo de intervención, caracterizada por ser solicitada a los asociados, de forma tal que las opiniones vertidas puedan ser tomadas en cuenta en el cumplimiento de sus fines, específicamente para el desarrollo de productos y servicios. El sector advierte las posibilidades inherentes a su adopción, en la propuesta de uso que plantean en cumplimiento del segundo principio:

Entrevista No. 3. "... principios que los recursos de internet actuales ayudarían específicamente a cumplir a las cooperativas: el segundo 'Control Democrático', a través de la participación en foros y actividades".

El buen desarrollo de una cooperativa depende de las relaciones que se establecen entre los asociados y la entidad y, entre esta y el resto de los asociados desde la comprensión de los servicios que se brindan y su financiamiento, con el propósito de incrementar la confianza en la entidad en el cumplimiento de los fines para los cuales fue creada; es decir que si se exige mayor participación de los asociados, se debe ser más transparentes (Fairbairn, 2005, pp. 15-16). El compromiso de los asociados en atender las solicitudes de intervención en las actividades que se disponen, para recabar su opinión a través de las tecnologías, se asienta sobre la información que brinda la entidad sobre las consultas realizadas en conjunto, con la información de resumen que representa la opinión de los participantes y también, en las acciones de la cooperativa a fin de brindar información sobre su accionar. La importancia de la disposición de ámbitos, tanto individuales como colectivos, para que los asociados puedan presentar su opinión frente a los temas que plantea la entidad se presenta a continuación según la opinión de los entrevistados:

Entrevista No. 7. "Lo primero que haría yo es crear un ámbito de debate, es decir, como en la cooperativa todo se debate, todo se busca por consenso. Yo lo que trataría de hacer es generar la necesidad de este debate, entonces convocaría gente del sector o cooperativas que se dediquen a eso y que vengán a coordinar un debate sobre ese tema y que informen y que nos cuenten cómo tendría que hacerse ese tema. Porque cuando vos sos consciente de la necesidad, empezás a generar las soluciones."

La incorporación de tecnologías en este tipo de prácticas se define principalmente por el tipo de interacción que promueve la entidad. Por una parte, individual, donde la información se

recaba para ser visualizada posteriormente en forma agregada a través de encuestas y sondeos de opinión, y por otra parte, colectiva, a través de la publicación de comentarios y opiniones sobre los temas que plantea la entidad, donde se interactúa además, con otros asociados, prestando visibilidad a las expresiones de cada uno de los intervinientes en el ámbito virtual y posibilitando la construcción de conocimiento y de vínculos (Katz y Rice, 2005, pp. 26-28; Cuñat Giménez, 2014, p. 59; Ferrero y Marek Hoehn, 2014, pp. 3-4). A esta diferencia sustantiva con respecto al nivel anterior, se agrega además en el acceso a la información, como señala González Salcedo (2013), la existencia de una temporalidad inherente a su presentación: si se refiere a decisiones tomadas, o bien, se presenta información para consultar.

Las prácticas consultivas, si bien discurren sobre diferentes dispositivos, pueden ser de alcance individual o colectivo y referirse en el momento de la consulta con los asociados sobre acciones pasadas o futuras, conllevan además, un criterio de resguardo en su acceso. Este criterio se funda en la restricción de la información, que si bien en el espacio informativo, no es apreciable en general y en el comunicativo, se observa para actividades formativas restringidas para asociados o bien, en la identificación para el registro de la sugerencia o reclamo, es en este nivel donde se observan las restricciones de seguridad con respecto a la información que brinda la entidad a través de los recursos de internet. Puede apreciarse que esta característica, propia de la configuración de la práctica en las herramientas tecnológicas, es reconocida en el sector:

Entrevista No. 2. “Tenemos a lo que se dedica propiamente, digamos a su dedicación de objeto primario, aquellas de trabajo, las de servicio, las de provisión, las de consumo tienen una meta primaria, la necesidad a cubrir en un principio. Y después todas aquellas cosas que desarrolla la cooperativa, digamos más allá del objeto, más que nada teniendo en cuenta el balance social. Todo lo que desarrolle la cooperativa tendría que estar reflejado en esa página o en ese lugar donde tendrían que estar comunicados (...) ‘hacia adentro’ obviamente, con ciertas restricciones al momento de la privacidad de las actividades propias del gobierno o de la cooperativa digamos, que les compete a ellos exclusivamente.”

5.3.3.1. Descripción de la categoría Prácticas Consultivas

Se instrumenta a través de estas prácticas, los medios para la deliberación y participación efectiva de los asociados a fin de influir en los procesos decisorios de la entidad con la mediación de las tecnologías, para determinar los temas de interés así como para la evaluación de las acciones (Tabla 5.4).

Objetivo	Aplicación práctica	Tecnologías empleadas
Favorecer la participación propositiva a través de sugerencias y alternativas para el desarrollo del quehacer de la entidad, se caracteriza por disponer de un espacio específico para invitar a los usuarios a dejar sus opiniones y preferencias, así como por la retroalimentación de los mismos. La entidad explora las actitudes y opiniones de los asociados en la búsqueda de conocer su opinión.	Publicación de encuestas de opinión sobre el diseño del website, sobre la información que se presenta al asociado, sobre la calidad de los productos y servicios.	Encuestas a través del correo electrónico, encuestas a través de la sede web, blog, sondeos de opinión a través de las plataformas sociales y foros.

Tabla 5.4: Principales características de las Prácticas Consultivas en las entidades cooperativas.

5.3.3.2. Valores de la categoría Prácticas consultivas

Las prácticas consultivas comprenden todas las formas que se adoptan para conocer la opinión de los asociados en asuntos relacionados con el desarrollo de los objetivos de la entidad. Dada la importancia de la calidad de los aportes, por sobre la cantidad de los mismos en los espacios mediados por las tecnologías en aquellas prácticas donde el compromiso se orienta a la disposición de espacios de deliberación y diálogo, se destaca el potencial de estos canales para potenciar la interacción entre los asociados y entre éstos y la entidad (Gayán, 2014, pp. 58-59). El conjunto de prácticas que se incorporan bajo la categoría Prácticas Consultivas, se encuentran comprendidas en dos valores, los cuales se explican a continuación.

- *Temas de participación individuales (sondeos y encuestas de opinión)*, para llevar a cabo estas prácticas se puede utilizar el correo electrónico y el website, mientras que los elementos específicos son sondeos de opinión y encuestas que se plasman en espacios de votación dentro del sitio o en formularios anexos a través del correo electrónico. Una vez recibidas las opiniones se deben instrumentar los medios para que sean públicas y proporcionar un resumen de las opiniones vertidas.
- *Temas de participación colectivos (blog y foros de opinión)*, para llevar a cabo estas prácticas se puede utilizar el correo electrónico y el website, mientras que los elementos específicos son blog y foros, que promueven en forma asincrónica la intervención de los asociados en pleno conocimiento de los aportes individuales. Se deben presentar al finalizar, una síntesis de los comentarios expuestos por los participantes a modo de corolario de la actividad.

5.3.4. Categoría Prácticas Deliberativas

Las *prácticas consultivas* son aquellas en que se propicia la evaluación, el debate y la reflexión sobre los temas que resultan de interés para la doctrina cooperativa. Es un espacio singular para formar opinión en sus asociados, sobre aquellos asuntos que requieren, no solo la instalación del tema, sino la concientización del mismo para la adopción de decisiones. Como las prácticas consultivas, se asientan en las prácticas previas, en particular de información y comunicativas, pues requieren tanto de una opinión informada para el planteo de alternativas viables o bien, en la construcción colectiva de conocimiento; como de estrategias formativas en los temas de interés. A diferencia de las prácticas consultivas, en estas prácticas se destaca el carácter de formación de la opinión que supone para los involucrados, pues la presentación de opiniones se efectúa en forma colectiva, principalmente a través de foros de debate (Figura 5.7).

Los procesos deliberativos que se llevan a cabo a través de las tecnologías posibilitan tanto la construcción de una agenda de temas como propuestas consensuadas, las que luego pueden ser sometidas a votación o bien, ser presentadas como proyecto para su institucionalización⁹. Se definen estas prácticas, desde los espacios donde confluyen los usuarios en pos de debates y consensos necesarios para avanzar en la formulación de propuestas que resulten significativas para el movimiento cooperativo, como emergentes de los espacios de interacción compartidos. Estas propuestas requieren a priori, de elementos informativos y formativos para realizar las acciones fundadas en el debate y, a posteriori, de elementos que expongan los resultados de los procesos de acuerdo entre los participantes. Esta búsqueda de consensos se puede apreciar en la siguiente referencia:

Entrevista No. 7. "... se trata de evitar la votación. Acá lo que tenemos que tratar de hacer es consensuar las distintas alternativas. Entonces como no todos ven de la misma manera, no todos tenemos la posibilidad de tener la cabeza abierta como para dejar entrar otras posibilidades, otras alternativas. Entonces el movimiento tiene esas cosas, y sobre todo empresas de muchos años, empresas cooperativas de muchos años, que les cuesta ir adoptando (las tecnologías)".

⁹Se plantea como ejemplo para esta práctica la propuesta por el Instituto de Promoción de la Economía Social, en el debate de la Ley de Economía Social. Para mayor información dirigirse a: <http://www.leyeconomiassocialedsolidaria.info/#!/-foros-de-debate-2/>

IMPORTANTE!!! LAS FECHAS Y LOS LUGARES ANUNCIADOS PUEDEN SUFRIR MODIFICACIONES QUE SERÁN OPORTUNAMENTE COMUNICADAS.

Desde el Ipes, sus mesas provinciales y las organizaciones de cooperativas y mutuales iremos coordinando el debate en los distintos puntos del país. La realización del debate en primera instancia pretende desarrollarse en el ámbito universitario, pero puede haber modificaciones que serán debidamente notificadas.

(En caso de estar "CONFIRMADO" definitivamente se incorporará una leyenda)





 <p>REALIZADO</p> <p>Surchales / Foro I (Sants Fe) Fecha: 11/03/15 Lugar: Cinema 77 Dirección: Av. Independencia 324 Hora: Desde las 10</p> <p>Pre Inscripción Consultas Mapa de las Foras</p>	 <p>REALIZADO</p> <p>Bahía Blanca / Foro VI (Buenos Aires) Fecha: 14/04/2015 Lugar: Sala de Fundadores de la Universidad Nacional del Sur Dirección: Avenida Colón 80, Bahía Blanca Hora: 9 am</p> <p>Pre Inscripción</p>	 <p>REALIZADO</p> <p>Bariloche / Foro XXI (Río Negro) Fecha: 30/05/2015 Lugar: Hotel Nevada Dirección: Rolando 250 Hora: 9 am</p> <p>Pre Inscripción Consultas</p>	 <p>REALIZADO</p> <p>Ushuaia / Foro XXVII (Tierra del Fuego) Fecha: 15/08/2015 Lugar: Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur. Dirección: Hipólito Yrigoyen 879 Hora: 10 am</p> <p>Pre Inscripción Consultas</p>
---	--	--	---

Figura 5.7: Prácticas deliberativas en el website del Instituto de Promoción de la Economía Social.

En la definición de cooperativas exitosas, Fairbairn (2005, p. 22) indica que se debe prestar atención a la forma de pensar de las cooperativas, al modelo cognitivo que tiene como elementos distintivos su identidad, su misión en relación con el sector de la actividad económica en la que está determinado su objeto social y los fines económicos y sociales que define para presentar una alternativa viable a fin de satisfacer las necesidades planteadas por los asociados en su constitución, considerando que esta visión debe ser compartida. La cual se fortalece si todos los integrantes de la cooperativa son parte de ella a través de mecanismos que le permitan recolectar y analizar información, lograr consensos e innovar (Fairbairn, 2005, p. 23). Si bien estos mecanismos de consensos se expresan a través de asambleas y reuniones, se pueden también advertir a través de las comisiones que tratan temas específicos para luego ser llevados al interior de otros espacios de mayor convocatoria.

Sin embargo, estos espacios requieren de una exposición en otros ámbitos, donde los consensos alcanzados tengan repercusión en los procesos decisorios de la entidad. Se puede advertir que si bien está pautada la presencia de estas comisiones, existen dificultades para su implementación en la equidad de la participación de los asociados, es decir, en el cumplimiento del segundo principio, tal como se referencia a continuación:

Entrevista No. 7. “Hay comisiones de jóvenes, por ejemplo, es una de las posibilidades. Pero la condición de jóvenes es una forma de decir ‘bueno, ustedes discutan ahí. Después cuando traigan vamos a ver’. No es incorporar al joven, sería distinto. Decir que el joven se siente en esta misma mesa. Hay una comisión de jóvenes, una comisión de género, que está muy bien porque se puede empezar a debatir ese tipo de cosas pero no sé si llega a entretenerse en la conducción.”

Trechsel (2003, p. 10) plantea a la configuración de espacios de formación y debate como mecanismos para la mejora de la calidad de la formación en el ámbito del empoderamiento del ciudadano a través del empleo de las tecnologías, en la promoción de la e-democracia. El planteo enunciado se aplica para este tipo de prácticas, las deliberativas, en la conformación de estos espacios para su contribución en la formación de los asociados. Un imperativo para las entidades de estructura de propiedad democrática, con tiempos escasos para la reflexión sobre su propia condición como cooperativa o el impacto de su actividad en el sector económico de pertenencia, es la creación de espacios públicos al interior, para que sus integrantes -incluidos sus empleados- puedan disponer de instancias de diálogo, aprendizaje e innovación (Fairbairn, 2005, p. 25). La creación de estos espacios si bien resultan significativas para el sector, se ven obstaculizadas por los requerimientos que se plantean en la resolución de los conflictos diarios, como se puede apreciar en la siguiente afirmación:

Entrevista No. 1. “... también la voracidad de nuestro trabajo de todos los días, no nos permite a nosotros sentarnos a pensar cómo podemos ser más visibles. Nosotros

creo que los últimos 3, 4 años empezamos a tener un poco más de tranquilidad internamente adentro del puerto. Era todos los días salir como camión de bomberos a ver como resolvíamos problemas. Ahora estamos aprendiendo.”

Como señala Borge Bravo (2005, p. 4), existen dos grandes tipos en la participación electrónica, los sistemas de voto electrónico y las formas de participación mediadas por las tecnologías, estas últimas, presentan un grado de innovación significativo, que en el ámbito cooperativo se definen en el diseño de mecanismos que facilitan la intervención de los grupos de interés, en particular para esta investigación, de los asociados. Este tipo de prácticas que se instrumentan bajo el signo de la innovación en el desarrollo de experiencias significativas se distinguen del resto de las prácticas debido a que no se trata de la sustitución de un medio por otro, del analógico al digital, sino que se formulan prácticas asentadas sobre la posibilidad de acceso a información, referentes, espacios de debate y registros bajo un mismo escenario. Resultan así, significativos para el cumplimiento de los fines económicos y sociales de la entidad tal como se presenta en la siguiente referencia:

Entrevista No. 10. “. . . lo que fue todo el movimiento con la nueva ley. Tuvieron una oportunidad histórica, que les dijeran bueno, vengan, cómo quieren hacer la ley, qué es lo que necesitan, no pasa siempre. Generalmente son cuatro o cinco letrados que se les encarga hacer una ley y que creen que es lo que tiene que hacer. Que te permitan hacer un foro, con un borrador y digan esto sí, esto no, es invaluable eso.”

5.3.4.1. Descripción de la categoría Prácticas Deliberativas

Las prácticas deliberativas reúnen los procesos que posibilitan a los asociados examinar, debatir, introducir nuevos temas y valorar las alternativas de acción que se presentan para el cumplimiento de los objetivos de la entidad, a fin de influir en los procesos de toma de decisiones. Es un tipo de práctica que requiere información sobre los procesos a tratar y tiempo para su realización (Tabla 5.5).

5.3.4.2. Valores de la categoría Prácticas deliberativas

La práctica que se incorpora bajo la categoría Prácticas Deliberativas, se identifica con un valor, el cual se explica a continuación.

- *Temas deliberativos (foros y espacios de debate)*, se presenta un espacio para la construcción compartida y consensuada de una visión que resulta de procesos de debate, evaluación y

Objetivo	Aplicación práctica	Tecnologías empleadas
Contribuir a la participación de los asociados en la elaboración de las alternativas de decisión para el cumplimiento de los objetivos de la entidad, se caracteriza por la posibilidad de influir en los procesos decisorios. Implica el análisis de las propuestas desde diferentes dimensiones: social, económica, medioambiental, etc.	Foros de debate sobre la Ley de Economía Social.	Foros de debate, blog, sede web, plataformas sociales para la participación

Tabla 5.5: Principales características de las Prácticas Deliberativas en las entidades cooperativas.

reflexión sobre los temas que resultan de interés en el cumplimiento de los fines económicos y sociales de la entidad a través de diferentes herramientas como blog y foros de debate.

5.3.5. Categoría Prácticas Constructivas

Las *prácticas constructivas* son aquellas en que se facilita la intervención de los asociados en actividades electivas, cuyos resultados se presentan como vinculantes para los procesos decisorios, en propuestas orientadas a incidir en la orientación de las acciones de la entidad. Estas prácticas se destacan sobre el resto de las mencionadas previamente, en la adopción de los resultados para los niveles de conducción y, los mecanismos que se implementan para recabar las alternativas de decisión seleccionadas por los usuarios, entre los cuales se encuentran la reunión de firmas, foros vinculantes y, referéndums o encuestas de opinión vinculantes. Estas prácticas son las que muestran que la opinión de los asociados no solo es de interés sino que además, tiene injerencia en las decisiones que se toman en la entidad, es decir que la participación no es nominal sino efectiva, es decir, que su aporte contribuye a la definición del curso de la cooperativa (Figura 5.8, Figura 5.9).



Figura 5.8: Prácticas vinculantes en el website Comité de Jóvenes Solidarios de la Federación Argentina de Cooperativas de Electricidad y Otros Servicios Públicos Ltda.

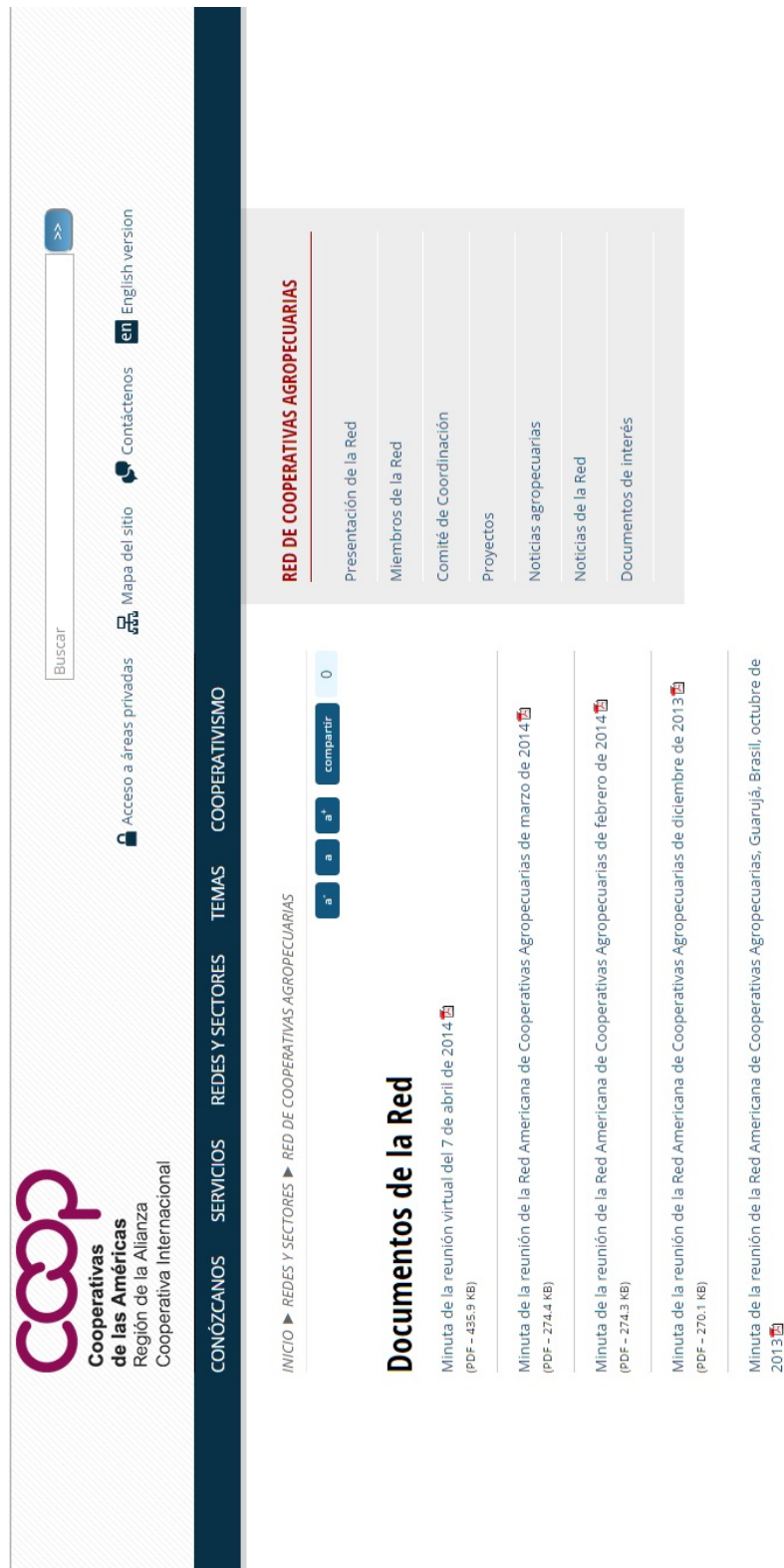


Figura 5.9: Prácticas vinculantes en el website de la Red de Cooperativas Agropecuarias de América de la Asociación Cooperativa Internacional.

Así como las prácticas deliberativas permiten informarse y debatir sobre los temas de interés en el ámbito cooperativo, favoreciendo el desarrollo de vínculos entre los asociados y los diversos actores que se incorporen a los espacios de discusión propuestos, el paso siguiente es proporcionar los mecanismos a través de prácticas de carácter vinculante, es decir, que las opciones o alternativas que resulten elegidas tendrán impacto directo en los procesos de gestión de la entidad. Como experiencias vinculantes constituyen también una fuente de información para las entidades sobre la opinión de sus asociados, que en sintonía con las prácticas deliberativas y consultivas indican la intención de participación en espacios de debate, discusión y acuerdos de los asociados. Las prácticas que ejercen influencia sobre las decisiones, se desarrollan ya sea en forma individual o colectiva: individual, a través de sondeos de opinión o encuestas y, colectiva, en la intervención en foros y debates vinculantes, reunión de firmas.

Como ya se afirmara anteriormente, Toboso-Martin (2013, p. 203; 2014, p. 35) plantea la existencia de la significatividad de las prácticas que expresan el discurso del grupo en la apropiación de tecnología, tanto en el uso como en el no uso, que puede actuar como barrera o facilitador en la apropiación de tecnologías. Para estas prácticas, el discurso del grupo en el uso se asienta en experiencias y actividades propias de las organizaciones que nuclean a las entidades cooperativas argentinas como federaciones -entidades de segundo grado- y confederaciones -entidades de tercer grado-, las cuales presentan un promisorio uso de la tecnología para celebrar sus encuentros y dotar de mayor representatividad a sus acciones, como se puede observar en diferentes menciones sobre el desarrollo de reuniones virtuales, que tienen efectiva trascendencia en el accionar ejecutivo de estas entidades. Se puede apreciar en la siguiente referencia que manifiesta tanto el uso de tecnologías como las ventajas que ofrecen para aquellas entidades cuyos usuarios se encuentran en ubicaciones distantes, frente a la imposibilidad de concurrencia a las reuniones convocadas por las entidades de grado ulterior:

Entrevista No. 10. “(uso de las tecnologías) Sí en las Confederaciones, si a nivel nacional, sí. Se manejan mucho por Foros, se manejan mucho por web e inclusive en Cooperar se participa en reuniones por skype.”

Como ejemplos destacados en el desarrollo de este tipo de prácticas, se puede mencionar la Red de Cooperativas Agropecuarias de las Américas¹⁰ que patrocina la ACI, en la cual participa Argentina, cuyo propósito consiste en fortalecer a las cooperativas agropecuarias a través del trabajo colaborativo. En dicha red, se presenta el desarrollo de reuniones del Comité de Coordinación, que tienen lugar entre diferentes miembros de los países americanos, mediadas a través

¹⁰Para mayor información sobre la Red de Cooperativas Agropecuarias de América dirigirse a <http://www.aciamericas.coop/Red-de-Cooperativas-Agropecuarias-de-las-Américas>.

de las tecnologías -skype- con la publicación de minutas¹¹ que contienen el orden del día y las decisiones adoptadas por los miembros de la red (FACE, 2014a). Otro ejemplo destacado en el desarrollo de prácticas participativas vinculantes, a través de los recursos de internet, son las que desarrolla el Comité de Jóvenes Solidarios¹² de la Federación Argentina de Cooperativas de Electricidad -FACE-. Este comité lleva a cabo reuniones virtuales a través de *skype*¹³ facilitando la reunión de personas diseminadas geográficamente para la intervención en las fechas convenidas (FACE, 2013). Con referencia a la investigación realizada, el uso de estas técnicas puede apreciarse en las siguientes referencias, en la doble perspectiva, desde los que no la utilizan y desde aquellos que sí la emplean:

Entrevista No. 10. "... los beneficios que te da la tecnología, el poder conocer, el poder dar a difusión, no veo mucha participación. Sí en las Confederaciones, si a nivel nacional, sí. Se manejan mucho por Foros, se manejan mucho por web e inclusive en Cooperar se participa en reuniones por skype. Cuando uno no puede acceder porque las reuniones como es una Confederación Nacional, se presentan diferentes Federaciones de todas partes de las Provincias, se queda en un solo día, la reunión es 28 de mayo a las 15 hs., entonces todos viajamos hacia allá. Yo participo en una que es la de Legales y cuando uno no puede está esto que es la tecnología, participar por medio de skype."

Entrevista No. 4. "Son pocos, sí, son pocos. Pero bueno, dentro del universo de esas entidades hay algunas que han apostado por la figura cooperativa en el momento de hacer desarrollos tecnológicos, software, hardware, que también presentaron un problema al interior del Instituto. Porque como te decía, tienen este espacio que es la red, entonces decían, pero por qué me obligan a poner este domicilio físico si en realidad estamos cada cual en la computadora. Y bueno, sí. ¿Sos una cooperativa? Sos una cooperativa. ¿Trabajas en un espacio físico? En casa, o donde sea. Las otras realidades. Planteaban una disyuntiva, a ver, estamos acostumbrados a entidades que trabajan en un galpón o determinado espacio físico y éstos en realidad están frente a una computadora o el dispositivo que sea, haciendo su lenguaje informático y los tenemos que poner en el molde de las entidades tradicionales. Y bueno. Generaron un

¹¹Las minutas de las reuniones del Comité de Coordinación realizadas vía skype pueden accederse a través de: http://www.aciamericas.coop/IMG/pdf/minuta_reunion_virtual_140207.pdf y de http://www.aciamericas.coop/IMG/pdf/minuta_reunion_virtual_140306.pdf

¹²Las reuniones virtuales se desarrollan a través de skype para el tratamiento del orden del día en conjunto con reuniones presenciales, considerando la diseminación geográfica de sus asociados. Para mayor información dirigirse a <http://jovenessolidarios.coop/consejo-consultivo/> (FACE, 2014b)

¹³Skype es un software que posibilita el desarrollo de comunicaciones de texto, voz y video sobre internet -VoIP-.

problema, lo resolvió poniéndole el “corsé” que se le pone a todas las entidades, pero dejaron hecha la pregunta y la variante. Porque dicen, de última, de última nosotros las Asambleas las hacemos en el foro, virtual. Pero bueno, hoy por hoy, la ley la legislación y todo lo demás te está demandando que se haga en determinado lugar, a que lleves determinado libro físico, pero bueno, son cosas que a futuro, a medida que vayan incrementándose las entidades de este tipo y que las propias entidades empiecen a incorporarse cada vez más al mundo informático, van a generar una nueva perspectiva.”

La República Argentina, a diferencia de otros países, no posee disposiciones legales que regulen este tipo de prácticas. En este sentido, se puede reconocer el marco normativo del que dispone Colombia, a través de la Ley 1.258 de 2008, para constituir reuniones mediadas por tecnologías, estableciendo en su artículo No. 19 “Reuniones por comunicación simultánea y por consentimiento escrito. Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito”. En nuestro país, si bien la normativa legal impide en la actualidad la realización de actividades decisorias propias de las asambleas bajo la modalidad virtual, el avance de estas tecnologías en otros entornos, podrían habilitar esa posibilidad a futuro, como es la actividad que se desarrolla en las confederaciones, con la participación de carácter virtual que se lleva a cabo como una opción determinada por la distancia en que se encuentran los referentes.

Más allá del formato de la Asamblea Ordinaria, existen otras acciones participativas decisorias en el entorno cooperativo, como la elección de integrantes de comisiones y aprobación de la designación para participar en ellas, actuación en comités y comisiones, entre otras opciones posibles, que no tienen impedimento para llevarse a cabo, más allá de los requerimientos técnicos y competencias necesarias para su operación. Se puede apreciar en las siguientes referencias que la adopción de estas prácticas, mediadas por tecnologías, se consideran ventajosas en el ahorro de tiempo y en la posibilidad de difusión y de asistencia por parte de los asociados:

Entrevista No. 4. “La demanda permanente es cómo hago para movilizar a los asociados. Empecemos a generar nuevos espacios. Yo calculo el día de mañana, no va a ser ni hoy, ni mañana, ni pasado, pero sí vamos a poder estar hablando en una Asamblea virtual. Donde ya no estar sujeto a decir, tengo que ir y pasarme dos, tres, cuatro horas y discutir. De última, por ahí, lo podés hacer desde la cocina de tu casa, desde el escritorio de tu casa. Calculo yo, que el día de mañana puede llegar a ser posible.”

Entrevista No. 3. “En general las asambleas se las considera anuales o extraordinarias. Pero en realidad, es un dispositivo que puede hacerse agendado, o por temáticas a difundir, de carácter informativo o de consulta a los asociados clasificados por actividad, o por zona, según la propuesta a desarrollar o a consultar, reunir a los nuevos

asociados cada vez, reunirlos con el consejo o con el síndico, invitar a dos por reunión del consejo (...) este dispositivo se puede hacer por conferencia internet.”

5.3.5.1. Descripción de la categoría Prácticas Constructivas

Las prácticas constructivas incluyen mecanismos para ejercer influencia en los procesos decisorios de la entidad, donde las decisiones resultan vinculantes para la gestión de la misma (voto electrónico, debates o foros vinculantes) (Tabla 5.6).

Objetivo	Aplicación práctica	Tecnologías empleadas
Facilitar la participación de los interesados en la selección efectiva de opciones de decisión según los consensos obtenidos previamente y la adopción de mecanismos que faciliten la toma de decisiones.	Reuniones de Comités y Comisiones, Asamblea virtual.	Foros de debate, blog, sistemas de votación electrónica, sede web, plataformas sociales para la participación.

Tabla 5.6: Principales características de las Prácticas Constructivas en las entidades cooperativas.

5.3.5.2. Valores de la categoría Prácticas constructivas

La práctica que se incorpora bajo la categoría Prácticas Constructivas, se identifica con un valor, el cual se explica a continuación.

- *Temas de vinculación (votación en línea, asamblea virtual)*, las experiencias de participación digital que se establecen para involucrar a los asociados en la gestión de la entidad, aún no se registran en el nivel constructivo, el cual implica un grado de innovación mayor en la participación social que no se basa únicamente en la incorporación de nuevas tecnologías, es decir, en la sustitución de un medio por otro, sino en las nuevas prácticas que se desarrollan bajo su adopción.

5.4. La participación digital en el sector cooperativo

Para la presentación del análisis sobre la participación digital en el sector cooperativo en el Partido de General Pueyrredon se incorpora una breve introducción sobre el acceso y uso de las tecnologías en el ámbito asociativo en la República Argentina, para continuar con la determinación de la presencia o ausencia de las entidades en internet. También se observa la

denominación del recurso web a fin de contribuir a la configuración de la identidad cooperativa en el ámbito digital.

Posteriormente, se aplica el instrumento de valoración diseñado sobre las cooperativas activas y con presencia web en el Partido, a fin de determinar la existencia de las diferentes prácticas que corresponden a los niveles de participación en el ámbito digital. Se presentan solo los resultados que corresponden a la categoría prácticas informativas, puesto que el resto de las prácticas definidas -comunicativas, consultivas, deliberativas y constructivas- no registran ocurrencias para el análisis en las entidades que componen la población en estudio. Es decir, que solo un número reducido de entidades se incorpora al ámbito digital, y, con un expreso propósito de proporcionar información básica sobre los servicios y productos que comercializan y, escasamente, ofrecer información de interés y mecanismos de participación a sus asociados.

5.4.1. Acceso y uso de las TIC en el sector cooperativo argentino

La disparidad de períodos de publicación de estadísticas nacionales frente a estudios sectoriales, dificultan la contextualización de las prácticas que desarrollan estas entidades, por lo cual se presenta una caracterización del sector cooperativo argentino a partir del análisis integral llevado a cabo por el Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social -INAES- bajo la modalidad de re-empadronamiento y censo llevado a cabo en 2007 y publicado en 2008.

A partir de los acuerdos previos establecidos en los Congresos Federales de la Economía Solidaria desde el año 2005, se formula en el “Consenso de Sunchales”¹⁴ en el año 2006, un Sistema Federal de Economía Social que se erige como un pivote de carácter productivo y organizativo para la sociedad (INAES, 2008 - Presentación). La información del sector, o más bien, el estado de confusión y fragmentación que presentaba el sector en materia informativa, compone un desafío para la puesta en marcha del Sistema Federal y para así garantizar la “‘visibilidad’ social, económica y político institucional” que se requería como elemento constitutivo del Plan Nacional (INAES, 2008 - Presentación). Las fuentes de información son el resultado del re-empadronamiento de las entidades existentes realizado por el INAES, de las nuevas entidades registradas y de las cooperativas de trabajo que se crearon en el marco de las Resoluciones 2038/03 y 3026/06¹⁵.

¹⁴En el Consenso de Sunchales del año 2006 se hace referencia al número de asociados de las entidades del Tercer Sector, 12 millones y a la participación de la actividad económica respecto del PBI, que corresponde al 10 %. El número de asociados de las entidades así como el porcentaje no ha podido ser presentado para el Partido de General Pueyrredon debido en el caso de los asociados, que corresponde a cada entidad y por confidencialidad de la información no es posible acceder a la misma y en el segundo caso, no se dispone de un sistema de cuentas separadas que permita distinguir la actividad de las cooperativas respecto de otras organizaciones.

¹⁵Dado el propósito del Gobierno Nacional de “...atender a la solución de necesidades vinculadas con la

En resumen, el sector se caracteriza por una predominancia de cooperativas de trabajo dedicadas principalmente a la obra pública, las cuales revelan escasa participación en las entidades de segundo o ulterior grado. En el uso de los recursos informáticos los valores para la provincia de Buenos Aires donde se localiza el Partido de General Pueyrredon son altos (mayores que la media del sector), tanto en la dotación de equipamiento como en el acceso a internet, con uso mayoritario en las cooperativas de crédito y ayuda económica y, en las de servicios públicos. Es marcada la ausencia de publicaciones o boletines y si esta se realiza, es a través del formato papel y escasamente el formato electrónico. Esta situación es coincidente con las modalidades de comunicación, ya sea con la comunidad o con los asociados, donde se privilegia el contacto personal y en menor medida el uso de medios masivos de comunicación.

5.4.2. Uso de las TIC en el Partido de General Pueyrredon

5.4.2.1. El contexto del Partido de General Pueyrredon

Mar del Plata es la ciudad cabecera del Partido de General Pueyrredón, su ubicación es sobre el Mar Argentino en la zona sureste de la Provincia de Buenos Aires, cubriendo una superficie de 1.460,74 km.² (Municipalidad del Partido de General Pueyrredon, 2015). Según el último Censo Nacional del año 2010, la población del Partido ascendía a 618.989 habitantes, con un 52 % de población femenina (INDEC, 2010). Representa la tercera aglomeración urbana de la provincia de Buenos Aires después del área metropolitana y de la ciudad de La Plata. Se establece a nivel nacional, como el séptimo distrito con mayor población, cuyo 95 % corresponde a áreas urbanas. La ciudad dispone de tres rutas provinciales y una autopista que la comunica con Capital Federal; se adicionan a las anteriores vías, una estación de ferrocarril, una estación de ómnibus, un aeropuerto internacional y, un puerto artificial de aguas profundas que, además de ser fundamental para la actividad pesquera, en su escollera norte permite anclar cruceros y otros barcos de paseo (Municipalidad del Partido de General Pueyrredon, 2015).

La distribución poblacional por edad del Partido presenta más de la quinta parte de menores de 14 años (21,5 %), aproximadamente las dos terceras partes de personas entre 15 y 65 años (64,3 %) y menos de una sexta parte (14,2 %), mayores de 65 años (INDEC, 2010). Con respecto a la generación de empleo, en el marco de la estacionalidad de un gran número

carencia de necesidades básicas y por consiguiente el alto índice de desocupación laboral que afecta a buena parte de la población" (Res. INAES N° 3026/06), se implementaron Programas Sociales como Programa Federal de Emergencia Habitacional, Centros integradores Comunitarios, Plan Agua más Trabajo, Plan Manos a la Obra y Obra Pública Municipal. Estos programas y planeas constituyen una respuesta gubernamental al déficit de vivienda y los altos índices de desocupación en el país, presentando facilidades para la constitución y registro de cooperativas de trabajo derogando las resoluciones anteriores del INAES N° 2038/03 y N° 3334/03. Para mayor información dirigirse a <http://www1.inaes.gob.ar/es/Entidades/3026.asp>

de actividades económicas, se observa "... una tendencia creciente y divergente con respecto al desempleo nacional", con una tasa de desocupación del 9,135% para 2010-2014 y a su vez, "... una de las mayores tasas de empleo del país", con el 43,4% para el primer trimestre de 2014 (Universidad Nacional de Mar del Plata, 2014, p. 18). La mencionada estacionalidad y la estructura productiva pueden ser argumentos que expliquen esta situación o bien, el reducido tamaño de la muestra frente al crecimiento de la urbanización (Universidad Nacional de Mar del Plata, 2014, p. 18)

La ciudad constituye uno de los principales centros turísticos de la Argentina, la cual recibe anualmente, desde 1960, más de un millón de turistas (Biasone, 2007). Su crecimiento económico se aleja de la tradición de otras localidades de la región: trasciende los límites definidos para proyectar su identidad y acompañar (Biasone, 2007, pp. 71-74):

"... los patrones de crecimiento del país, (...) en el temprano desarrollo del turismo (...), la industria de la construcción, la textil de punto y la hotelería. Si bien la pesca reconoce sus orígenes en la misma época, la industria pesquera con plantas instaladas en tierra surge en la década de los veinte".

Las actividades principales se localizan en la industria fabril, comercial, de servicios inmobiliarios, pesca y construcción disponiendo además de un cinturón frutihortícola de 25 km.², como proceso productivo en plena expansión por la red de mercados que abastece (Biasone, 2007, p. 134; Municipalidad del Partido de General Pueyrredon, 2015).

5.4.2.2. El contexto de uso

Las veinticuatro entidades cooperativas radicadas en el Partido, habilitadas tributariamente para ejercer su actividad, de diverso objeto social -agropecuarias, construcción y vivienda, provisión, servicios públicos y trabajo- y que disponen de un *website* para la comunicación de su quehacer con los diferentes grupos de interés, representan menos del 10% del sector en actividad. Del total de entidades cooperativas en el Partido, 380, se registran activas las dos terceras partes, 251; de las cuales, 249 corresponden a entidades de primer grado. Se observa a partir de la re-clasificación efectuada, la participación relativa de las entidades según el tipo de objeto social: las cooperativas de trabajo representan menos de la mitad de las entidades y una cuarta parte corresponde a servicios públicos, reuniendo entre las dos categorías el 70,8% de entidades con presencia web en la región considerada (Tabla 5.7).

Sobre el total de entidades, mayoritariamente se encuentran en el Partido las cooperativas de trabajo con el 85,3%, mientras que el resto tiene una escasa presencia en la composición del sector, con niveles apenas mayores para las categorías de provisión, 5,8%, y, construcción y

Objeto social	Con presencia web		Sin presencia web		Total coop.
	Nº	%	Nº	%	Nº
Agropecuaria	2	8.3	3	1.3	5
Construcción y Vivienda	2	8.3	8	3.6	10
Consumo	0	0.0	2	0.9	2
Crédito	0	0.0	2	0.9	2
de Provisión	3	12.5	13	5.8	16
Servicios Públicos	6	25.0	5	2.2	11
Trabajo	11	45.8	192	85.3	203
Total	24	100.0	225	100.0	249

Tabla 5.7: Distribución de cooperativas activas de primer grado en el Partido de General Pueyrredon según presencia web por objeto social - 2014. Fuente: elaboración propia en base a INAES.

vivienda, 3,6 %. En la presencia web, sin embargo, aquellas entidades que concentran mayor representación son las que corresponden a servicios públicos, 54,5 %, contrariamente al número que se observa en la composición total, seguidas por las agropecuarias 40 %. De las entidades analizadas, según los niveles de facturación estimados¹⁶, el 33,3 % tiene valores menores a \$840.000¹⁷; el 29,2 % entre \$840.000 y \$4.200.000; el 20,8 % entre \$4.200.000 y \$21.000.000; y el 8,3 % entre \$21.000.000 y \$105.000.000 y, el 8,3 % entre \$105.000.000 y \$525.000.000. Las entidades de los dos primeros niveles no tienen empleados o tienen hasta 5 empleados y las de los últimos dos niveles tienen entre 90 y 110 y, 170 y 190 respectivamente. Se aprecia una diversidad de entidades con presencia en la web en cuanto al tamaño de sus organizaciones, de preferencia como ya se mencionara, en las agropecuarias y de servicios públicos, registrando así para una variedad de objetos sociales cooperativos su aparición en el tercer entorno.

Un factor básico en la valoración del uso de las TIC por las organizaciones de un sector es la proporción con acceso a internet (Mozas Moral y Bernal Jurado, 2004: 153). En el año 2007, las estadísticas del sector refieren un promedio de 87,5 % de entidades cooperativas y mutuales que poseen computadora y un 76 % con acceso a internet; con un 93,1 % para la disponibilidad

¹⁶Las empresas son clasificadas en 6 niveles de facturación estimada en función a las ventas netas anuales pronosticadas en base a determinadas variables predictivas (NOSIS, 2015). Para abril del 2015 los límites de facturación estimada fueron los siguientes: Nivel 1, hasta \$840.000; Nivel 2, desde \$840.000 hasta \$4.200.000; Nivel 3, desde \$4.200.000 hasta \$21.000.000; Nivel 4, desde \$21.000.000 hasta \$105.000.000; Nivel 5, desde \$105.000.000 hasta \$525.200.000; Nivel 6, a partir de \$525.200.000. Para mayor información dirigirse a: NOSIS - Actualización de los Niveles Socioeconómicos y de la Facturación Estimada. Antecedentes Comerciales. SAC. <http://newsletter-link.nosis.com/Newsletters/nse/042015/index.html>

¹⁷Valor de referencia: 1 dólar = 9,39 pesos argentinos, septiembre 2015. Cotización oficial del Banco Central de la República Argentina, para mayor información dirigirse a <http://www.bcra.gov.ar/>

de equipamiento y el 83,2% en la conexión a internet para el interior de la provincia de Bs. As. (INAES, 2008: 97). A pesar de la amplia difusión de tecnología que operaba a fines de la primera década del nuevo siglo en las entidades cooperativas y mutuales a nivel nacional, no se registra en la actualidad, una presencia en la web para las cooperativas del Partido.

Para el año 2010, las empresas argentinas casi en su totalidad, se encontraban conectadas a internet, 97,4%, y la mayoría de ellas usaba computadoras personales, 90%, mientras que la utilización de páginas web como posicionamiento presentaba valores menores, "... siete de cada diez empresas cuentan con un sitio web" (Peirano, 2013, pp. 56-57). Como se puede apreciar, la conexión a internet en el sector no ha favorecido la presencia en la web y tampoco reflejan el comportamiento que asumen las organizaciones con fines de lucro en su desarrollo digital.

5.4.3. La participación digital del sector cooperativo en el Partido de General Pueyrredon

En el análisis de la participación digital, se indica en primera instancia, la existencia del *website* para cada entidad. En este análisis preliminar a la aplicación del Instrumento, resulta notoria la escasa presencia de las organizaciones cooperativas del Partido de General Pueyrredon -constituídas y activas- en el ámbito digital: menos del 10% han optado por dar visibilidad a su quehacer a través de un *website* o página web. Sin embargo no es un caso aislado, una situación similar ocurre para las entidades cooperativas de la provincia de Teruel, con una escasa presencia en el espacio digital (Esteban Salvador et al., 2012, p. 187). Una consideración importante para las entidades que se presentan a través de internet, donde este medio constituye su carta de presentación, el primer punto de acceso con respecto a quienes buscan información sobre ella (Balas Lara, 2012), es considerar además, el dominio sobre el que se definen las empresas cooperativas, las cuales disponen de una denominación específica para su reconocimiento.

La URL que registra cada una de las entidades en análisis, no permite la distinción entre las cooperativas del Partido y el resto de las organizaciones en la identificación de su dirección en la red. Las cooperativas que se ubican en el ámbito digital, no utilizan los recursos específicos provistos por ACI para optimizar su presencia en internet, específicamente ninguna de estas entidades utiliza el dominio *.coop* para identificar su empresa social, de forma de distinguir su quehacer desde la denominación del recurso digital, respecto de otras organizaciones del mismo sector de actividad económica. Esta situación se observa también en los *websites* de cooperativas españolas, donde su grado de implantación es bastante limitado y se plantea la necesidad de impulsar al dominio *.coop* como distintivo de identidad (Juliá Igual et al., 2004, pp. 176-177-190).

Bernet y Stricker (2003, p. 5-7) en su estudio sobre cooperativas de viticultores de las

regiones de Mosel-Saar-Ruwer y Pfalz, Alemania, las cuales representan el 9% de la muestra analizada en el estudio, encuentran que las entidades más grandes son aquellas que primero adoptan presencia en la web y recomiendan para las bodegas cooperativas su incorporación a través de un *website* en virtud de los costos decrecientes en su desarrollo y la atracción que significa para los clientes. En nuestra investigación, la diversidad de entidades que se incorpora al ámbito digital como se ha podido apreciar en su objeto social y tamaño, no permite realizar este tipo de distinciones (Tabla 5.7).

En la categoría *Prácticas Informativas*, la única que se distingue con contenidos para las entidades del Partido, se observa a la *Información sobre las actividades principales de la empresa cooperativa* como la categoría con mayor frecuencia de ocurrencia en la disposición de información relacionada con los productos y servicios que brindan las entidades en cumplimiento de sus fines económicos. También con un número alto de ocurrencias, figura la identificación de la forma asociativa y la enunciación de los principios cooperativos bajo la etiqueta *Información sobre la forma jurídica y características de la entidad* y, en menor medida pero con más de la mitad de las cooperativas que la incorporan en sus *websites*, la nómina de autoridades bajo la categoría *Información sobre el gobierno de la entidad* (Tabla 5.8).

Objeto social	Prác. informativas													Prác. comunicativas	Prác. consultivas	Prác. deliberativas	Prác. Constructivas
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M				
Agropecuaria	-	-	-	1	1	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Const. y vivienda	-	-	-	1	1	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Provisión	-	-	-	2	1	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Servicios públicos	3	2	2	6	6	1	6	1	-	-	-	-	-	-	-	-	
Trabajo	-	-	-	8	4	2	10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Total	3	2	2	18	13	3	23	1	-	-	-	-	-	-	-	-	

Tabla 5.8: Análisis de la participación digital en el ámbito cooperativo en el Partido de General Pueyrredón.
Fuente: elaboración propia.

- A. Información sobre el entorno legal.
- B. Agenda.
- C. Boletines informativos y revistas.
- D. Información sobre la forma jurídica y características de la entidad.
- E. Información sobre el gobierno de la entidad (Asamblea, Consejo Directivo, Sindicatura).
- F. Información financiera y contable.
- G. Información sobre las actividades principales de la empresa cooperativa.
- H. Información sobre sostenibilidad (Balance Social Cooperativo).
- I. Requerimientos y solicitudes específicas (solicitud de credencial, presentación de ofertas laborales).
- J. Reclamos y recomendaciones (buzón de sugerencias, registro de reclamos y quejas).
- K. Formación online (plataformas de aprendizaje).
- L. Temas de consulta individuales (encuestas de opinión).
- M. Temas de consulta colectivos (blog y foros de opinión).
- N. Temas de deliberación (foros y espacios de debate).
- O. Temas de vinculación (votación en línea, asamblea virtual).

La característica con mayor ocurrencia, aquella referida a la *información sobre las actividades principales de la empresa cooperativa*, tiene especial preferencia en la publicación de contenidos, ofreciendo a sus grupos de interés una imagen del quehacer de la entidad en la rama de actividad en la que se desarrolla y se constituye así, sobre la información de preferencia que ofrece, en el primer punto de contacto de la comunidad con la cooperativa. Para el uso de los recursos de internet referidos en esta categoría, existen diversos estudios que dan cuenta de esta tendencia en la preferencia de este tipo de publicación de contenidos por sobre otras. Uno de ellas es el estudio exploratorio sobre cooperativas agroalimentarias españolas que muestra un uso principalmente básico de los recursos de internet, a fin de presentarse y publicitarse (Becerra et al., 2012, p. 279) o bien, el análisis a empresas cooperativas agroalimentarias españolas de mayor tamaño, que presentan la descripción de los productos comercializados junto con la sede y los principales centros de producción (Pasadas y Tirado Valencia, 2014, pp. 97-102). Otros estudios son los efectuados por Picón Durán (2014, p. 77) sobre cooperativas agrarias españolas, las que se presentan para brindar información corporativa, ancladas en la web 1.0 y, el desarrollado por Giménez Chornet sobre cooperativas españolas que evidencia una escasa penetración de estas tecnologías (2013, p. 134).

En el otro extremo en la densidad de presencia de información, se puede apreciar que solo una cooperativa presenta *Información sobre sostenibilidad* a través de la publicación del Balance Social Cooperativo, en el caso que se presenta, resulta una publicación con una larga trayectoria para la entidad. Si bien existen otras entidades que desarrollan este tipo de Balance, su publicación se realiza únicamente en formato papel cuyos ejemplares se distribuyen para las instituciones y referentes del sector sin encontrarse disponibles en el website de la entidad, para su conocimiento y descarga por los asociados y/ público en general. Esta situación, de escasa información sobre sostenibilidad, se presenta en forma similar para las empresas cooperativas agroalimentarias españolas de mayor tamaño, en las cuales no se revelan políticas relacionadas con RSE, ni compromisos de la entidad hacia sus grupos de interés (Pasadas y Tirado Valencia, 2014, pp. 97-102), situación que se observa también para las cooperativas españolas de segundo grado (Mozas Moral y Puentes Poyatos, 2014).

Muy escasa presencia tiene la información referida a *Información sobre el entorno legal, Agenda, Boletines informativos y revistas e, Información financiera y contable*. En relación con la *Información sobre el entorno legal*, es decir las referencias a las normativas vigentes que regulan el ejercicio de sus actividades, se presentan escasamente en dos cooperativas de servicios públicos que consignan las condiciones de suministro y conexión de los servicios que brindan, bajo las reglamentaciones que rigen su consumo (Tabla 5.8). *Agenda y Boletines informativos y revistas* se observan también para las cooperativas de servicios, las cuales publican novedades y noticias de interés para sus asociados, a través de tableros de anuncios en el *website* y el *newsletter* en formato electrónico -ya sea que adopte la forma de boletín o revista-, que ofrecen una publicación específica de la realidad cooperativa para sus públicos de interés.

En la adopción de estrategias de difusión de información o bajo las políticas de comunicación de la entidad, muy pocas cooperativas optan por combinar sus estrategias y generar un producto informativo basado en las novedades que puedan resultar de interés al asociado. Otros, en escaso número, optan por combinar los diferentes recursos del ámbito digital, ya sea a través de estrategias monocanal o multicanal en el caso de la posibilidad de suscribirse para la recepción del boletín electrónico, a efectos de presentar una publicación en formato digital, ya sea que se trate del boletín impreso llevado a formato *.pdf* o bien, a un formato específico para ser accedido a través de internet (Bocco Nieto y Miralles Gonzáles Conde, 2007).

La publicación de *Información financiera y contable* de la entidad, más precisamente su Balance Anual, registra una muy escasa presencia en el conjunto de entidades analizadas, solo tres de ellas ofrecen este tipo de información en formato digital, accesible a sus asociados y a sus públicos de interés (Tabla 5.8). Otras entidades disponen de Memorias¹⁸ institucionales, como información explicativa de los procesos de desarrollo del balance, pero sin llegar a presentar otro tipo de documentación. Respecto de la información financiera, los bajos niveles observados en su publicación muestran la reticencia entre las entidades con presencia web en ofrecer este tipo de documentación para sus grupos de interés. Esta tendencia a omitir este tipo de información puede apreciarse en otras entidades del sector:

- en cooperativas agrarias, de crédito y consumo españolas que reconocen esta cuestión como una gran deficiencia en la publicación de contenidos relevantes (Juliá Igual et al., 2004, p. 176-177),
- en cooperativas de crédito españolas, que si bien la legislación en materia de transparencia se refiere a sociedades cotizadas, no impide a estas entidades adherir voluntariamente al cumplimiento de los requisitos que garanticen los derechos de información del asociado (Vañó Vañó, 2004, p. 49)
- en organizaciones sin fines de lucro españolas, donde se asigna mayor transparencia a aquellas entidades que poseen un mayor presupuesto (Gómez Nieto et al., 2012, p. 8),
- en cooperativas lácteas polacas, quienes observan una menor frecuencia en la presentación de elementos informativos para sus *"business partners"*, es decir para aquellos con quienes se vinculan en el desarrollo de su actividad, respecto de otros contenidos (Strzebicki, 2014, p. 133).
- en cooperativas italianas de Veneto, para la transmisión de información y conocimiento se reconocen limitaciones sobre la diversidad de canales existentes -servicios de televisión y

¹⁸La Memoria amplía la información contenida en el Estado Contable dada la complejidad de sus contenidos.

radio, medios impresos, páginas web- para la promoción de actividades, prefiriendo en gran medida las ferias y eventos (Mirón, 2014).

Como afirma Reig Hernández (2012), los usuarios están habituados a conversar on line, se encuentran acostumbrados a votar constantemente en diversos ámbitos y dispositivos: *like* o *plus* de las redes sociales, *retweet* del *microblogging*, posicionamiento de noticias -*menear* de *Menéame*-, son estas algunas de las opciones que se hallan a disposición para ejercer injerencia en la preeminencia de determinados contenidos en la red. Sin embargo, esta actividad permanente en los entornos virtuales no tiene aún la misma frecuencia ni la variedad de plataformas e interfaces en el sector analizado. En el ámbito cooperativo, esta esfera decisoria se desarrolla en Asambleas, en sus reuniones ordinarias y extraordinarias y, en los encuentros llevados a cabo por las comisiones. Esta distancia entre los hábitos de los usuarios en la actualidad y las prácticas institucionales se acrecienta, si se observa que no se utilizan mayoritariamente tecnologías para el desarrollo de este tipo de prácticas, en las entidades del Partido, a excepción de las informativas expuestas anteriormente y, en escasa medida, por un reducido número de entidades.

El uso de los *websites* como estrategia empresarial y canal de comunicación interactiva tiene aportaciones principalmente en la provisión de información de calidad a sus grupos de interés, en la capacidad para la puesta en marcha de comercio electrónico y en el desarrollo de relaciones entre las entidades del sector y otros actores del entorno (Notta y Vlachvei, 2013, p. 131). Para la presente investigación, en referencia al primer y tercer aportes mencionados, se observa que las entidades del sector aprovechan escasamente los recursos que provee internet ya sea para ofrecer información de calidad fundado en el insuficiente número de contenidos que son provistos por los websites, más allá de la referida al objeto social y a la forma jurídica de la entidad y, la marcada ausencia de espacios de interacción y promoción de consultas, debates y deliberaciones.

El uso de los *website* como estrategia empresarial y canal de comunicación interactiva tiene aportaciones principalmente en la provisión de información de calidad a sus grupos de interés, en la capacidad para la puesta en marcha de comercio electrónico y en el desarrollo de relaciones entre las entidades del sector y otros actores del entorno (Notta y Vlachvei, 2013, p. 131). Para la presente investigación, en referencia al primero y tercero de los aportes mencionados, se observa que las entidades del sector aprovechan escasamente los recursos que provee internet ya sea para ofrecer información de calidad fundado en el insuficiente número de contenidos que son provistos por los *websites*, más allá de la referida al objeto social y a la forma jurídica de la entidad y, la marcada ausencia de espacios de interacción y promoción de consultas, debates y deliberaciones.

Como se ha expuesto, escasamente se aborda en el ámbito digital la operatividad de los principios cooperativos a través de prácticas y en particular, desde la influencia que ejercen los asociados en la definición de las políticas de la entidad, es decir desde su esfera de influencia en los

procesos decisorios a través de las tecnologías. En la necesidad de llevar el análisis, de principios y valores, al terreno de la implementación, es decir, al espacio del quehacer cotidiano de la entidad y dada la ausencia de valoraciones de la apropiación de tecnologías que visibilicen esta cuestión, el análisis de las prácticas cooperativas que transcurren a través de los recursos de internet, en el Partido de General Pueyrredon, muestra un uso prioritario de las prácticas informativas por sobre el resto de las prácticas comprendidas en el Instrumento de valoración, sin registrarse entidades que desarrollen actividades que se encuadren como comunicativas, consultivas, deliberativas y/o constructivas. (Tabla 5.8).

Esta situación señala como se planteaba al inicio, la prevalente orientación económica que persigue la presencia en la web de estas entidades, direccionando sus estrategias escasamente hacia otras orientaciones, más acordes con su dualidad de fines. Sin embargo, a nivel nacional, en la presencia de federaciones y confederaciones y de los institutos de promoción, estas prácticas, incipientes, comienzan a cobrar un lugar en el espacio social de los actores del movimiento cooperativo, que se encuentra frente a diferentes problemáticas, dos en particular que tienen su accionar, la integración entre las entidades del sector en cumplimiento del sexto principio, cooperación entre cooperativas y, la participación de la juventud como usuarios de pleno derecho en los procesos decisorios, en cumplimiento del segundo principio, control democrático.

Capítulo 6

Conclusiones

[APORTES, LIMITACIONES Y LINEAS DE TRABAJO FUTURAS]

“Porque estamos hablando de organizaciones, como las cooperativas o las mutuales, donde en la gran mayoría de los casos, la participación pasa por una cuestión de militancia, de convicción, de esta voluntad de aportar para construir una sociedad mejor.”¹

“La vocación ciudadanista que un principio tuvo el Tercer Sector ha ido quedando diluida por las lógicas de la colonización del mundo y por la progresiva transferencia de competencias sociales del cada vez más reducido Estado del Bienestar. En esta coyuntura no puede sorprender que el enfoque mercantilista de la comunicación sea el predominante en estas entidades”.²

Resumen del capítulo

En este capítulo se exponen las principales conclusiones de la investigación a partir de la enunciación del objetivo general y de los objetivos específicos en conjunto con las hipótesis planteadas en la introducción. En cada objetivo se destacan las conclusiones específicas según el trayecto investigativo formulado y las técnicas empleadas así como los principales aportes para el estudio realizado.

¹Extracto de entrevistas realizadas a referentes del sector cooperativo en el Partido de General Pueyrredon – 2015.

²Víctor Marí Saéz, 2007, p. 465.

A partir de las reflexiones para cada objetivo propuesto inicialmente, se ofrece una síntesis de la investigación según tres principios cooperativos prevalentes en el análisis del sector. Se exponen posteriormente, las limitaciones del estudio y se delinear las líneas futuras de trabajo.

6.1. Contribuciones según hipótesis y objetivos

Como se expresa en la introducción, el planteo que guía la investigación se centra en el uso efectivo, en la apropiación de las TIC para establecer espacios de intervención fundada en las entidades cooperativas, para el desarrollo en forma genérica de ventajas competitivas, en su capacidad para facilitar el intercambio de información, propiciar la gestión del conocimiento informacional y contribuir a la construcción de una ciudadanía activa a través del diseño de actividades participativas. Sin embargo, las entidades cooperativas aprovechan escasamente los recursos de internet: las estrategias de uso se direccionan principalmente hacia la comercialización de sus bienes o bien, en la posibilidad de interactuar con sus grupos de interés en términos principalmente informativos, como una actividad más reciente, en virtud de su carácter intrínsecamente relacionado con la responsabilidad social (Marí Sáez, 2007, p. 465; Mozas Moral et al., 2010; Pasadas y Tirado Valencia, 2014).

En el reconocimiento del déficit o desaprovechamiento del potencial de internet, en particular de la web en su carácter poliédrico para conformar un espacio de vinculación a diferentes recursos tecnológicos, el foco de atención se centró en la investigación en **la dificultad de dar operatividad a los principios cooperativos, en particular visto a través de la baja participación del asociado**, basados en su involucramiento en la gestión de la entidad, advertido en la literatura científica como baja participación o, en las restricciones observadas en establecer canales de comunicación efectivos, que posibiliten el compromiso con el cumplimiento de los valores y principios cooperativos. Así planteada la problemática, **el objetivo general de la investigación consiste en estudiar las prácticas cooperativas en el ámbito digital, como mecanismos de participación para los asociados de estas entidades.**

A partir del objetivo general, se plantearon en el desarrollo del estudio tres objetivos específicos, para los cuales se formulan conclusiones y aportes de la investigación.

Objetivo No. 1: reconocer prácticas cooperativas mediadas por las tecnologías que implican el involucramiento de los asociados.

El primer objetivo responde a la hipótesis que plantea la **existencia de prácticas mediadas por las tecnologías en las entidades cooperativas que contribuyen a la participación de los asociados**. Con base en el objetivo señalado se ha estudiado cómo se concibe una

organización con una dualidad de fines, económicos y sociales, que surge a partir de satisfacer una necesidad, ya sea un servicio o un producto, para un colectivo de personas cuya propuesta no resulta viable para el sector privado o para el sector público. En ese marco de referencia se entienden las prácticas de estas entidades, las cooperativas, signadas por valores y principios, destacando el control democrático, la participación económica y la autonomía e independencia como rasgos distintivos de su gestión bajo los valores de solidaridad, colaboración, respeto, equidad y ayuda mutua. Es en este ámbito, esencialmente democrático, donde se observa la apropiación de las tecnologías o su uso efectivo, entendiendo también la difusa barrera en la denominación. ¿Por qué apropiación? Porque existe un factor, un elemento particular como característica de la apropiación que es la participación y se concibe cuando los usuarios la incorporan en sus modos de hacer cotidianos, y además, cuando pueden incidir en la esfera de las políticas públicas. En este sentido, se observa que el concepto se puede presentar para el colectivo mencionado, no en los usos tradicionales, sino en los nuevos usos que se desarrollan para la implicación de los asociados, en la participación de los mismos en la toma de decisiones de la entidad.

Se ha observado, que el enfoque principal que se asigna a los estudios sobre la disposición de información en la web es a través de una perspectiva económica, en la cual priman los objetivos que atienden a la comercialización y promoción de productos y servicios. Otro enfoque de análisis se direcciona hacia la consolidación de las relaciones, registrándose principalmente su estudio en las organizaciones sin fines de lucro. La relación inherente entre estas entidades pertenecientes al Tercer Sector y la concepción de Responsabilidad Social, funda una nueva perspectiva que, sin embargo, escasamente observa el triple rol del asociado -cliente, proveedor, propietario- desde la óptica de la participación.

En el reconocimiento de las prácticas distintivas, se abordan diferentes estrategias como la participación en diferentes actividades del sector a fin de comprender la dinámica, el vocabulario y las problemáticas que median en el desarrollo de su quehacer, entrevistas realizadas a referentes del sector y el abordaje de un instrumento que, según uno de los entrevistados, es “... *el espejo de adentro hacia afuera*”, el Balance Social Cooperativo, junto con estándares internacionales. Se han identificado diferentes **prácticas que posibilitan la intervención del asociado y se advierte así, la existencia de grados o niveles de implicación**, planteando aquellas que se presentan de carácter informativo para llegar en gradualidad y complejidad hasta las prácticas que forman la opinión del asociado, que pretenden lograr una participación fundada y finalmente, el desarrollo de acciones vinculantes en la órbita de decisiones de la entidad.

Son distinguibles manifestaciones inherentes al quehacer cooperativo en su desempeño cotidiano y en la formalización de sus actividades frente a sus grupos de interés, que promueven el involucramiento de sus integrantes, más allá de los aspectos básicos de brindar información y canales de comunicación, estas prácticas sitúan al asociado bajo los principios constitutivos y facilitan con las tecnologías, la definición de nuevas prácticas de uso, como el conocimiento de

las actividades de la entidad bajo cada principio; el desarrollo de canales que permitan incidir en el desarrollo de acciones ya tomadas o bien, opinar sobre la calidad de los servicios, productos y acciones que se llevan a cabo; presentar experiencias que puedan ser aplicadas en otros contextos; dialogar con expertos del movimiento y otros referentes para escuchar sus posturas y ofrecer sus opiniones frente a los temas que resulten de su interés y, finalmente, participar activamente en los debates y consensos sobre la creación de normativa específica para el sector.

El desarrollo de estrategias participativas mediadas por las tecnologías permite dotar de mayor transparencia a las prácticas cooperativas en el ámbito digital, diferenciando a este tipo de entidades de otras organizaciones del medio, a través de sus prácticas distintivas en la gestión interna (control democrático, participación económica y autonomía e independencia), además de las características que se publican sobre la forma jurídica y de gobierno de la entidad. Se han abordado las prácticas cooperativas en internet desde una nueva perspectiva, que indaga en definitiva, más allá de los análisis tradicionales, sobre la operatividad de los principios cooperativos en su relación con la tecnología y cómo, estos principios, pueden reconocerse en las prácticas cotidianas a través de los nuevos usos de la tecnología.

En una visión post-tecnocrática de la incorporación de las tecnologías, se entiende que su incorporación no solo se interpreta desde las consideraciones de las ventajas y desventajas de su empleo en el quehacer de la organización, sino en la comprensión de las nuevas prácticas de uso que los usuarios le otorgan y las implicancias de ello. Es así, que se incorporan tímidamente, a los espacios digitales del sector cooperativo, los foros de opinión y las redes, mecanismos a ser considerados desde el discurso del grupo, en su entendimiento de la importancia para el fortalecimiento de las organizaciones desde propuestas creativas y en consonancia con el movimiento. Circunstancias que se observan en la propulsión a la afiliación a entidades de ulterior grado, en la adopción de software libre y en la promoción de la constitución de las denominadas ‘cooperativas de medios’, a fin de transmitir con la impronta del sector, su identidad en la comunidad.

De esta forma, las prácticas reconocidas en este objetivo son aquellas que se caracterizan por la participación del asociado en la esfera de decisiones de la entidad. Así, se identifican las propuestas que realiza la entidad bajo las diferentes formas de interacción a través de las tecnologías, las que posteriormente son plasmadas en el **instrumento de valoración, a saber: informativas, comunicativas, consultivas, deliberativas y constructivas.**

Se confirma así, la hipótesis enunciada y se da cumplimiento al objetivo.

Objetivo No. 2: diseñar un instrumento de valoración de las prácticas cooperativas mediadas por las tecnologías desde la perspectiva de la participación.

El segundo objetivo responde a la hipótesis que plantea si **es posible diseñar una herramienta para la valoración de las prácticas cooperativas a través de los recursos**

de internet, es decir, que en el uso efectivo de las tecnologías, en particular la web, será factible reconocer prácticas desarrolladas para el empoderamiento del asociado desde la perspectiva de la participación. El análisis de los estudios sobre el uso de la web en cooperativas, se ha realizado con una gran concentración sobre casos españoles y catalanes dada la escasez de investigaciones específicas y, en función de esta circunstancia, se ha ampliado el alcance en forma genérica, hacia las entidades del Tercer Sector. En el recorrido propuesto para la construcción del Instrumento se advierten diferentes visiones en el análisis de uso de los contenidos y mecanismos que las entidades publican en el ámbito digital: i. la económica, basada en la posibilidad de realizar transacciones, ii. aquella que está fundada sobre la transparencia informativa y la responsabilidad social y, iii. la relacional, que enfatiza la capacidad de interacción de las herramientas en la comunicación con los grupos de interés, con procesos de diseño del *website* que se fundan en particular en las prácticas informativas y comunicativas (Voltolini, 2015, p. 2015).

Estas visiones o perspectivas no responden concretamente a la necesidad planteada originalmente, por lo cual es menester abordar un diseño propio que se funde en los conceptos teóricos de los niveles reconocidos en la instrumentación de las prácticas cooperativas, para dar operatividad a un mecanismo que sirva a diferentes propósitos en estas entidades: a la planificación y diseño de estrategias de intervención e implicación del asociado en los procesos decisorios y, a la evaluación del quehacer que la entidad cooperativa visibiliza en el ámbito digital, para sus grupos de interés y en particular, para sus asociados. Este diseño se basa en una conceptualización compuesta por tres orientaciones: la participación ciudadana originaria de una tipificación propuesta por Arnstein (1969) y retomada por la Fundació Jaume Bofill (2004) y Borge Bravo (2005); la distinción sobre los efectos de las tecnologías realizada por Katz y Rice (2005) entre acceso, participación cívica y comunitaria e interacción y, en tercer lugar, la operatividad de los principios y valores cooperativos (Birchall, 2005). Esta conceptualización permite abordar los niveles teóricos desde las prácticas que configuran para la entidad cooperativa, procesos de interacción, los cuales establece con sus asociados a través de las tecnologías.

A partir de los cinco niveles identificados y sus prácticas correspondientes -informativas, comunicativas, consultivas, deliberativas y constructivas- se determinan las ventajas que supone para cada nivel propuesto, concebidos como interdependientes, cada uno apoyado en los pisos anteriores, en un esquema progresivo en el desarrollo de estrategias participativas. Sobre los niveles de participación definidos se configura el Instrumento de valoración de la Participación Social, cuya formulación se enriqueció y validó a partir de las aportaciones y revisiones de los expertos consultados. El instrumento se plantea como una herramienta que, en consonancia con las entidades para las cuales fue diseñado, se basa en los valores y principios cooperativos que le dan sustento.

- *Adhesión libre y voluntaria*: acceso igualitario, sin restricciones para los asociados en la planificación y evaluación de los contenidos y mecanismos dispuestos en el ámbito digital. Se

observa a través de las prácticas informativas la publicación de información sobre la forma jurídica de la entidad y en las prácticas comunicativas, la presentación de requerimientos y solicitudes específicas.

- *Control democrático*: la participación en el gobierno de la entidad se presenta a través de diferentes formatos, ya sea en las prácticas informativas para acceder a las novedades y actividades que se desarrollan en la entidad -agenda, boletín-, en las prácticas comunicativas para presentar una reclamación o solicitud o disponer sobre las actividades formativas, presentar su opinión sobre calidad de servicios en las actividades consultivas o bien, proveer al debate y consenso con un ‘usuario informado’ que además integra procesos decisorios vinculantes a través de las prácticas deliberativas y constructivas.
- *Participación económica*: disposición de información específica para la toma de decisiones fundada, en la publicación de la agenda, información financiera y contable, del gobierno de la entidad en el marco de las prácticas informativas y comunicativas, en la formación sobre aspectos de gestión empresarial en particular. En el marco de las prácticas consultivas, se observan aquellas relacionadas con temáticas económicas como, por ejemplo, la fijación del capital, dotación del Fondo de Educación y Capacitación, destino de excedentes generados por prestación de servicios a no asociados y distribución de excedentes³ entre los asociados.
- *Autonomía e independencia*: se relaciona con las prácticas informativas tanto en la conformación de los órganos de gobierno y en la información financiera y contable, como en aquella relacionada con las principales actividades de la empresa cooperativa.
- *Educación, formación e información*: este principio, así como resulta transversal en el quehacer de las entidades, de igual forma se percibe su contribución en la aplicación del Instrumento desde las primeras prácticas, para dotar de información que resulte de interés para los procesos decisorios y proveer una retroalimentación con los asociados en las prácticas informativas y comunicativas. En estas últimas, en las actividades formativas que se promuevan ya sean sobre la doctrina, la formación empresarial o de gestión o en la específica del objeto social de la entidad. En las prácticas consultivas, deliberativas y constructivas, el principio contribuye a la formación de opinión fundada, en particular sobre la doctrina cooperativa atendiendo además, al desarrollo de un ciudadano informado, formado y participativo.
- *Cooperación entre cooperativas*: la integración con distintas entidades del sector se aprecia en la información sobre sostenibilidad de las prácticas informativas, en las prácticas consultivas y/o deliberativas para consulta sobre el seguimiento y la ejecución de acciones ya tomadas o bien, como emergente de una nueva agenda de construcción colectiva.

³Actividades estipuladas en el artículo 42° de la Ley de Cooperativas N° 20.337.

- *Interés por la comunidad*: la responsabilidad con la comunidad y el medio ambiente, se aprecia en la información sobre sostenibilidad definida en las prácticas informativas y, en la agenda y el boletín de novedades sobre las acciones realizadas en el medio.

Así expuesto el Instrumento en las prácticas cooperativas y su vinculación con los principios, se plantea el desarrollo de las acciones de la entidad desde una nueva perspectiva: aquella que refleja el involucramiento del asociado. El Instrumento surge así, como la confluencia de dos perspectivas o visiones: una teórica, basada en las conceptualizaciones sobre participación ciudadana y el desarrollo de estudios sobre los contenidos y mecanismos que disponen las entidades del Tercer Sector y, otra, empírica, fundada en el ejercicio práctico de la actividad de la entidad, según los principios y valores cooperativos. Se sitúan estas prácticas en el contexto de desarrollo actual de la web 2.0 signada por la transparencia, la apertura y la colaboración en consonancia con el nuevo rol del usuario, donde su esfera de intervención se desarrolla en forma amplia y activa en las entidades cooperativas, desde la planificación del diseño de las estrategias participativas de la entidad, hasta las posibilidades de vinculación en las decisiones, captando así, la complejidad y diversidad de su rol en la empresa de estructura democrática.

Se confirma así, la hipótesis enunciada y se da cumplimiento al objetivo.

Objetivo No. 3: indagar sobre los mecanismos de participación en las prácticas cooperativas mediadas por las tecnologías en el Partido de General Pueyrredon.

El tercer objetivo responde a la hipótesis que plantea si **las entidades cooperativas de la región, presentan principalmente prácticas informativas para sus asociados a través de internet**. Se aplica el Instrumento de valoración de la Participación Social en el ámbito digital sobre las organizaciones cooperativas activas del Partido de General Pueyrredon, a fin de reconocer cuáles son las prácticas en uso. Aquí se reconoce, además, el carácter plural del Instrumento, que puede ser utilizado desde una institución para la planificación y valoración de su actividad en el ámbito digital, como también puede adaptarse para ser empleado en el análisis de un colectivo de entidades, a fin de establecer un estado de situación sobre ellas e indagar sobre la apropiación que han realizado de los recursos de internet.

En el contexto actual, las organizaciones del sector público se encuentran con que los paradigmas que comenzaban a mencionarse a fines de los '70, como gobierno abierto, han evolucionado a una concepción donde el eje se centra en las capacidades ciudadanas. Dichas capacidades les permiten convalidar actos gubernamentales y evaluar la pertinencia de las medidas que se adoptan, tanto en las prácticas iniciales, principalmente informativas, sobre el derecho a la información y la protección de datos, hasta las actuales, con la promoción de la participación ciudadana en los asuntos públicos (Ramírez Alujas, 2011, pp. 101-102). Por otra parte, las instituciones de I+D, a fines de siglo pasado, comienzan a incorporar a sus políticas, la opinión de diversos grupos

de interés (Invernizzi, 2004, 68-69) y en el ámbito empresarial, se escucha al cliente interno y externo para el desarrollo de la planificación estratégica y el control, dirección y ejecución del quehacer de la entidad. Esta promoción de la participación se amplifica notablemente con el uso de las tecnologías, en el ‘Tercer Entorno’ o en la ‘sociedad red’, hacia la concepción 2.0 en las formas de comunicación y de producción de conocimiento que pretenden dotar a la gestión de transparencia, apertura y colaboración, principios rectores de la web 2.0 (Ramírez Alujas, 2011, p, 102). Desde esta extensiva e intensiva promoción de la participación en las organizaciones, se analizan las prácticas de las entidades cooperativas del Partido.

La aplicación del Instrumento de valoración de la Participación Social en las entidades cooperativas del Partido de General Pueyrredon presenta los siguientes resultados principales:

- De las cinco prácticas definidas solo se reconocen actividades para la primera de ellas, la **práctica informativa**, con una marcada ausencia en el sector local para las prácticas del tipo comunicativas, consultivas, deliberativas y constructivas presentando así la distancia en la formulación de estrategias que incentiven la participación de los asociados, en la construcción de canales bidireccionales de comunicación sostenidos por diversos mecanismos.
- Sobre las 249 entidades de primer grado activas, **menos del 10 % tienen presencia en la web**. De las entidades con presencia, las que corresponden al objeto social Servicios Públicos representan más de la mitad de las entidades de su tipo con presencia web, situación similar a las agropecuarias. Mientras que las cooperativas de trabajo, las más numerosas en el sector, solo registran una mínima presencia en la web. Existe por lo tanto, un escaso aprovechamiento de la web, advertido a través de la presencia de estas organizaciones en el ámbito digital. Esta situación no es ajena a otras entidades del sector ni siquiera cuando persiguen objetivos comerciales, como es el caso de las cooperativas oleícolas andaluzas, que son las que menos aprovechan estos espacios y si lo hacen solo persiguen propósitos informativos y de promoción (Fernández Uclés et al., 2015).
- Además, el uso del dominio *.coop* ampliamente difundido por ACI como elemento distintivo de la identidad cooperativa y primer atributo en la ubicación de la entidad, no es utilizado por las cooperativas en análisis.
- En las Prácticas Informativas se observa una **desigual presencia de las ocho categorías** registradas en los *website* de las entidades analizadas, dirigiéndose el foco de atención hacia aquellos conceptos que privilegian enfoques económicos, con prevalencia del estilo carta de presentación o tarjeta de negocios si se trata de una página sin enlaces o bien, *”kiosco de información”* si provee contenidos a sus visitantes acerca de sus productos y servicios principales únicamente (Bernet, A. y Stricker, 2003, 5).
- Las entidades **presentan casi en su totalidad información sobre las actividades principales de la empresa cooperativa y en gran medida sobre la forma jurídica**

y características de la entidad. Más de la mitad de las entidades ofrece información sobre el gobierno, específicamente la nómina de autoridades del Consejo de Administración y en un caso particular, los asociados.

- En el extremo opuesto, es notoria la **escasa presencia de información sobre el entorno legal**, solo atribuible a aquellas entidades de servicios públicos, idéntica situación para la **Agenda** y el **Boletín informativo o revistas**. La **información financiera y contable sobre la entidad se presenta en un número muy reducido de entidades**, en este caso, observando la reticencia del sector en concordancia con otras entidades del Tercer Sector, como cooperativas españolas, catalanas y polacas.
- En *información sobre sostenibilidad*, solo una entidad realiza la *publicación de su Balance Social Cooperativo*, esta situación constituye además una larga tradición institucional de más de una década. De esta forma, se ofrece un panorama sobre las acciones de divulgación de las entidades supeditada en casi la totalidad de entidades a los contenidos disponibles en la *Agenda* o *Boletines y revistas*, que también presentan una exigua presencia, por lo cual, la difusión de información hacia sus grupos de interés y en particular, para sus asociados resulta deficitaria desde la perspectiva de este recurso.
- En síntesis, sobre la información que presentan las entidades cooperativas a través de sus *websites*, se observa una preponderancia de contenidos estáticos que requieren escasa actualización. Escasamente se observa la publicación de otro tipo de contenidos que requieren una actualización de mayor periodicidad -Agenda, Boletín- o bien, con períodos más amplios -información sobre sostenibilidad, información financiera y contable-.

Las entidades del Tercer Sector no escapan a la incorporación de los recursos de internet ni al uso de los medios tradicionales en la divulgación de su quehacer con sus grupos de interés y sus asociados en particular. En el seno de las empresas sociales de estructura democrática, la participación es su eje constitutivo. Sin embargo, no se registra un aprovechamiento de la tecnología en el diseño de estrategias participativas, que vayan más allá de la principal presentación de contenidos que responden a la difusión de productos y servicios. La provisión de canales para facilitar respuestas rápidas a las demandas planteadas, así como la generación y consolidación de vínculos con sus asociados en pos de contribuir al desarrollo de la entidad a través de la participación de usuarios informados y del desarrollo de estrategias participativas mediadas por las tecnologías, se presenta ausente en el análisis efectuado.

En síntesis, se presentan las siguientes reflexiones finales en atención a tres cuestiones que se relacionan con los principios cooperativos, que han moldeado esta investigación, el control democrático, la cooperación entre cooperativas y, la educación, formación e información:

- Según Gargallo Castel y Pérez Sanz (2009, p. 110) y, López, Arcas y Alcón (2014, pp.

173-174) se debe considerar la importancia del uso de las TIC para el logro de mejoras competitivas a fin de asegurar su permanencia en el mercado y alcanzar los objetivos, en respuesta al compromiso asumido con los asociados, destacando el intercambio de información y conocimiento. Por otra parte, dada la importancia de estas entidades en el tejido productivo y en el entramado social en la generación de empleo, la inclusión y el respeto por el medio ambiente, se asume la necesidad de facilitar el desarrollo de competencias en directivos y asociados -espacio de funcionamientos- de las entidades, para la mejor gestión de las mismas. Siguiendo a estos autores, solo un escaso número de cooperativas en el Partido realiza una adopción de recursos de internet para posicionarse y visibilizar su quehacer con sus grupos de interés, en particular con sus asociados. Tampoco se lleva a cabo a través de estas tecnologías, prácticas que faciliten el conocimiento de las actividades en forma oportuna, con una actualización permanente y una cercanía con la entidad independiente de la distancia en la que se encuentre. En las cooperativas analizadas se observa un gran número de ellas que se constituyen únicamente con información sobre las actividades principales y la forma cooperativa, una opción que no facilita la interacción con los nuevos usuarios ni con los que se incorporan más lentamente al Tercer Entorno, manteniendo así un compromiso que se limita a dar cumplimiento a los propósitos que les dan origen. Sin embargo, los servicios y productos que brindan aún no alcanzan para que la apropiación de las tecnologías obre en forma tal que los usuarios permeen las capas administrativas y se vinculen con la gestión desde diferentes espacios y momentos, sobre la calidad de servicios para la evaluación de decisiones ya tomadas, así como en aquellas cuyo rumbo ayudarán a definir. El cumplimiento del quinto principio cooperativo debe trascender en este sentido los formatos tradicionales y adoptar las formas flexibles, colaborativas y participativas del nuevo entorno.

- Juliá Igual et al. (2004, 246) se refieren a la escasez de cooperativas en la comunidad valenciana, que reflejan su realidad empresarial diferenciada, cuestión que se visualiza como una gran deficiencia y señalan la importancia de promocionar enlaces con otras entidades. En el presente análisis, se observa que la realidad diferenciada a la que se hace referencia se aborda escasamente desde la identificación de la forma cooperativa desaprovechando el potencial de las tecnologías en algunos casos, subutilizándolas en otros y, en la mayoría de los casos, sin disponer de los elementos para desarrollar un uso efectivo de las mismas. Si bien las estadísticas del sector muestran un acceso mayoritario a los dispositivos electrónicos y conexión a internet, esto no se ha traducido en la aplicación de las mismas a las situaciones cotidianas de actividad de los asociados, en su información, formación específica o en la doctrina cooperativa a través de las tecnologías. La presencia de las entidades en internet puede confundirse en gran parte de los casos analizados con otras entidades del sector, solo la distinción del logo específico del cooperativismo -los dos pinos- para el usuario que accede una de estas web indica que se está en presencia de una cooperativa. Así, el cumplimiento del sexto principio, cooperación entre cooperativas se ve obstaculizado desde el mismo

sector al presentarse bajo una denominación genérica. El anonimato en que incurren las cooperativas sobre su condición no favorece su identificación y reconocimiento por el nuevo usuario que ha surgido a partir de su cambio de rol con las tecnologías de la web 2.0. Este anonimato es sobre la forma cooperativa es minoritario, en la mayor parte del sector, se trata de invisibilidad en el ámbito digital.

- Mozas Moral y Bernal Jurado (2001, pp. 140-141), plantean para las cooperativas del sector agrario-alimentario andaluz las barreras en incorporar las nuevas tecnologías y que pese a la escasa presencia del sector, solo se preveía un incremento moderado en comparación con EEUU, señalando la necesidad de crear portales específicos para facilitar el acceso a los clientes y, frente a la dispersión empresarial en la red proponen como estrategia acudir conjuntamente al mercado pero desde un enfoque que contemple los aspectos comerciales y relacionales. La adopción de nuevas perspectivas son necesarias para facilitar el cumplimiento del principio de control democrático a través del uso de las tecnologías, para que actúen en forma complementaria con las tradicionales. En el estudio realizado se observa que la visión actual predominante se centra en desarrollar los aspectos comerciales en conjunto con la divulgación de noticias sobre el quehacer de la entidad, aunque en menor medida. Así, la diferenciación de estas entidades a través de su gestión democrática no se traslada al ámbito virtual. Mientras que los principios distintivos de las cooperativas –control democrático, participación económica y, autonomía e independencia– permiten distinguir a estas entidades, en el ámbito virtual por el contrario, no se diferencian por su denominación de dominio específico *-coop-*, por su caracterización de las formas de gobierno -más allá de la enunciación de los principios- ni por el desarrollo de estrategias participativas. Esta situación plantea que el principio de control democrático hoy se ejerce en estas entidades, fuertemente disociado de los adelantos tecnológicos de la época.
- Finkelievich y Kisilevsky (2005) sostienen que internet contiene el potencial de formación de opinión pública al brindar la posibilidad de debatir y comunicar ideas. Argumentan que así como las TIC pueden influenciar para facilitar el acceso universal al conocimiento basado en la transparencia, la solidaridad y la participación también se pueden imponer posiciones que acrecentarían las brechas existentes o consolidarían las relaciones de inequidad en el uso y aplicación de las tecnologías. Como se ha observado en la investigación realizada, se desprenden dos cuestiones de especial interés, por una parte, la importancia de la apropiación de las tecnologías desde la perspectiva de la participación en el involucramiento del asociado en la gestión de la entidad y, por otra, considerar los nuevos usos que pueden otorgar a los ya existentes, aprovechando las conexiones tanto sincrónicas como asincrónicas y el intercambio de conocimiento en la constitución de entramados de relaciones, germen de futuras comunidades de práctica (Salinas, 2011).

A partir de este estudio, solo considerar la presencia de las entidades en la aplicación de

las tecnologías a modo de carta de presentación, no daría cuenta de la apropiación de las mismas, no brindaría un indicador apropiado a partir del recorrido realizado en este trabajo que mostrara fehacientemente su incorporación como sujeto en el Tercer Entorno. Así como expresan Juliá et al. (2004) que la presencia en la web de las entidades es un indicador de la Sociedad de la Información, el reconocimiento de estrategias que permitan empoderar a los usuarios daría cuenta de la apropiación de las tecnologías por este colectivo. Se puede apreciar que la aplicación del Instrumento de valoración de la Participación Social, toma como punto de partida, la presencia en el ámbito digital para determinar el nivel de desarrollo de las prácticas de las entidades en análisis, donde da cuenta en definitiva, de la operatividad de los principios cooperativos, de su aplicación en la práctica del quehacer cotidiano de estas entidades mediadas por las tecnologías.

La transformación que están propiciando las tecnologías en el potencial de participación sobre la esfera decisoria de la gestión interna de estas entidades, no estará exenta de los niveles informativos, resultan una condición necesaria para abordar las actividades de gestión. Sin embargo, como afirma Gayán (2014, p. 59) para el ámbito público, en este espacio de empresas cooperativas, la participación efectiva que atienda principalmente a las problemáticas del sector como la renovación generacional y la falta de integración exigirá procesos paulatinos y graduales, pero por sobre todo, una apropiación cultural de este colectivo, para que el cambio sea posible.

Se confirma así, la hipótesis enunciada y se da cumplimiento al objetivo.

6.2. Limitaciones

Las limitaciones de la investigación se centraron respecto de tres ejes principales, los cuales se exponen a continuación.

La escasez de investigaciones específicas sobre el sector cooperativo que aborden el estudio de los contenidos expuestos a través de la web. Se han podido identificar otras experiencias en el análisis de *websites* de cooperativas más allá del contexto español, como en Italia, Grecia y EEUU (Canavari et al, 2002; Annunziata et al., 2008). Sin embargo, dichos estudios no identifican, en forma separada, a las cooperativas del total de empresas analizadas o bien, no se centran específicamente en los contenidos que son visibles a través de la web sino que responden a información general relevada a través de encuestas en las cooperativas. Esta situación impide que sean contempladas en los análisis comparativos que dieron lugar al Instrumento de valoración o bien, que puedan constituirse en referencias para la aplicación del mismo.

La contextualización del Instrumento de valoración de la participación social, enfocada en las entidades cooperativas y en la participación de los asociados como grupo de interés privilegiado en el acceso a la información de la entidad, privilegiado puesto que la disposición de

contenidos y herramientas se realiza para establecer instancias de interacción donde el usuario cumple el rol de asociado, cliente, proveedor y propietario. Esta especialización presenta una herramienta ajustada a la dinámica de la doctrina cooperativa que mantiene, sin embargo, las singularidades propias del contexto donde se incorpora y las trayectorias con las tecnologías de quiénes han participado en su construcción.

La diversidad de recursos de internet, como las plataformas sociales que se enlazan en los *websites*, que obligó a realizar una selección de elementos para centrar el análisis atendiendo a las investigaciones precedentes y al formato que resulta más habitual para este colectivo. Estas plataformas además, presentan una modalidad para la visualización de contenido que no atiende a la identificación de las prácticas especificadas previamente para la participación de los asociados. Por otra parte, cabe mencionar que estas herramientas están presentes en las prácticas comunicativas, pero no ha sido posible instrumentar su análisis puesto que no se han reconocido actividades específicas a través de los enlaces que las relacionan, sino que atienden a la presentación de un canal de difusión de información complementario o bien, con un nivel de participación que aún no ha sido explotado en todo su potencial.

6.3. Líneas de trabajo futuras

La evaluación de la transparencia de las organizaciones, su reputación, el interés por el análisis y evaluación del impacto de sus acciones en los diversos grupos de interés tiene mayor alcance y profundidad. Ya sea que se trate de las instituciones públicas a través de gobierno abierto o bien, del reconocimiento de las empresas en los mercados que actúan, las organizaciones han comenzado a brindar mayor información sobre su gestión y aportar mecanismos de interacción con los usuarios. En las cooperativas, esta situación puede apreciarse en particular, para las entidades de segundo y tercer grado que utilizan con sus asociados, las cooperativas de base o de primer grado, diversas estrategias de participación mediadas por las tecnologías. En ese sentido, uno de los aportes de la investigación realizada se centra en posibilitar la visibilidad de la presencia y participación digital de las cooperativas, que propicie procesos de reflexión sobre su evolución y desarrollo.

Un ámbito de interés para la aplicación del Instrumento de valoración sería el de las entidades de segundo y tercer grado, que podrían aportar la perspectiva del grupo a un nivel más general, y posteriormente esa visión en los espacios donde actúan las entidades de base y observar, si existen, las distancias entre los distintos tipos de entidades, según el desarrollo de estrategias participativas mediadas por las tecnologías. Otra posible aplicación del Instrumento sería la de ofrecer un mayor alcance a la investigación y poder ampliar el ámbito geográfico donde se ha radicado el estudio inicialmente, a un nivel mayor, ya sea a nivel provincial o nacional. En

virtud de la realidad observada, la aplicación del instrumento implica en estos contextos, una revisión del mismo, en cuanto a su alcance, a fin de corroborar que su carácter global y flexible permite dar cuenta de las diferentes situaciones identificadas.

Se considera además, que se podría complementar el estudio con la indagación sobre el uso y el no uso de las tecnologías sobre los propios cooperativistas de base de un Partido o localidad determinada. Atendiendo en este caso a las estrategias y barreras que median entre la entidad y los asociados en el uso de las tecnologías. Considerar la voz de los directivos de las entidades de primer grado implicaría además, la posibilidad de revisar el instrumento según la perspectiva de aquellos que definen los espacios informativos, comunicativos y participativos de las entidades.

Otra aplicación posible, sería la elaboración de una guía de prácticas sobre la divulgación de información cooperativa en internet (Juliá Igual et al., 2004, pp. 188-190). Este conjunto de buenas prácticas, se definiría sobre los valores y principios cooperativos y en el ámbito de las tecnologías, privilegiando la transparencia, la apertura y la colaboración. Su contenido se enfocaría en reconocer en las entidades aquellas prácticas significativas, referidas a los principios constitutivos, que se pueden enmarcar en los niveles definidos del Instrumento, caracterizándolas a fin de diferenciarlas de otras organizaciones.

Por otra parte, la riqueza del estudio empírico realizado, a partir de las entrevistas abiertas a los referentes del sector, presenta un amplio espectro de trabajo sobre las problemáticas que aquí se han definido, con especial relación al abordaje de la investigación, sin embargo la integración entre entidades y la renovación generacional se presentan como temas de gran importancia en la agenda del sector, que merecen una atención singular en las propuestas de investigación. El Instrumento se ha definido como una herramienta flexible, a fin de posibilitar su adecuación a los contextos y requerimientos de aquellos para quienes pretende ser una herramienta de trabajo. Así, se configura de modo tal, de probarse en otros ámbitos, en otras entidades y territorios y ofrecer un espacio fundante para el desarrollo conjunto y colaborativo de buenas prácticas cooperativas en la participación digital.

Referencias

- Acosta, M., Levin, A., & Verbeke, G. (2014). El sector cooperativo en Argentina en la última década. *Cooperativismo & Desarrollo*, 21(102), 27-39. <http://dx.doi.org/10.16925/co.v21i102.657>
- Agirre, A. (2001). Los principios cooperativos “atractores” de la gestión eficiente: su medición. Aplicación al caso de Mondragón Corporación Cooperativa. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (39), 93-113. Recuperado de <http://core.ac.uk/download/pdf/7071260.pdf>
- Alberich Pascual, J., & Roig Telo, A. (2010). Creación colectiva audiovisual y cultura colaborativa online. Proyectos y estrategias. *Revista ICONO14. Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 8(1), 85-97. <http://dx.doi.org/10.7195/ri14.v8i1.282>
- Albinger, H. S., & Freeman, S. J. (2000). Corporate social performance and attractiveness as an employer to different job seeking populations. *Journal of Business Ethics*, 28(3), 243-253.
- Alianza Cooperativa Internacional. Cooperativas de la Américas. ACI-Américas. (2015). *Historico debut: el movimiento cooperativo participará de las deliberaciones del B20*. Recuperado de <http://www.aciamericas.coop/Historico-debut-en-la-Cumbre-del>
- Alonso Almeida, M. M. (2008). Herramientas para el control de la empresa por parte del accionista: Los códigos de buen gobierno e internet. *Pecunia*, (6), 29-51. Recuperado de <http://revpubli.unileon.es/ojs/index.php/Pecunia/article/view/698>
- Anguera Argilaga, M. T. (1986). La investigación cualitativa. *Educar*, (10), 23-50. Recuperado de <http://www.raco.cat/index.php/educar/article/viewFile/42171/94904>
- Annunziata, A., Misso, R., & Vecchio, R. (2008, may). Information and Communication Technologies in the Campania Region wine business. Paper presented at the *AWICTSAE (International Advanced Workshop on Information and Communication Technologies for Sustainable Agri-production and Environment) Workshop*. Alexandroupolis, Greece (pp. 1-16). Recuperado de http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/37674/2/ICT_in_the_Campania_Region_wine_business.pdf

- Arango Jaramillo, M. (2005). *Manual de cooperativismo y economía solidaria*. Colombia: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Argentina. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010). *Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010: resultados definitivos*. Buenos Aires: INDEC.
- Argentina. Honorable Congreso de la Nación Argentina (2006). *Ley de Educación Nacional. Ley No. 26.206*. Buenos Aires, 14 de diciembre de 2006. Boletín Oficial n. 31062. Recuperado de <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=123542>
- Argentina. Ministerio de Economía y Finanzas Públicas (2000). *Ley No. 25.250. Trabajo: Reforma Laboral*. Buenos Aires, 11 de mayo de 2000. Recuperado de <http://www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do;jsessionid=665A5D95A9BFFF9CADEEEEC0817E36F52?id=63208>
- Argentina. Poder Ejecutivo Nacional (1973). *Ley No. 20.337. Ley de Cooperativas*. Buenos Aires, 2 de mayo de 1973. Boletín Oficial n. 22666. Recuperado de <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/18462/norma.htm>
- Arnstein, S. (1969). A Ladder of Citizen Participation. *Journal of the American Planning Association*, 35(4), pp. 216-224. Recuperado de <https://www.planning.org/pas/memo/2007/mar/pdf/JAPA35No4.pdf>
- Arroyo Almaraz, I., Baladrón Pazos, A.J., & Martín Nieto, R. (2013). La comunicación en redes sociales: percepciones y usos de las ONG españolas. *Cuadernos de Información* (32), 77-88, junio. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97127473007>
- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas. (2002). *Código de buenas prácticas para la divulgación de información financiera en Internet* (Documento AECA No. 1, Serie Nuevas Tecnologías y Contabilidad). Madrid: AECA. Recuperado de <http://www.aeca.es/comisiones/nuevatecnologias/nt1completo.pdf>
- Balas Lara, M. (2012). *La gestión de la comunicación en el Tercer Sector: cómo mejorar la imagen de las ONGD*. Madrid: ESIC.
- Bardin, L. (2002). *Análisis de contenido* (3a. ed.). Madrid: Akal.
- Becerra, E. I. L., Lario, N. A., & Provencio, F. A. (2012). Los sitios Web de las cooperativas agroalimentarias. Antecedentes y consecuencias de su adopción. *Revista de Eco-*

- nomía Pública, Social y Cooperativa*, 76, 261-282. Recuperado de http://www.ciriec-revistaeconomia.es/banco/CIRIEC_7611_Lopez_et_al.pdf
- Berenguer, J., & Ramos, J. (2003). *Negocios digitales. Competir utilizando Tecnologías de Información*. España: Universidad de Navarra - EDUNSA.
- Bernal Jurado, E., & Mozas Moral, A. (2008). Evaluación del uso comercial de la *World Wide Web* por parte de las cooperativas de segundo grado españolas. *Revista Española de Asuntos Agrosociales y Pesqueros*, (219), 181-200. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2771899&orden=0&info=link>
- Bernet, A., & Stricker, S. (2003, july). German wineries on the web: A survey of web sites of Mosel-Saar-Ruwer and Pfalz wineries. Paper presented at the *Wine Marketing Colloquium*, Adelaide, Australia (pp. 1-8). Recuperado de <http://www.wine-economics.de/Research/wineries.PDF>
- Betancor, A. (2002). Enron, liberalización, nueva economía. *Política Exterior*, 16(86), 59-70. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/20645244>
- Biasone, A. M. (2007). *Mar del Plata en el imaginario colectivo. Estudio de caso: la marca Mar del Plata*. (Tesis de Maestría). Universidad Austral. Recuperado de http://nulan.mdp.edu.ar/1188/1/biasone_am.pdf
- Birchall, J. (2005). Los principios cooperativos, diez años después. *Revista de la Cooperación Internacional*, (2/05), 1-16. Recuperado de <http://extension.comteco.com.bo/documentos/descargas/Los%20Principios%20cooperativos.%2010%20anos%20despues.pdf>
- Bocco Nieto, E. B., & Miralles González-Conde, M. A. (2007). Los e-boletines en las organizaciones no lucrativas de España: una herramienta de comunicación multicanal. *Quaderns Digitals*, varios/artículos. Recuperado de http://www.quadernsdigitals.net/datos/hemeroteca/r_66/nr_710/a_10344/10344.pdf
- Borge Bravo, R. (2005). La participación electrónica: estado de la cuestión y aproximación a su clasificación. *IDP: Revista de Internet, Derecho y Política = Revista d'Internet, Dret i Política*, (1). Recuperado de <http://www.uoc.edu/idp/1/dt/esp/borge.pdf>
- Bortree, D. (2007, may). Relationship management in an online environment: Non-profit Websites' Use of Relational Maintenance Strategies with Child and

- Adolescent Publics. Paper presented at the *Annual Meeting of the International Communication Association*, San Francisco, California (pp. 1-19). Recuperado de <http://195.130.87.21:8080/dspace/bitstream/123456789/538/1/Relationship%20Management%20in%20an%20Online%20Environment.pdf>
- Bourdieu, P. (1983). The Forms of Capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood.
- Bourdieu, P. (2001). *Poder, derecho y clases sociales* (2da.ed.). España: Desclée de Brouwer
- Bozeman, B., Rimes, H., & Youtie, J. (2015). The evolving state-of-the-art in technology transfer research: Revisiting the contingent effectiveness model. *Research Policy*, 44(1), 34-49. Recuperado de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0048733314001127>
- Breton, P., & Proulx, S. (2002). *La explosión de la comunicación*. (2da. ed.). Quito, Ecuador: Abya-Yala. Recuperado de <http://repository.unm.edu/handle/1928/10769>
- Buendía Martínez, I. (2000). La participación democrática: ¿un valor en extinción en las sociedades cooperativas? *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (34). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17403401>
- Burbules, N., & Callister, T. (2006). *Educación: riesgos y promesas de las nuevas tecnologías de la información*. Buenos Aires: Granica.
- Burkle, M., & González, E. (2006). Redes electrónicas de mujeres: Aportaciones al uso democrático de internet. In *Redes.com*, (3), 111-132.
- Caballer, V., & Ilse, G. (2004). Las nuevas tecnologías de la información en las cooperativas. Una aplicación a las cooperativas de crédito y citrícolas de la Comunidad Valenciana. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (49), 239-261. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/174/17404911.pdf>
- Camacho, K. (2001). The Internet: A Tool for Social Change? Elements of a Necessary Discussion. Documento de Trabajo para el Proyecto Evaluation of the Social Impact of the Internet in Central America: The Case of Civil Society Organizations. Recuperado de <http://www.acceso.or.cr/publica/socialchange.shtml>
- Camacho, K. (2005). La brecha digital. In A. Ambrosi, V. Peugeot y D. Pimienta (coords.), *Palabras en juego: enfoques multiculturales sobre las sociedades de la información*. C & F

- Éditions. Recuperado de <http://vecam.org/article550.html>
- Canavari, M., Regazzi, D., & Spadoni, R. (2002). *Origin Labels on the World Wide Web*. Università di Bologna, Dipartimento di Economia e Ingegneria Agrarie, Italy. Recuperado de <http://www.agrsci.unibo.it/canavari/E-commerce/CanavariSpadoniRegazzi-posterEAAE.pdf>
- Casado Pérez, D., Jiménez Lara, A., Codorniú, J. M., & Rodríguez Cabrero, G. (2006). *El sector no lucrativo en España: una visión reciente*; J. I. Ruiz Olabuénaga (dir.). Bilbao: Fundación BBVA. Recuperado de http://www.fbbva.es/TLFU/dat/DE.2007_sector_no.lucrativo.pdf
- Castells, M. (1997). *La Era de la Información*. v. 1, Madrid: Alianza Editorial.
- CEPAL (2010, noviembre). Las TIC para el crecimiento y la igualdad: renovando las estrategias de la sociedad de la información. Comunicación presentada en la *Tercera Conferencia Ministerial sobre la Sociedad de la Información de América Latina y el Caribe (Lima)*, Naciones Unidas: CEPAL. Recuperado de <http://hdl.handle.net/11362/2971>
- Chambat, P. (1994). Usages des Technologies de L'information et de la Communication (TIC): Évolution des Problématiques. *Technologies de l'information et société*, 6(3), 249-270. Recuperado de http://revues.mshparisnord.org/lodel/disparues/docannexe/file/451/vol6_n3_article3.pdf
- Chaves Ávila, R., & Monzón Campos, J. L. (2000). Las cooperativas en las modernas economías de mercado: perspectiva española. *Economistas*, 18(83), 113-123. Recuperado de <http://europa.sim.ucm.es/compludoc/AA?articuloId=74735>
- Chaves Ávila, R., & Monzón Campos, J. L. (2008). Panorama de la investigación en economía social. *Estudios de economía aplicada*, 26(1), 29-56. Recuperado de <http://roderic.uv.es/handle/10550/41479>
- Chaves Ávila, R., Monzón Campos, J. L., Pérez, J. M., & Radrigán Rubio, M. (2013). La economía social en clave internacional. Cuantificación, reconocimiento institucional y visibilidad social en Europa, Iberoamérica y Norte de África. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, (112), 122-150.
- Colombia. Congreso de la República (2008). *Ley No. 1.258. Sociedad por acciones simplificadas*. Bogotá, 5 de diciembre de 2008. Diario Oficial No. 47.194. Recuperado de http://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/normatividad/Leyes/

- 2008/Ley_1258_2008.pdf
- Consortio World Wide Web. *Accesibilidad web*. España: W3C. Recuperado de <http://w3c.es/Divulgacion/accesibilidad>
- Coraggio, J. L. (2004). *De la emergencia a la estrategia: más allá del alivio de la pobreza*. Buenos Aires: Espacio Editorial.
- Corry, O. (2010). Defining and theorizing the third sector. In R. Taylor (Ed.), *Third sector research* (pp. 11-20). New York: Springer. Recuperado de http://link.springer.com/10.1007/978-1-4419-5707-8_2
- Cracogna, D. (2007). Interculturalidad y Cooperativismo. Doctrina. Legislación. Experiencia. *Boletín de la Asociación Internacional de Derecho Cooperativo= Journal International Association of Cooperative Law*, (41), 33-45. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2489921.pdf>
- Crovi Drueta, D. (2008). Dimensión social del acceso, uso y apropiación de las TIC. *Contratexto: revista de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima*, (16), 65-79. Recuperado de [http://fresno.ulima.edu.pe/sf/sf_bdfde.nsf/OtrosWeb/CONT16CROVI/\\$file/04-contratexto16%20CROVI.pdf](http://fresno.ulima.edu.pe/sf/sf_bdfde.nsf/OtrosWeb/CONT16CROVI/$file/04-contratexto16%20CROVI.pdf)
- Cunill Grau, N. (1991). *Participación ciudadana: dilemas y perspectivas para la democratización de los Estados latinoamericanos*. Venezuela: CLAD.
- de Certeau, M. (1990). L'invention du quotidien. *Arts de faire*, 1, 57-63.
- de Certeau, M. & Giard, L. (1996). *La invención de lo cotidiano: artes de hacer*. I (Vol. 1). México: Universidad Iberoamericana. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente
- de la Cuesta González, M. & Martínez, C. V. (2003). Responsabilidad social de la empresa. Concepto, medición y desarrollo en España. *Boletín Económico de ICE*, (2755), 7-20.
- de la Torre, I. (2007). Imagen pública del tercer sector en España. *CIRIES-España, Revista de Economía Política, Social y Cooperativa*, (057), 33-63. Recuperado de http://www.ciriec-revistaeconomia.es/banco/5702_De_la_Torre.pdf
- de Vega, R. E. & Zanfrillo, A. I. (2014, septiembre). Cooperativas de trabajo del Partido de Gral. Pueyrredon.: un estudio descriptivo sobre su inserción en el medio. Comunicación presen-

- tada en *5 Jornadas Patagónicas de Investigación en Ciencias Económicas* (Argentina), Comodoro Rivadavia (p. 97-98).
- de Vega, R. E. & Zanfrillo, A. I. (2015). *Un análisis descriptivo del sector cooperativo en el Partido de General Pueyrredon*. Manuscript submitted for publication.
- Defourney, J. (2014). From Third Sector to Social Enterprise. A European research trajectory. In J. Defourney, L. Hulgård, & V. Pestoff (Eds.), *Social Enterprise and the Third Sector: Changing European Landscapes in a Comparative Perspective* (pp. 17-41). New York: Routledge.
- Denzin, N. & Lincoln, Y. (2005). *The Sage Handbook of Qualitative Research* (3rd ed.). United Kingdom: Sage Publications.
- Duverger, M. (1981). *Método de las Ciencias Sociales*. Colección Demos. Madrid: Ariel.
- Echeverría, J. (2000). Educación y tecnologías telemáticas. *Revista Iberoamericana de Educación*, (24). Recuperado de <http://www.rieoei.org/rie24a01.htm>
- Echeverría, J. (2002). Gestión de la competencia de acción profesional. *Revista Europea de la Formación Profesional*, 20(1), pp. 7-43.
- Echeverría, J. (2003). *La revolución tecnocientífica*. Madrid: Fondo de Cultura Económica de España.
- Echeverría, J. (2008). Apropiación social de las tecnologías de la información y la comunicación, *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad*, 4 (10), 171-182. Recuperado de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext &pid=S1850-00132008000100011
- Engst, A. & Pogue, D. (1999). *Crossing Platforms A Macintosh/Windows Phrasebook: A Dictionary for Strangers in a Strange Land*. USA: O'Reilly & Associates.
- Enguídanos, A. (1986). La información, formación y participación en el seno de las cooperativas y SAT. *Revista de Estudios Agrosociales*, (135), 55-74. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2171078>
- Escobar-Pérez, J. & Cuervo-Martínez, A. (2008). Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización. *Avances en medición*, 6, 27-36. Recuperado de <http://www.humanas.unal.edu.co/psicometria/files/7113/8574/5708/> Articu-

lo3_Juicio_de_expertos_27-36.pdf

- Esteban Salvador, L., Gargallo Castel, A., & Pérez Sanz, F. J. (2012). El papel de la mujer en las cooperativas agrícolas turolenses. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (74), 177-205. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17423124007>
- Evers, A., & Laville, J-L. (2004). Defining the Third Sector in Europe. In A. Evers, & J-L. Laville (Eds.), *The Third Sector in Europe* (pp. 11-44). USA: Edward Elgar Publishing.
- Fairbain, B. (2005). Tres conceptos estratégicos para la orientación de cooperativas. Vínculos, transparencia y cognición. *Documentos-Publicación del Centro de Estudios de Sociología del Trabajo de la Universidad de Buenos Aires*, 48, 1-35. Recuperado de <http://www.econ.uba.ar/cesot/docs/documento%2048.pdf>
- Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas Centro de Estudios Científicos y Técnicos (2008). *Resolución Técnica N° 24 - Normas profesionales: Aspectos particulares de exposición contable y procedimientos de auditoría para entes cooperativos*. Res. C.D. 34/2008. Buenos Aires: CPCECABA. Recuperado de <http://www.cpcesfe1.org.ar/resol-CS/RT24%20NormContcooperat%20JGmarzo08%20pararesol.pdf>
- Federación Argentina de Cooperativas de Electricidad y Otros Servicios Públicos Limitada (2013a). *Memoria del 74 Ejercicio comprendido entre el 1 de julio de 2012 y el 30 de junio de 2013*. Recuperado de <http://www.face.coop/wp-content/uploads/face-memoria-balance/Memoria-de-actividades-de-FACE-2013.pdf>
- Federación Argentina de Cooperativas de Electricidad y Otros Servicios Públicos Limitada (2013b). *Consejo Consultivo de Jóvenes Solidarios de FACE*. Recuperado de <http://jovenessolidarios.coop/consejo-consultivo/>
- Fernández S., M. E. (2006). Las cooperativas: organizaciones de la economía social e instrumentos de participación ciudadana. *Revista de Ciencias Sociales*, 12(2), 237-253. Recuperado de <http://www.produccioncientifica.luz.edu.ve/index.php/rcs/article/view/13386>
- Fernández Uclés, D., Bernal Jurado, E., Mozas Moral, A., Medina Viruel, M. J., & Moral Pajares, E. (2015). El sector cooperativo oleícola y el uso de las TIC: un estudio comparativo respecto a otras formas jurídicas. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, 120. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/REVE/article/view/49700/46201>

- Ferrer-Sapena, A., Peset, F., & Aleixandre-Benavent, R. (2011). Acceso a los datos públicos y su reutilización: open data y open government. *El profesional de la información*, 20(3), 260-269. Recuperado de <http://eprints.rclis.org/20997/>
- Ferrero, M., & Hoehn, M. (2014). *Participación ciudadana – un marco teórico*. Asesoría Parlamentaria BCN Departamento de Estudios, Extensión y Publicaciones, Biblioteca del Congreso Nacional. Recuperado de <http://www.giorgiojackson.cl/wp/wp-content/uploads/2014/09/marco-teorico-estudio-participacion-ciudadana.pdf>
- Finkelievich, S., & Kisilevsky, G. (2005). *La sociedad civil en la era digital: organizaciones comunitarias y redes sociales sustentadas por TIC en Argentina*. Documentos de trabajo, (41). Recuperado de <http://www1-lanic.lib.utexas.edu/project/laoap/iigg/dt41.pdf>
- Freeman, E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman: Boston, MA.
- Fuentes de Iturbe, P. (2006). La adopción tecnológica y sus determinantes. *Observatorio para la Cibersociedad*. Recuperado de <http://eprints.rclis.org/7634/>
- Fundació Jaume Bofill (2004). La participación ciudadana a través de les noves Tecnologies. Estratègies per a la utilització de Consensus. *Finestra Oberta*. 42. Recuperado de <http://www.fbofill.cat/sites/default/files/393.pdf>
- Gallego Álvarez, I. García Sánchez, I. M., & Rodríguez Domínguez, L. (2009). La eficacia del gobierno corporativo y la divulgación de información en internet. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 15 (1), 109-135. Recuperado de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1135252312600811>
- García-Gutiérrez Fernández, C. (1988). *El problema de la doble condición de socios trabajadores (socios-proveedores y socios-consumidores) ante la gerencia de la empresa cooperativa* (Documento de trabajo No. 32). Chile: Biblioteca del Congreso Nacional. Recuperado de <http://eprints.ucm.es/24345/1/8832.pdf>
- Gargallo Castel, A., & Pérez Sanz, J. (2009). El papel de las tecnologías de la información y la comunicación en las empresas de economía social. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, 97, 90-116. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/REVE/article/view/19673>.
- Gayán, S. C. (2014). Marco normativo e institucional del nuevo derecho de participación y las TIC: análisis desde las experiencias autonómicas.

- IDP. *Revista de Internet, Derecho y Política*, (19), 48-61. Recuperado de <http://journals.uoc.edu/index.php/idp/article/view/n19-castel>
- Giarraca, N. (1994). Introducción. In N. Giarraca (Comp.) *Acciones colectivas y organización cooperativa. Reflexiones y estudios de caso* (pp. 7-22), Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Gil Costa, A. (2001). *EL sector no lucrativo en Aragón: proyecto de operación estadística*. Instituto Aragonés de Estadística. Consejo Económico y Social de Aragón. Recuperado de http://www.aragon.es/estaticos/ImportFiles/11/docs/Areas/ EstadSocial/SecNoLuc/PROYECTO_SECTOR_NO_LUCRATIVO_2000.pdf
- Giménez Chornet, V. G. (2013). Tecnologías de la información y la comunicación para la autogestión: grado de implantación en cooperativas. *Revista Iberoamericana de Autogestión y Acción Comunal*, (61), 125-142. Recuperado de <http://ridaa.es/ridaa/index.php/ridaa/article/view/94/92>
- Giménez Cuñat, R. J. (2014). La construcción de Redes como instrumento facilitador en la consolidación de nuevas Cooperativas de Trabajo Asociado. *Cayapa. Revista Venezolana de Economía Social*, 14(27), 55-74. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=62233721004>
- Global Reporting Initiative (2011a). *GRI e ISO 26000: Cómo usar las Directrices del GRI, en conjunto con la Norma ISO 26000*. Recuperado de <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/G3.1-Guidelines-Incl-Technical-Protocol.pdf>
- Global Reporting Initiative (2011b). *Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad*. Recuperado de <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-G3.1-Complete.pdf>
- Gómez Mendoza, M. A. (2000). Análisis de contenido cualitativo y cuantitativo: definición, clasificación y metodología. *Revista de Ciencias Humanas*, (20). Recuperado de <http://www.utp.edu.co/~chumanas/revistas/revistas/rev20/gomez.htm>
- Gómez Mont, C. (2002). Los usos sociales de las tecnologías de información y comunicación. Fundamentos teóricos. *México: Versión, Estudios de Comunicación y Política*, (12), 287-305.
- González, E. & Burkle, M. (2006). Propuesta metodológica para el análisis de plataformas en

- Internet: El caso de las redes de mujeres. *Razón y palabra*, (49), 1-14. Recuperado de [https://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n49/bienal/Mesa %2010/Gonz %E1lezyBurkle.pdf](https://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n49/bienal/Mesa%2010/Gonz%20E1lezyBurkle.pdf)
- Gonzalez, S., Marín, V., & Salinas, J. M. (2013). Observatorio de las tecnologías en la educación en la Patagonia: el proceso de elaboración y selección de indicadores. *Pixel-Bit: Revista de medios y educación*, (43), 113-123. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36828074009>
- González Salcedo, A. (2013, septiembre). Responsiveness y participación ciudadana: la devolución de la responsabilidad. Comunicación presentada en el *11 Congreso Español AECPA Sevilla 2013*, (España), Sevilla. Asociación Española de Ciencia Política y de la Administración AECPA, Universidad Pablo de Olavide. Recuperado de <http://www.aecpa.es/uploads/files/modules/congress/11/papers/638.doc>
- Guillen, A., Sáenz, K., Badii, M.H., & Castillo, J. (2009). Origen, espacio y niveles de participación ciudadana. *Daena: International Journal of Good Conscience*. 4(1), 179-193. Recuperado de [http://www.spentamexico.org/v4-n1/4\(1\) %20179-193.pdf](http://www.spentamexico.org/v4-n1/4(1)%20179-193.pdf)
- Hamelink, C. J. (2000). *The Ethics of Cyberspace*. London: Sage.
- Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2003). *Metodología de la Investigación* (3era. ed.). México: McGraw Hill.
- Herrera Gómez, M. (1997). ¿Cómo funcionan las organizaciones del Tercer Sector? Análisis de la estructura y de las dinámicas organizativas. *Gapp*, (9), 69-94. Recuperado de http://bibliotecadigital.inap.es/Datos/Publicaciones_Periodicas/GAPP/09/GAPP_09_071.PDF
- Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: UOC. define
- Horrach, P. & Socías Salvà, A. (2011). La actitud de las empresas de economía solidaria frente a la divulgación de información sobre sostenibilidad desde el prisma de la teoría de los stakeholders o grupos de interés. *Revista de Contabilidad*, 14 (1), 267-297. Recuperado de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1138489111700358>.
- Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (2008). *Las cooperativas y Mutuales en la República Argentina: rempradonamiento Nacional y censo económico sectorial de cooperativas y mutuales* (2da. ed.). C. Baéz (Coord.); G. Martini (Dir.). Buenos Aires: INAES.

- International Organization for Standardization – ISO (1998). *Ergonomic requirements for office work with visual display terminals (VDTs) – Part 11: Guidance on usability* (ISO 9241-11:1998). Recuperado de http://www.iso.org/iso/catalogue_detail.htm?csnumber=16883
- Invernizzi, N. (2004). Participación ciudadana en ciencia y tecnología en América Latina: una oportunidad para refundar el compromiso social de la universidad pública. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad - CTS*, 2(1), pp. 67-83. Recuperado de <http://www.scielo.org.ar/pdf/cts/v1n2/v1n02a04.pdf>
- Iranzo, A., & Farné, A. (2014). Herramientas de comunicación para el tercer sector: el uso de las redes sociales por las ONGD catalanas. Commons. *Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 3 (2). Recuperado de <http://reuredc.uca.es/index.php/cayp/article/viewFile/711/656>
- Izquierdo Albert, C. (2009). El cooperativismo: una alternativa de desarrollo a la globalización neoliberal para América Latina. *Revista Idelcoop*, 36(195), 390-402. Recuperado de <http://www.idelcoop1.org.ar/revista/195/cooperativismo-una-alternativa-desarrollo-globalizacion-neoliberal-america-latina>.
- Jakobsen, G. (1994). Procesos de aprendizaje en las cooperativas. In N. Giarraca (Comp.) *Acciones colectivas y organización cooperativa. Reflexiones y estudios de caso* (pp. 45-62), Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Johns Hopkins Comparative Nonprofit Sector Project. (1996). *The International Classification of Nonprofit Organizations: ICNPO-Revision 1* (Working Papers No. 19). Baltimore: The Johns Hopkins Institute for Policy Studies. Recuperado de www.admcf.com/jhu/pdfs/CNP_Working_Papers/CNP_WP19.pdf
- Jouët, J. (1993). Pratiques de communication et figures de la médiation. *Réseaux*, 11(60), 99-120. Recuperado de <http://www.cairn.info/revue-reseaux-1993-4-page-99.htm>
- Jouët, J. (2000). Retour critique sur la sociologie des usages. *Réseaux*, 18(100), 487-521. Recuperado de <http://www.cairn.info/revue-reseaux-2000-2-page-487.htm>.
- Juliá Igual, J. F., Gracia Martínez, G., & Polo Garrido, F. (2004). La información divulgada a través de internet por las cooperativas. *Revista de economía pública, social y cooperativa*, (49), 167-192. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/174/17404908.pdf>
- Katz, J. E., & Rice, R. E. (2005). *Consecuencias sociales del uso de internet*. Colección Nuevas

- Tecnologías y Sociedad. Barcelona: UOC.
- Koh, C. E., & Balthazard, P. (1997, august). Business use of the World Wide Web: a model of business Web usage. In *Americas Conference of Information Systems*. Recuperado de <http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1420&context=amcis1997>
- Lacroix, J. G. (1994). Entrez dans L'univers Merveilleux de Vidéo-way. In *De la Télématique aux Autoroutes Électroniques. Le Grand Projet Reconduit*, (p. 137-162). Québec, Grenoble: Presses de l'Université du Québec/Presses Universitaires de Grenoble.
- Laks, J. (1994). Valores básicos y principios de la cooperación. *Revista Idelcoop*, 21 (88). Recuperado de <http://www.idelcoop.org.ar/revista/88/valores-basicos-y-principios-cooperacion>.
- Laso, I., & Iglesias, M. (2002). *Internet, Comercio colaborativo y eComercio*. Madrid: Mundi-Prensa.
- Latorre, A., del Rincón Igea, D., & Arnal, J. (1996). *Bases metodológicas de la investigación educativa*. Barcelona: Ediciones Experiencias.
- Lawshe, C.H. (1975). A Quantitative Approach to Content Validity. *Personnel Psychology*, (28), 563-575. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1744-6570.1975.tb01393.x/pdf>
- Levine, R., Locke, C., Searles, D. & Weinberger, D. (1999). *The Cluetrain Manifesto*. New York: Perseus Books Groups.
- Levitt, T. (1973). *The third sector: New Tactics for a Responsive Society*. New York: Amacom.
- López-Becerra, E. I., Lario, N. A., & Alcon, F. (2014). Uso y calidad de los sitios Web: evaluación en las empresas agroalimentarias murcianas. *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, (237), 155-180. Recuperado de http://www.magrama.gob.es/ministerio/pags/Biblioteca/Revistas/pdf_REEAP%2Fr237_155_179.pdf
- Lorendahl, B. (1999). Trabajo y bienestar a través de las organizaciones del Tercer Sector. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (33), 9-28. Recuperado de <http://www.ciriec-revistaeconomia.es/banco/01\Lorendahl\33.pdf>
- Marbán Gallego, V. (2007). Tercer sector, estado de bienestar y política social. *Política y Sociedad*, 44 (2), 153-169. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2524122>

- Marí Sáez, V. (2007). Contra la evaporación de la dimensión política de la comunicación. Movimientos sociales, ONG y usos de Internet. *Zer*, (22), 453-471. Recuperado de <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer22-23-mari.pdf>
- Marí Sáez, V. (2012). Reflexión crítica sobre los indicadores utilizados para la medición de los usos sociales de Internet. *Enl@ce*, 9(1). Recuperado de <http://www.produccioncientificaluz.org/index.php/enlace/article/view/13699>
- Martín Nieto, R. (2007). La comunicación web de las ONGD. *Signo y Pensamiento*, 51 (26), 130-136. Recuperado de <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/viewFile/4599/3567>.
- Martínez Charterina, A. (1995). Los valores y los principios cooperativos. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, (61), 35-46. Recuperado de dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1148526.pdf
- Mendicoa, G. (2003). *Sobre tesis y tesistas*. Buenos Aires: Espacio.
- Meroño-Cerdan, A. L., & Soto-Acosta, P. (2005). Examining e-business impact on firm performance through website analysis. *International Journal of Electronic Business*, 3(6), 583-598. <http://www.inderscienceonline.com/doi/abs/10.1504/IJEB.2005.008537>
- Millerand, F. (1998). Usages des NTIC: les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation (1ère partie). *COMMposite*, 98.1. Recuperado de <http://www.composite.org/index.php/revue/article/view/21>.
- Miron, A. (2014). Knowledge Transfer Management in the Italian Agricultural Cooperatives. *Economia. Seria Management*, 17(1), 88-99. Recuperado de <http://www.management.ase.ro/reveconomia/2014-1/7.pdf.pdf>
- Montegut Salla, Y., Fransi, E. C., & Gómez Adillón, M. J. (2013). La implementación de las TIC en la gestión de las cooperativas agroalimentarias: el caso de la provincia de Lleida. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, (110), 223-253. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4190521.pdf>
- Monzón Campos, J. L. (2003). El cooperativismo en la historia de la literatura económica. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (44), 9-32. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/174/17404401.pdf>

- Monzón Campos, J. L. (2006). Economía Social y conceptos afines: fronteras borrosas y ambigüedades conceptuales. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (56), 9-24. Recuperado de www.ciriec-revistaeconomia.es/banco/5601_Monzon.pdf
- Moreno Bayardo, M. G. (2000). Trece versiones de la formación para la investigación. Guadalajara: Secretaría de Educación Jalisco (*Textos Educar*, No. 2).
- Mozas Moral, A. (2002). La participación de los socios en las cooperativas agrarias: una aproximación empírica. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (4), 165-193. Recuperado de http://www.ciriec-revistaeconomia.es/banco/07_Mozas_40.pdf
- Mozas Moral, A., & Bernal Jurado, E. (2001). El impacto de las nuevas tecnologías en el cooperativismo agrario-agroalimentario: perspectivas de futuro. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, (73), 123-148. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1119284.pdf>
- Mozas Moral, A., Puentes Poyatos, R., & Bernal Jurado, E. (2010). La E-corporate Social Responsibility en las sociedades cooperativas agrarias andaluzas. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (67), 187-212. Recuperado de http://www.ciriec-revistaeconomia.es/banco/6708_Mozas_et_al.pdf
- Mozas Moral, A., & Puentes-Poyatos, R. (2014). Spanish Second-Tier Cooperative Societies: An Analysis of E-Corporate Social Responsibility. *Journal of Rural Cooperation*, 42(1), 30-59. Recuperado de <http://departments.agri.huji.ac.il/economics/en/jrc/jrc-v42-1/spring-SPANISH>
- Municipalidad del Partido de General Pueyrredon. EXPO industria y producción (2015). Información general, enero. Recuperado de <http://www.expoindustriamdp.com.ar>
- Municipalidad del Partido de General Pueyrredon. EXPO industria y producción (2015). Catálogo Expo industria & producción, enero. Recuperado de http://www.expoindustriamdp.com.ar/pdf/catalogo_12x22.5_EI2015-web.pdf
- Municipalidad del Partido de General Pueyrredon. Secretaría de Producción (2015). Localización y medios de producción. Recuperado de <http://www.mardelplata.gob.ar/Contenido/localizacion-y-medios-de-acceso-estad%C3%ADstica>
- Najmias, C., & Rodríguez, S. A. (2007). Problemas de validez en investigaciones que utilizan metodologías cualitativas. In R. Sautu (Comp.), *Práctica de la Investigación Cuantitativa*

- y Cualitativa. Articulación entre la Teoría, los Métodos y las Técnicas* (pp. 359 - 381), Buenos Aires: Lumière.
- Navarro, A., Alcaraz, F. J., & Ortiz, D. (2010). La divulgación de información sobre Responsabilidad Corporativa en Administraciones Públicas: un estudio empírico en gobiernos locales. *Revista de Contabilidad*, 13(2), 285-314. Recuperado de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1138489110700194>
- Neüman, M. I. (2008). Construcción de la categoría "Apropiación Social". *Quórum Académico*, 5(2), 67-98.
- Nieto, B. G., Frade, A. T., & Chica, Ó. D. (2012). La comunicación corporativa a través de las páginas web: el caso de las ONGs españolas. *Vivat Academia*, (120), 1-20. Recuperado de <http://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/view/22>
- NOSIS (2015). Actualización de los Niveles Socioeconómicos y de la Facturación Estimada. *Antecedentes Comerciales SAC*. Buenos Aires: NOSIS. Recuperado de <http://newsletter-link.nosis.com/Newsletters/nse/042015/index.html>
- Notta, O., & Vlachvei, A. (2013). Web Site Utilization in SME Business Strategy: The Case of Greek Wine SMEs. *World*, 3(5). Recuperado de <http://www.wjsspapers.com/static/documents/September/2013/12.%20Aspasia.pdf>
- Organisation For Economic Cooperation And Development (2001). *Understanding the Digital Divide*. OECD Digital Economy Papers. N° 49. Recuperado de <http://www.oecd.org/dataoecd/38/57/1888451.pdf>
- Organisation For Economic Cooperation And Development (2003). *Meeting of the OECD council at ministerial level. Seizing the Benefits of ICT in a Digital Economy*. OECD Digital Economy Papers. N° 72. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.1787/233143713543>
- Panaia, M. (1994). Generación de empleo en el sector cooperativo. In N. Giarraca (Comp.) *Acciones colectivas y organización cooperativa. Reflexiones y estudios de caso* (pp. 36-44), Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Paquinséguy, F. (2012, septiembre). La relación entre técnica y sociedad. Presentado en *Conferencia inaugural de apertura del Doctorado 'Innovación social y TIC'*, Medellín, Colombia. Recuperado de <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00734778>.

- Pardinas, F. (2005). *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales* (38va. ed.). Buenos Aires: Siglo XXI.
- Pasadas, R., & Tirado Valencia, P. (2014). Responsabilidad social y transparencia a través de la Web: un análisis aplicado a las cooperativas agroalimentarias españolas. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, (114), 84-105. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/REVE/article/view/44293/41854>
- Peirano, F. (2013). II. Un análisis de los cambios en la política para favorecer la incorporación de TIC en Argentina desde la perspectiva de los procesos empresariales. In S. Rovira, G. Stumpo (comps.) *Entre mitos y realidades. TIC, políticas públicas y desarrollo productivo en América Latina* (pp. 55-88). Chile: CEPAL.
- Pérez i Garcias, A. (1996). DTTE: Una experiencia de aprendizaje colaborativo a través del correo electrónico. *EDUTECH. Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, (3). Recuperado de <http://www.edutec.es/revista/index.php/edutec-e/article/download/574/303>
- Picón Durán, F.M. (2014). *Evaluación del uso y del aprovechamiento de las herramientas de la web 2.0 en las sociedades cooperativas agrarias*. (trabajo de fin de Máster). Universidad de Extremadura. Recuperado de http://dehesa.unex.es:8080/xmlui/bitstream/handle/10662/2162/TFMUEX_2014_Picon_Duran.pdf?sequence=1
- Pisani, F., & Piotet, D. (2009). *La alquimia de las multitudes. Cómo la web está cambiando al mundo*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Prieto Martín, P. (2006). Entornos virtuales de participación ciudadana: ejes fundamentales para su diseño. Sistemas avanzados para la participación electrónica municipal: ejes conceptuales para su diseño, *Revista TEXTOS de la CiberSociedad*, (9). Recuperado de <http://www.cibersociedad.net>
- Proulx, S. (2002, march). Trajectoires d'usages des technologies de communication: les formes d'appropriation d'une culture numérique comme enjeu d'une «société du savoir». In *Annales des télécommunications*, 57(3-4), 180-189. Springer-Verlag. Recuperado de <http://link.springer.com/article/10.1007/BF02994632>
- Proulx, S. (2004). *La révolution Internet en question*. Montreal, Quebec: Québec Amérique.
- Pujadas, M. M., & Machín, A. L. (2006). El correo electrónico en la relación médico-paciente: uso y recomendaciones generales. *Atención primaria*, 37(7), 413-417. Recuperado de

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0212656706703900>

- Ramírez-Alujas, Á. V. (2011). Gobierno Abierto y Modernización de la Gestión Pública. Tendencias actuales y el (Inevitable) Camino que Viene-Reflexiones Seminales (Open Government and Modernization of Public Management: Current Trends and the (Inevitable) Way Forward-Seminal Reflections). *Revista Enfoques: Ciencia Política y Administración Pública*, 9(15), 99-125. Recuperado de http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1979133
- Red Americana de Cooperativas Agropecuarias (2014). Minuta de la Reunión del Comité de Coordinación en modalidad virtual (vía skype). Recuperado de http://www.aciamericas.coop/IMG/pdf/minuta_reunion_virtual_140207.pdf
- Reig Hernández, D. (2012). Disonancia cognitiva y apropiación de las TIC. *TELOS (Cuadernos de Comunicación e Innovación)*, 2(2). Recuperado de http://telos.fundaciontelefonica.com/seccion=1268&idioma=es_ES&id=2012020215200001&activo=6.do
- Rice, R. E. (2002). Primary issues in Internet use: Access, civic and community involvement, and social interaction and expression. In *Handbook of new media: Social shaping and consequences of ICTs*, 105-129. Recuperado de <http://www.comm.ucsb.edu/faculty/rrice/C36Rice2002.pdf>
- Riofrío, M. R. (2010). Proyecto de Declaración adhiriendo a la conmemoración del Día Internacional de las Cooperativas presentado al Senado de la Nación. Recuperado de <http://www.senado.gov.ar/parlamentario/parlamentaria/293119/downloadPdf>
- Rogoff, B. (2006). Los tres planos de la actividad sociocultural: apropiación participativa, apropiación guiada y aprendizaje. In J. Wersch, P. del Río y A. Álvarez (Eds.), *La Mente sociocultural: aproximaciones teóricas y aplicadas*, (2da. ed.), (pp. 111-128). Madrid: Fundación Infancia y Aprendizaje.
- Roitter, M. (2004). El tercer sector como representación topográfica de sociedad civil. In D. Mato (Coord.), *Políticas de ciudadanía y sociedad civil en tiempos de globalización* (pp 17-3). Caracas: FACES, Universidad Central de Venezuela.
- Rosso, H., Tempe, E., & Melandri, V. (2004). *Il libro del fund raising: etica strategia e strumenti della raccolta fondi*. New York: Rizzoli Etas.

- Ruiz Olabuénaga, J. I. (2001). *El sector no lucrativo en España*. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (37), 51-78. Recuperado de <http://core.ac.uk/download/pdf/7071457.pdf>
- Sajardo Moreno, A., & Chaves, R. (2006). Balance y tendencias en la investigación sobre Tercer Sector no lucrativo. Especial referencia al caso español. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (56), 87-116. Recuperado de http://www.ciriec-revistaeconomia.es/banco/5604_Sajardo_y_Chaves.pdf
- Salamon, L. M., & Anheier, H. K. (1992a). In Search of the Non-Profit Sector. I: The Question of Definitions. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 3 (2), 125-151. Recuperado de <http://link.springer.com/article/10.1007%2F01397770>
- Salamon, L. M., & Anheier, H. K. (1992b). *Search of the Nonprofit Sector II: The Problem of Classification (Working Papers No. 3)*. Baltimore: The Johns Hopkins Institute for Policy Studies. Baltimore, Maryland: Johns Hopkins Comparative Nonprofit Sector Project. Recuperado de <http://www.adm-> <http://link.springer.com/article/10.1007%2F01397770>
- Salinas, J. (2012). La investigación ante los desafíos de los escenarios de aprendizaje futuros. *RED. Revista de Educación a Distancia*, 11, 32. Recuperado de <http://www.um.es/ead/red/32/salinas.pdf>
- Sanchis Palacio, J. R., & Revuelto Taboada, L. (1995). Análisis estratégico y crecimiento externo de las cooperativas de consumo españolas. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (18), 140-167.
- Sautu, R., Boniolo, P., & Perugorria, I. (2007). Las representaciones sociales de la corrupción en la clase media. In R. Sautu (Comp.). *Práctica de la investigación cuantitativa y cualitativa. Articulación entre la teoría, los métodos y las técnicas* (pp. 259-285), Buenos Aires: Lumiere.
- Seibel, W., & Anheir H. (1990). Sociological and Political Science Approaches to the Third Sector. In H. K. Anheir, & W. Seibel (Eds.). *The Third Sector: Comparative Studies of Nonprofit Organizations* (pp. 7-20). Berlín; New York: de Gruyter.
- Siles González, I. (2004). Sobre el uso de las tecnologías en la sociedad. Tres perspectivas teóricas para el estudio de las tecnologías de la comunicación. *Reflexiones*, 83(2): 73-82. Recuperado de <http://www.vinv.ucr.ac.cr/latindex/reflexiones-83-2/06-SILES.73-82.indd.pdf>

- Strzębicki, D. (2014). The diversity of marketing activities on the websites of Polish dairy cooperatives. *Acta Scientiarum Polonorum. Oeconomia*, (2), 127-136. Recuperado de <http://www.acta.media.pl/pl/pages/artykul/w1.pdf#page=128>
- Surman, M., & Reilly, K. (2003). *Appropriating the internet for social change: Towards the Strategic Use of Networked Technologies by Transnational Civil Society Organizations*. New York: Social Science Research Council.
- Taylor, R. (2010). *Third sector research*. New York: Springer.
- Taylor, S. J., & Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos*. España: Ediciones Paidós.
- Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Toboso-Martín, M. (2013). Entre el uso y el no uso de la tecnología: un enfoque discursivo de la apropiación tecnológica. *Intersticios Revista Sociológica de Pensamiento Crítico*, 7(2), 201-214. Recuperado de <http://www.intersticios.es/article/view/11662>.
- Toboso-Martín, M. (2014). Perspectiva axiológica en la apropiación social de tecnologías. CTS. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad*, 9(25). Recuperado de <http://www.oei.es/cienciayuniversidad/spip.php?article4558>
- Trechsel, A. H. (2003). Evaluation of the use of new technologies in order to facilitate democracy in Europe. *C2D-Research and Documentation Centre on Direct Democracy*. Recuperado de <http://cies.iscte.pt/en/destaques/pdf/1.pdf>.
- Trinidad Requena, A.; Carrero Planes, V., & Soriano Miras, R. M. (2006). *Teoría fundamentada "Grounded theory": la construcción de la teoría a través del análisis interpretacional*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas. (Colección Cuadernos Metodológicos, 37).
- Tristán-López, A. (2008). Modificación al modelo de Lawshe para el dictamen cuantitativo de la validez de contenido de un instrumento objetivo. *Avances en medición*, 6(1), 37-48. Recuperado de http://www.humanas.unal.edu.co/psicometria/files/8413/8574/6036/Articulo4_Indice_de_validez_de_contenido_37-48.pdf
- Universidad Nacional de Mar del Plata. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Grupo de Estudios del Trabajo, GrET. (2014). Informe sociolaboral del Partido

- de General Pueyrredon. (Informe No. 12). Mar del Plata: GrET. Recuperado de <http://nulan.mdp.edu.ar/1971/1/InfoSociolabJun14.pdf>
- Van Dijk, J. (2008). The Digital Divide in Europe. In *The Handbook of Internet Politics*. London and New York: Routledge. Recuperado de <http://www.utwente.nl/bms/mco/bestanden/digitaldivide.pdf>
- Vañó Vañó, M. J. (2004). Transparencia y nuevas tecnologías en las cooperativas de crédito. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (49), 117-141. Recuperado de <http://core.ac.uk/download/pdf/7071345.pdf>
- Vargas Jiménez, I. (2012). La entrevista en la investigación cualitativa: nuevas tendencias y retos. *Calidad en la Educación Superior*, 3(1), 119-139. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3945773.pdf>
- Vargas Sánchez, A. (1995). La identidad cooperativa y la cooperativa como empresa: luces y sombras. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, (61), 179-194. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1148580.pdf>
- Vargas Sánchez, A. (2002). De la participación a la gestión del conocimiento y del capital intelectual: reflexiones en torno a la empresa cooperativa. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (40), 123-140. Recuperado de <http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/7810>
- Vargas Sánchez, A. (2004). Empresas cooperativas, ventaja competitiva y tecnologías de la información. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (49), 13-29. Recuperado de http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/7814/Empresas_cooperativas.pdf?sequence=2
- Vargas Sánchez, A., & Vaca Acosta, R. M. (2005). Responsabilidad Social Corporativa y cooperativismo: Vínculos y potencialidades. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (53), 241-260. Recuperado de rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/6079/Responsabilidad_social_corporativa.pdf?sequence=2
- Vasilachis de Gialdino, I. (Coord.) (2006). *Estrategias de Investigación Cualitativa*. Barcelona: Gedisa.
- Volkow, P. (2003). La brecha digital un concepto social con cuatro dimensiones. *Boletín de Política Informática*, (6), 1-5.

- Voltolini, A. F. F., Alixandre, F. M., Gonçalves, B. S., & Batista, C. R. (2015, junio). Design do website para a “Cooperativa para Conservação da Natureza“. Comunicación presentada en el 7 *Congreso Nacional de Ambientes Hipermedia para el Aprendizaje CONAHPA*, (Brasil), São Luís do Maranhão. Recuperado de <http://conahpa.sites.ufsc.br/wp-content/uploads/2015/06/ID894.Voltolini-Alixandre-Gon%C3%A7alves-Batista.pdf>
- Vuotto, M. (1994). Paradojas de la organización cooperativa. In N. Giarraca (Comp.) *Acciones colectivas y organización cooperativa. Reflexiones y estudios de caso* (pp. 63-76), Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Williams, K. D., & Brunner, B. R. (2010). Using cultivation strategies to manage public relationships: A content analysis of non-profit organizations' websites. *PRism*, 7(2). Recuperado de http://www.prismjournal.org/fileadmin/Praxis/Files/Journal_Files/Williams_Brunner.pdf
- Winocur, R. (2007). Nuevas tecnologías y usuarios. La apropiación de las TIC en la vida cotidiana. *TELOS (Cuadernos de Comunicación e Innovación)*, (73). Recuperado de <http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articuloexperiencia.aspx?articulo=1&rev=73.htm>
- Zabalza Beraza, M. A. (2011). El Practicum en la formación universitaria: estado de la cuestión. *Revista de Educación*, (354), 21-43.

Webgrafía

<http://cooperativa.cat/>

<http://cooperativapirenaica.com/>

<http://jovenessolidarios.coop/>

<http://www.lleters.cat/>

<http://vocescooperativasm dp.blogspot.com.ar/>

<http://www.aciamericas.coop/>

<http://www.arpoemiliaromagna.it/>

<http://www.bancocredicoop.coop/>

<http://www.coceta.coop/>

<http://www.cooperar.coop/>

<http://www.cooperativabatan.com.ar/>

<http://www.cooperativaobrera.coop/>

<http://www.coopescrevi.coop/>

<http://www.emiliaromagna.confcooperative.it/default.aspx>

<http://www.emilia-romagna.legacoop.it/>

<http://www.imfc.coop/modules/home/>

<http://www.inaes.gov.ar/>

<http://www.ipesargentina.com.ar/>

<http://www.lasegunda.com.ar/>

<http://www.mardelplata.gob.ar/Contenido/acci>

<http://www.mondragon-corporation.com/>

<http://pellervo.fi/>

Apéndices

Apéndice A

Observación en el sector cooperativo

A continuación, bajo el formato del *Registro resumen de observación general*, se exponen los principales focos de observación realizados durante la investigación, en la descripción sucinta de la actividad y las impresiones percibidas por el investigador bajo cada uno de los roles especificados anteriormente.

A.1. No-participación:

A.1.1. Registro resumen de observación general¹

Lugar: Pabellón Cooperativo. Predio Base Naval. Mar del Plata.

Fecha, hora: 16 al 25 de enero de 2015 de 18 a 24hs.

Participantes: organizaciones privadas y de la economía social del Partido de General Pueyrredon.

Descripción: A nivel local, denominado en diferentes medios de comunicación, como un punto de inflexión, el sector cooperativo tuvo su representación en la ExpoIndustria de la ciudad de Mar del Plata, a través de un Pabellón Cooperativo. Este evento de servicios y productos industriales tiene como propósito resaltar el desarrollo local, estrechar vínculos con diferentes actores de la comunidad e incentivar el uso de las tecnologías en el Partido de General Pueyrredon. En su

¹Imagen correspondiente al website de ExpoIndustria Mar del Plata de la Municipalidad del Partido de General Pueyrredon.

tercera edición, incorpora en forma inédita, la presencia del sector cooperativo en un ámbito que ha sido tradicionalmente territorio exclusivo de la industria.

Recursos: Sede web²

Materiales: Catálogo Expo industria & producción³

Impresiones: En el año 2013 se habilita por primera vez un espacio para la economía solidaria en la ExpoIndustria, ámbito destinado tradicionalmente a la exposición de bienes del sector privado y a las acciones desarrolladas por el sector público para su desarrollo. El espacio asignado ese año en el stand de la MGP fue una vitrina con tres estantes para que se presentaran los productos elaborados en el marco de las actividades de la economía solidaria. Al año siguiente, 2014, se dispuso de una sala en la cual, una veintena aproximadamente de emprendedores de economía social y cooperativistas, mostraron sus productos al público asistente, bajo las gestiones de la Mesa de Economía Social de la MGP. Los participantes, desde el primer momento -año 2013-, se mostraron agradecidos por el espacio concedido, por la visibilidad que les permitía y por las vinculaciones que el desarrollo del evento les brindaba. No solo aprovecharon la oportunidad de exhibir sus productos y técnicas, sino que establecieron relaciones con otros emprendedores y cooperativistas y otros agentes y organizaciones presentes. El clima fue alegre, vivaz, de gran disposición y colaboración entre los participantes.

A.1.2. Registro resumen de observación general⁴

Lugar: Pabellón Cooperativo. Predio Base Naval. Mar del Plata.

Fecha, hora: 16 al 25 de enero de 2015 de 18 a 24hs.

Participantes: organizaciones privadas y de la economía social del Partido de General Pueyrredon.

Descripción: Actividades a desarrollar en el Pabellón Cooperativo durante la ExpoIndustria 2015: 1-.^{EI} aporte de la economía solidaria a un nuevo mapa de comunicación”. Orador: Nahum Mirad (Usina de Medios). Temas a abordar: Reconfiguración comunicacional. Inclusión digital. Reflexión permanente y colectiva para garantizar y fomentar la pluralidad de voces. Conformación de ciudadanía comunicacional. Fecha: 19-1

2-”La integración clave del éxito en la economía solidaria”. Orador: José Orbaiceta (Presidente del IPES-Director del INAES). Temas a desarrollar: Integración cooperativa y mutual. Alianza estratégica con el Estado, las pymes y los trabajadores. Fecha: 20-1

3-.^{EI} crédito como herramienta de desarrollo económico y social”. Orador: responsables del Ban-

²<http://www.expoindustriamdp.com.ar/>

³http://www.expoindustriamdp.com.ar/pdf/catalogo_12x22.5_EI2015-web.pdf

⁴Imagen correspondiente al video sobre las entrevistas disponible en Youtube.

co Credicoop. Temas a desarrollar: Los desafíos de una nueva Ley de Servicios Financieros. El aporte de la banca Cooperativa al desarrollo económico y social. El modelo integral de gestión. Fecha: 21-1

4-Proyección de la película "Desde el Pozo" Cuando cerró el colegio, empezó el aprendizaje. Un proyecto inmobiliario y una escuela dispuesta a no dejarse demoler. Se trata de un proyecto audiovisual colectivo llevado a cabo por un grupo de realizadores vinculados a las cooperativas Trama Audiovisual, Diarios y Periódicos Regionales Argentinos (DyPRA), Diarios y periódicos de Santa Fe (DyPSA) y COOPERAR. Fecha: 22-1

5-^{EI} trabajo y la Producción Nacional-Defensa de la Democracia". Oradores: r Recalde (Dip Nac)- Eduardo Fernandez (Pte nacional APYME) y miembros de la Convocatoria Económica Social. Temas a desarrollar: Herramientas para el mejoramiento de las cadenas productivas y los canales de comercialización. La promoción de la producción nacional e impulso del mercado interno. Redistribución progresiva de ingresos y riquezas. El rol del estado en la regulación de la actividad económica. Promoción de la sustentabilidad y desarrollo de las pymes para asegurar crecimiento con inclusión. Fecha: 23-1.

6-El Cooperativismo y el entramado productivo" Oradores: Patricio Griffin (Presidente INAES), Ariel Guarco (Presidente de COOPERAR)-Christian Miño (Presidente de CNCT). Temas a abordar: Aporte del sector cooperativo a la generación de trabajo y agregado de valor en origen. Participación de las cooperativas en el PBI. Los desafíos de la economía solidaria en la construcción de sociedades más equitativas. Fecha: 24-1.

Recursos: Presentaciones y charlas del sector.

Impresiones: Importancia de la temática de la comunicación a través de los medios digitales en el sector. Se destacan los nuevos medios de comunicación, la integración colectiva y la nueva Ley de Medios como una forma de dar identidad y trabajo a los pueblos del interior. Si bien se expresa la gran trayectoria del mundo cooperativo y la dinámica actual, las presentaciones continúan el tono de las tradicionales comunicaciones del sector. Se destacó permanentemente la integración del cooperativismo a nivel nacional, y junto con Brasil, el rol destacado del país en materia de cooperativismo. Se señaló además, el esfuerzo realizado para demostrar la existencia de entidades organizadas bajo los principios cooperativos y no solamente como formas espúreas. La solidaridad, la asociación y la colaboración fueron los ejes de las jornadas.

A.2. Participación pasiva

A.2.1. Registro resumen de observación general⁵

Lugar: Instituto Movilizador de Fondos Cooperativos, Mar del Plata.

Fecha, hora: 19 de noviembre de 2014, 18 hs.

Participantes: funcionarios municipales, concejales, representantes de entidades cooperativas y mutuales, asociaciones gremiales empresarias de la pequeña y mediana empresa, representantes gremiales, emprendedores de la economía social y público en general.

Descripción: Lanzamiento a nivel local del IPES – Instituto para la promoción de la economía social. "El Instituto está compuesto por dirigentes, líderes, referentes y militantes de la economía solidaria, destacándose las figuras de su presidente y vice, Alberto Rosa y Rubén Cédola, respectivamente. El evento contó con la presencia de su presidente nacional, José Orbaiceta, quien precisó los objetivos estratégicos de la Institución, destacando la necesaria construcción de una economía mixta, con amplia participación del cooperativismo y mutualismo, las PYMES organizadas, trabajando con el Estado y en alianza con profesionales y trabajadores". Comunicación de la MGP.

Recursos: invitación al evento, resumen informativo del mismo, proyecto del IPES

Impresiones: Disposición positiva y de manifiesto interés por la propuesta del Instituto, con carácter genuino. Personas reconocidas del sector que conversan con los presentes bajo el propósito de presentar el alcance de los propósitos de la organización recientemente creada a fin de convocar voluntades y colaboraciones futuras. Exposición del accionar del movimiento cooperativo en pos de la integración, la comunicación, la participación y el compromiso con la comunidad.

A.3. Participación moderada

A.3.1. Registro resumen de observación general

Lugar: Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata. Mar del Plata.

Fecha, hora: noviembre y diciembre de 2014.

Participantes: cooperativistas y profesionales vinculados con la regulación de la actividad (abo-

⁵Imagen correspondiente a la reunión de presentación, correspondiente a la Municipalidad del Partido de General Pueyrredon.

gados y contadores públicos)

Descripción: En un relevamiento sobre la brecha digital de las cooperativas del Partido de General Pueyrredon a través del Grupo Tercer Sector, se solicita información de contacto a las entidades. Se establece comunicación con diversos actores, cooperativistas y profesionales vinculados, a partir de la solicitud de información enviada.

Recursos: Nota de invitación.

Impresiones: Con un escaso nivel de respuesta, los tonos de las comunicaciones recibidas se centraban básicamente en tres: a) aquellos que, lacónicos, enviaban los datos solicitados sobre la consulta realizada, b) los que además de precisar respuestas, colaboraban en el contacto de otras entidades, ofrecían además disponibilidad para el tratamiento de la temática para el público académico, aguardaban el envío de los resultados y quedaban a disposición para posteriores consultas y, c) los que, desconfiaban del medio empleado para la solicitud de información, pues privilegiaban “el contacto personal, el cara a cara”, expresando la distancia entre una sociedad comercial y una cooperativa, por lo cual el trato siempre es personal, entendido en este caso como presencial y no a través del uso de medios electrónicos ni en el uso de cuestionarios.

Hipótesis de trabajo futuras: La apropiación de tecnologías está relacionada con el objeto social de la entidad cooperativa. La promoción de la adhesión de miembros se relaciona según el objeto social de la entidad cooperativa.

A.4. Participación completa

A.4.1. Registro resumen de observación general

Lugar: Mesa de Economía Social. Mar del Plata.

Fecha, hora: reuniones periódicas desde 2013 hasta la actualidad.

Participantes: representantes de entidades del sector público y de la economía social.

Descripción: reuniones plenarias y de comisión para el tratamiento de temas afines con la promoción de la economía social en el Partido de General Pueyrredon.

Recursos: actas de reuniones, proyectos elaborados y presentados

Impresiones: Importancia de la capacitación y de la difusión de actividades en las entidades y en el público en general. Dificultad de acceso a diferentes medios de comunicación para dar a conocer las actividades y productos que se desarrollan en el marco de la economía solidaria. Principio y acción consecuente que se observa en el desarrollo de las actividades propuestas para el desarrollo de los emprendedores bajo formas asociativas y cooperativas, elaboración de normativas y regulación de actividades; disposición, mantenimiento y organización de espacios para la promoción de la economía solidaria en el Partido. Se observa una gran relevancia asignada a vi-

sibilizar las acciones realizadas, un compromiso real con la tarea emprendida y un amplio interés por convocar a participar a diferentes actores o grupos de interés en los encuentros propuestos a nivel gubernamental ya sea de índole formativos, expositivos o deliberativos.

A.4.2. Registro resumen de observación general⁶

Lugar: Jornada de Actualización y Debate Cooperativo y Mutual. Facultad de Derecho de la Universidad Nacional de Mar del Plata, organizada por la Dirección de Acción Cooperativa y Mutual del Municipio de General Pueyrredon.

Fecha, hora: 18 de julio de 2014, de 9 a 16 hs.

Participantes: miembros del consejo de administración y asociados de cooperativas y mutuales de Mar del Plata, Batán y Miramar, docentes, miembros de la UNMdP, gremios, representantes del INAES, Subsecretaría de Acción Cooperativa de la Pcia. de Bs. As. y del Ministerio de Trabajo de la Nación.

Descripción: “La actividad contó con la presencia, en calidad de invitados, de Dora Caeiro por COOPERAR y de Javier Calderón por IDELCOOP y se estructuró en cuatro talleres de trabajo. En los mismos se abordaron los desafíos de la dirigencia actual, la cuestión comunicacional, la importancia estratégica del balance social cooperativo y la debida construcción de consensos para abordar la implementación del cooperativismo y mutualismo en el ámbito de la educación formal. La apertura de la jornada pudo seguirse por video conferencia a partir del servicio de streaming brindado por la Cooperativa Batán y sus pasajes más relevantes fueron capturados por la Cooperativa de medios Marejada“. Comunicación de la MGP.

Recursos: Jornada⁷ de debate y actualización en cooperativa y mutual. Viernes 18 de julio de 2014. Mar del Plata. Taller Comunicación.

Impresiones: Se plantea la falta de comunicación entre las entidades con sus diferentes públicos, se le asigna gran importancia a la temática, básicamente porque se trata de uno de los cuatro ejes de la jornada. Se presenta la importancia de internet, la falta de prensa del accionar cooperativo, la coincidencia del software libre con los valores de las entidades y las nuevas posibilidades que ofrecen las cooperativas que se dedican a los medios digitales de acceder a canales abiertos para difundir el movimiento cooperativo. Las asimetrías que se observan son muy grandes entre las diferentes entidades por encontrarse presente una cooperativa de medios mientras que la mayoría no utiliza los medios digitales para darse a conocer. Una característica común prácticamente en todas las organizaciones presentes y según lo que manifiesta la dirigencia, de todo el sector, es

⁶Imagen correspondiente al afiche de difusión de la actividad perteneciente a la Municipalidad del Partido de General Pueyrredon.

⁷<https://www.youtube.com/watch?v=XlGl0AgIxcs&feature=youtu.be>

la escasa comunicación entre asociados y entidad, la falta de participación de los asociados y la falta de conocimiento de la actividad cooperativa en los diferentes grupos de interés.

Apéndice B

Análisis de recursos de internet en el Tercer Sector

B.1. Modelos de análisis de recursos de internet en el sector cooperativo: 2004 – 2014

B.1.1. Martha Burkle y Eva González (2006)

Propuesta metodológica para el análisis de plataformas en Internet: El caso de las redes de mujeres

Objetivos/Preguntas de investigación: analizar las bases teóricas del empoderamiento, la identidad y la apropiación de las tecnologías por mujeres (pp. 111-112).

Unidades de análisis: sedes web de ONGD.

N° de unidades: 6

Modelo: rasgos generales, diseño de la página web según el modelo “World best web award criteria” y un diseño propio para el “Espacio para la interacción social: análisis de los recursos”.

Contenidos: Rasgos generales: misión, origen, productor, usuario. Datos del diseño de la página web: funcionalidad –accesibilidad, velocidad y ancho de banda, navegabilidad y links, legalidad, calidad HTML–, diseño –diseño gráfico, amigabilidad, integración, estética–, contenido –propósito, interactividad, expresión verbal–, originalidad –innovación, creatividad, tecnología– y profesionalismo –atención al cliente, valores, enfoque–. Datos sobre el Espacio para la interacción social: recursos –identificación de los recursos para la interacción y objetivos específicos–, objetivo

implícito –información, comunicación, formación, interacción social–, dirección de la comunicación –descendente, ascendente, horizontal–, dirigidos a –solo usuarios, acceso libre, orientado a contactos externos–.

B.1.2. Denise Bortree (2007)

Relationship management in an online environment: Non-profit websites' use of relational maintenance strategies with child and adolescent publics.

Objetivos/Preguntas de investigación: ¿El contenido de sitios web sin fines de lucro para niños y adolescentes incorpora estrategias de positividad, acceso, apertura, tareas compartidas, redes y garantías? ¿Las organizaciones con mayores fuentes de ingresos emplean estrategias de mantenimiento relacional con mayor frecuencia que las organizaciones con menores ingresos declarados? ¿Qué grupo de edad objetivo influye en la página según la forma en que las estrategias de mantenimiento relacional son establecidas? (pp. 132-133).

Unidades de análisis: selección de los principales sitios de organizaciones no lucrativas que figuran en el The Nonprofit Times del año 2004 (basado en los ingresos de estas organizaciones del año 2003), con contenidos para niños y jóvenes.

N° de unidades: 39

Modelo: estudio del impacto de las relaciones entre las organizaciones y el público, denominadas relaciones públicas, a través de un modelo que contiene tres estados: (I) antecedentes –razones para entablar la relación–, (II) estrategias de mantenimiento –estrategias para mantener y construir la relación que incluyen positividad, acceso, apertura, tareas compartidas, creación de redes y garantías– y, (III) resultados.

Contenidos analizados: Tamaño de la organización, edad del grupo objetivo, positividad –*juegos, multimedia, mapa del sitio*–, acceso –*e-mail, preguntas de los usuarios*–, apertura –*noticias sobre la organización, sección “quiénes somos”, actualizaciones por e-mail sobre la organización*–, tareas compartidas –*invitación a participar en una actividad comunitaria, invitación a participar en una actividad educativa, invitación a donar dinero*–, redes –*respaldo de una celebridad, inclusión de un popular dibujo animado en el sitio web y oferta de información o planes de lecciones para maestros*–, garantía –*tableros de mensajes, salas de chat y la participación del público objetivo en el diseño o el contenido del sitio*–.

B.1.3. Rebeca Martín Nieto (2007)

La comunicación web de las ONGD.

Objetivos/Preguntas de investigación: conocer el uso que las ONGD hacen de la red y los recur-

sos que ponen a su disposición para que pueda desarrollarse de forma eficaz; por la otra, descubrir las posibilidades que tienen de mejorarlo y maximizar la eficacia de sus mensajes / ¿son conscientes de las posibilidades que abre internet a su comunicación? ¿Están sacando partido a sus páginas web? ¿Qué aspectos pueden mejorar? (pp. 132-133).

Unidades de análisis: sedes web de las ONGD (organizaciones no gubernamentales de desarrollo) con reconocimiento administrativo por su gestión por la AECI

Nº de unidades: ítem no informado Modelo: La plantilla de análisis web está desarrollada a partir de investigaciones desarrolladas por Jacob Nielsen, Lluís Codina, Pere Marqués, Andoni Calderón, Baeza Yates y Rivera Loaiza y Yusef Hassan Montero, entre otros.

Contenidos analizados: Existencia de un departamento de comunicación, persona de contacto en medios de comunicación, plan de comunicación, correo electrónico, dominio propio, gestiones económicas (donaciones, suscripciones), boletines informativos/newsletter, visitas, posicionamiento, enlaces, autoría, accesibilidad.

B.1.4. Kelly Williams y Brigitta Brunner (2010)

Using cultivation strategies to manage public relationships: A content analysis of non-profit organisations' websites.

Objetivos/Preguntas de investigación: ¿Las organizaciones sin fines de lucro utilizan la Web para comprometer a sus diversos públicos en relaciones dialógicas? ¿Qué estrategias relacionales utilizan las organizaciones sin fines de lucro en sus sitios web? (pp. 4).

Unidades de análisis: organizaciones sin fines de lucro inscritas en la página web www.idealists.org. –directorio sin fines de lucro reconocido por su influencia por la prensa y los premios obtenidos– seleccionadas en forma aleatoria.

Nº de unidades: 129

Modelo: análisis de las relaciones entre la organización y su público, basado en las investigaciones propuestas por Ki (2003) para organizaciones lucrativas y por Bortree (2007) enfocado en organizaciones no lucrativas especializadas en contenidos para niños y jóvenes.

Contenidos: Compromiso de acceso –teléfono, dirección física, e-mail–, compromiso de positividad –navegación, buscador, mapa del sitio, recursos audiovisuales–, compromiso de apertura –sección “quiénes somos”, noticias, reportes/informes anuales–, compromiso de tareas compartidas –participación en actividades de la comunidad, participación en actividades educativas, donación de tiempo o dinero/voluntariado o contribución monetaria–, compromiso de redes –creación de redes con organizaciones no lucrativas similares, con organizaciones no lucrativas disímiles y trabajo en red con organizaciones con fines de lucro–, fiabilidad –tablero de mensajes, sala de chat, blog–.

B.1.5. Juan Francisco Juliá Igual, Gabriel García Martínez y Fernando Polo Garrido (2004)

La información divulgada a través de internet por las cooperativas.

Objetivos/Preguntas de investigación: analizar la presencia en internet de las sociedades cooperativas para mantener y aumentar su competitividad, compatibilizándolas con sus propios principios (pp. 169, 179-181).

Unidades de análisis: sedes web de las coop. agrarias, de crédito (cajas rurales) y de consumo españolas (seleccionadas las mayores en su rubro)

N° de unidades: 130

Modelo: Recomendaciones sobre usabilidad y accesibilidad de Nielsen (2001) y Código de Buenas Prácticas para la Divulgación de Información Financiera en Internet, realizado por la Comisión de Nuevas Tecnologías y Contabilidad de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA, 2002)

Contenidos analizados: Accesibilidad y usabilidad: disponibilidad de URL (Uniform Resource Locator), identificación del tipo de dominio (.coop), popularidad de dichas páginas, acceso a la información en varios idiomas, referencias temporales sobre la renovación de contenidos, disposición de un mapa del sitio web, información de contacto con la empresa (dirección postal y electrónica).

Contenidos generales: información sobre las actividades principales del negocio empresarial, servicio propio de noticias recientes sobre el negocio empresarial, información sobre la aplicación de normas de calidad a diferentes procesos o productos, información sobre la política en materia de impacto medioambiental, información sobre la política de inversión en I+D+i, información sobre la política de inversión en materia de RRHH.

Contenidos específicos: información financiera, cuentas nacionales, información sobre la condición de cooperativa e información sobre la dotación y uso del Fondo de Educación y Promoción.

B.1.6. Enrique Bernal Jurado y Adoración Mozas Moral (2008)

Evaluación del uso comercial de la World Wide Web por parte de las cooperativas de segundo grado españolas.

Objetivos/Preguntas de investigación: analizar la presencia en internet de las sociedades cooperativas para mantener y aumentar su competitividad, compatibilizándolas con sus propios principios (pp. 169).

Unidades de análisis: sedes web de las cooperativas de segundo grado españolas.

N° de unidades: 43

Modelo: Modelo de Aceptación de Tecnologías (TAM): se divide en calidad de la información y

calidad del sistema.

Contenidos analizados:

- Calidad de la información de la web: Utilidad de la información: actualizada, totalmente construida.
- Calidad de la información de la web: Alcance de la información - Información sobre la empresa: origen/historia, localización, información del presidente, información contable/financiera, entorno
- Calidad de la información de la web: Alcance de la información - Información sobre el producto: técnicas de producción, control de calidad, catálogo, precio, precio de la competencia, simulador de precio, descuentos por compra online, tiempo que tarda la entrega, ofertas
- Calidad del sistema: Usabilidad: enlaces de interés, contiene banners, contiene sonido, contiene video, motores de búsqueda, mapa permanente del sitio
- Calidad del sistema: Presencia: presencia en buscadores
- Calidad del sistema: Privacidad/Seguridad: informa sobre sistema de pago, no informa sobre privacidad de la información
- Calidad del sistema: Interactividad: contiene cookies, correo electrónico, teléfono, chat, FAQ

B.1.7. Ricardo Muñoz Pasadas y Pilar Tirado Valencia (2014)

Responsabilidad social y transparencia a través de la Web: un análisis aplicado a las cooperativas agroalimentarias españolas.

Objetivos/Preguntas de investigación: analizar la relación entre la responsabilidad social, el gobierno corporativo y la transparencia en la sociedades cooperativas agroalimentarias españolas (análisis de las variables de responsabilidad social presentes en sus web) (pp. 84).

Unidades de análisis: sedes web de las cooperativas de segundo agroalimentarias españolas

N° de unidades: 39

Modelo: cinco categorías de análisis coincidentes con los cuatro primeros apartados del GRI, estrategia y análisis, perfil de la organización, parámetros de la información, gobierno corporativo y grupos de interés.

Contenidos analizados: estrategia y análisis –declaración del máximo responsable, prioridades estratégicas y asuntos clave; principales eventos, logros y fracasos, perspectivas de cumplimiento, descripción de principales impactos y sus efectos, impacto en las perspectivas a largo plazo y en el

desempeño financiero–; perfil de la organización –identificación comercial de sus productos, áreas de responsabilidad y empresas participantes, países en los que opera, forma jurídica, mercados servidos, dimensión, cambios relevantes, premios y distinciones–; parámetros de la información –fecha último informe RSE, punto de contacto, contenidos económicos, social y medioambiental, forma de alcanzar los impactos–, gobierno corporativo –composición del Consejo y responsabilidades asignadas, cargo ejecutivo del presidente, relación entre retribución y resultado económico, social y ambiental de los miembros del Consejo, procedimientos para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno, misión y valores, procedimientos del Consejo para supervisar la sostenibilidad, procedimientos para evaluar al Consejo– y grupos de interés –bases para la identificación y selección de grupos de interés, aspectos de interés en la participación, procesos para la participación de los grupos de interés, comentarios, quejas y mecanismos de retroalimentación, sistemas de medición, evaluación y aprendizaje, y comunicación de resultados a los grupos de interés, procesos para la coordinación de las iniciativas para satisfacer las expectativas de los grupos de interés–.

B.1.8. Balas Lara Montserrat (2012)

La gestión de la comunicación en el Tercer Sector. Análisis de la imagen percibida de las organizaciones del Tercer Sector.

Objetivos/Preguntas de investigación: analizar las web desde la óptica de su contenido, es decir qué tipo de informaciones se publican en las mismas y por otro lado, analizar el formato desde el punto de vista de la navegación y de los reclamos publicitarios, que se incorporan a las mismas (pp. 497-503).

Unidades de análisis: sedes web de las asociaciones, fundaciones, ONG, cooperativas, mutuales y sociedades laborales españolas. N° de unidades: 166.

Modelo: análisis de la imagen que proyectan las entidades del Tercer Sector hacia sus públicos de interés a través de la técnica de observación de las sedes web.

Contenidos analizados: misión y valores, proyectos (objetivos y fines), información financiera, sala de prensa/noticias/información, proyectos RSE, contenidos audiovisuales, captación de donantes y empleo/trabaja con nosotros.

Apéndice C

Esquema comparativo para el diseño del Instrumento de participación social

232

C.1. Análisis de la dimensión participación social en el ámbito digital para el sector cooperativo

Los cambios de color indican los conjuntos de ítems singulares que corresponden a las investigaciones en análisis.

Ítem de los modelos analizados	Modelos de análisis								Ítem resultante
	Burkle y Gonzalez. 2006	Bortree 2007	Martín Nieto 2007	Williamsy Brunner 2010	Julía Igual et al. 2004	Bernal Jurado y Mozas Moral 2008	Muñoz Pasadas y Tirado Valencia 2014	Balas Lara 2010	
Recursos	X	Acceso							<i>Variables: Prácticas informativas, comunicativas, consultivas, liberativas y constructivas</i>
Invitación a participar en una actividad comunitaria		X		X					Valor de la variable: Prácticas informativas
Invitación a participar en una actividad educativa		X		X					Valor de la variable: Prácticas informativas
Participación del público objetivo en el diseño o contenido del sitio		X							Valor de la variable: Prácticas consultivas
Suscripciones			X						Valor de la variable: Prácticas comunicativas
Boletines informativos/Newsletter			X	X					Valor de la variable: Prácticas informativas
Reportes/informes anuales				X				Financiera	Valor de la variable: Prácticas informativas

Ítem de los modelos analizados	Modelos de análisis							Ítem resultante	
	Burkle y Gonzalez. 2006	Bortree 2007	Martín Nieto 2007	Williamsy Brunner 2010	Julía Igual et al. 2004	Bernal Jurado y Mozas Moral 2008	Muñoz Pasadas y Tirado Valencia 2014		Balas Lara 2010
Información sobre las actividades principales del negocio empresarial				X	X	X			Valor de la variable: Prácticas informativas
Información sobre la política en materia de impacto medioambiental					X				Valor de la variable: Prácticas informativas
Información sobre la política de inversión en I+D+i					X				Valor de la variable: Prácticas informativas
Información sobre la política de inversión en materia de RRHH					X				Valor de la variable: Prácticas informativas
Cuentas nacionales					X				Valor de la variable: Prácticas informativas
Información sobre la condición de cooperativa					X				Valor de la variable: Prácticas informativas
Información sobre la dotación y uso del Fondo de Educación y Promoción					X				Valor de la variable: Prácticas informativas
Información del presidente								X	Valor de la variable: Prácticas informativas
Entorno								X	Valor de la variable: Prácticas informativas
Composición del Consejo y responsabilidades asignadas en materia económica, social y medioambiental								X	Valor de la variable: Prácticas informativas

Ítem de los modelos analizados	Modelos de análisis								Ítem resultante
	Burkle y Gonzalez. 2006	Bortree 2007	Martín Nieto 2007	Williamsy Brunner 2010	Julía Igual et al. 2004	Bernal Jurado y Mozas Moral 2008	Muñoz Pasadas y Tirado Valencia 2014	Balas Lara 2010	
Cargo ejecutivo del Presidente (si lo tuviera) y de sus funciones							X		Valor de la variable: Prácticas informativas
Relación entre retribución y resultado económico, social y ambiental de los miembros del Consejo, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono)							X		Valor de la variable: Prácticas informativas
Procedimientos para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno							X		Valor de la variable: Prácticas de liberativas
Misión y valores, códigos de conducta, principios relevantes en relación a la sostenibilidad, y estado de su implementación (también por regiones y departamentos, y si hacen referencia a estándares internacionales).	X						X	X	Valor de la variable: Prácticas informativas
Procedimientos del Consejo para supervisar la sostenibilidad en la organización, los riesgos y oportunidades, y el cumplimiento de estándares internacionales							X		Valor de la variable: Prácticas de liberativas
Procedimientos para evaluar al Consejo, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social							X		Valor de la variable: Prácticas constructivas

Ítem de los modelos analizados	Modelos de análisis								Ítem resultante
	Burkle y Gonzalez. 2006	Bortree 2007	Martín Nieto 2007	Williamsy Brunner 2010	Julía Igual et al. 2004	Bernal Jurado y Mozas Moral 2008	Muñoz Pasadas y Tirado Valencia 2014	Balas Lara 2010	
Define las bases para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete							X		Valor de la variable: Prácticas informativas
Aspectos de interés que han surgido a través de la participación de los grupos de interés, y la forma en la que ha respondido la organización							X		Valor de la variable: Prácticas consultivas
Compromiso con las partes interesadas mediante procesos para la participación de los grupos de interés afectados en el diseño, implementación, monitoreo y evaluación de políticas y programas							X		Valor de la variable: Prácticas consultivas
Comentarios, quejas y mecanismos de retroalimentación en relación con el cumplimiento de los programas y políticas diseñadas con los grupos de interés							X		Valor de la variable: Prácticas comunicativas
Sistemas de medición (incluida su eficacia), evaluación y aprendizaje, y comunicación de resultados a los grupos de interés							X		Valor de la variable: Prácticas informativas

Ítem de los modelos analizados	Modelos de análisis								Ítem resultante
	Burkle y Gonzalez. 2006	Bortree 2007	Martín Nieto 2007	Williamsy Brunner 2010	Juliá Igual et al. 2004	Bernal Jurado y Mozas Moral 2008	Muñoz Pasadas y Tirado Valencia 2014	Balas Lara 2010	
Establecimiento de procesos para la coordinación de las iniciativas para satisfacer las expectativas de los diferentes grupos de interés							X		Valor de la variable: Prácticas informativas
Proyectos RSE								X	Valor de la variable: Prácticas informativas
Empleo / Trabaja con nosotros								X	Valor de la variable: Prácticas comunicativas

Tabla C.1: Esquema comparativo de la dimensión Participación Social.

C.2. Resumen del esquema comparativo para el análisis de la dimensión Participación Social

Variable	Valores
Prácticas informativas	Invitación a participar en una actividad comunitaria
	Invitación a participar en una actividad educativa
	Boletines informativos/Newsletter
	Reportes/informes anuales (contables y financieros)
	Información sobre las actividades principales del negocio empresarial
	Información sobre la política en materia de impacto medioambiental
	Información sobre la política de inversión en I+D+i
	Información sobre la política de inversión en materia de RRHH
	Cuentas nacionales
	Información sobre la condición de cooperativa
	Información sobre la dotación y uso del Fondo de Educación y Promoción
	Información del presidente
	Entorno
	Composición del Consejo y responsabilidades asignadas en materia económica, social y medioambiental
	Cargo ejecutivo del Presidente (si lo tuviera) y de sus funciones
	Relación entre retribución y resultado económico, social y ambiental de los miembros del Consejo, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono)
	Procedimientos para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno
	Misión y valores, códigos de conducta, principios relevantes en relación a la sostenibilidad, y estado de su implementación (también por regiones y departamentos, y si hacen referencia a estándares internacionales).
	Procedimientos del Consejo para supervisar la sostenibilidad en la organización, los riesgos y oportunidades, y el cumplimiento de estándares internacionales
	Procedimientos para evaluar al Consejo, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social
	Define las bases para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete
Sistemas de medición (incluida su eficacia), evaluación y aprendizaje, y comunicación de resultados a los grupos de interés	
Establecimiento de procesos para la coordinación de las iniciativas para satisfacer las expectativas de los diferentes grupos de interés	
Proyectos RSE	

Variable	Valores
Prácticas comunicativas	Suscripciones
	Compromiso con las partes interesadas mediante procesos para la participación de los grupos de interés afectados en el diseño, implementación, monitoreo y evaluación de políticas y programas
	Empleo / Trabaja con nosotros
	Comentarios, quejas y mecanismos de retroalimentación en relación con el no cumplimiento de los programas y políticas diseñadas con los grupos de interés
Prácticas consultivas	Participación del público objetivo en el diseño o contenido del sitio
	Aspectos de interés que han surgido a través de la participación y la forma en la que ha respondido la organización
Prácticas deliberativas	Procedimientos para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.
	Procedimientos del Consejo para supervisar la sostenibilidad en la organización, los riesgos y oportunidades, y el cumplimiento de estándares internacionales
Prácticas constructivas	Procedimientos para evaluar al Consejo, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social

Tabla C.2: Fuente: elaboración propia en base a las investigaciones analizadas.

Apéndice D

Construcción de categorías del Instrumento de participación social

Nuevo ítem	Ítems provenientes de estándares, documentos públicos e investigaciones
Información del entorno	Entorno
Convocatorias	Invitación a participar en una actividad comunitaria. Invitación a participar en una actividad educativa. Convocatoria a Asamblea General y de Distrito
Boletines informativos y revistas	Boletines informativos/Newsletter. Revistas.
Información sobre la condición de cooperativa	Información sobre la condición de cooperativa. Información del presidente.
Información sobre las actividades principales del negocio	Información sobre las actividades principales del negocio empresarial. Servicios complementarios (prestaciones con beneficios sociales). Colaboraciones con otras entidades (proyectos, transacciones económicas).

Tabla D.1: Asignación de prácticas informativas a categorías resumen.

Nota: algunas de las prácticas identificadas según el propósito para el que se empleen pueden corresponder a más de una de las categorías identificadas.

Nuevo ítem	Ítems provenientes de estándares, documentos públicos e investigaciones
Información sobre el gobierno de la entidad	Composición del Consejo y responsabilidades asignadas en materia económica, social y medioambiental. Cargo ejecutivo del Presidente (si lo tuviera) y de sus funciones. Procedimientos para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno. Información específica sobre la conformación de los órganos decisorios. Procedimientos del Consejo para supervisar la sostenibilidad en la organización, los riesgos y oportunidades, y el cumplimiento de estándares internacionales. Procedimientos para evaluar al Consejo, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social. Normativa referida a la afiliación.
Información financiera y contable	Reportes/informes anuales (contables y financieros). Cuentas nacionales. Información sobre la dotación y uso del Fondo de Educación y Promoción. Relación entre retribución y resultado económico, social y ambiental de los miembros del Consejo, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono). Balance Social Cooperativo. VAC invisibilizado. Información sobre la política de inversión en I+D+i.
Información sobre coordinación, control y evaluación	Servicios gratuitos a organizaciones específicas (préstamos de bienes y espacios, prestación de servicios complementarios a los servicios públicos como la fijación de la tarifa social). Afiliación a efectos representativos en entidades de 2do. orden, redes y comités. Procedimientos de coordinación, control, fiscalización y evaluación. Establecimiento de procesos para la coordinación de las iniciativas para satisfacer las expectativas de los diferentes grupos de interés.
Información sobre sostenibilidad y códigos de conducta	Información sobre la política de inversión en materia de RRHH. Misión y valores, códigos de conducta, principios relevantes en relación a la sostenibilidad, y estado de su implementación (también por regiones y departamentos, y si hacen referencia a estándares internacionales). Procedimientos del Consejo para supervisar la sostenibilidad en la organización, los riesgos y oportunidades, y el cumplimiento de estándares internacionales. Define las bases para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete. Proyectos RSE. Información sobre la política en materia de impacto medioambiental. Utilización de software libre. Información sobre la colaboración con otras entidades. Información sobre compras a proveedores locales. Prevención de lavado de dinero y financiamiento al terrorismo (análisis del ingreso de nuevos asociados, seguimiento comercial e impositivo de los asociados, control de facturación, suscripción a las normativas vigentes en el manejo de valores). Compromiso medioambiental: digitalización de documentación logística (Proyecto "Papeles 0") (específica).

Tabla D.2: (continuación Tabla D.1)Asignación de prácticas informativas a categorías resumen.

Nuevo ítem	Ítems provenientes de estándares, documentos públicos e investigaciones
Requerimientos y solicitudes específicas	Solicitud de credencial para la participación en las asambleas
	Servicio de información específica para los asociados a través de la web
	Suscripciones
	Empleo / Trabaja con nosotros
Reclamos y recomendaciones	Mecanismos (asociados y empleados) para la comunicación de recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno
	Comentarios, quejas y mecanismos de retroalimentación en relación con el no cumplimiento de los programas y políticas diseñadas con los grupos de interés
	Registro de reclamos y quejas de asociados con acceso a los referentes encargados de ofrecer soluciones

Tabla D.3: Asignación de prácticas comunicativas a categorías resumen.

Nuevo ítem	Ítems provenientes de estándares, documentos públicos e investigaciones
Temas de consulta individuales	Participación del público objetivo en el diseño o contenido del sitio
Temas de consulta colectivos	Compromiso con las partes interesadas mediante procesos para la participación de los grupos de interés afectados en el diseño, implementación, monitoreo y evaluación de políticas y programas (referido a los asociados)
	Aspectos de interés que han surgido a través de la participación de los grupos de interés, y la forma en la que ha respondido la organización (referido a los asociados)
	Foro de opiniones y sugerencias para la calidad del servicio

Tabla D.4: Asignación de prácticas consultivas a categorías resumen.

Nuevo ítem	Ítems provenientes de estándares, documentos públicos e investigaciones
Temas de deliberación	Mecanismos (asociados y empleados) para la comunicación de recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno

Tabla D.5: Asignación de prácticas consultivas a categorías resumen.

Nuevo ítem	Ítems provenientes de estándares, documentos públicos e investigaciones
Temas de vinculación	Modalidades de participación de los grupos de interés: estudios y encuestas, grupos de discusión, grupos de expertos sociales, grupos de asesores empresariales, comunicaciones escritas, estructuras directivas/sindicatos y otros medios

Tabla D.6: Asignación de prácticas consultivas a categorías resumen.

Apéndice E

Presentación del Instrumento de participación social para revisión

Nota de presentación del instrumento de valoración para la revisión por juicio de expertos.

Estimado/a (tratamiento) (Nombre y apellido del especialista experto consultado):

Lo contacto para solicitar su colaboración en el desarrollo de la investigación que llevo a cabo para mi tesis doctoral titulada “Apropiación de los recursos de internet en el Tercer Sector”, la cual se inscribe en el Grupo de Investigación Tercer Sector de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata. El propósito del estudio es comprender el uso efectivo que se realiza de las tecnologías en las entidades cooperativas del Partido de General Pueyrredon, en el cumplimiento de sus principios y valores a través de una herramienta basada en el análisis de la influencia de los asociados en las esferas decisorias de la entidad, es decir, a través de la perspectiva de la participación.

Desde esta perspectiva se presentan un conjunto de variables que se agrupan en torno a la operatividad de los principios cooperativos a través de las prácticas presentes en el website corporativo. Comprende los niveles de la participación desde la información al asociado hasta los procesos de injerencia en la toma de decisiones de la entidad, mediados por las tecnologías. Esta dimensión incluye las cinco primeras variables: prácticas informativas, prácticas comunicativas, prácticas consultivas, prácticas deliberativas y prácticas constructivas.

Para validar la herramienta construida, se realiza una revisión a través del juicio de expertos y es el motivo por el cual, solicito su colaboración, en calidad de evaluador calificado respecto de las siguientes características:

- *Representatividad de cada ítem en la definición de cada variable.*
- *Grado de comprensión de las categorías expresadas en el modelo según su claridad expresiva (por ejemplo, “información sobre la condición de cooperativas” o “espacios deliberativos”).*

A continuación se adjunta el instrumento completo para la valoración de la apropiación de los recursos de internet en las entidades cooperativas desde la perspectiva de la participación, como eje central de los tres principios distintivos de estas entidades (control democrático, participación económica y, autonomía e independencia).

E.1. Dimensión Participación Social en el ámbito digital para el sector cooperativo

Variable	Descripción
Prácticas informativas	Prácticas de carácter inicial para la participación, donde el usuario accede a la información que le resulta de interés y puede llegar a realizar consultas a través de las interfaces que se presenten, a fin de obtener mayor información o bien, realizar una solicitud.
Prácticas comunicativas	Estas prácticas proveen los mecanismos para que el asociado realice actividades formativas y tome contacto con la gestión de la entidad, permitiendo una interacción a través del correo electrónico, los formularios de contacto, los espacios habilitados para reclamos y quejas y, buzones de sugerencias y opciones para acceder a información de interés. Se complementa a través de las respuestas que ofrezca la entidad, un espacio de intercambio que facilite el seguimiento de las solicitudes e indicaciones presentadas.
Prácticas consultivas	Comprende todas las formas que se adoptan para conocer la opinión de los asociados en asuntos relacionados con el desarrollo de los objetivos de la entidad. Se puede utilizar el correo electrónico y el website, mientras que los elementos para realizar consultas son sondeos de opinión y encuestas que se plasman en espacios de votación dentro del sitio o en formularios anexos a través del correo electrónico. Una vez recibidas las opiniones se deben instrumentar los medios para que sean públicas (en forma agregada) y proporcionar respuestas a los planteos realizados. Dadas las dificultades en materia de seguridad y de identificación para la implementación de referéndums electrónicos, se valora la calidad de los aportes realizados por sobre la cantidad de los mismos.
Prácticas deliberativas	Reúne los procesos que posibilitan a los asociados examinar, debatir, introducir nuevos temas y valorar las alternativas de acción que se presentan para el cumplimiento de los objetivos de la entidad, a fin de influir en los procesos de toma de decisiones. Es un tipo de práctica que requiere información sobre los temas a tratar y tiempo para su realización.
Prácticas constructivas	Mecanismos para ejercer influencia en los procesos decisorios de la entidad, donde las decisiones resultan vinculantes para la gestión de la misma (votación en línea, asamblea virtual, debates y foros).

Desde ya, le quedo muy reconocida por su colaboración con el estudio.

Mg. Alicia Inés Zanfrillo

E.2. Instrucciones

Complete el siguiente formulario según las siguientes indicaciones:

- En la columna *Coherencia* señale con un número del 1 a 5, si el ítem que se presenta

se corresponde con las características de la variable; por ejemplo, si Información sobre el entorno contribuye a la representación de la variable "Prácticas informativas".

- En la columna *Claridad* señale con un número del 1 a 5, si el ítem que se presenta resulta comprensible para la variable en que se incluye.

DIMENSIÓN: Participación social		Coherencia (1 a 5)	Claridad (1 a 5)
Variable	Ítem		
Prácticas informativas	1. Información sobre el entorno		
	2. Convocatorias		
	3. Boletines informativos y revistas		
	4. Información sobre la condición de cooperativa		
	5. Información sobre el gobierno de la entidad		
	6. Información financiera y contable		
	7. Información sobre las actividades principales del negocio empresarial		
	8. Información sobre sostenibilidad y códigos de conducta (<i>Balance Social Cooperativo, proyectos de colaboración con otras entidades y con la comunidad</i>)		
	9. Información sobre coordinación, control y evaluación		
Prácticas comunicativas	10. Requerimientos y solicitudes específicas (<i>suscripciones, solicitud de credencial, presentación de ofertas laborales</i>)		
	11. Reclamos y recomendaciones (<i>buzón de sugerencias, registro de reclamos y quejas</i>)		
	12. Formación online (<i>plataformas de aprendizaje</i>)		
Prácticas consultivas	13. Temas de participación individuales (<i>encuestas de opinión</i>)		
	14. Temas de participación colectivos (<i>blog y foros de opinión</i>)		
Prácticas deliberativas	15. Temas de deliberación (<i>foros de opinión y espacios de debate</i>)		
Prácticas constructivas	16. Temas de vinculación (<i>asambleas digitales, votación en línea</i>)		

A continuación se consigna un espacio para las observaciones que desee realizar.

OBSERVACIONES

Apéndice F

Análisis de validez de contenido del instrumento

Variable	Ítem	Esencial	Útil pero no esencial	No importante	CVR'
Prácticas informativas	Información sobre el entorno	8	2	0	0.8
	Convocatorias	8	1	1	0.8
	Boletines informativos y revistas	9	1	0	0.9
	Información sobre la condición de cooperativa	8	2	0	0.8
	Información sobre el gobierno de la entidad	7	3	0	0.7
	Información financiera y contable	7	2	1	0.7
	Información sobre las actividades principales del negocio empresarial	9	0	1	0.9
	Información sobre sostenibilidad y códigos de conducta	7	3	0	0.7
	Información sobre coordinación, control y evaluación	7	2	1	0.7
Prácticas comunicativas	Requerimientos y servicios específicos	8	2	0	0.8
	Reclamos y recomendaciones	9	1	0	0.9
	Formación onlines	9	1	0	0.9
Prácticas consultivas	Mecanismos de participación individuales	8	2	0	0.8
	Mecanismos de participación colectivas	9	1	0	0.9
Prácticas deliberativas	Temas de deliberación	9	1	0	0.9
Prácticas constructivas	Temas de vinculación	7	3	0	0.7

Tabla F.1: Valoraciones llevadas a cabo por los expertos sobre la inteligibilidad de los ítems respecto a cada categoría.

Índice de validez de contenido de toda la prueba (representatividad de los ítems) - CVR': 0.81

Variable	Ítem	Esencial	Útil pero no esencial	No importante	CVR'
Prácticas informativas	Información sobre el entorno	7	3	0	0.7
	Convocatorias	8	1	1	0.8
	Boletines informativos y revistas	9	1	0	0.9
	Información sobre la condición de cooperativa	9	0	1	0.9
	Información sobre el gobierno de la entidad	8	1	1	0.8
	Información financiera y contable	8	1	1	0.8
	Información sobre las actividades principales del negocio empresarial	8	1	1	0.8
	Información sobre sostenibilidad y códigos de conducta	8	2	0	0.8
	Información sobre coordinación, control y evaluación	8	1	1	0.8
Prácticas comunicativas	Requerimientos y servicios específicos	8	2	0	0.8
	Reclamos y recomendaciones	9	1	0	0.9
	Formación onlines	9	1	0	0.9
Prácticas consultivas	Mecanismos de participación individuales	7	3	0	0.7
	Mecanismos de participación colectivas	9	1	0	0.9
Prácticas deliberativas	Temas de deliberación	9	1	0	0.9
Prácticas constructivas	Temas de vinculación	8	2	0	0.7

Tabla F.2: Valoraciones llevadas a cabo por los expertos sobre la representatividad de los ítems respecto a cada categoría.

Índice de validez de contenido de toda la prueba (comprensión de los ítems): 0.83

Apéndice G

Observaciones realizadas por los expertos sobre el Instrumento de participación social

G.1. Observaciones realizadas por los expertos

G.1.1. Experto N° 1

Ítem N° 7. El cuestionamiento al ítem “Información sobre las actividades principales del negocio empresarial”, está relacionada con la terminología utilizada, comprendiendo a las ‘entidades observadas’ por fuera del ámbito empresarial.

Se modifica el Ítem N° 7 “Información sobre las actividades principales del negocio empresarial” por: “Información sobre las actividades principales”.

Si bien el ítem proviene, de forma literal de una investigación internacional, se comprende la dualidad existente para el desarrollo de una organización que debe afrontar, en términos económicos, las necesidades de un colectivo de personas cuyos fines se asientan en el bien común. Dado el lugar intermedio que ocupan las entidades cooperativas entre el mundo de la empresa y el Tercer Sector, se opta por prescindir de los términos señalados.

G.1.2. Experto N° 2

Item N° 13, 14, 15 y 16. Las prácticas constructivas serían iguales que en las deliberativas, la diferencia sería “vinculante”. Ya que se aclara aquí, habría que aclararlo en todas las prácticas, para que se vea el “crecimiento” (de menos a más) en cada una de ellas.

Se modifica el Ítem N° 13 “Temas de participación individuales (encuestas de opinión)” por: “Temas de consulta de opinión individuales (encuesta de opinión)”.

Se modifica el Ítem N° 14 “Temas de participación colectivos (blog y foros de opinión)” por “Temas de consulta colectivos (blog y foros de opinión).”.

Se modifica el Ítem N° 15 “Espacios deliberativos (foros de opinión y espacios de debate)” por “Temas de deliberación (foros y espacios de debate)”.

Se modifica el Ítem N° 16 “Asamblea virtual” por “Temas de vinculación (votación en línea, asamblea virtual)”.

G.1.3. Experto N° 3

Sin observaciones presentadas.

G.1.4. Experto N° 4

Ítem 1. En el inciso 1. no queda claro a qué se refiere con el entorno. Usaría otra denominación, a mi criterio, que identifique claramente a qué se refiere, como contexto legal.º “contexto normativo”, que es lo que diferencia las exigencias de la publicación de información en un país o en otro.

Se modifica el Ítem N° 1 “Información sobre el entorno” por: “Información sobre el entorno legal”.

G.1.5. Experto N° 5

Ítem N° 2. No está claro a qué se refiere con “Convocatorias”.

Se modifica el Ítem N° 2 “Convocatorias” por: “Agenda”.

Ítem N° 9. No está claro a qué se refiere con “Información sobre coordinación, control y evaluación”.

Se modifica el Ítem N° 9: “Información sobre la gestión operativa de la entidad (infraestructura, mantenimiento, controles reglamentarios, procesos y certificaciones de calidad)”.

G.1.6. Experto N° 6

Ítem N° 5. La idea es que el asociado o visitante de la página tenga acceso fácil, rápido y claro de cómo es el gobierno de las cooperativas, cuáles son sus principios y cuáles son los valores que defiende, incluiría Información sobre el Consejo de Administración de la Entidad. En las cooperativas, el gobierno es de la Asamblea, que es quien elige a los consejeros que la administran.

Se modifica el Ítem N° 5: “Información sobre el gobierno de la entidad” por “Información sobre el gobierno de la entidad (Asamblea, Consejo Directivo, Sindicatura”, a fin de contemplar todos los niveles decisorios.

Ítem N° 6. La información financiera y contable es de acceso a los asociados, y por lo que entiendo el sitio web debería ser público, ¿o se contempla una parte en donde solo ingresen los asociados? Quizás esa sería una solución posible. Si se aprueba esta moción, previamente haría una encuesta o lo consultaría con los asociados, si quieren publicar esos datos o si prefieren no hacerlo.

El ítem “Información financiera y contable” corresponde a la información procedente de los balances de la entidad, los cuales pueden ser publicados en sus sitios web. A diferencia de otros países, la República Argentina no tiene legislación al respecto, en la publicación de información a través de la web. Por lo cual, se opta por presentar el ítem en esta primera aproximación, en carácter público, considerando que es uno de los ítems que se ha presentado en las investigaciones internacionales en términos de transparencia y señalando además, la consulta sobre la publicación de este tipo de información como una posible práctica consultiva.

Ítem N° 7. “Información sobre las actividades principales del negocio empresarial” lo reemplazaría por “Actividades principales de la Empresa Cooperativa”.

El ítem N° 7 se encuentra corregido, a sugerencia también del Experto N° 1. Se modifica nuevamente el Ítem “Información sobre los servicios principales” por: “Información sobre los servicios principales de la empresa cooperativa”.

Ítem N° 8. “Información sobre sostenibilidad y códigos de conducta (Balance Social Cooperativo, proyectos de colaboración con otras entidades y con la comunidad)”. Lo reemplazaría por “responsabilidad social” o por cumplimiento de los principios: 6): Cooperación entre cooperativas e 7): Interés por la Comunidad.

Se modifica el ítem “Información sobre sostenibilidad y códigos de conducta (Balance Social Cooperativo, proyectos de colaboración con otras entidades y con la comunidad)” por: “Información sobre sostenibilidad (Balance Social Cooperativo, proyectos de colaboración con otras entidades y con la comunidad)”.

Ítem N° 16. “Asamblea Virtual”. En el caso que no se contrapusiera con nada legal, yo vería como una innovación importante la participación virtual en las Asambleas Ordinarias o Extraordinarias, cuando por ejemplo el asociado viva en un radio mayor a XX km, o alguna otra circunstancia especial que le impida participar. Pero dejando claro que la participación presencial en la Asamblea, no solo es un derecho, sino que, es una responsabilidad del asociado.

El ítem N° 16 se encuentra corregido, a sugerencia también del Experto N° 3. Se refuerza el ítem “Información sobre el gobierno de la entidad (Asamblea, Consejo Directivo, Sindicatura)”, en los deberes y derechos del asociado.

G.1.7. Experto N° 7

Sin observaciones presentadas.

G.1.8. Experto N° 8

Sin observaciones presentadas.

G.1.9. Experto N° 9

Sin observaciones presentadas.

G.1.10. Experto N° 10

Ítem N° 2. Convocatoria se ve más como una práctica comunicativa. Tampoco es claro que tipo de convocatoria. A una Asamblea, a una reunión informal, a presenciar las reuniones del órgano de administración.

Se modifica el Ítem N° 2 “Convocatorias” por: “Agenda”.

El ítem N° 2 se encuentra corregido, a sugerencia también del Experto N° 5. Dado que no hay posibilidad de interacción ni retroalimentación con el asociado, se continúa con la asignación del ítem a “Prácticas informativas”.

Se cambia la descripción del ítem para representar su carácter de información específica sobre convocatorias y anuncios específicos para los asociados: “Agenda (información para asociados sobre convocatorias, reuniones y asambleas)”.

Ítem N° 4. Información sobre la condición de la cooperativa se debería aclarar más sobre que condición.

Se modifica el ítem N° 4 “Información sobre la condición de cooperativa” por “Información sobre la forma jurídica y características de la entidad”.

Ítem N° 9. Información sobre coordinación, control y evaluación: no es muy claro respecto a qué.

El ítem “Información sobre coordinación, control y evaluación” se había modificado por “Información sobre la gestión operativa de la entidad (infraestructura, mantenimiento, controles reglamentarios, procesos y certificaciones de calidad)”. En virtud de las valoraciones realizadas, el ítem se elimina del instrumento por referenciar un alcance demasiado amplio de las actividades de gestión de la entidad.

Ítem N° 16. “Asamblea Virtual”. Si bien la normativa legal impide hoy la realización de actividades decisorias propias de las asambleas bajo la modalidad virtual, la modernización y confiabilidad que se brinde a las acciones electivas, podrían habilitar esa posibilidad a futuro, como es la actividad que se desarrolla en las confederaciones con la participación que puede ser virtualizada.

A pesar de ello, no son las únicas convocatorias que se llevan a cabo, por lo que podrían llegar a implementarse elecciones de representantes que actuarían a posteriori bajo la modalidad presencial en la asamblea mediante modalidades de interacción sincrónica. En ese caso, si bien hoy se puede efectuar por correo postal, la votación podría efectuar a través del uso de tecnologías.

Fuera del formato de la Asamblea Ordinaria, existen otras acciones participativas decisorias en el entorno cooperativo, como la elección de integrantes de comisiones y aprobación de la designación para participar en ellas, entre otras opciones posibles, que no tienen impedimento para llevarse a cabo, más allá de los requerimientos técnicos y competencias necesarias para su operación.

El ítem N° 16 ya se encuentra corregido, a sugerencia también del Experto N° 3 y N° 6.

Sugerencia: Podrían incluirse la entrega del Estatuto y reglamento interno de la entidad, y algún curso inicial sobre Tercer sector, ya que no todos los sujetos conocen las características del mismo.

Se incorporan las sugerencias del experto para ser incluidas en las líneas de trabajo futuras, en las próximas versiones del Instrumento de valoración.

