

CONTRIBUCIÓN DIRECTA E INDIRECTA DE LAS COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS MURCIANAS AL DESARROLLO SOSTENIBLE

**XIX Congreso Internacional de Investigadores en
Economía Social y Cooperativa**

El papel de la Economía Social en un escenario de crisis e incertidumbre

**Jorge Luis Sánchez Navarro
Narciso Arcas Lario**

Universidad Politécnica de Cartagena

Miguel Hernández Espallardo

Universidad de Murcia

Cátedra Cajamar de Cooperativismo Agroalimentario
Universidad Politécnica de Cartagena



RESUMEN

El desarrollo sostenible es una preocupación creciente a nivel mundial que requiere de una actuación en el ámbito económico, social y medioambiental. Las cooperativas agroalimentarias se configuran como una pieza clave para alcanzarlo ya que los principios y valores por los que se rigen estas organizaciones están directamente relacionados con las tres dimensiones del desarrollo sostenible. Además de esta aportación directa, las cooperativas agroalimentarias también contribuyen de forma indirecta al desarrollo sostenible mediante una serie de servicios que ofrecen a sus socios. Estos servicios les ayudan a protegerse de los comportamientos oportunistas de proveedores y comercializadores derivados de las normas y requisitos de desarrollo sostenible, así como mejorar el grado de satisfacción que los socios tienen con la ayuda que la cooperativa le presta para su cumplimiento. Ofrecer datos que avalen la contribución directa e indirecta de las cooperativas agroalimentarias al desarrollo sostenible es, precisamente, el objetivo principal del trabajo. El mismo se ha realizado utilizando información procedente de fuentes secundarias e información primaria obtenida mediante una encuesta a productores agrarios de la Región de Murcia (tanto socios como no socios de cooperativas). Los resultados del trabajo revelan el potencial económico, social y medioambiental de las cooperativas agroalimentarias murcianas. Asimismo, evidencian que los productores agrarios que son socios de una cooperativa agroalimentaria están expuestos en menor medida, que los no socios, a comportamientos oportunistas de los proveedores de inputs y de los comercializadores. Por último, también ponen de manifiesto que la satisfacción económica y social de los productores agrarios con las cooperativas es mayor que la que experimentan los no socios con sus comercializadores.

Palabras Clave: Cooperativas agroalimentarias, desarrollo sostenible, oportunismo, proveedores, comercializadores, satisfacción económica, satisfacción social.

1. INTRODUCCIÓN

El desarrollo sostenible, definido como aquel “que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (Naciones Unidas 1987), se ha convertido en una aspiración creciente a nivel mundial. Para lograrlo es necesaria la integración de tres dimensiones de desarrollo: crecimiento económico (dimensión económica), desarrollo social (dimensión social) y conservación de los recursos naturales y del medio ambiente (dimensión medioambiental).

El sector agroalimentario se configura como una pieza clave para alcanzarlo, ya que debe responder al crecimiento de la demanda de alimentos y garantizarlos a toda la población. Además, se trata de un sector que genera beneficios para la economía, la sociedad y el medioambiente, teniendo capacidad para contribuir a su mantenimiento y cuidado. Así, mediante las prácticas adecuadas, evita la erosión de los suelos, protege la biodiversidad, controla las inundaciones, fija nutrientes y absorbe carbono. Estos efectos positivos del sector agrario sobre el desarrollo sostenible contrastan con algunos negativos, relacionados, sobre todo, con la emisión de gases de efecto invernadero, la contaminación de suelos, el consumo de energía y, en mayor medida, el de agua (Guntukula, 2019; Pachauri y Meyer, 2014; Vetter et al., 2017). Esto explica que, de forma progresiva, las

administraciones de los ámbitos nacional y regional hayan ido desarrollando Normas y Requisitos de Desarrollo Sostenible (NRDS) dirigidas a mitigar estos impactos negativos.

Estas regulaciones condicionan el desarrollo de la actividad agraria por parte de los agricultores y ganaderos, en la medida que conllevan la realización de nuevas actividades o cambios en las que vienen realizando. Además, su cumplimiento conlleva unos mayores costes operativos (debido a la realización de nuevas actividades), administrativos (cumplir con formalidades), de inversión (adquisición de maquinaria y bienes de equipo), de oportunidad (menor tiempo y recursos disponibles) y de transacción (Menghi et al., 2011).

Estos últimos costes están vinculados a los mecanismos necesarios para controlar el oportunismo de los agentes (proveedores y clientes) con los que interactúan los productores agrarios. Por lo general, debido al reducido tamaño de la mayoría de las explotaciones agrarias, y el consiguiente déficit de poder de negociación y de recursos humanos, técnicos y económicos, los productores agrarios se encuentran con importantes obstáculos para adoptar las referidas NRDS y afrontar los costes que, su implementación, lleva asociados. Ante esta dificultad, su incorporación a una cooperativa agroalimentaria se presenta como una alternativa que puede ayudarles a superarla.

En efecto, las cooperativas agroalimentarias se configuran como una pieza clave para alcanzar el desarrollo sostenible ya que contribuyen de forma directa a sus tres dimensiones. Se trata de organizaciones que promueven el desarrollo económico de las zonas donde se ubican, en la medida que generan riqueza y crean puestos de trabajo.

Además, cabe resaltar que esta importancia económica se ve ampliamente incrementada por sus efectos inducidos sobre otras actividades empresariales y el numeroso entramado de empresas que, en parte, subsisten por las relaciones comerciales que mantiene con las cooperativas y con las explotaciones agrarias de sus socios.

Las cooperativas agroalimentarias, por tratarse de empresas comprometidas con las personas, con base en los principios y valores que las caracterizan, también tienen una incuestionable relevancia social. Estas organizaciones aportan beneficios no solo a sus socios, sino también al resto de agricultores y ganaderos, y al conjunto de la población de las zonas en la que se ubican. Asimismo, generan cohesión social, en la medida que no deslocalizan la producción, crean empleo, favorecen la igualdad, la integración, la conciliación y la formación de sus socios y trabajadores (Arcas et al., 2022).

La preocupación de las cooperativas por el medioambiente también es consustancial a sus valores y principios. En el caso de las cooperativas agroalimentarias, esta preocupación se manifiesta, entre otros aspectos, en la promoción de la agricultura ecológica, en la adopción de una serie de prácticas sostenibles en el desarrollo de su actividad, y en acciones dirigidas a informar, concienciar y asesorar a los socios sobre las mismas, con la finalidad de que las implementen en sus explotaciones (Arcas et al., 2022).

Esta aportación directa que realizan las cooperativas agroalimentarias al desarrollo sostenible se ve complementada con una aportación indirecta, en parte, debido al elevado número de servicios que prestan a sus socios (suministro de inputs, formación, asesoramiento, comercialización...), lo que les permite mejorar la competitividad de sus explotaciones e incrementar sus rentas. Al mismo tiempo, estos servicios sirven de ayuda a los socios para adoptar las prácticas agrícolas necesarias para cumplir con las NRDS.

Además, facilitándoles información, asesoramiento y asistencia sobre el cumplimiento de estas prácticas, las cooperativas también protegen a sus socios de los comportamientos

oportunistas de proveedores y comercializadores derivados del cumplimiento de las mencionadas normas y requisitos.

En este contexto, el presente trabajo tiene como objetivo aportar evidencia sobre la contribución directa e indirecta que las cooperativas agroalimentarias murcianas realizan al desarrollo sostenible. En el primer caso, se utilizan fuentes de datos secundarias para conocer la aportación que estas organizaciones realizan a las tres dimensiones del desarrollo sostenible. En el segundo caso, con la información primaria obtenida mediante una encuesta a productores agrarios de la Región de Murcia (tanto socios como no socios de cooperativas), se analiza el papel de las cooperativas en la reducción del oportunismo externo al que se enfrentan los productores agrarios como consecuencia del cumplimiento de las NRDS. Asimismo, se analiza el nivel de satisfacción económica y social que los productores agrarios socios tienen con su cooperativa, en comparación con el que tienen los no socios con las alternativas elegidas para comercializar sus productos.

Para abordar este objetivo, en primer lugar, se profundiza en el marco teórico que permite, por un lado, conocer la contribución económica, social y medioambiental que, de forma directa, las cooperativas realizan al desarrollo sostenible y, por otra parte, identificar los comportamientos oportunistas derivados de las NRDS y el grado de satisfacción de los socios con la ayuda que la cooperativa le presta para cumplir con estas, en comparación con los no socios. Este marco teórico servirá de punto de partida para comprobar, de forma empírica, la contribución indirecta que las cooperativas agroalimentarias realizan al desarrollo sostenible, analizando el nivel de oportunismo externo, y la satisfacción económica y social experimentada por los socios en comparación con los no socios.

2. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

La contribución que realizan las cooperativas agroalimentarias al desarrollo sostenible se puede dividir en directa e indirecta. En el primer caso, se hace referencia a la importancia económica, social y medioambiental de estas organizaciones. Por su parte, la contribución indirecta la realizan a través de los servicios que prestan a sus socios, ya que les permiten mejorar la competitividad de sus explotaciones y adaptarlas a las exigencias de desarrollo sostenible, al mismo tiempo que protegen a los socios de comportamientos oportunistas de otros eslabones que participan en la cadena agroalimentaria.

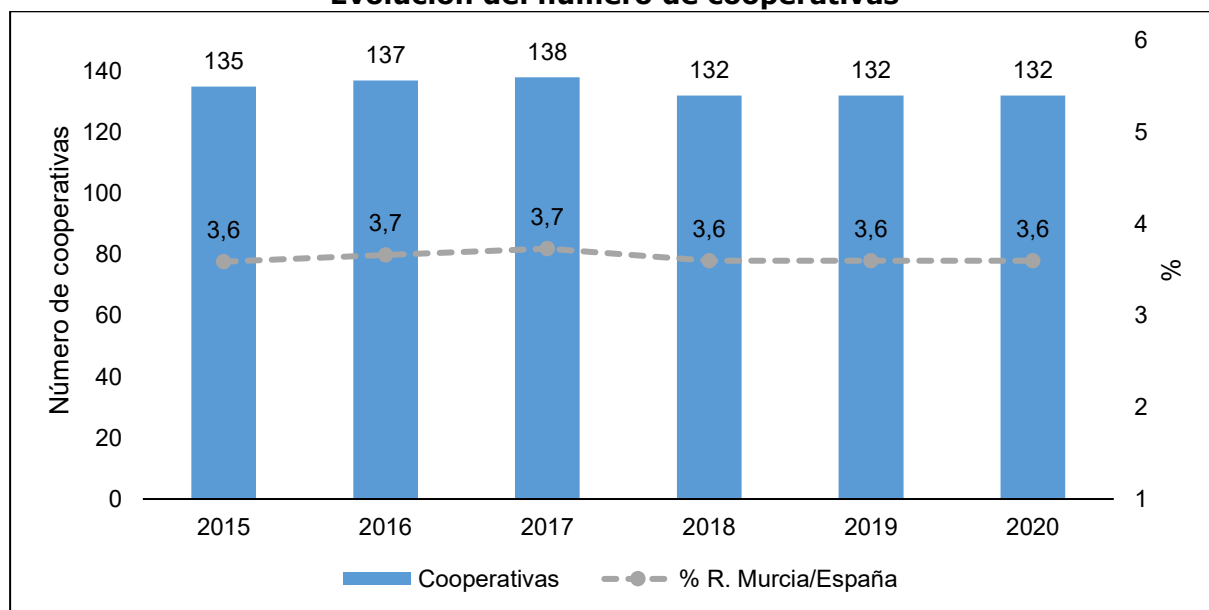
2.1. Contribución directa de las cooperativas agroalimentarias al desarrollo sostenible

Como se ha comentado anteriormente, las tres dimensiones del desarrollo sostenible son la económica, la social y la medioambiental. Por ello, el análisis de la importancia de las cooperativas agroalimentarias en estos tres ámbitos permite conocer la contribución que estas organizaciones realizan, de forma directa, al desarrollo sostenible. A continuación se aportan datos referidos al número de cooperativas y volumen de facturación (dimensión económica); números de socios que agrupan y puestos de trabajo que generan (dimensión social) y prácticas agrícolas ecológicas y respetuosas con el medio ambiente que realizan (dimensión medioambiental).

2.1.1. Importancia económica

Los últimos datos disponibles en el Ministerio de Trabajo y Economía Social, correspondientes al año 2020¹, revelan que en la Región de Murcia existían 132 cooperativas agroalimentarias, lo que representa el 3,6% del total de las cooperativas agroalimentarias españolas. Como se puede observar en la Figura 1, se ha producido un ligero descenso en el número de cooperativas en el periodo analizado (2015-2020), concretamente del 2,2%. Ello puede ser explicado, en parte, por los procesos de integración y concentración que se han producido entre ellas.

Figura 1.
Evolución del número de cooperativas



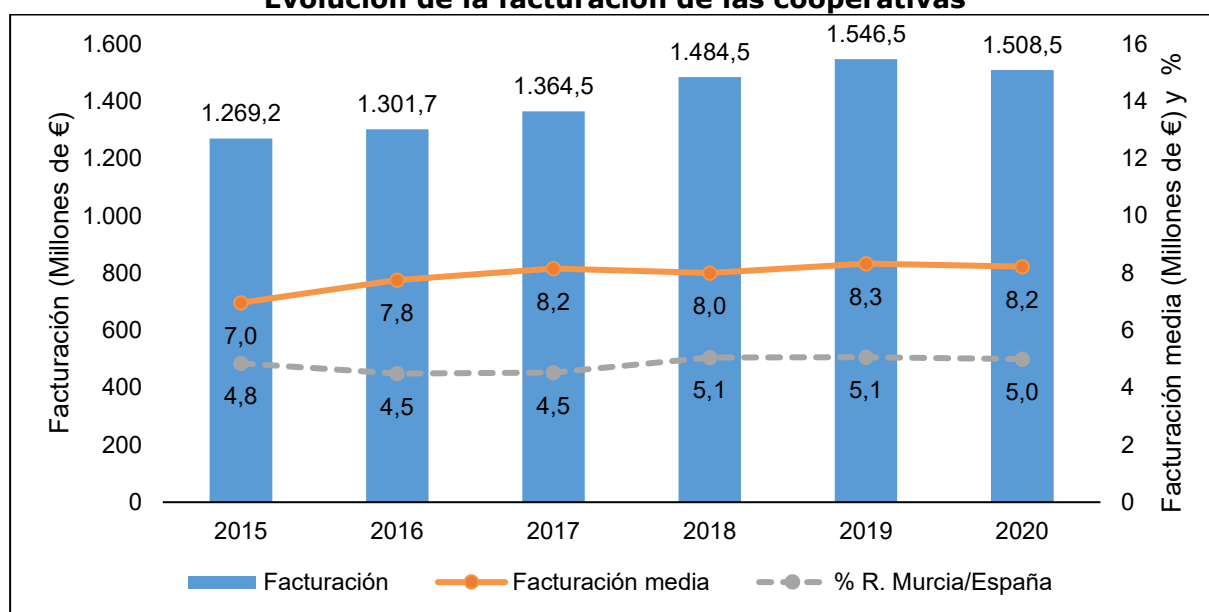
Fuente: Elaboración propia.

Prueba de tales procesos de concentración es el contraste entre el descenso del número de cooperativas y el incremento en el volumen de su facturación, situándose este último en un 18,9% en el periodo 2015-2020 y alcanzando, en 2020, el valor de 1.508,5 millones de euros (Figura 2).

La consecuencia de este comportamiento opuesto entre el número de cooperativas y el volumen de facturación ha sido un incremento en el tamaño medio de las cooperativas murcianas, hasta alcanzar los 8,2 millones de euros de media en 2020, lo que revela cierta concentración empresarial. Además, cabe añadir que el crecimiento del volumen de facturación de las cooperativas agroalimentarias murcianas entre 2015 y 2020 ha sido muy similar al del promedio de las cooperativas agroalimentarias españolas. Prueba de ello es que la contribución de las murcianas a la facturación de las españolas se ha mantenido estable a lo largo del periodo, en torno al 5%, valor superior a la contribución en el número de cooperativas (alrededor del 3,6%). Esto deja entrever un mayor tamaño medio de las cooperativas agroalimentarias murcianas en comparación con las españolas en lo que respecta su volumen de facturación.

¹ Siguiendo la información facilitada por Cooperativas Agro-alimentarias (2022), el número de cooperativas de 2020, así como de 2019, al no existir datos oficiales, se refiere al número de cooperativas en situación de alta en la Seguridad Social en el año 2018.

Figura 2.
Evolución de la facturación de las cooperativas



Fuente: Elaboración propia.

2.1.2. Importancia social

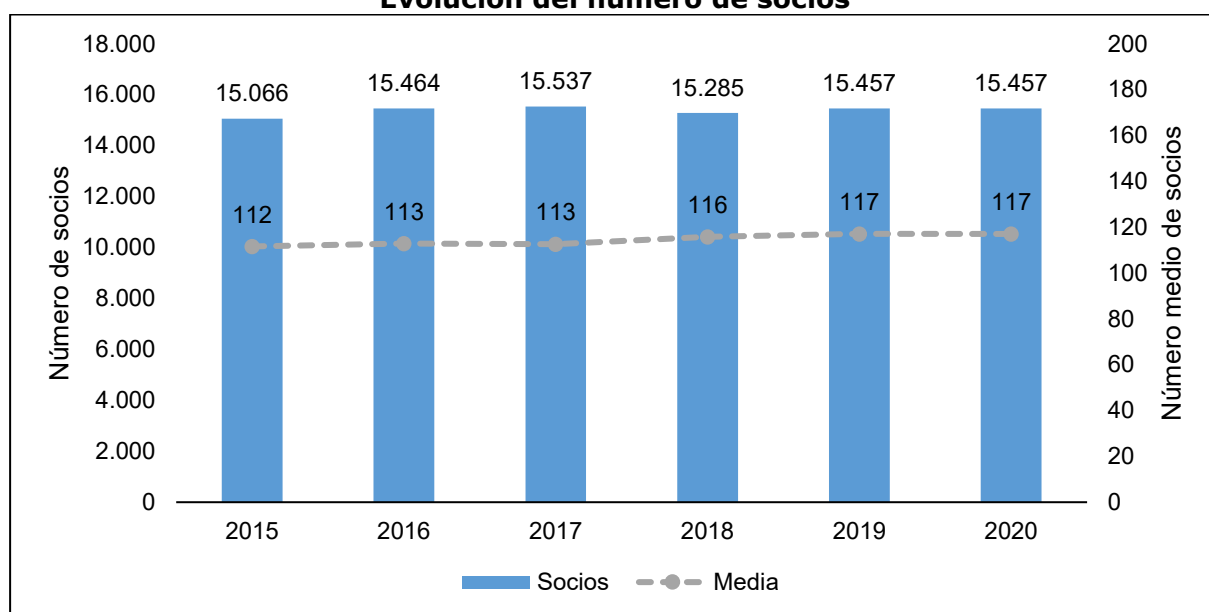
Las cooperativas son empresas comprometidas con las personas con base a los principios y valores que las caracterizan. Por este motivo su relevancia social es incuestionable (Mozas, 2019). Estas organizaciones aportan beneficios no solo a sus socios, sino también al resto de productores agrarios con los que interactúan y al conjunto de la población de las zonas rurales donde, generalmente, se ubican. Además, generan cohesión social, ya que no deslocalizan la producción, crean empleo y favorecen la integración, conciliación y la formación de sus socios y trabajadores. Mención especial merece, también, el elevado compromiso que tienen con la comunidad, tal y como ensalza el séptimo principio cooperativo (*compromiso con la comunidad*), lo que finalmente se traduce en satisfacción por parte de sus distintos grupos de interés, en especial sus socios y trabajadores, con el papel que las cooperativas desempeñan.

En base a lo anterior, el análisis del número de socios que aglutinan y de puestos de trabajo que generan las cooperativas puede ser considerado como un indicador adecuado del impacto social de estas organizaciones. Por ello, a continuación, se analizan tales aspectos de las cooperativas agroalimentarias de la Región de Murcia.

Respecto al número de socios, cabe resaltar el elevado número que representan, alcanzando la cifra de 15.457 en el año 2020² y con una media de 117 socios por cooperativa para ese mismo año (Figura 3). Además, el número de socios no ha dejado de crecer durante el periodo 2015-2020, en concreto en un 2,6%, lo que pone de relieve la importancia de las cooperativas agroalimentarias en la Región de Murcia.

² El último año del que existen registros es 2019, por ello se ha replicado este dato para el año 2020, último año del periodo analizado.

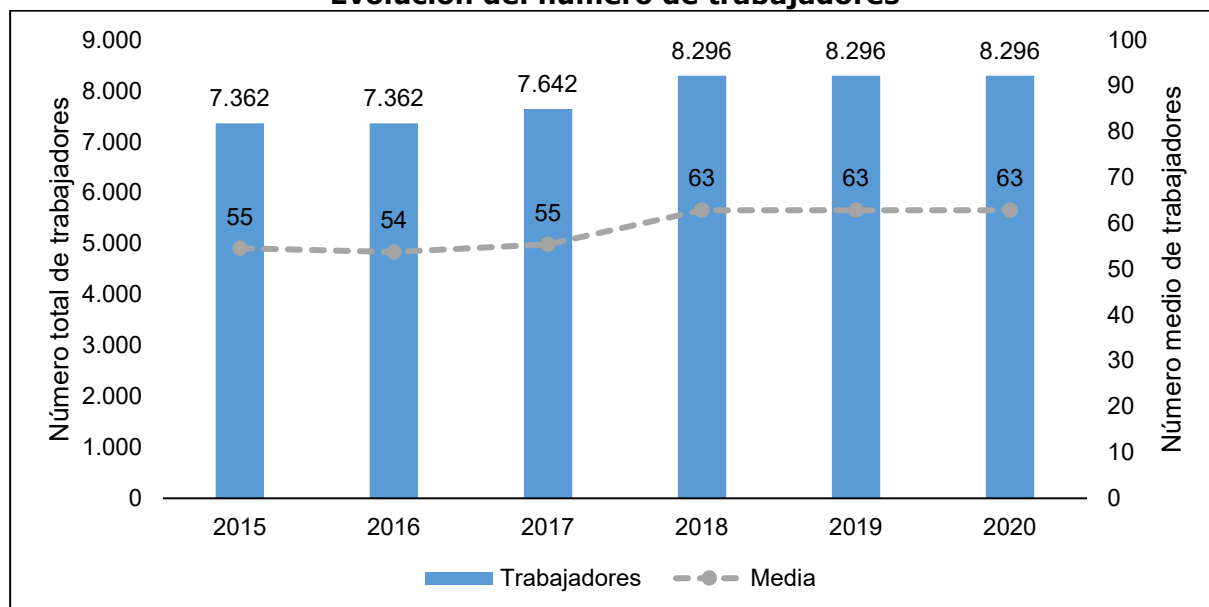
Figura 3.
Evolución del número de socios



Fuente: Elaboración propia.

En lo que se refiere al número de trabajadores, las estadísticas del Ministerio de Trabajo y Economía Social muestran una clara tendencia creciente en el periodo 2015-2020. En concreto, el empleo directo generado por las cooperativas agroalimentarias murcianas ha crecido en un 12,7% en el referido periodo, situándose en el último año en un total de 8.296² empleos directos y con una media de 63 trabajadores por cooperativa (Figura 4).

Figura 4.
Evolución del número de trabajadores



Fuente: Elaboración propia.

Estos datos ponen de relieve la importancia de las cooperativas agroalimentarias murcianas como fuente de generación de empleo. Además, estas organizaciones ayudan a mantener el elevado número de empleos de las explotaciones de sus socios, al mismo

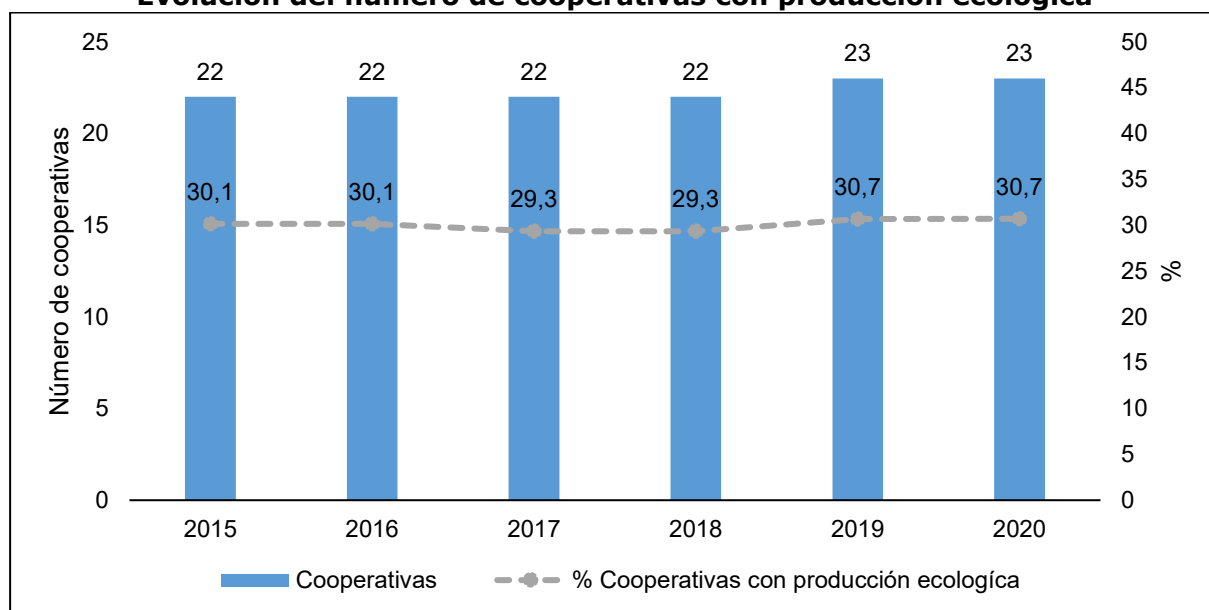
tiempo que generan empleos indirectos. En el primer caso, porque los servicios que prestan ayudan a que las explotaciones de sus socios sean más eficientes y a que sobrevivan en el tiempo. Y, en el segundo caso, porque los empleos generados por el entramado de las empresas auxiliares subsisten, en parte, por las relaciones comerciales que mantienen con las cooperativas.

2.1.3. Importancia medioambiental

La preocupación de las cooperativas por el medioambiente también es consustancial a sus valores y principios. En el caso de las cooperativas agroalimentarias, esta preocupación se manifiesta, entre otros aspectos, en la promoción de la agricultura ecológica, en la adopción de una serie de prácticas sostenibles en el desarrollo de su actividad, y en acciones dirigidas a informar, concienciar y asesorar a los socios sobre las mismas, con la finalidad de que las implementen en sus explotaciones (Arcas et al., 2022). Asimismo, hay que señalar que la relevancia ambiental de estas organizaciones, al igual que sucede con su importancia económica y social, se ve acrecentada por los efectos que tienen sobre las explotaciones agrarias de sus socios.

Esta preocupación medioambiental de las cooperativas está generando en ellas un interés creciente por la producción ecológica, de forma que el número de cooperativas que cuenta con producción ecológica ha incrementado en los últimos años. En concreto, en el año 2020², 23 cooperativas agroalimentarias murcianas contaban con producción ecológica, lo que representa el 30,7% del total de cooperativas murcianas (Figura 5).

Figura 5.
Evolución del número de cooperativas con producción ecológica

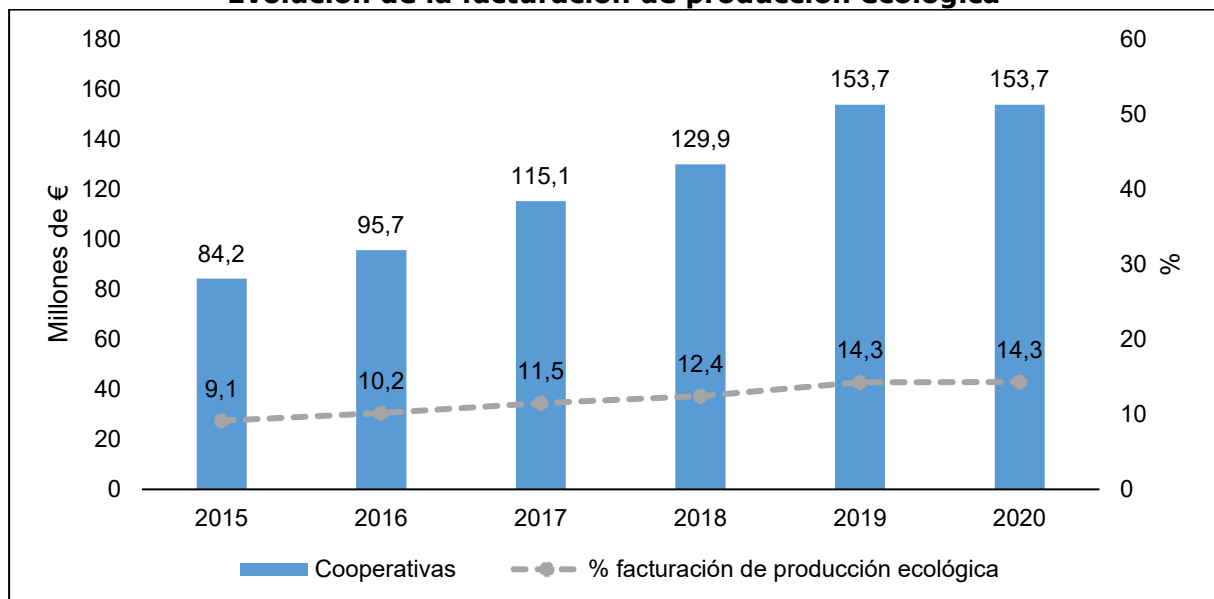


Fuente: Elaboración propia.

Si bien el anterior dato sobre el número de cooperativas con producción ecológica deja patente el interés de las murcianas por este tipo de productos, aún más esclarecedor es el dato referente a la facturación de la producción ecológica. Como se puede observar en la Figura 6 esta no ha dejado de crecer en el periodo 2015-2020, alcanzando para el año 2020² los 153,7 millones de euros, tras experimentar un crecimiento del 82,5% respecto al año 2015. Esta evolución favorable de la facturación de productos ecológicos ha hecho

que su contribución a la facturación total no haya dejado de crecer, hasta alcanzar el 14,3% en 2020, frente al 9,1% de 2015.

Figura 6.
Evolución de la facturación de producción ecológica



Fuente: Elaboración propia.

2.2 Contribución indirecta de las cooperativas agroalimentarias al desarrollo sostenible

Las cooperativas agroalimentarias, además de la contribución directa que realizan al desarrollo sostenible, también contribuyen de forma indirecta a través de los servicios que prestan a sus socios (información, asesoramiento, formación, suministro...). Estos servicios facilitan la adopción de prácticas agrícolas sostenibles por parte de los productores agrarios socios y aseguran el cumplimiento de las normas y requisitos de desarrollo sostenible que pueden existir al respecto.

La adopción de prácticas agrícolas sostenibles y el cumplimiento de las NRDS requiere tener acceso a la información necesaria para cumplirlas, así como de capacidad para poderlas aplicar. Sin embargo, el sector agroalimentario se caracteriza por una asimetría en la información de los productores agrarios y la de los otros eslabones de la cadena agroalimentaria con los que los estos realizan sus intercambios, como son los proveedores de inputs y los comercializadores del producto (Bijman et al., 2012). Esta asimetría a favor de los últimos se debe, en parte, a la mayor dimensión de los proveedores y comercializadores en comparación con la de los productores agrarios, lo que propicia la aparición de comportamientos aprovechados u oportunistas por parte de los mencionados eslabones.

Además, el cumplimiento de las NRDS lleva asociado unos mayores costes de distinta índole para los productores agrarios. Entre ellos se incluyen los operativos, de inversión, de oportunidad o de transacción (Menghi et al., 2011). Estos costes, y en especial los de transacción, pueden verse agravados en la medida en que aparezcan comportamientos oportunistas de otros miembros ajenos a la organización (Williamson, 1985) como son los proveedores de inputs y los comercializadores del producto, dotados de mayor poder de

negociación, grado de especialización y acceso a información (Bijman et al., 2012), incluida la relacionada con las NRDS.

Teniendo en cuenta lo anterior, parece evidente que el desarrollo sostenible plantea un escenario proclive para la aparición de comportamientos oportunistas de proveedores de inputs y comercializadores del producto hacia los productores agrarios. Esta situación de riesgo e incertidumbre de sufrir comportamientos oportunistas hacen más costosas las transacciones para los pequeños productores agrarios, ya que entre otras cosas tienen que establecer mecanismos de control y salvaguardia de este tipo de comportamientos. Este es el motivo por el que muchos productores agrarios se ven en la necesidad de buscar otras formas de realizar los intercambios (Rindfleisch et al., 2010).

Bajo este escenario, las cooperativas agroalimentarias adquieren un elevado protagonismo al configurarse como una alternativa al alcance de los pequeños productores agrarios para reducir su vulnerabilidad a comportamientos oportunistas (Hao et al., 2018). Estas organizaciones cuentan con el potencial y los recursos para mejorar la posición de los productores agrarios en los intercambios (Glavee-Geo et al., 2021) y protegerlos de comportamientos oportunistas de proveedores y comercializadores en la medida que promueven el intercambio de información y conocimientos con sus socios.

Teniendo en cuenta las aportaciones anteriores comentadas a favor de las cooperativas agroalimentarias y el actual entorno de incertidumbre en lo referente a las NRDS que los productores agrarios tienen que cumplir, así como la complejidad que las caracteriza, cabe pensar que los productores agrarios que son socios de cooperativas están menos expuestos a comportamientos oportunistas de otros eslabones de la cadena agroalimentaria que los no socios. Por ello, se proponen las siguientes hipótesis que se pretenden contrastar de forma empírica:

H1: El oportunismo de proveedores que sufren los productores agrarios derivado de las normas y requisitos de desarrollo sostenible es menor para el caso de socios de cooperativas agroalimentarias que para no socios.

H2: El oportunismo de comercializadores que sufren los productores agrarios derivado de las normas y requisitos de desarrollo sostenible es menor para el caso de socios de cooperativas agroalimentarias que para no socios.

Para comprender cómo las cooperativas agroalimentarias ayudan a reducir el referido oportunismo que sufren los productores agrarios, es preciso indagar un poco más sobre el concepto de oportunismo.

2.2.1. Oportunismo

El oportunismo puede definirse como la búsqueda del interés propio con astucia (Williamson, 1985). En base a la teoría de los costes de transacción, Wathne y Heide (2000) realizan una clasificación del oportunismo atendiendo al tipo de comportamiento que se realiza (activo o pasivo) y la circunstancia con respecto a la que se actúa (nueva o existente). Atendiendo a esta clasificación, se identifican cuatro tipos de comportamientos oportunistas (Tabla 1).

Tabla 1.
Tipos de comportamientos oportunistas

	Circunstancia		
		Existente	Nueva
Comportamiento	Activo	<i>Violación de un acuerdo</i>	<i>Renegociación forzosa</i>
	Pasivo	<i>Evasión</i>	<i>Reticencias a adaptarse</i>

Para comprender mejor cada tipo de oportunismo, se explica cada uno de ellos con un ejemplo:

Violación de un acuerdo (comportamiento activo ante una circunstancia existente). Es el caso del comercializador que liquida al agricultor o ganadero su producción a un precio inferior al pactado previamente por ambos. Otro ejemplo, en el ámbito de las relaciones del productor con el proveedor de inputs, podría darse si el proveedor suministra inputs (por ejemplo, fertilizantes o plaguicidas) al agricultor que no son los recomendables para su explotación o incluso que están prohibidos por las normas de sostenibilidad.

Renegociación forzosa (activo ante una circunstancia nueva). Cuando se produce un cambio en los gustos de los consumidores que provoca incrementos o bajadas en la demanda de unos determinados productos o variedades, el comercializador puede tratar de aprovecharse de esta situación renegociando con el productor agrario unos precios especiales que le favorezcan. O en el contexto de las relaciones con los proveedores, si este ofrece inputs al productor justificando que son necesarios para cumplir con la NRDS pero en realidad no lo son.

Evasión (pasivo ante una circunstancia existente). Por ejemplo, cuando los comercializadores no prestan a los productores agrarios el asesoramiento, sobre prácticas de agricultura sostenible, al que se habían comprometido.

Reticencias a adaptarse (pasivo ante una circunstancia nueva). Cuando el comercializador incumple una nueva norma que afecta a sus actividades, conllevando precios de venta inferiores que repercuten de forma negativa en los percibidos por los productores agrarios.

2.2.2. Satisfacción

Por último, para reforzar la contribución indirecta de las cooperativas agroalimentarias al desarrollo sostenible, es interesante analizar el grado de satisfacción de los productores agrarios con la ayuda que la fórmula de comercialización elegida le presta para cumplir con las NRDS. Para ello, se compara el grado de satisfacción de los productores agrarios socios de cooperativas con el de los no socios con la alternativa de comercialización elegida (distinta a la cooperativa).

La satisfacción puede definirse como un estado emocional resultado de las experiencias en conexión con un objetivo, acción o condición (Klein y Roth, 1993). De forma más precisa, en el ámbito de las relaciones comerciales, la satisfacción es definida por Anderson y Narus (1984; 66) como "un estado afectivo positivo, resultado de la valoración conjunta de todos los aspectos de la relación entre empresas".

Como se puede observar, la satisfacción está relacionada con el logro de unas expectativas.

Es así como surge el concepto de satisfacción, como una medida de desempeño, entendida como el grado en que una parte de la relación percibe que la otra cumple con sus expectativas (Wilson, 1995). De esta forma, un individuo estará satisfecho con una relación si como consecuencia de ella, el estado afectivo y emocional del individuo sobrepasa un determinado estándar interno que el propio individuo se auto-impone, e insatisfecho en caso contrario (Biong, 1993). Además, la satisfacción tiene dos dimensiones bien diferenciadas. Según el metaanálisis llevado a cabo por Geyskens et al. (1999), puede ser económica o social. La satisfacción económica se define como la evaluación de un miembro del canal sobre los resultados económicos que se derivan de la relación que mantiene con otro miembro del canal de comercialización (Geyskens y Stenkamp, 2000). Por tanto, un miembro del canal estará económicamente satisfecho si considera que la relación es exitosa respecto a la consecución de sus objetivos (Geyskens et al., 1999). Por su parte, la satisfacción social se define como la evaluación de un miembro del canal sobre aspectos psicosociales de su relación con otro miembro del canal, como la facilidad para realizar los intercambios o la calidad de la relación que ambos mantienen (Geyskens et al., 1999).

En base a las aportaciones que se han realizado en los apartados anteriores sobre el potencial de las cooperativas agroalimentarias para facilitar el cumplimiento de las NRDS por parte de sus socios y al mismo tiempo protegerlos de comportamientos oportunistas de proveedores y clientes, cabe pensar que el grado de satisfacción de los socios con las cooperativas agroalimentarias debe ser mayor que el respectivo de otros productores agrarios con la fórmula escogida para realizar los intercambios. En vistas a esto, se plantean las dos siguientes hipótesis que se pretenden contrastar de forma empírica:

H3: El grado de satisfacción económica de los socios con la cooperativa agroalimentaria es mayor que el de los no socios con la fórmula elegida para realizar los intercambios.

H4: El grado de satisfacción social de los socios con la cooperativa agroalimentaria es mayor que el de los no socios con la fórmula elegida para realizar los intercambios.

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Población y recogida de información

La población objeto de estudio de este trabajo está formada por los productores agrarios de la Región de Murcia tanto socios como no socios de cooperativas agroalimentarias. Para abordar los objetivos del trabajo se ha recopilado información sobre las variables comentadas anteriormente mediante una encuesta dirigida a los productores agrarios. Tras la recogida de la información se han conseguido 225 cuestionarios válidos (123 corresponden a socios y 102 a no socios).

3.2. Desarrollo de medidas

Para medir los conceptos utilizados, ante el consenso general de que las percepciones y actitudes no pueden ser medidas de forma directa (Lastovicka y Thamodaran, 1991), se han utilizado escalas multi-ítem de tipo Likert de 7 puntos, en la que los sujetos entrevistados manifestaban su grado de acuerdo con diferentes afirmaciones (1 = total desacuerdo; 7 = total acuerdo). Las escalas utilizadas proceden de la literatura existente y han sido adaptadas a las particularidades de los productores agrarios.

La medición del oportunismo se basa en la definición y dimensiones consideradas por Wathne y Heide (2000). En este sentido, el cuestionario utilizado recoge una serie de ítems para medir el oportunismo de proveedores (Tabla 2) y de comercializadores (Tabla 3).

Respecto a la satisfacción económica, en la literatura se encuentran diferentes escalas para medirla. Sin embargo, en la mayoría de los casos aparecen aspectos relacionados con el acceso a mejores precios, a menores costes de producción, a mayores volúmenes de ventas y a una mayor rentabilidad (Dwyer y Gassenheimer, 1992; Price, 1991). Con base a lo anterior se han utilizado los cinco ítems que aparecen en la Tabla 4 para medir la satisfacción económica de los productores agrarios con el comercializador elegido. Por su parte, la satisfacción social, en base a autores como Gassenheiner y Scandura, (1993) y Kumar et al. (1992), ha sido medida mediante 6 ítems (Tabla 5).

Respecto al procedimiento metodológico utilizado, para cada uno de los conceptos objeto de análisis se han comparado los valores medios de socios y no socios de cooperativas agroalimentarias mediante un contraste ANOVA.

4. RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados obtenidos para cada uno de los aspectos sobre los que se pretende comprobar la contribución de las cooperativas agroalimentarias.

En primer lugar, en lo referente al oportunismo de proveedores, se puede observar que para el total de los ítems utilizado el valor que corresponde a los socios es siempre inferior que el de no socios, siendo esta diferencia estadísticamente significativa, lo que permite confirmar la hipótesis H1 (Tabla 2). Se evidencia, por tanto, que las cooperativas agroalimentarias son efectivas para reducir el oportunismo al que se enfrentan los productores agrarios cuando realizan sus intercambios con los proveedores de inputs.

Tabla 2.
Oportunismo de proveedores

Ítem	Media	Diferencia
<i>Manifieste su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones (1=total desacuerdo; 7=total acuerdo):</i>		
<i>Con relación a las normas y requisitos sobre desarrollo sostenible que afectan a mi actividad, los proveedores de inputs (fertilizantes, pesticidas, semillas, plantas, pienso)</i>		
...		
	Socios	No socios
...engañan, ya que a menudo los resultados obtenidos de los inputs adquiridos no coinciden con los esperados.	3,29	4,47
... ofrecen productos justificando que son necesarios para cumplir con las normas, pero no está claro que lo sean.	3,51	4,39
... cuentan con más información de la normativa que utilizan en su propio beneficio y en detrimento del mío.	3,61	4,29
... sacan provecho particular ante la aparición de nuevas normas.	4,06	4,87

*p-valor<0,10; **p-valor<0,05; ***p-valor<0,01

Del mismo modo que para el caso del oportunismo de proveedores, la Tabla 3 representa los contrastes realizados para el caso del oportunismo de comercializadores. De nuevo se observa que, para el total de los ítems utilizados, el nivel de oportunismo percibido por los productores agrarios que proviene de los agentes con los que llevan a cabo la comercialización de su producto, es significativamente menor cuando esta comercialización se realiza a través de una cooperativa agroalimentaria (socios) que cuando se lleva a cabo a través de otra fórmula de comercialización alternativa (no socios). Ello permite confirmar la hipótesis H2.

Tabla 3.
Oportunismo de comercializadores

Ítem	Media	Diferencia
<i>Manifieste su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones (1=total desacuerdo; 7=total acuerdo):</i>		
<i>Con relación a las normas y requisitos sobre desarrollo sostenible que afectan a mi actividad, mi cooperativa / principal comercializador...</i>		
	Socios	No socios
...no cumple su parte de las obligaciones, pero sí me exige cumplir las mías.	2,03	3,08
... se aprovecha de mi esfuerzo, no compensando en precio los mayores costes, quedándose él con el mayor valor generado por producir de forma sostenible.	2,39	4,19
... no hace todo lo posible por ayudarme a incorporarlas en mi explotación.	2,09	3,83
... me da consejos y/o directrices que no siempre se hacen con la mejor intención.	2,01	2,56
... dispone de información extra que usa en su propio beneficio y en perjuicio del mío.	1,86	3,00

*p-valor<0,10; **p-valor<0,05; ***p-valor<0,01

Por último, en lo que se refiere a la satisfacción con la fórmula de comercialización elegida los resultados están claramente a favor de los socios de cooperativas, ya que se observa que, tanto para el caso de la satisfacción económica (Tabla 4) como la social (Tabla 5), los niveles son significativamente mayores para socios en comparación con los no socios, lo que aporta evidencia empírica a favor de las hipótesis H3 y H4.

Tabla 4.
Satisfacción económica

Ítem	Media	Diferencia	
<i>Indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones (1=total desacuerdo; 7=total acuerdo):</i>			
<i>Con relación a las normas y requisitos sobre desarrollo sostenible que afectan a mi actividad, la cooperativa / mi principal comercializador, en comparación a otras alternativas de comercialización, me permite...</i>			
	Socios	No socios	
Conseguir mejores precios.	4,74	4,06	0,68**
Obtener menores costes de producción en mi explotación.	4,57	2,84	1,73***
Lograr productos más valorados por el consumidor.	5,33	3,85	1,48***
Incrementar el tamaño de mi explotación.	4,64	3,42	1,22***
Ser más competitivo.	5,33	3,96	1,37***

p-valor<0,10; **p-valor<0,05; *p-valor<0,01*

Tabla 5.
Satisfacción social

Ítem	Media	Diferencia	
<i>Indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones (1=total desacuerdo; 7=total acuerdo):</i>			
<i>Con relación a las normas y requisitos sobre desarrollo sostenible que afectan a mi actividad, mi cooperativa / principal comercializador...</i>			
	Socios	No socios	
Se preocupa por mantenerme informado.	6,24	3,90	2,34***
Atiende a todas mis dudas sobre las normas y requisitos.	6,25	4,15	2,10***
Me ayuda a cumplirlas.	6,24	3,62	2,62***
Me trasmite de forma respetuosa las cosas que hago mal.	6,36	5,47	0,89***
Me explica el motivo de sus decisiones siempre que lo solicito.	6,20	5,29	0,91***
Mantiene una relación cordial conmigo.	6,45	6,01	0,44**

p-valor<0,10; **p-valor<0,05; *p-valor<0,01*

5. DICUSIÓN Y CONLCUISIONES

Las cooperativas agroalimentarias son un instrumento clave para garantizar el desarrollo sostenible. Se trata de empresas que combinan las características de la economía social y las vinculadas al sector agrario en el que desarrollan su actividad, y que generan riqueza bajo unos principios y valores como la sostenibilidad, el desarrollo local, la cohesión social o la primacía de las personas sobre el capital, que están estrechamente relacionados con las tres dimensiones del desarrollo sostenible (económica, social y medioambiental).

Como se ha puesto de manifiesto en el trabajo, destacan por su capacidad para generar actividad económica, empleo y riqueza. Asimismo, ayudan a proteger el medioambiente, mediante la promoción de prácticas agrícolas sostenibles entre sus socios, lo que deja patente su contribución directa al desarrollo sostenible. Además, los servicios que las cooperativas agroalimentarias ofrecen a sus socios hacen que esta contribución directa de las cooperativas agroalimentarias al desarrollo sostenible se vea complementada con una contribución indirecta.

Las cooperativas agroalimentarias pueden facilitar a sus socios información sobre las normas y requisitos de desarrollo sostenible, las prácticas agrícolas que han de realizar para cumplirlas y las ventajas de estas. También pueden suministrarles formación y asesoramiento sobre técnicas de producción sostenibles, como ahorro de energía o de agua. Estas acciones ayudan a los productores socios a mejorar su capacidad y habilidad para cumplir las normas y requisitos de desarrollo sostenible. Además, a través del suministro de insumos, equipos y maquinaria en condiciones ventajosas, las cooperativas pueden ayudar a sus socios a minimizar los costes del cumplimiento de las referidas normas y requisitos. Y, por último, a mejorar su poder de negociación, protegiéndolos de esta forma de los comportamientos oportunistas de proveedores y comercializadores.

En este sentido, los resultados obtenidos evidencian que el oportunismo que sufren los productores agrarios por parte de su comercializador y proveedor de inputs es menor en el caso de productores agrarios que son socios de una cooperativa, en comparación con los que no lo son. Esto avala el papel que juegan las cooperativas agroalimentarias en la reducción de los referidos comportamientos oportunistas.

Sin embargo, el éxito de estas organizaciones no puede entenderse sin comprobar la satisfacción económica y social que las cooperativas generan en sus socios, en comparación con otras alternativas disponibles. Los resultados del trabajo revelan que los no socios de cooperativas están, en términos medios, insatisfechos con el comercializador elegido, mientras que los socios presentan un elevado nivel de satisfacción con su cooperativa. Se pone así de manifiesto la valoración positiva que los socios realizan del conjunto de la relación que mantienen con su cooperativa, con relación a la ayuda que reciben de ella para el cumplimiento de las normas y requisitos sobre desarrollo sostenible.

Estos resultados confirman que las cooperativas agroalimentarias, además de la aportación directa que realizan al desarrollo sostenible, también lo hacen de forma indirecta, ayudando a que las explotaciones de sus socios afronten los retos relacionados con la sostenibilidad y, así, contribuir a ella.

Los hallazgos de este trabajo pueden ser de gran interés para los responsables de administrar las cooperativas y sus organizaciones representativas, en la medida que pueden ayudarles a ponerlas en valor ante los productores agrarios, socios y no socios, la administración y la sociedad. Ante los socios, para incrementar su grado de satisfacción, compromiso y deseo de seguir permaneciendo en la cooperativa, fundamental para su supervivencia como empresa. Ante los no socios para que perciban las cooperativas como la mejor alternativa posible, se incorporen a ellas y favorezcan su necesario crecimiento.

Y, ante la administración y la sociedad porque la importante contribución que las cooperativas realizan al desarrollo sostenible, tanto de forma directa como indirecta, ha de servirles de fundamento y estímulo para que la administración lleve a cabo programas y acciones que favorezcan su promoción, y que los mismos sean entendidos y aceptados por la sociedad.

Como sucede en cualquier trabajo de investigación, los resultados de este no están exentos de limitaciones. Las mismas están asociadas al tamaño de la muestra, a su distribución geográfica y a la diferencia entre el número de encuestas realizadas a socios y no socios, que hacen que los resultados deban ser interpretados con cierta cautela para el conjunto de la población. Esta limitación obedece, en gran medida, a las dificultades con las que el equipo de investigadores se ha encontrado a la hora de realizar las encuestas de forma presencial, debido a las limitaciones de movimiento y contacto impuestas por las autoridades como consecuencia de la pandemia del COVID-19.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDERSON, J. C. Y NARUS, J. A. (1984). A Model of distributor's perspective of distributor-manufacturer working relationships. *Journal of Marketing*, 48(4), 62-74.
- ARCAS, N., MEROÑO, A. L., HERNÁNDEZ, M., GARCÍA, D., SÁNCHEZ-NAVARRO, J. L., LÓPEZ-BECERRA, E. I., ALCÓN, F. (2022). El cooperativismo agroalimentario en la Región de Murcia: Presente y futuro. Colección estudios45. Consejo Económico y Social de la Región de Murcia.
- BIJMAN, J., ILIOPOULOS, C., POPPE, K. J., GIJSELINCKX, C., HAGEDORN, K., HANISCH, M. ... Y SANGEN, G. V. (2012). Support for Farmers' Cooperatives. Final report. En <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/a2929ebd-e7d0-4ccf-a744-3bf5a4caeffd>
- BIONG, H. (1993). Satisfaction and Loyalty to Suppliers within the Grocery Trade. *European Journal of Marketing*, 27(7), 21-38.
- COOPERATIVAS AGRO-ALIMENTARIAS (2022). Informe Socioeconómico 2021. El cooperativismo Agroalimentario Español. Disponible en: <https://www.agro-alimentarias.coop/datos-cooperativismo>
- DWYER, F. & GASSENHEIMER, J. (1992). Relational roles and triangle dramas: Effects on power play and sentiments in industrial channels. *Marketing Letters*, 3(2), 187-200.
- GASSENHEIMER, J. B. & SCANDURA, T. A. (1993), External and Internal Supplier Influences: Buyer Perceptions of Channel Outcomes, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 21 (2), 155-60
- GEYSKENS, I., STEENKAMP, J. E. M. Y KUMAR, N. (1999). Generalizations about trust in marketing channel relationships using meta-analysis. *International Journal of Research in Marketing*, 15, 223-248.
- GEYSKENS, I. Y STEENKAMP, J. (2000). Economic and social satisfaction: Measurement and relevance to marketing channel relationships. *Journal of retailing*, 73(1), 11-32.
- GLAVEE-GEO, R., ENGELSETH, P. Y BUVIK, A. (2021). Power imbalance and the dark side of the captive agri-food supplier-buyer relationship. *Journal of Business Ethics*, 178, 609-628. <https://doi.org/10.1007/s10551-021-04791-7>
- GUNTUKULA, R. (2019). Assessing the impact of climate change on Indian agriculture: Evidence from major crop yields. *Journal of Public Affairs*, 20(1), e2040.
- HAO, J., BIJMAN, J., GARDEBROEK, C., HEERINK, N., HEIJMAN, W. y HUO, X. (2018). Cooperative membership and farmers' choice of marketing channels – evidence from apple farmers in Shaanxi and Shandong Provinces, China. *Food Policy* 74, 53-64. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2017.11.004>
- KLEIN, S. Y ROTH, V. J. (1993). Satisfaction with international marketing channels. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 21(1), 39-44.
- KUMAR, N., SCHEER, L. K. & ACHROL, R. S. (1992), Assessing Reseller Performance from the Perspective of the Supplier, *Journal of Marketing Research*, 29 (May), 238-253.
- LASTOVICKA, J. L. & THAMODARAN, K. (1991): "Common Factor Score Estimates in Multiple Regression Problems", *Journal of Marketing Research*, 28, 105-12.
- MENGHI, A., DE ROEST, K., PARCELLUZZI, A., ZAZI, C., WILDEGGER, B., DE WITTE, T., ... METTEPENNINGEN, E (2011). Assessing farmers' cost of compliance with EU legislation in the field of environmental, animal welfare and food safety. Final report. En https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/food-farming-fisheries/key_policies/documents/ext-study-farmer-costs-fulltext_2014_en.pdf
- MOZAS, A. (2019). *Contribución de las cooperativas agrarias al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Especial referencia al sector oleícola*. Valencia: CIRIEC-España.

- NACIONES UNIDAS (1987). Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/1VHuacfetduxOc7DQz60qlemAfGbHdo5Y/view>
- PACHAURI, R. K. y MEYER, L. (2014). Climate change 2014. Synthesis report summary for policymakers. En https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2018/02/AR5_SYR_FINAL_SPM.pdf
- PRICE, A. (1991). An investigation of path-goal leadership theory in marketing channels. *Journal of Retailing*, 67(3), 339-361.
- RINDFLEISCH, A., ANTIA, K., BERCOVITZ, J., BROW, J., CANNON, J., CARSON, S. J., GHOSH, M., HELPER, S., ROBERTSON, D. C., Y WATHNE, K. (2010). Transaction cost, opportunism, and governance: Contextual considerations and future research opportunities. *Marketing letters*, 21, 211-222. <https://doi.org/10.1007/s11002-010-9104-3>
- VETTER, S., SAPKOTA, T., HILLER, J., STIRILING, C., MACDIARMID, J., ALEKSANDROWICZ, L., GREEN, R., ... y SMITH, P. (2017). Greenhouse gas emissions from agricultural food production to supply Indian diets: Implications for climate change mitigation. *Agriculture, Ecosystem and Environment*, 16, 234-241.
- WATHNE, K. H. y HEIDE, J. B. (2000). Opportunism in interfirm relationships: Forms, outcomes and solutions. *Journal of Marketing*, 64(4), 36-51. <https://doi.org/10.1509%2Fjmkq.64.4.36.18070>
- WILLIAMSON, O.E. (1985). *The economic institutions of capitalism: Firms, markets, relational contracting*. New York, US: The Free Press.
- WILSON, D. T. (1995). An integrated model of buyer-seller relationships. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23(4), 335-45.