

# **LAS COOPERATIVAS AGRARIAS CENTENARIAS EN CATALUNYA: CARACTERÍSTICAS Y CONTRIBUCIÓN A LOS ODS**

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

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

**Manel Plana-Farran**

Facultad de Derecho, Economía y Turismo (FDET)  
Departamento de Economía y Empresa  
Universidad de Lleida  
ORCID: 0000-0003-2505-9087

**Yolanda Montegut**

Facultad de Derecho, Economía y Turismo (FDET)  
Departamento de Economía y Empresa  
Universidad de Lleida  
ORCID: 0000-0002-8076-1234

**Antonio Colom**

Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agraria (ETSEA)  
Departamento de Economía y Empresa  
Universidad de Lleida  
ORCID: 0000-0001-7129-2539



## RESUMEN

Las cooperativas agrarias de Cataluña se caracterizan por una extraordinaria longevidad y en las que más de una cuarta parte han alcanzado el siglo de supervivencia y siguen funcionando. (Anuari Socioeconòmic FCAC, 2022). A pesar de esta perdurabilidad, estas organizaciones se han enfrentado a importantes dificultades como la dimensión, el envejecimiento y la renovación generacional entre otros.

Dentro de la Economía Social, las cooperativas desarrollan su actividad bajo las premisas de los valores y principios cooperativos, convirtiéndose en actores esenciales en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (Villaescusa, 2019) aprobados en el marco de la Asamblea General de Naciones Unidas en septiembre de 2015. Refiriéndose a las cooperativas agroalimentarias, Mozas y Bernal (2020) las destacan como aquellas instituciones que constituyen la columna vertebral de la Economía Social representando uno de los instrumentos básicos del desarrollo rural (Gallego, 2007).

La propuesta que realizamos en este trabajo es la siguiente: el cooperativismo agrario muestra una longevidad que requiere de un análisis pormenorizado de los elementos que contribuyen a la misma y que, de una forma tácita contribuye al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Para conseguir estos objetivos de investigación, utilizamos la Teoría del Capital de Bourdieu (1986).

**Palabras clave:** Cooperativismo agrario, longevidad, ODS, Teoría del Capital,

## 1. INTRODUCCIÓN

"Las cooperativas representan una forma de organización con una gran presencia en todo el planeta" (Illiopoulos et al., 2018) siendo unos agentes económicos y sociales que cuentan con una larga y extensa implantación en el ámbito agrario, además de constituir uno de los instrumentos esenciales de desarrollo rural (Gallego, 2007).

Las cooperativas son, principalmente, organizaciones que se basan en la agrupación de sus miembros (Jussila et al. 2012) y en unas relaciones a largo plazo, llevando a cabo la repetición de acciones de intercambio entre ellos para generar un beneficio colectivo superior al que se podría obtener de forma individual.

Dentro de la Economía Social, las cooperativas desarrollan su actividad bajo las premisas de los valores y principios cooperativos, convirtiéndose en actores esenciales en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (Villaescusa, 2019) aprobados en el marco de la Asamblea General de Naciones Unidas en septiembre de 2015. Refiriéndose a las cooperativas agroalimentarias, Mozas y Bernal (2020) las destacan como aquellas instituciones que constituyen la columna vertebral de la Economía Social representando uno de los instrumentos básicos del desarrollo rural (Gallego, 2007). Se puede afirmar pues, tal y como ha manifestado Mozas (2019), que el cooperativismo se ha caracterizado desde sus inicios por ser un instrumento comunitario al servicio de la sociedad y del entorno en el que se encuentra ubicado.

El sector agrario se encuentra sujeto a un contexto cada vez más incierto (Melià-Martí et al. 2021; Plana-Farran et al. 2021). En esta misma línea autores como Boland et al. (2010) y Hogeland (2013) han encontrado que la incertidumbre es uno de los principales elementos que preocupan a los líderes de cooperativas agrarias. Hogeland (2015) afirma que la industrialización del sector agrario durante los siglos XX y XXI supone un reto para las cooperativas agrarias al que dar respuesta.

La supervivencia y la continuidad del cooperativismo se encuentra principalmente en el entorno rural mediante el cooperativismo agrario, contribuyendo a la vertebración del territorio y a la generación y distribución de riqueza (Montegut y Plana-Farran, 2019). La tarea realizada por estas organizaciones mediante la producción, transformación y comercialización de productos agrarios, conjuntamente con los servicios prestados a los socios y la fuerte implantación en las comunidades en las que se encuentran ubicadas ha generado unas cooperativas caracterizadas por una larga longevidad. (Eversul, 2014; Bijman et al. 2012; Montegut et al. 2019) Eversul (2014) ha descrito que 134 cooperativas agrícolas estadounidenses han cumplido 100 años o más desde su fundación. En la misma línea, los países europeos presentan resultados similares relacionados con la longevidad de las cooperativas agrarias (Bijman et al. 2012).

Catalunya es la precursora del movimiento cooperativo en España (Aymerich, J.; 2005). Las cooperativas agrarias de Cataluña se caracterizan por una extraordinaria longevidad en las que más de una cuarta parte de las que están en funcionamiento (33%) han alcanzado el siglo de supervivencia y continúan (Anuari Socioeconòmic FCAC, 2022). A pesar de esta perdurabilidad, estas organizaciones se han enfrentado a importantes dificultades como la dimensión, el envejecimiento y la renovación generacional entre otros. Según datos de la Confederación de Cooperativas Agrarias de Cataluña (2017), entre el 65% y el 85% de las pymes desaparecen antes de los 4 años desde su creación y cerca del 50% desaparecen en el primer año. En cambio, más del 50% de las cooperativas todavía existen pasados cinco años desde su creación y cerca del 23% llegan a vivir más de doce años.

La propuesta que realizamos en este trabajo es la siguiente: el cooperativismo agrario muestra una longevidad que requiere de un análisis pormenorizado de los elementos que contribuyen a la misma y que, de una forma tácita contribuye al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Para conseguir estos objetivos de investigación, utilizamos la Teoría del Capital de Bourdieu (1984), siendo el capital simbólico una consecuencia de los 3 capitales que lo preceden (económico, cultural y social).

Para alcanzar el objetivo propuesto, este trabajo se estructura de la siguiente manera: tras esta introducción se resalta la importancia del cooperativismo agrario, sus características y la relación con los ODS; a continuación se introduce la realidad sobre la longevidad de las cooperativas agroalimentarias en Catalunya, así como la caracterización del sector agroalimentario y la importancia de las explotaciones agrarias familiares como núcleo básico del cooperativismo agrario, remarcando el concepto de cooperativas como "una familia de familias". Posteriormente se describe el marco teórico en el que nos basamos en este trabajo, la metodología y el análisis de los resultados. Finalmente se termina con una conclusión y limitaciones del trabajo, siendo completado por la bibliografía.

## **2. COOPERATIVISMO AGRARIO Y LOS ODS**

El cooperativismo se ha caracterizado desde sus inicios por ser un instrumento comunitario al servicio de la sociedad (Mozas, 2019). La propia Alianza Cooperativa Internacional (2017) argumenta, en este sentido, que la fundación de la primera cooperativa en Inglaterra en 1844 tuvo lugar para conseguir, entre sus objetivos principales, comida de la mejor calidad posible, de una forma lo más asequible posible, utilizando a su vez, los excedentes generados en la reinversión a favor de la comunidad en la que se encontraba ubicada (Rochadle Equitable Pioneers Society). Se puede argumentar pues, sin ningún tipo de duda que, desde sus inicios, este tipo de entidades ya aplicaban los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), cuando ni existían como tales, ni se habían constituido las instituciones que los acordarían (Naciones Unidas). Pérez-León (2019) manifiesta al respecto de la aplicación y observancia de los ODS que “por regla general, son las entidades de Economía Social las que contribuyen de manera decidida, muchas veces aun desconociéndolo, al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible”.

La economía social tiene un papel cada vez mayor en los aspectos laborales y económicos (OIT, 2019). Dentro de la Economía Social, las sociedades cooperativas llevan a cabo su actividad bajo las premisas de los valores y principios cooperativos, convirtiéndose en unos actores esenciales en el cumplimiento de los ODS (Villaescusa, 2019) aprobados en el marco de la Asamblea General de Naciones Unidas en septiembre de 2015. Estos 17 ODS abarcan 169 metas dirigidas a la erradicación de la pobreza y al desarrollo sostenible en sus dimensiones social, económica y ambiental (Naciones Unidas, 2019).

Si nos ceñimos al cooperativismo agroalimentario, Mozas y Bernal (2009) señalan a las cooperativas agrarias como aquellas instituciones que constituyen la columna vertebral de la Economía Social. A este posicionamiento se le puede añadir el papel esencial de estas organizaciones en relación al cumplimiento de los ODS como así lo ha reconocido el “Task Force On Social And Solidarity Economy” cuando vinculan la Economía Social y Solidaria y los 17 ODS.

Según diferentes autores (Kaliyeva et al. 2020; Ajates, 2020; Ishak et al., 2020) la contribución del cooperativismo a la reducción de la pobreza y a la seguridad alimentaria se encuentra fuera de toda duda, consiguiéndose a partir de la mejora de la productividad mediante el uso de las tecnologías, compartiendo conocimiento entre los miembros que conforman estos colectivos y redistribuyendo de forma racional los ingresos obtenidos de la comercialización de los productos agrarios producidos; se puede afirmar pues que el sector empresarial juega un papel decisivo para la consecución de los ODS.

Mozas (2019) en su trabajo sobre el cooperativismo y la economía social en la implantación de los ODS afirma que las empresas juegan un papel decisivo para el cumplimiento de los mismos y que las cooperativas agrarias actúan como agentes esenciales para el desarrollo rural, ejercen como garantes de la permanencia de la agricultura en el medio rural y tienen una función social más allá de la propia actividad económica. En esta misma línea Montegut y Plana-Farran (2019) argumentan que las sociedades cooperativas agrarias actúan como elementos de fijación de actividad, servicios y población en el entorno rural.

Cabe destacar el trabajo de Mozas (2019) en el que apunta aquellos ODS en los que los propios responsables de cooperativas agrarias creen que el sector agroalimentario puede contribuir al cumplimiento de los mismos.

La producción de más alimentos, de una forma responsable y alineada con la lucha contra el cambio climático contribuyen al cumplimiento de los objetivos siguientes: Producción de más alimentos (Objetivo 2), de una forma más responsable (Objetivo 12) y con un especial compromiso en la lucha contra el cambio climático (Objetivo 13) y a favor de la descarbonización (Objetivo 7).

La facilitación de una estructura y actividad económica como realizan las cooperativas agroalimentarias inciden en el Objetivo 9 y el Objetivo 5, cuya función corresponde con el hecho que en el medio rural se frene la despoblación, el envejecimiento y la masculinización, creando oportunidades laborales y de desarrollo personal (Objetivo 8).

La formación proporcionada en las cooperativas agroalimentarias a sus socios se establece como base fundamental para el impulso de cualquier cambio o progreso (Objetivo 4).

Hendrikse y Bijman (2002) sostienen que la razón del nacimiento de las cooperativas agroalimentarias se debe a la voluntad de contrarrestar el poder oligopsónico de los procesadores, comercializadores y distribuidores de productos agrarios.

Existe una percepción generalizada por parte de los profesionales de la agricultura que la comercialización de sus productos en los diferentes mercados representa una etapa en la que no tienen ningún tipo de control al respecto.

LeVay (1983) argumenta que el hecho de acudir al cooperativismo por parte de los productores agrarios es una respuesta y parte de un mecanismo para poder obtener un reajuste ante "la asimetría existente" en la cadena de valor agroalimentaria. Giagnocavo et al. (2018), Bijman et al. (2012), Hooks et al.(2017) reconocen el papel esencial de las cooperativas agrarias en la producción y distribución de alimentos, profundizando en el concepto "from seed to plate" y a su vez contribuyendo a la seguridad alimentaria desde el punto de vista del abastecimiento de productos agrarios.

Uno de los objetivos de las cooperativas es la obtención de la maximización de los resultados a sus miembros mediante la optimización del valor del producto aportado o precio medio, distribuyendo los beneficios obtenidos entre sus miembros en función del volumen de producto comercializado (Helmberger y Gross, 1962).

El sector agrario se encuentra ante un período de cambio constante desde el punto de vista medioambiental, económico, social y también político e institucional (Meuwissen et al. 2019; Suess-Reyes et al. 2016). De aquí que la resiliencia represente uno de los pilares fundamentales de las políticas agrarias, tanto a nivel mundial como a nivel Europeo (EU Comission, 2020).

La supervivencia y la continuidad de las cooperativas representa un fenómeno muy generalizado en el sector agrario, reconocido en diferentes trabajos (Eversull, 2014; ICA, 2011; Bijman, 2018; Cook, 2018; Giagnocavo, 2018; Tortia, 2018), aunque se reclaman estudios para dar una respuesta a este fenómeno desde el punto de vista tanto conceptual como empírico (Illipoulos, 2018).

### **3. LA LONGEVIDAD DE LAS COOPERATIVAS. LAS COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS CENTENARIAS**

La longevidad de cualquier organización es un factor de éxito representado por la pervivencia y la continuidad en el tiempo( Geus, Arie. ,1997).

Illiopoulos y Valentinov (2018) se preguntaron al respecto de la longevidad de las cooperativas, cuáles eran los elementos que contribuían a este éxito. Eversull (2014) en un trabajo dedicado al aniversario de aquellas cooperativas norteamericanas que habían alcanzado los 100 años, constató que el número era de 134 cooperativas.

Esta situación también se da en el ámbito europeo (Bijman et al., 2012).

Montagut y Plana-Farran (2019) en un trabajo realizado para la Fundación Roca-Galès, descubrieron que más del 20% de las cooperativas agroalimentarias de Catalunya eran centenarias y continúan en servicio, representado un número sorprendentemente alto que indica la capacidad de adaptación y resiliencia de dichas entidades.

Las cooperativas son en primer lugar y principalmente, organizaciones basadas en la agrupación de sus miembros (Jussila, Goel & Tuominen, 2012), fundamentadas en las relaciones a largo plazo y en la repetición de las acciones de intercambio entre sus miembros para generar un beneficio colectivo que es superior a la suma de los "ímpulsos" que pueden ser aportados de forma individual. Estos intercambios mejoran la implicación colectiva de los socios, pero a la vez también generan un conflicto en relación a la variedad de elecciones a tomar (Goel 2016).

La estructuración de la toma de decisiones del colectivo y la auto-gestión, así como los órganos de gobierno, son fundamentales tanto en las decisiones como en la aceptación de las mismas. La cooperación como mecanismo de coordinación de la actividad de las cooperativas en el ámbito económico, social y medioambiental implican una maximización del valor de las mismas más allá de los ingresos y contribuyen a la longevidad de las mismas (Giagnocavo, 2018). Esta permanencia en el tiempo de las cooperativas agroalimentarias tiene su causa directa según Cook (2018) en la planificación a largo plazo, evitando el deterioro de las mismas mediante la planificación y la aplicación de soluciones eficientes y efectivas para la reducción de los costes de la propiedad.

#### **3.1. Caracterización del sector agroalimentario**

Autores como Meliá-Martí et al. (2021), Dos-Santos et al. (2021), Ammirato et al. (2021) afirman que el ámbito agrario se encuentra sometido a unas altas "dosis de incertidumbre", siendo uno de los aspectos principales que caracterizan este sector económico (Renting et al. 2003).

La cadena agroalimentaria se encuentra altamente regulada y las reformas políticas se han dirigido a una disminución de las ayudas proporcionadas, en especial al sector primario. A todo esto, se puede añadir la volatilidad de los precios de los mercados y la utilización de los productos agrarios como "comodities" más que como un elemento de abastecimiento de alimentos y de mantenimiento de la seguridad alimentaria (Suess-Reyes et al. 2016).

Los requerimientos de calidad y seguridad alimentaria y un cambio en los gustos y demandas de los consumidores contribuyen a incrementar la complejidad de este sector (Plana-Farran et al. 2021). La reducción de la renta agraria (Cauces Revista, 2016) y un incremento de las exigencias para responder a un cambio económico, social, político y tecnológico, obliga a las cooperativas agrarias a elaborar e incorporar nuevas estrategias para asegurar la continuidad de las mismas.

Autores como Alsos et al. (2011) y Vik and McEwee (2011) argumentan que estos cambios tienen una afectación directa en las explotaciones agrarias, en la vida de las personas que se dedican a las explotaciones agrarias y en todas aquellos grupos y colectivos que se encuentran unidos y cooperan en este campo, como son las cooperativas agrarias.

### **3.2. Las explotaciones agrarias familiares, los principales actores del cooperativismo agrario**

El 96% de las explotaciones agrarias en el ámbito europeo son familiares (EC, 2016), representando a su vez a los principales actores del cooperativismo agroalimentario. Estos datos nos permiten referirnos a la argumentación elaborada por Goel (2013) en la que afirma que las "cooperativas son una familia de familias".

En esta misma dirección Hogeland (2015) describe a las cooperativas como familias, en un trabajo en el que analiza las diferentes respuestas del cooperativismo ante el entorno actual tan cambiante. De hecho, afirma que "La industrialización de la agricultura en el S.XX y XXI pone al cooperativismo ante un reto al que dar respuesta de un elemento que ni iniciaron ni han dirigido".

Foreman y Whetten (2002) hablan de la "ideología agraria" del cooperativismo cuando sostienen que "las cooperativas han buscado históricamente el refuerzo y mantenimiento de las tradiciones y los valores del mundo agrario mediante la educación y las intervenciones sociales. De hecho, para muchos cooperativistas, estos mandatos que se desprenden del cooperativismo han sido esenciales".

De todos estos autores y de estas afirmaciones se puede extraer claramente algunas de las funciones del movimiento cooperativista, que son la existencia de unos valores y una forma de vida que se da en el propio comportamiento organizativo de la cooperativa y de los individuos que la conforman, convirtiéndose en los principales actores y transmisores de una forma "de hacer".

### **3.3. Marco Teórico**

El estudio de las cooperativas centenarias obliga a tener en cuenta aspectos relacionados con la sociología y con las creencias que el propio comportamiento de los colectivos se fundamenta en los orígenes sociales de las personas (Glover, 2008) y de las propias organizaciones creadas a partir de la unión y la cooperación de los actores en un contexto y en unas circunstancias determinadas.

Spear (2000) afirma que el capital social representa la principal ventaja competitiva del cooperativismo ante otras formas de gobierno.

La relación socio-cooperativa se encuentra impregnada de un contexto relacional en el que el concepto de capital social (Bourdieu, 1986) adquiere una especial relevancia en el análisis de la longevidad de las cooperativas agroalimentarias.

El capital social se ha utilizado para evaluar la calidad de las relaciones, incluyendo la confianza, y las normas relacionales como aspectos que pueden ayudar a mejorar la actividad de las relaciones y su continuidad (Spear, 2000).

Bradach y Eccles (1989) incorporan la consideración del capital social como un elemento subyacente a las relaciones de intercambio y de control y coordinación entre el binomio conformado por la relación socio-cooperativa. Estos mismos autores argumentan que los efectos del oportunismo y divergencia de objetivos entre el principal y el agente se pueden minimizar mediante la presencia del capital social entre socio y cooperativa (Becerra y Gupta, 1999).

Mediante la utilización de la Teoría de Bourdieu se quiere dar respuesta al análisis de un fenómeno como es la supervivencia de las cooperativas agrarias centenarias. Bourdieu (1986) argumenta que "es totalmente imposible entender el mundo social sin reconocer el rol y el significado del "capital" en todas sus formas y extensiones, no únicamente desde el reconocimiento realizado por las teorías económicas".

Anderson et al., (2003) y Bourdieu (1986) argumentan que el ámbito social puede ser concebido como "un juego de estatus multi-dimensional, mediante el cual los individuos buscan y actúan con sus recursos económicos, culturales y sociales para obtener y completar un estatus determinado".

Este marco teórico permite el estudio de los aspectos relativos a la participación de los socios en el movimiento cooperativo y los elementos que se repiten en aquellas cooperativas agrarias que ya han adquirido la condición de centenarias. Es el propio Bourdieu (1986) quién argumenta que los agentes se encuentran condicionados en su comportamiento estratégico por su localización y por el carácter competitivo del sector en el que se encuentran.

La justificación de la utilización del marco teórico que nos proporciona la Teoría del Capital de Bourdieu nos permite investigar unas organizaciones (cooperativas agrarias) que han llegado, como mínimo, a los cien años de vida de una forma ininterrumpida; que se encuentran en un entorno determinado (entorno rural) y que las relaciones comerciales y sociales de estas organizaciones se dan en el marco de la cadena de valor agroalimentaria. Los cooperativistas que se asocian y se agrupan, planean sus acciones de una manera estratégica en la búsqueda de unos beneficios económicos y de un reparto del valor añadido que se va generando a partir de la producción, transformación y comercialización del producto alimentario en toda la cadena de valor.

Según Wacquant et al. (1992) y el mismo Bourdieu (1986), los agentes compiten y negocian en función de su poder de negociación y es así como las organizaciones aspiran y buscan el incremento de su capacidad de decisión y su posicionamiento en el campo en el que operan.

Bourdieu (1984) identifica 4 formas diferentes de capital:

1. Capital económico "stricto sensu" (riqueza material representada por los activos, acciones, propiedades, dinero y otros elementos).
2. Capital cultural (conocimiento, habilidades y otras formas de adquirir conocimientos como los estudios y las calificaciones técnicas).



3. Capital social (recursos actuales y potenciales de las relaciones sociales).
4. Capital simbólico (prestigio y honor acumulado).

La descripción del capital económico según Bourdieu se establece en la línea de lo expresado por Marx, ie. Dinero, productos, activos y otros activos (Wacquant, 1996; Smart, 1993). Los ingresos representan un aspecto importante del capital económico y el propio autor los describe como aquel elemento base que se encuentra en todos los otros tipos de capital, ya que puede transformarse de una forma mucho más fácil en capital social, cultural y simbólico (Bourdieu, 1996).

Respecto al capital cultural, se dice que consiste en conocimientos y experiencia en los individuos y que deriva de los orígenes sociales de los mismos (Bourdieu, 1986; 1991). Este capital cultural de las generaciones precedentes funciona como un modelo de comportamiento que proporciona a las personas que se incorporan a las organizaciones aquellos elementos básicos de una cultura legitimada desde la forma más inconsciente y también tangible. La existencia del capital cultural engloba la acumulación de credenciales, habilidades y conocimientos adquiridos mediante la práctica y la adquisición de conocimientos y que posteriormente puede ser utilizado para la acumulación y la utilización del capital económico (Flint y Rowlands, 2003). Respecto del capital social, se ha aceptado como un activo importante para la creación y mantenimiento de comunidades saludables, organizaciones robustas y servicios sociales "vibrantes" (Coleman, 1990; Putnam 1993a; Yimberlake, 2005). El capital social representa un intangible al que no se le puede otorgar ni atribuir un valor económico; este capital no es fácil de incorporar al lenguaje de mercado ni ser comercializados como productos. De hecho, representan un elemento que es intransferible del colectivo en el que se ha creado y acumulado (Field, 2003).

En relación con el último capital dentro de la teoría de Bourdieu, el simbólico, se puede afirmar que es aquel capital que se refiere a la posesión de recursos simbólicos, que a la vez pueden definirse como un capital individual o la combinación de los capitales en circulación anteriormente descritos (capital económico, cultural y social). Es el propio autor que acaba definiendo el capital simbólico como el "prestigio y el renombre asociado a la organización, a las familias y a un nombre" (Bourdieu, 1977). En las cooperativas agroalimentarias, la actividad y su propio funcionamiento tiene un valor simbólico y, de una forma crucial, una presión moral para continuar con este tipo de actividad (Bertoux and Thompson, 2005: 41). Por su parte, Teece (1982) señala las capacidades de las organizaciones que se basan en el capital social y en el conocimiento organizacional, muchas veces no codificado, al igual que lo hacen los individuos, como un elemento propio de la organización que provoca que, ante determinados estímulos, la organización actúe de una determinada manera y de forma automática.

#### **4 METODOLOGIA**

A partir de un primer trabajo realizado por Montegut y Plana-Farran (2019) al respecto de las cooperativas centenarias agrarias en Catalunya, se ha elaborado una recopilación del número actual de cooperativas agrarias centenarias en esta demarcación.

Una vez obtenido este número mediante acopio de información de los diferentes registros y de los datos de la Federació de Cooperatives Agràries de Catalunya

(FCAC), se analizan, a partir de la T. del Capital de Bourdieu (1986) las características de estas cooperativas centenarias y los diferentes tipos de capital presentes.

Partiendo de la Teoría de Bourdieu, hemos establecido una serie de variables que creemos pueden ser determinantes para el éxito de las cooperativas en cuanto a su supervivencia y la contribución que realizan al cumplimiento de los ODS.

Relacionado con el capital social, se estudiarán las variables número de socios, consejo rector y pertenencia a cooperativas de segundo grado. Relacionado con el capital económico se estudiarán las variables facturación, exportaciones, secciones de crédito, denominaciones de origen y agrotienda. Relacionado con el capital cultural se estudiarán las variables de formación, servicios y suministros a los socios.

El capital simbólico es difícil de medir porque es intangible está muy relacionado con el reconocimiento y el prestigio y sólo puede existir en la medida en que los demás capitales estén ampliamente reconocidos. Es por esta razón que basándonos en Bourdieu (1996: 138) cuando manifiesta que el capital simbólico "no es otra cosa que el capital económico o cultural cuando es conocido y reconocido (.....) en un determinado espacio social".

Por los motivos anteriormente expresados, nos remitimos a esta manifestación de Bourdieu para reforzar los capitales enteriormente expuestos y para manifestar la dificultad de medir en el trabajo que estamos realizando y fijándose como una más que probable línea futura de investigación.

Se lleva a cabo a su vez, el estudio de la contribución de este tipo específico de cooperativas agrarias, las centenarias, a los ODS, siguiendo trabajos anteriormente realizados (Mozas, 2019).

## **5. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

España es una potencia emprendedora a nivel Europea, pero en nuestro tejido empresarial reside un gran problema respecto a nuestros vecinos europeos: la mortalidad empresarial. En nuestro país, el 61,5% de las empresas que se crean no superan los 5 años de vida según el último informe de crecimiento empresarial de Cepyme Situación de las pymes en España (2022) comparada con la de otros países europeos, en base a los datos de Eurostat, que estudian la evolución de la mortalidad de las compañías creadas en 2013, hasta 2018.

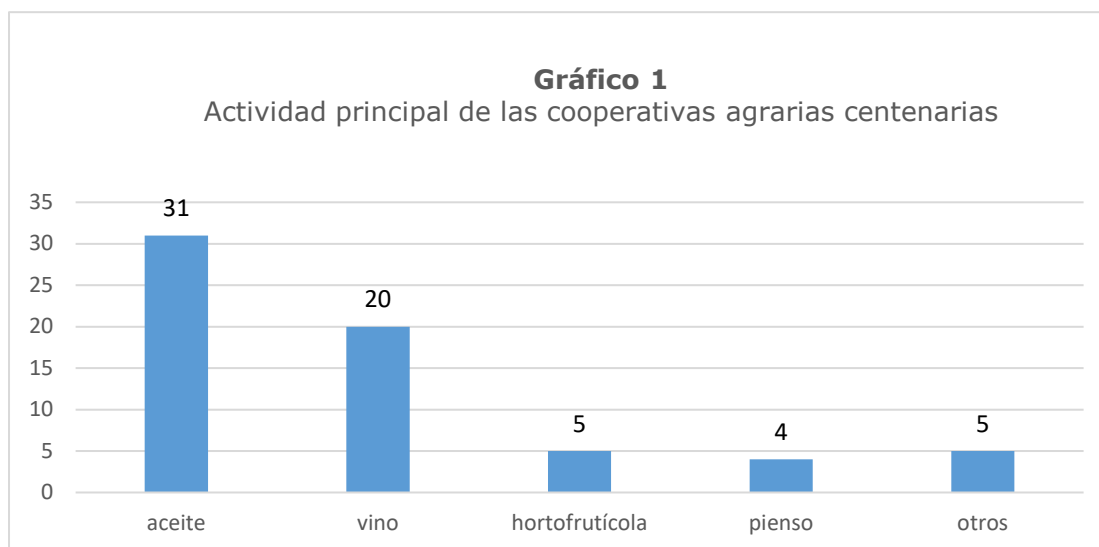
Según datos de la Confederación de Cooperativas Agrarias de Cataluña (2017), entre el 65% y el 85% de las pymes desaparecen antes de los 4 años desde su creación y cerca del 50% desaparecen en el primer año. En cambio, más del 50% de las cooperativas todavía existen pasados cinco años desde su creación y cerca del 23% llegan a vivir más de doce años.

Si analizamos la fundación de las cooperativas agroalimentarias en Catalunya hasta el año 2020, podemos concluir que el 33% de las cooperativas agrarias catalanas han alcanzado los cien años. Esto significa un alto índice de longevidad en el cooperativismo agrario. Si este resultado lo comparamos con otro tipo de empresas con unas características muy específicas, como son las empresas o los negocios familiares, vemos que el índice de supervivencia es mucho mayor en las cooperativas. Recordemos que autores como Goel (2016) han descrito a las cooperativas como una

familia de familias. Estos datos nos permiten afirmar que el asociacionismo aporta una continuidad que se refleja en ese 33% de las cooperativas que son ya centenarias

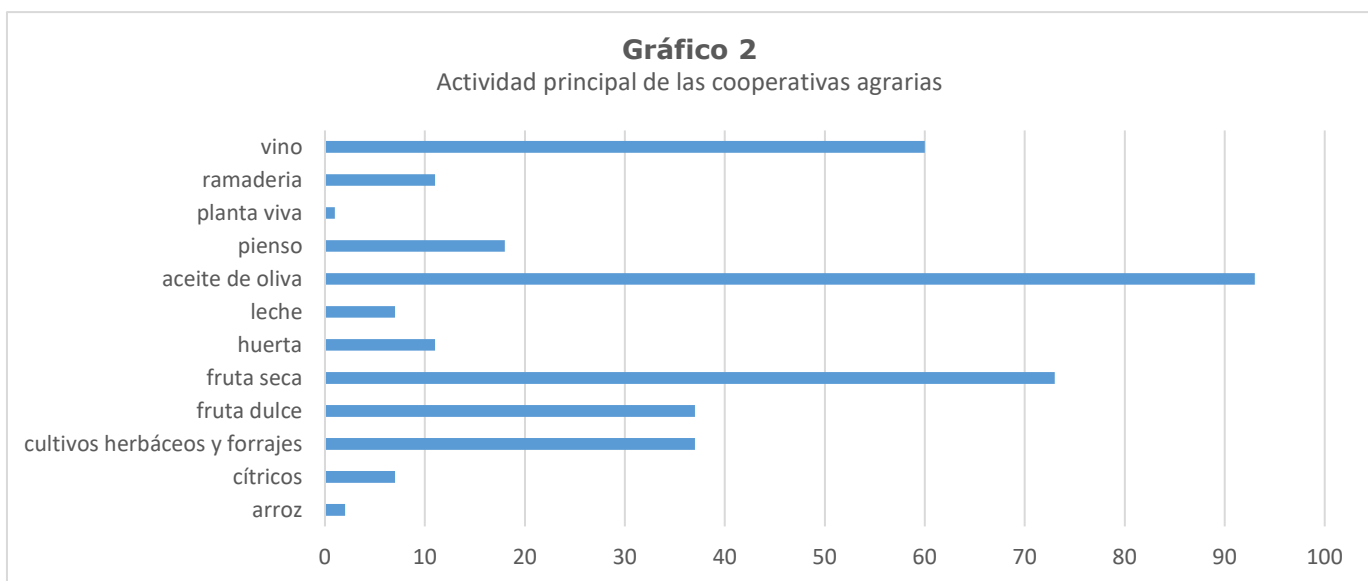
Del total de las 65 cooperativas centenarias, 38 se encuentran en la provincia de Tarragona, 20 en la de Lleida, 5 en la de Barcelona y 2 en la provincia de Girona.

La mayoría de estas cooperativas agrarias centenarias se dedican a más de una actividad productiva, pero si analizamos su actividad principal tenemos que más de la mitad de las cooperativas se dedican a la producción de vino y aceite. Concretamente 31 de las 65 cooperativas analizadas tienen como actividad principal la producción de aceite de oliva y 20 cooperativas la producción de vino.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos facilitados por la FCAC (2021).

De hecho cabe destacar que la mayoría de las cooperativas agrarias catalanas tienen como actividad principal el aceite de oliva y el vino, seguramente por la zona donde se encuentran y las causas que originaron su creación muy vinculadas al territorio. De hecho, las cooperativas en la mayoría de los casos surgen como una respuesta colectiva a alguna crisis, sobretodo crisis de carácter agrario que afecta determinados sectores y concretamente la viña y el olivo han estado sectores duramente castigados a lo largo de los años, lo que obligó a los agricultores a organizarse en este tipo de entidades de carácter social.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos facilitados por la FCAC (2021).

### Capital social

Las cooperativas agrarias, como empresas de economía social, anhelan la consecución de dos objetivos básicos: por un lado, ser eficientes como empresas que son para poder competir en el mercado, y por otro, conseguir unos objetivos sociales con el fin de mejorar las condiciones de los socios.

Por tanto, pensamos que variables como el número de socios de una cooperativa y la composición del Consejo rector como órgano de gestión, son factores claves para comprender las implicaciones de los cooperativistas con la cooperativa. Igualmente el cooperativismo de segundo grado como mecanismo de intercooperación, también pone de relieve la necesidad que ven las cooperativas de colaborar entre ellas.

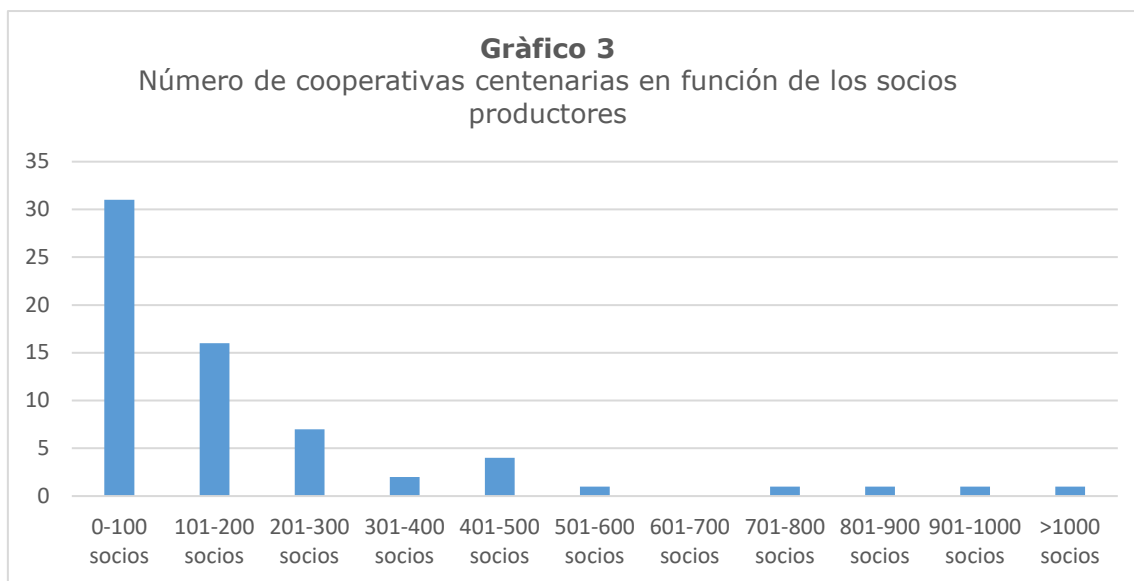
### Número de socios

Desde el punto de vista de la gestión, el hecho de que una empresa tenga un mayor tamaño que otra competidora se entiende, en principio, como un indicador de un mayor potencial de generación de beneficios, ya que incorpora en mayor medida los efectos positivos derivados de las economías de escala, gozar de un mayor poder de mercado y mejorar su capacidad de negociación.

Sin embargo, las evidencias empíricas no son concluyentes, mostrando en ocasiones cómo las empresas de menor dimensión tienen mejores rendimientos. Dean, Brown y Banford (1998) concluyen que las pequeñas empresas poseen recursos que les permiten superar algunas barreras y explotar las oportunidades de mejor modo que las grandes empresas.

La variable dimensión puede analizarse en función de diferentes criterios. Tanto el número de socios como de empleados son indicadores del tamaño de una entidad (Buesa, 1990; Jaumeandreu, Mato y Romero, 1989). La variable número de socios puede considerarse un buen indicador de la dimensión política o sociológica de la

cooperativa. Si la estructura de la propiedad es homogénea, es un buen indicador del tamaño de la industria de transformación agraria asociativa.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos facilitados por la FCAC (2021).

Si analizamos el siguiente gráfico podemos observar cómo la mitad de las cooperativas no alcanzan los 100 socios. La mayoría de las cooperativas se encuentran entre los 30 socios aproximadamente y los 300 socios. Podemos ver que no se trata de cooperativas de gran tamaño.

Tal y como indica el Libro Blanco de la Economía Social en España (1992), las cooperativas agrarias españolas se caracterizan por su escasa dimensión, pero justo este tamaño proporciona a las mismas una flexibilidad y capacidad de adaptación a cambios en el entorno que no suelen tener las mayores cooperativas.

También debemos destacar que, si bien el número de socios se va manteniendo constante a lo largo de los años, existe una diferencia entre el número de socios totales y el número de socios productores. Esto nos indica dos cosas. Por un lado, el envejecimiento de la población y la falta de relevo en el campo es un problema que sufre actualmente el sector agrario.

A pesar de ello, dichas cooperativas han conseguido sobrevivir a lo largo de los años llegando a centenarias, lo que nos muestra el fuerte arraigo entre los socios, la empresa y el territorio. Y este aspecto sí puede considerarse importante porque nos enlaza con los principios y valores cooperativos; y por tanto también con los ODS.

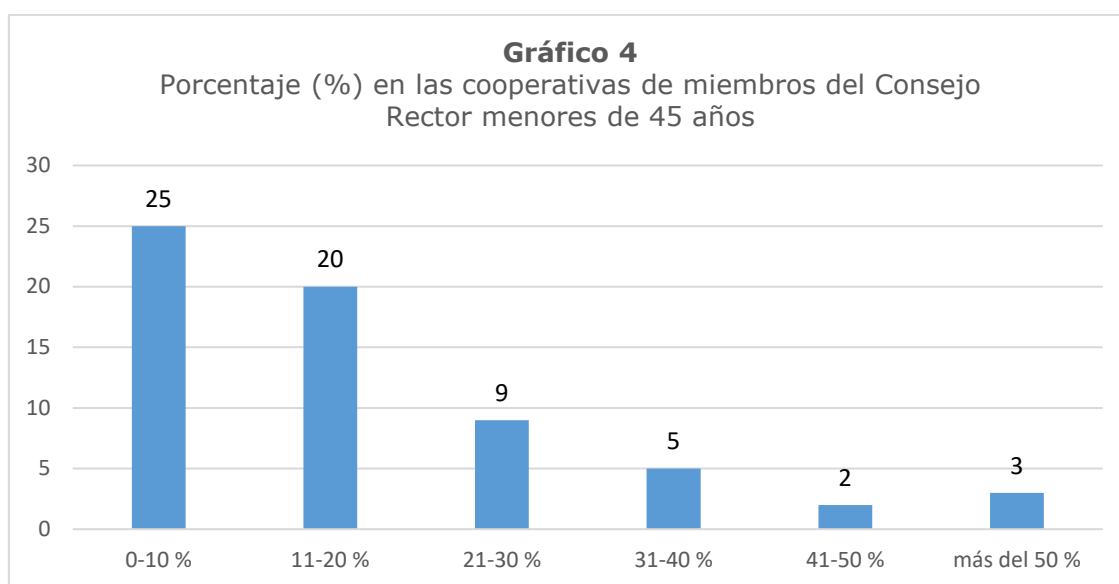
Concretamente el ODS 16 tiene como objetivo crear instituciones eficaces y transparentes, participativas y representativas que respondan a las necesidades. Los principios y valores que ofrecen estas cooperativas ayudan a construir una sólida unión entre el socio y la cooperativa y unos pilares básicos como la confianza, la participación y la cohesión social.

### **Consejo Rector**

Otro aspecto a considerar es la gobernanza. La gobernanza es una de las asignaturas más complejas en cualquier empresa y especialmente cuando éstas son cooperativas

en las que, a menudo, coexisten intereses diversos y a veces opuestos. Pero también debemos ser conscientes de que el gobierno es una palanca fundamental para la competitividad de las empresas y por tanto, para su futuro, porque las decisiones más relevantes están condicionadas por la interacción entre sus directivos, dirigentes y socios. En consecuencia, es particularmente importante la adecuada gestión de estos tres niveles y, sobre todo, la comunicación entre ellos.

El equilibrio en las relaciones y, sobre todo, su competencia, visión empresarial y social, son elementos fundamentales para el buen gobierno, pero extremadamente complejos en los momentos actuales en los que la tensión en los mercados pone a prueba a los órganos de gobierno de cualquier empresa y en mayor medida en las cooperativas, donde sus propietarios son a la vez proveedores y clientes.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos facilitados por la FCAC (2021).

En el gráfico se puede observar si las cooperativas objeto de estudio tienen miembros en el Consejo Rector menores de 45 años. Solo 3 cooperativas tienen más de la mitad de los miembros que forman parte del Consejo Rector menores de 45 años.

La mayoría de cooperativas no tienen un elevado porcentaje de miembros del Consejo Rector formado por socios menores de 45 años.

Este dato nos indica la fuerte vinculación entre el socio y la cooperativa, sobretodo el sentimiento de pertenencia a la misma.

A pesar de ello, las cooperativas van contribuyendo al relevo generacional facilitando la incorporación de gente joven a la actividad agraria y sobre todo a los órganos de decisión. Las limitaciones en el tamaño obligan a estas entidades a mejorar la eficiencia en la gestión y planificación, a través de su profesionalización.

El consejo rector tiene la responsabilidad de gobernar la cooperativa con diligencia. Esto significa que debe tener la capacitación necesaria para liderar la sociedad. En este sentido creemos que una adecuada combinación de miembros de mayor edad con un elevado grado de experiencia y miembros más jóvenes que pueden aportar nuevas ideas y visiones, mejora la capacidad de liderazgo de la sociedad y promueve y potencia la implicación de los socios en la cooperativa (ODS 10 reducción de las desigualdades).

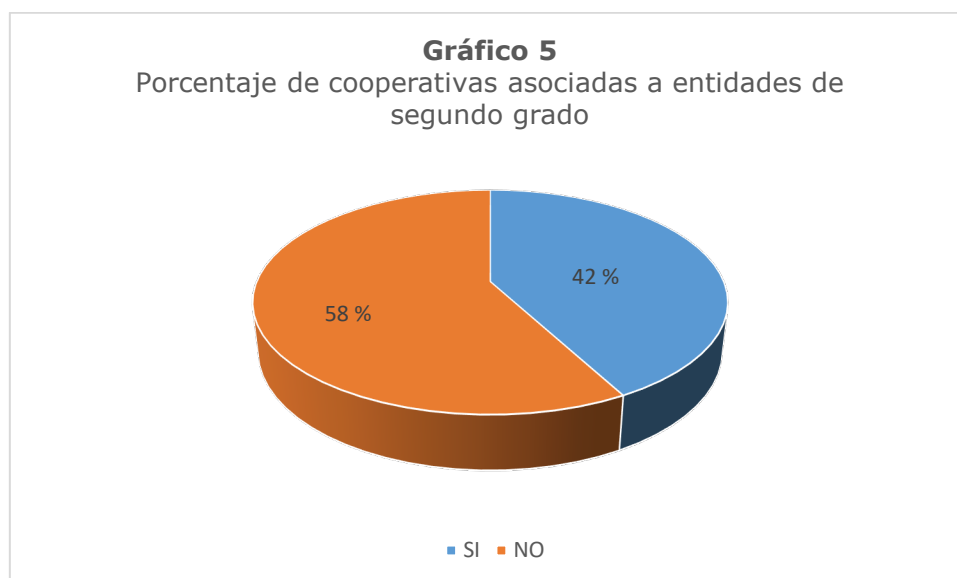
El potencial de supervivencia, la forma de gestionar y de producir bienes y servicios tiene que ver con los objetivos que han dado lugar al nacimiento de estas sociedades, ya que generan una fuerte identificación del socio con la cooperativa.

### **Cooperación: segundo grado**

Otro aspecto del capital social puede ser la relación que establece una cooperativa con las demás.

Desde un punto de vista general, los fines que persigue la integración cooperativa son fines sociales o morales y fines económico-financieros. Según Martínez (1990), los fines sociales son: representación y defensa del cooperativismo, impulsar a la cooperativa como asociación y empresa, colaboración con el progreso económico, función expansiva del cooperativismo. Según el propio autor, los fines económico-financieros de la integración cooperativa deben contemplar tres elementos: competencia, productividad y posición internacional.

De los distintos tipos de integración, muchas cooperativas optan por elegir la fórmula del asociacionismo de segundo grado. El cooperativismo de segundo grado desde una perspectiva empresarial, ha permitido el desarrollo cooperativo con una mayor eficacia dadas las economías de escala que se derivan de este proceso asociativo y que básicamente son: concentración de la oferta, diversificación de productos, apertura de mercados, contratación de servicios de forma asociada, concentración de demanda de factores, realización de nuevos procesos de industrialización, fomento de realidades intercooperativas. También se ha derivado una serie de efectos sobre la gestión de las cooperativas asociadas. Así, en algunos casos, la pertenencia a estructuras de segundo grado ha motivado una mejora en la gestión contable (utilización de procesos informáticos, sistemas de liquidación comunes, etc.) así como una mayor profesionalización en la gestión de estas entidades.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos facilitados por la FCAC (2021).

El gráfico nos muestra cómo un 42% de las cooperativas están asociadas a alguna entidad de segundo grado estableciendo algún tipo de acuerdo de colaboración.

Esta cooperación permitiría a las entidades cooperativas beneficiarse de economías de escala y aprendizaje, una integración de sus actividades o el desarrollo conjunto de proyectos e inversiones que de forma individual son difíciles de llevar.

El ODS17 habla de fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces en las esferas pública, público-privada y de la sociedad civil, aprovechando la experiencia y las estrategias de obtención de recursos de las alianzas.

A pesar de que entre dichas entidades existe algún tipo de relación y/o cooperación, el Libro Blanco de la Economía Social en España establece que una de las asignaturas pendientes de la Economía Social, de la que forman parte las cooperativas, es el desarrollo de fuertes procesos de coordinación, integración y concentración empresarial.

### **Capital económico**

Las cooperativas deben tener tres finalidades muy claras hacia los socios de la misma: económica, cultural y social. Como empresas que son que ejercen una actividad económica, deben organizarse de forma que obtengan el máximo rendimiento económico para los socios. Aunque la finalidad básica es obtener mejores precios de venta de los productos que comercializa el socio, también es importante poder disponer de recursos para realizar mejoras en la cooperativa que permitan adaptarse a las nuevas exigencias de los mercados.

Por tanto, en este apartado hemos identificado las variables facturación, exportaciones, secciones de crédito, denominaciones de origen y agrotienda como factores que pueden mejorar la gestión económica de una cooperativa.

### **Facturación**

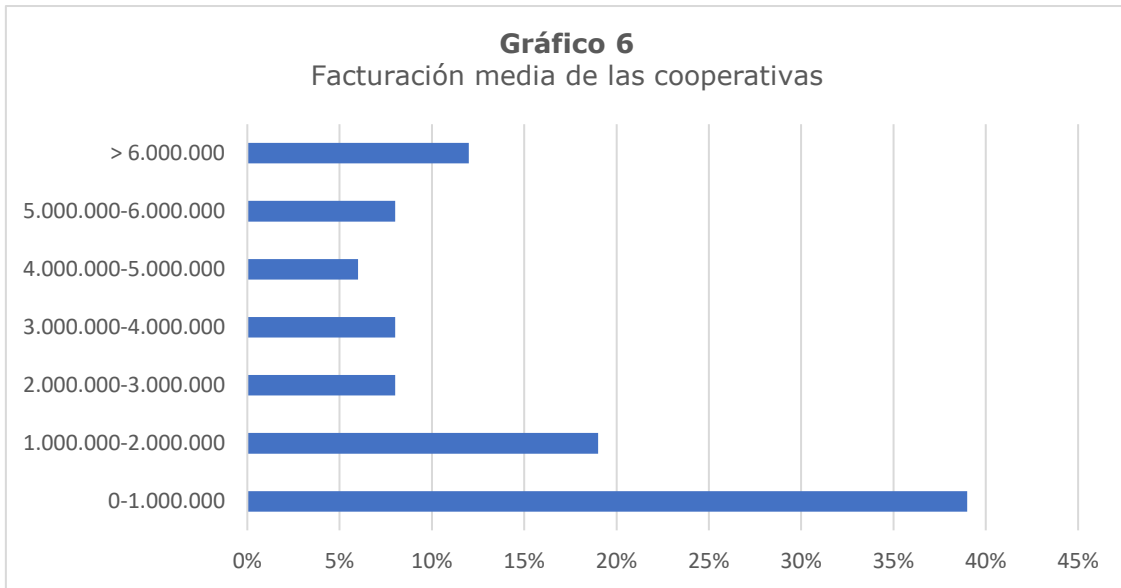
Al igual que el número de socios, la facturación también es un indicador de la dimensión de la cooperativa, y por tanto de la capacidad de la misma para poder competir en mejores condiciones.

El gráfico muestra como la mayoría de las cooperativas no facturan más de 1 millón de euros. Aunque hay un porcentaje de las mismas que factura más de 6 millones de euros, más de la mitad se encuentra en la franja que oscila entre los 60.000 y los 2.000.000.

A pesar de ello, dichas cooperativas a lo largo de los años han ido aumentando progresivamente la facturación debido a un aumento de la producción, producido no solo por una mejora en los cultivos sino también en las propias cooperativas.

El ODS 12 persigue lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales. Las cooperativas agrarias a diferencia de las grandes empresas fomentan el desarrollo sostenible y los estilos de vida en armonía con la naturaleza.





Fuente: Elaboración propia a partir de los datos facilitados por la FCAC (2021).

## Exportaciones

Vinculada con la facturación, están las exportaciones. Las cooperativas exportan cada vez más sus productos fuera del país. Dependiendo del tipo de producto y de la dimensión de la cooperativa, la exportación es una alternativa para dar a conocer el producto fuera de las fronteras y colocar, en ocasiones, el producto en mejores condiciones de mercado.

Las exportaciones permiten a las cooperativas poder crecer, aunque deben buscar un equilibrio para que el aumento de la dimensión a través de la producción, no suponga para la cooperativa una reestructuración o perder su esencia.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos facilitados por la FCAC (2021).

En el gráfico podemos observar cómo más de la mitad de las cooperativas no llevan a cabo exportaciones de sus productos. Solamente 19 cooperativas de las 65 comercializan sus productos en mercados exteriores. Seguramente este hecho está

muy relacionado con la dimensión de las mismas, que tal y como ya se ha indicado anteriormente, se trata de cooperativas en la mayoría de los casos de reducida dimensión.

### Secciones de crédito

Las secciones de crédito son departamentos especializados (unidades económicas y contables internas en la cooperativa), sin personalidad jurídica independiente, que actúan como intermediarios financieros (realizan operaciones activas y pasivas con sus socios y la sociedad) y que coexisten con el resto de los departamentos que se crean en el seno de las sociedades cooperativas. Aunque no son entidades financieras, actúan como si lo fueran y junto con las cooperativas de crédito conforman lo que podría llamarse el sistema financiero específico para las sociedades cooperativas. La finalidad de estas unidades es: contribuir a la financiación de las operaciones de la cooperativa, contribuir a la financiación de actividades de los propios socios vinculadas a la actividad de la cooperativa y gestionar de forma conjunta las disponibilidades líquidas de los socios y adheridos.

Tal y como indica Amat (1997), las secciones de crédito representan una de las fuentes de financiación más baratas para las entidades cooperativas. Balaguer (1989) señala que las principales ventajas de las secciones de crédito son: la importante labor social que realizan en el ámbito geográfico en el que actúan, el trato directo y personal con los socios, ofrecen mejores condiciones económicas al socio ya la entidad cooperativa, su financiación no depende de las fluctuaciones del mercado, flexibilidad en el trato de proyectos de inversión, autonomía de gestión y decisión, aunque sujetas a unas normas excesivamente rígidas.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos facilitados por la FCAC (2021).

El gráfico muestra cómo casi la mitad de las cooperativas tienen sección de crédito, un 48%.

Hay que tener presente que las sociedades cooperativas se caracterizan por la carencia de vinculación de los socios con sus estructuras de pasivo. Las secciones de crédito, al estar más cerca del socio y especializarse en las operaciones que el socio

necesita para el desarrollo de su actividad y para su vida doméstica, permiten una mayor participación del socio en la entidad.

Tal y como hemos comentado anteriormente, estas cooperativas objeto de estudio muestran un gran dinamismo y promover sobre todo inversiones para adaptarse a las exigencias del mercado, resulta difícil no sólo por el tipo de entidad, sino también por su dimensión.

El ODS 9 tiene como objetivo aumentar el acceso de las pequeñas industrias y otras empresas, particularmente en los países en desarrollo, a los servicios financieros, incluidos créditos asequibles, y su integración en las cadenas de valor y los mercados. Las secciones de crédito contribuyen en gran medida a dar estabilidad a la cooperativa y sostenibilidad a la actividad productiva que están llevando a cabo.

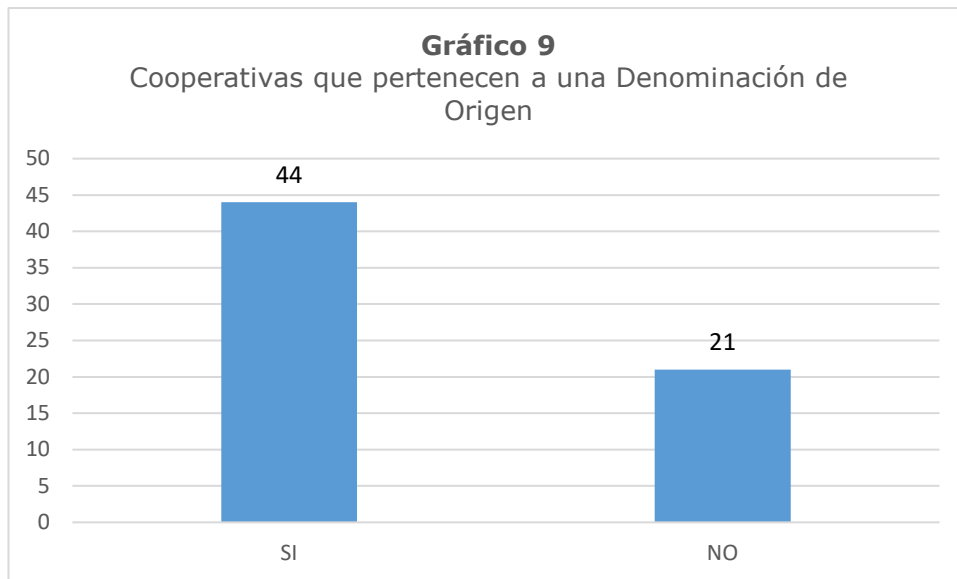
### **Denominaciones de origen**

Un elemento esencial y clave en el desarrollo del sector, permitiendo una mayor participación del agricultor en los procesos comercializadores, facilitando el acceso a parte del valor añadido generado en estos procesos, son las denominaciones de origen. Las marcas cumplen una cuádruple función: una función de distinción en el mercado de un producto respecto a otro idéntico o similar, una función de prestigio, una función de publicidad y una función de calidad (Martín y Vidal, 2001). Esta última función constituye el punto de conexión entre las denominaciones de origen y marcas.

Hernández (1995) establece que uno de los problemas que sufren las cooperativas agrarias es la mala comercialización motivada por unos sistemas de distribución defectuosos. Por tanto se podría tener en cuenta, entre otras cosas, que "la orientación fundamental debe centrarse en las marcas y en la diferenciación total de la cooperativa como empresa. Podría por tanto ser de interés para la cooperativa conseguir una identificación de marca de distribuidor, de establecimiento y de productor, y la inclusión en una denominación de origen".

Los minuciosos procesos de certificación realizados por los consejos reguladores, sirven de ayuda a los distribuidores en las operaciones de elección de referencias de productos para su abastecimiento, así como en las inspecciones y actividades de control de calidad de los productos. Por tanto, como los signos distintivos sirven para reducir costes de transacción de los distribuidores, se convierten en un factor de competitividad vertical para las empresas (Barjolle y Chappuis, 1999).

Además, la actual situación de aparición de problemas de seguridad alimentaria y la cada vez mayor importancia que se le otorga al factor calidad, determina que segmentos crecientes de consumidores estarán dispuestos a pagar por comprar productos con garantía de calidad certificada.



Fuente: Elaborción propia a partir de los datos facilitados por la FCAC (2021).

El gráfico nos indica que más de la mitad de las cooperativas agrarias pertenecen a alguna de las denominaciones de origen que existen actualmente en Cataluña. La complejidad del entorno en el que compiten las empresas agroalimentarias, ha convertido las denominaciones de origen en poderosas herramientas comerciales. Elementos como la calidad, el origen, la tradición o el diseño son esenciales para el mercado, siendo las denominaciones de origen capaces de aglutinar todos estos aspectos.

La marca es una de las vías que contribuyen a la diferenciación de los productos en el mercado, pudiendo ser la misma una fuente de ventaja competitiva para las empresas en general, y las cooperativas en particular. Así, si se consigue que el producto sea percibido como único por los compradores, las empresas podrán comercializarlo a un mayor precio y por tanto, cabe esperar que obtengan ventajas frente a las de la competencia.

### **Agrotienda**

Muy relacionado con el producto de calidad está lo que hoy conocemos como agrotienda. Las agrotiendas son puntos de venta que permiten dar a conocer al público el producto que ofrece una cooperativa y se vincula directamente con un territorio.

Las agrotiendas comercializan productos hechos por los propios socios de la cooperativa, de otras cooperativas cercanas y de empresas locales. Casi todos Km 0 y muchas veces artesanales.

Esta actividad no productiva sirve de escaparate para mostrar los productos que hacen las cooperativas y van muy asociadas a símbolo de calidad. La cooperativa puede disponer de un lugar físico dentro de la misma cooperativa, un local independiente, una tienda... como una vía de negocio no solo para vender los productos de los socios sino para valorizarlos, lo que puede ayudar a mejorar la competitividad de las mismas y mejorar su posicionamiento en el mercado.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos facilitados por la FCAC (2021).

En el gráfico vemos cómo el 74% de las cooperativas tienen un espacio donde se pueden vender todos los productos que ofrece la cooperativa y en muchas ocasiones también otros tipos de productos, generalmente de otras cooperativas, suponiendo junto con las denominaciones de origen, factores distintivos de calidad.

Las cooperativas representan un modelo empresarial que une las vertientes económicas, productiva y de comercialización con el cariz social, de compromiso y solidaridad hacia nuestro entorno.

Por eso, deben actuar como motores de la economía y contribuir con su actividad a generar riqueza en muchas zonas rurales. El ODS 12 también establece como meta elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.

Las agrotiendas cumplen esta función de dar a conocer el producto no sólo en el territorio sino también más allá, a la vez que se convierten en grandes impulsores de los productos alimenticios de proximidad y de calidad.

### **Capital cultural**

Las cooperativas se basan en unos valores y principios comunes que se han ido manteniendo a lo largo de los años y que forman parte de su identidad. En base a estos principios, desarrollan su propia cultura basada en los valores de autoayuda, autoresponsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad.

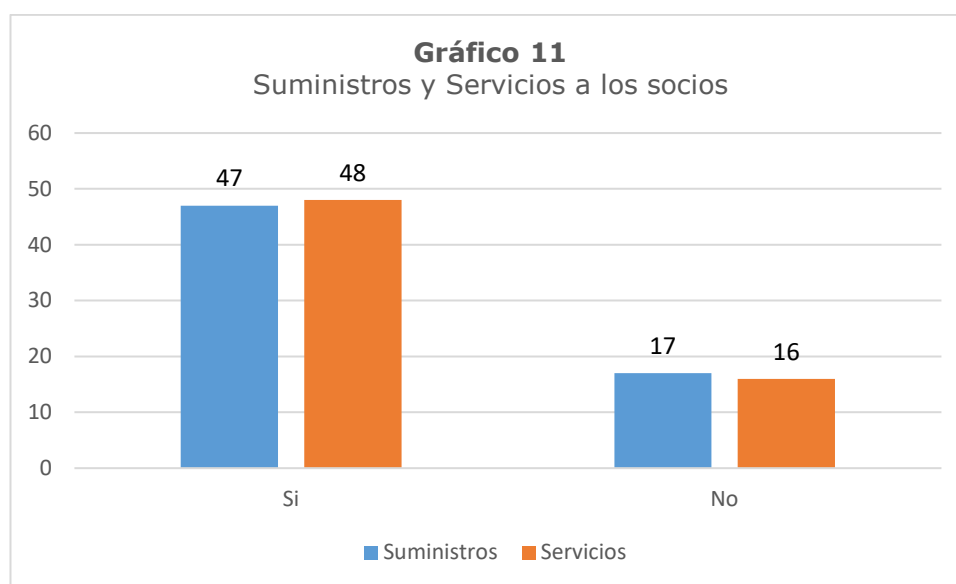
Uno de estos principios es el principio de formación. Las cooperativas proporcionan educación y formación a las personas socias, a los representantes escogidos, a los cargos directivos ya los trabajadores/as para que puedan contribuir de forma eficaz, al desarrollo de las cooperativas, haciendo que las cooperativas sean más sólidas.

Por tanto, variables como los servicios y suministros que ofrecen las cooperativas a sus miembros, creemos son factores que pueden incidir en la adquisición de conocimientos y habilidades.

## Servicios

La capacidad de una cooperativa de poder ofrecer formación a los socios y otros tipos de servicios que ayuden a una mayor vinculación de la sociedad hacia el socio, son factores que contribuyen a poner énfasis en los valores cooperativos.

De esta forma si las cooperativas no sólo contribuyen a mejorar la situación del socio a través de su producción, sino que buscan mejorar los vínculos de los socios con la cooperativa, a través de mayores conocimientos y habilidades, se genera un capital intangible de gran valor para la sociedad cooperativa. Cuantos más vínculos se establezcan entre la entidad y el socio, más partícipe será éste.



Fuente: Elaborción propia a partir de los datos facilitados por la FCAC (2021).

El gráfico muestra cómo el 73% de las cooperativas analizadas ofrecen diversos tipos de servicios a los socios tales como cursos de formación tanto para los socios como trabajadores, contratación de seguros agrarios, asesoramiento en las explotaciones, gestión de ayudas para los socios ...

El nivel de formación es muy importante para las cooperativas. Se trata de un objetivo tradicional que ya está contemplado en los principios cooperativos. Pero además, el poder ofrecer nuevos servicios a los socios ayuda a mejorar su organización diaria vinculada con el campo.

## Suministros

Las cooperativas no sólo ofrecen diversos servicios a los socios, sino que también ofrecen suministros tales como fitosanitarios, abonos, alimentación animal, medicamentos, herramientas para el campo, combustible...

El gráfico anterior indica que el 72% de las cooperativas estudiadas ofrecen este tipo de suministros a los socios. La finalidad es proporcionar a los socios determinados servicios que pueden necesitar por su actividad agraria que sean de calidad ya un precio inferior al del mercado.

Las actividades de prestación de servicios y suministros son muy presentes en estas cooperativas y en la mayoría de ellas suponen una forma de relación y colaboración con el socio, incrementado el vínculo entre ambos.

## **6. CONCLUSIONES**

El objetivo de este trabajo es, por un lado, constatar y analizar la longevidad de las cooperativas agrarias catalanas y los elementos que las caracterizan y en segundo lugar, estudiar la contribución de estas mismas al cumplimiento de los ODS. Esta última parte, tal y como ya se ha ido expresando en el transcurso del trabajo, se basa en una contribución tácita (Mozas, 2019).

La longevidad de las cooperativas agrarias de Catalunya está fuera de toda duda ya que el 33% de las mismas superan los 100 años de vida ininterrumpida. Se observan algunas características comunes a este tipo de organizaciones como puede ser un sentido de "militancia" de sus socios aún no siendo productores, la reducida dimensión de dichas entidades, una fuerte relación entre el sector agrario al que se dedican (principalmente vid y olivo) y la demarcación en la que se encuentran ubicados estos "negocios sociales", así como la existencia de fuertes lazos entre la entidad y el socio que buscan satisfacer los intereses de los mismos a través de los servicios y suministros que puedan ofrecer. La reducida dimensión de las mismas y una facturación más bien baja provoca que se la longevidad de las cooperativas agroalimentarias se fundamente en aspecto "contrarios" a la lógica de mercado (ie. mayor dimensión y una capacidad comercializadora y en consecuencia de facturación cada vez mayor).

En un intento de evaluar la relevancia del cooperativismo agrario centenario y su contribución al cumplimiento de los ODS, resaltando aquellos aspectos que caracterizan estas cooperativas, la importancia de su continuidad en los territorios originariamente ubicados, generalmente en territorios con un marcado retroceso demográfico, se plantea el presente trabajo, cuya hipótesis inicial es que las cooperativas agrarias tienen una longevidad mayor que el resto de formas económicas, entre otros aspectos por una "militancia" incuestionable de sus socios y por esa relación positiva entre los servicios prestados en el entorno ubicado. Se observará que un 33% de las cooperativas agroalimentarias catalanas son centenarias, siendo la supervivencia y la continuidad un factor de éxito y de servicio a sus socios, llegando a la conclusión que la salud económico-financiera ha permitido que estas organizaciones tuvieran este nivel tan elevado de longevidad, con una aceptación social del entorno en el que se encuentran ubicadas elevada y adquiriendo una capacidad de representación socio-económica de aquellos núcleos en los que se encuentran ubicadas estas cooperativas centenarias.

En lo que respecta a la contribución al cumplimiento de los ODS y en base a los trabajos previos realizados en el sector cooperativo (Mozas, 2019), se puede afirmar que se contribuye por parte de estas cooperativas centenarias a la producción de más alimentos (Objetivo 2), de una forma más responsable (Objetivo 12), con una facilitación de la creación y continuidad de una estructura y actividad económica (Objetivos 5 y 9). Además, estas actividades realizadas por estas cooperativas centenarias se realizan en el medio rural, contribuyendo a que se frene la despoblación en este entorno.

La formación proporcionada en las cooperativas agroalimentarias a sus socios se establece como base fundamental para el impulso de cualquier cambio o progreso (Objetivo 4).

### **Limitaciones y líneas de futuro**

El análisis descriptivo del trabajo representa una de las principales limitaciones del mismo. La imposibilidad de realizar entrevistas a los actores principales de las cooperativas agroalimentarias dificulta realizar un análisis pormenorizado de aquellos elementos que han llevado a la longevidad de estas organizaciones y su contribución a la consecución de los ODS.

Dentro de la Teoría de los capitales, no se ha podido profundizar en la descripción del capital simbólico ya que elementos como el prestigio y honor acumulado son difíciles de analizar si no se tiene la opinión de los miembros de cooperativas agroalimentarias.

Una de las líneas de estudio de futuro corresponde a la conceptualización y a la posible "convivencia" de los estudios del cooperativismo agrario y de las explotaciones agrarias familiares, atendiendo a la conceptualización de las cooperativas como "una familia de familias". Por otra parte, cabe destacar la necesidad de realizar un estudio cualitativo dirigido a la obtención de información a partir de fuentes directas, de los actores clave que conforman el cooperativismo agrario.



## BIBLIOGRAFÍA

- ACI (1995): Principios cooperativos para el año 2000. Ginebra, ACI
- Alsos, GA and Carter, S. (2006). Multiple business ownership in the Norwegian farm sector: Resource transfer and performance consequences. *Journal of Rural Studies*, 22: 313-22.
- Amat, O. (1997). *Estudi socioeconòmic de les cooperatives a Catalunya*. Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya. Institut per a la promoció i la formació de cooperatives. Barcelona.
- Anderson A. R. et al. (2003) "Class matters": human and social capital in the entrepreneurial process. *The Journal of Socio-Economics*, Volume 32, Issue 1, Pages 17-36.
- Anuario Socioeconòmic del Cooperativisme Agrari de Catalunya (2022). Federació de Cooperatives Agràries de Catalunya.
- Aymerich Cruells, J. (2005): "Las cooperativas y las colectivizaciones obreras en Cataluña como modelos de gestión colectiva. Proceso de regulación legal (1839-1939), Universitat de Barcelona-Tesi Doctoral.
- Balaguer, C. (1989). Financiación de las cooperativas agrarias en España o historia de una crisis y perspectivas de futuro.
- Barjolle, D.; Chappuis, J.M. (1999). Produits typiques dans des zones défavorisées et coordination des acteurs dans les filières: une approche par la théorie des coûts de transaction. *Tecniqne and documentation*, pp: 171-176. París.
- Bradach, J.L. y Eccles, R.G. (1989): "Price authority and trust: from ideal types to plural forms", *Annual Review of Sociology* (15); pp 97-118.
- Becerra, M., i Gupta, A.K. (1999): "Trust with the Organization: Integrating the trust literatura with agency theory and transaction costs econòmics". *Public Administration Quarterly* (23); pp. 177-204.
- Bertoux, D & Thompson, P. Eds (2005), *Between Generations: Family Models, Myths and Memories*, Transaction Publications: NJ.
- Bijman, J., Iliopoulos, C., Poppe, K. J., Gijssels, C., Hagedorn, K., Hanisch, M., ... & van der Sangen, G. (2012). Support for farmers' cooperatives. Wageningen UR.
- Boland, M.A. and J. Crespi. (2010) "From Farm Economics to Applied Economics. The Evolution of a Profession as Seen through a Census of its Dissertations from 1951 to 2005." *Applied Economic Perspectives and Policy* fall 2010.
- Bourdieu, P. 1986. "The forms of capital". In *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, Edited by: Richardson, J. G. New York: Greenwood.
- Bradach, J.L. i Eccles, R.G. (1989): "Price, authority and trust: from ideal types to plural forms", *Annual Review of Sociology* (15); pp 97-118.
- Bourdieu Volume 2, Sage Publications, Cambridge University Press: Cambridge England. Chapter 30, page 245.
- Buesa, M. (1990). Dimensión óptima de la empresa y barreras a la entrada en la industria española. *Información comercial española*, 650, febrero, pp:67-80.
- Cauces Revista, (2016). Número 31. Cuadernos del Consejo Económico y Social. Pp: 92-93.
- Coleman, J. S. 1990. *Foundations of Social Theory*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Eversull, E. E. (2014). The long run: number of ag co-ops celebrating 100th anniversaries on the rise. *Rural Cooperatives*, 81(3), 18-24.

- Field, J. and Falk, I. (2003), Social Capital: An analytical tool for exploring lifelong learning and community development. *British Educational Research Journal*, 29: 417-433.
- Flint, J. & Rowlands, R. *Journal of Housing and the Built Environment* (2003) 18: 213
- Foreman, P. & Whetten, D. (2002). Members' identification with multiple-identity organizations. *Organizational Science*, 13(6), 618-635.
- Gallego, L.P. (2007). Función de las cooperativas en la normativa de fomento del desarrollo rural. *Revesco: Revista de estudios cooperativos*, nº 92, págs.. 153-177.
- Glover, J.L. (2008) Why do Dairy Farmers Continue to Farm? Can Bourdieu's Theory Aid Our Understandings and Suggest How Farmers Could Regain Some Control in their Industry?. Doctoral Thesis. Loughborough University.
- Goel, S., (2013). Relevance and potential of co-operative values and principles for family business research and practice. *Journal of Co-operative Organization and Management* 1 (2013) 41-46.
- Gunn, S. (2005), Translating Bourdieu: cultural capital and the English middle class in historical perspective. *The British Journal of Sociology*, 56: 49-64.
- Hembelger, P.G. i Hoss, S. (1962): Cooperative Enterprise and Organization theory", *Journal of Farm Economics* (44); pp. 275-290.
- Hendrikse, G. I Bijman, J. (2002): "On the emergency of new growers' associations: Self-selection versus countervailing power" *European Review of Agricultural Economics* (29); pp. 244-269.
- Hernandez, M.J.(1995). El asociacionismo agrario en la industria del aceite de oliva en jaén. Una experiencia. *Cuadernos de Trabajo*. Ciriéc-España, 23.
- Hogeland, J. (2013). From agrarian to global values: How 20th century U.S. agricultural cooperatives came to terms with agricultural industrialization. *Journal of Rural Cooperation*, 41(2), 97-113.
- Hogeland, J. A (2015): "Managing uncertainty and expectations: The strategic response of U.S. agricultural cooperatives to agricultural industrialization", *Journal of Co-operative Organization*.
- Ilbery, B.W. & R. Hornby (1983) Repertory Grids and Agricultural Decision-Making: A Mid-Warwickshire Case Study, *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 65:2, 77-84.
- Iliopoulos C, Valentinov V. Cooperative Longevity: Why Are So Many Cooperatives So Successful? *Sustainability*. 2018; 10(10):3449. <https://doi.org/10.3390/su10103449>
- Jaumandreu, J; Mato, G; Romero, LR.(1989). Tamaños de las empresas. *Economías de España y concentración de la industria española*. *Papeles de Economía Española*, 39, pp:132-147.
- Jusila, I., Goel, S., & Tuominen, P. (2012). Governance of co-operative organizations: A social Exchange perspective. *Business and Management Research*, 1, 14-25
- Kepner, E. 1983. The family and the firm: A coevolutionary perspective. *Organizational Dynamics*, 12(1): 57-70.
- Lee, J.; Arnason, A. Nightingale, A. & Shucksmith, M. (2005), "Networking Social Capital and Identities in European Rural Development", *Sociologia Ruralis*, Vol. 45 (4), pp 686-697.
- Levay, C. (1983): "Agricultural Co-operative Theory: A Review", *Journal of Agricultural Economics* (34); pp. 20-30
- Martín, M.A., Vidal, F. (2001). Anàlisis comparativo de las bodegas cooperativas inscritas en las denominaciones de origen de la Comunidad Valenciana. *Esic-Market*, septiembre-diciembre, pp: 143-167.
- Martínez, A. (1990). Análisis de la integración cooperativa. Bilbao.

- Meliá-Martí, E., Lajara-Camilleri, N., Martínez-García, A., & Juliá-Igual, J. F. (2021). Why Do Agricultural Cooperative Mergers Not Cross the Finishing Line?. *Agriculture*, 11(11), 1173.
- Montegut, Y., Plana-Farran, M., (2019). Factors d'èxit de les cooperatives centenàries catalanes. Col·lecció d'estudis Accid. Barcelona.
- Mozas Moral, A. (2019): Contribución de las Cooperativas Agrarias al Cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Especial Referencia al Sector Oleícola, Editorial CIRIEC-España, Valencia.
- Mozas A., Bernal, E., Fernández, D., Medina, M. J. & Puentes, R. (2020): "Cooperativismo de segundo grado y adopción de las TIC", CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 100, 67-85. DOI: 10.7203/CIRIEC-E.100.17712.
- Ortmann, G.F. i King G.F. (2006): Small-scale farmers in South Africa: Can agricultural cooperatives facilitate access to input and product Markets? Staff paper P06-4: Departamento de Economía Aplicada de la Universidad de Minnessotta
- Plana-Farran, M. (2017): Succession and continuity of family business in the Agri-food chain: Family farms and the cooperative behaviour. Eiasm Workshop on Family Firm Management Research "Creativity and Family Business".
- Putnam, R. (1993): *The prosperous community: social capital and public life*. books.google.com
- Smart, A. (1993), Gifts, Bribes, and *Guanxi*: A Reconsideration of Bourdieu's Social Capital. *Cultural Anthropology*, 8: 388-408
- Spear, R. (2000): "The co-operative advantage". *Annals of Public and Cooperative Economics* (71); pp. 507-523
- Suess-Reyes, J.; Fuetsch E. (2016); "The future of farming: A literature review on innovative, sustainable and succession-oriented strategies". *Journal of Rural Studies* 47; pp 117-140
- Teece, D.J. (1982 "Toward an Economic Theory of the Multiproduct Firm". *Journal of Economic Behaviour and Organization* (1-3); pp 39-63
- Timberlake, S.(2005) "Social capital and gender in the workplace", *Journal of Management Development*, Vol. 24 Issue: 1, pp.34-44
- Wacquant, L.J.D. (1996), Reading Bourdieu's "Capital", *International Journal of Contemporary Sociology*, Vol. 33 (2), pp 150-170 in (Ed) Robbins, D. (2000), Pierre