

CAPITAL SOCIAL Y DESEMPEÑO DE LOS ARTESANOS DE SANTA MARÍA ATZOMPA OAXACA

Área de investigación: Teoría de la administración

María Lourdes Nieto Delgado

Instituto Politécnico Nacional

México

mnietod@ipn.mx

Julio César Jiménez Castañeda

Instituto Politécnico Nacional

México

jujimenezc@ipn.mx

Teodulfo Aquino Bolaños

Instituto Politécnico Nacional

México

taquino@ipn.mx

Este trabajo contiene los resultados de la ponencia presentada en el XXIV Congreso Internacional de Contaduría, Administración en Informática (UNAM 2019), denominado: El desempeño de negocios de alfarería en Atzompa, Oaxaca, bajo el enfoque del capital social. Un Acercamiento.

4, 5 y 6 de octubre de 2023

Ciudad Universitaria

Ciudad de México





CAPITAL SOCIAL Y DESEMPEÑO DE LOS ARTESANOS DE SANTA MARÍA ATZOMPA OAXACA



Resumen

El conocer y entender cuáles son los factores que hacen que las pequeñas empresas sean exitosas es un gran reto, en este caso en particular, garantizar que los artesanos alfareros continúen con su actividad económica significa que continúen sus costumbres, tradiciones, cultura y efectos económicos. En la literatura se menciona que el capital social da pauta para acceder a recursos reales y potenciales a través de las relaciones individuales y grupales que se dan por el establecimiento de redes, lo que permite que los negocios logren sus objetivos.

El capital social fue definido tomando en consideración lo expuesto por Bourdieu (1986), Coleman (1990), Putnam (1993), Lin (2001), Millán y Gordon (2004) y Stam, Arzlanian y Elfring (2014), y adaptado al sector artesanal como el recurso que permite a los dueños de negocios de artesanía obtener beneficios por medio de relaciones sociales dotadas de confianza, reciprocidad y cooperación.

El objetivo de la investigación es analizar la relación que existe entre el capital social (confianza, reciprocidad y cooperación) y el desempeño (financiero y no financiero) de los pequeños negocios de artesanía de barro en Santa María Atzompa, Oaxaca. Para tal fin, se establecieron las hipótesis que fueron comprobadas mediante el análisis de correlación bivariada de Pearson y el análisis de regresión lineal múltiple. Los resultados mostraron que existe una relación positiva del capital social con el desempeño de los pequeños negocios de artesanía.

Palabras clave: Capital Social, desempeño, artesanías, Oaxaca.



La perspectiva de capital social surge como una alternativa para explicar elementos que hacen que las organizaciones puedan utilizar de mejor manera sus recursos y dar explicación a elementos de carácter intangible que son poseídos y alcanzables por los negocios (Vázquez, 2002). La mayoría de elementos intangibles y subjetivos no son considerados en su totalidad por perspectivas con base en paradigmas competitivos, por lo que no se conocen muchos estudios que hagan evaluaciones cuantitativas del capital social (Stam, Arzlanian y Elfring, 2014). Además, que al estudiar el capital social muchos lo relacionan a un programa de cultura política más que al de investigación. Esto es que al analizar el capital social de las redes establecidas se centra el análisis en las virtudes y actitudes en lugar de la confianza, siendo los primeros elementos distintos al capital social (Vázquez, 2002; Westlund y Adam, 2010).



Así el capital social es una alternativa para observar que elementos son los que mejoran el desempeño de pequeños negocios que subsisten en un ambiente económico competitivo, ya que se ha observado que el establecimiento de redes como fuente de capital social poseen funcionalidad para pequeños negocios (Stam, Arzlanian y Elfring, 2014). Sumado a esto, los estudios que abarcan la confianza, reciprocidad y redes como explicativos del desempeño de negocios son muy escasos, ya que se da más importancia a estudios con énfasis en la competitividad de las empresas u otros contextos (Westlund y Adam, 2010).



En Santa María Atzompa históricamente una de sus principales ocupaciones ha sido la producción alfarera, pero han sufrido distintas modificaciones económicas y sociales que desembocan en externalidades negativas para los productores de la comunidad, es decir externalidad que afectan su desempeño (Ortega, Castillo y Acevedo, 2017). Además, se ha observado la existencia de conflictos entre los artesanos por el incentivo de competir y acaparar mercado, lo que repercute en el desarrollo de los proyectos comunitarios. Por ejemplo, se han creado organizaciones de artesanos y ninguna ha funcionado para crear redes que influyeran en el desarrollo local y particular de los artesanos. Este tipo de problema proviene evidentemente de la competencia, así como factores de desconfianza e individualismo (Ortega, Castillo y Acevedo, 2017).





Según Pacheco (2011), actualmente, los artesanos conforman uno de los sectores más importantes y significativos que aporta a la economía del estado Oaxaca, pues la dinámica económica del estado depende del turismo nacional e internacional. En el Municipio de Santa María Atzompa, Oaxaca, existen pequeños negocios dedicados a la producción y comercialización de artesanías de barro vidriado para uso utilitario o de ornato.

La mayoría de los artesanos no son exitosos y no tienen buenos índices de desempeño financiero (ventas, rentabilidad, utilidades, participación del mercado, etc.) sin embargo, existen otros que si son reconocidos a nivel mundial que cuentan con una gran trayectoria a nivel nacional, que trabajan en el mismo ambiente y son muy éxitos. Entonces, dentro del campo de la administración estratégica se ha estudiado varios factores o variables que se relacionan con el desempeño, pero de manera personal, se considera que uno de los factores importantes para el éxito de los negocios es el capital social (también conocido como relaciones sociales, redes sociales – no internet, Facebook, etc. – cadenas familiares, amigos, etc.).

El objetivo de la investigación es analizar la relación que existe entre el capital social (confianza, reciprocidad y cooperación) y el desempeño (financiero y no financiero) de los pequeños negocios de artesanía de barro en Santa María Atzompa, Oaxaca. Para tal fin, se establecieron las hipótesis que fueron comprobadas mediante el análisis de correlación bivariada de Pearson y el análisis de regresión lineal múltiple. Los resultados mostraron que existe una relación positiva del capital social con el desempeño de los pequeños negocios de artesanía.

Capital social

El capital social hace referencia al establecimiento de redes con base en vínculos de confianza y reciprocidad (Millán y Gordon, 2004). Así, existen estudios que exponen el capital social de las redes de cooperación en negocios que influyen de manera positiva el desempeño de aquellas unidades que forman parte de la red (Gordon, 2005; Mota y Sandoval, 2006). Así Putnam (1993) hacía ver que la cooperación a través de las redes podría facilitar la consecución de



objetivos de manera colectiva, por lo que el capital social de una red basada en la confianza y reciprocidad podría dar solución al estancamiento de algunos negocios de Santa María Atzompa.



En el estudio del capital social han proliferado en críticas y resultados difusos sobre cómo este puede ayudar a las organizaciones a mejorar su desempeño o identificar factores que propicien un mejor actuar (Westlund y Adam, 2010). Esto hace notar que a pesar de su importancia aún no existe un consenso sobre su significado, dimensiones y aplicación, sobre todo en un contexto de pequeños negocios (Millán y Gordon, 2004; Stam, Arzlanian y Elfring, 2014).

El capital social constituye una manera de recurso que deriva de los elementos como la confianza, reciprocidad y la creación de redes, lo cual permite a los negocios tener acceso a información privilegiada o lazos de cooperación para mejorar el desempeño de los negocios (Stam et al., 2014). Los empresarios tienen ideas para probar y algunos conocimientos y competencias para manejar el negocio, pero también necesitan recursos complementarios para producir y entregar sus bienes o servicios. Obtienen soporte, conocimiento y acceso a los canales de distribución a través de sus redes sociales (Aldrich y Zimmer, 1986).

El concepto y su análisis ha sido aplicado en distintos campos y disciplinas, resaltando su uso en las investigaciones sociales y organizacionales para estudiar la violencia en grupos sociales, migración y desarrollo económico, sobre todo para explicar las diferencias en los niveles de desempeño que obtienen distintas organizaciones (Millán y Gordon, 2004). Entonces, la definición fundamental del capital social proviene particularmente de los trabajos de Bourdieu y Coleman, quienes exponen que el capital es un recurso que sirve para alcanzar objetivos, al igual que el capital físico y el capital humano, y que comparte el carácter intangible del capital humano (Millán y Gordon, 2004; Vázquez, 2002). Arriagada (2005) menciona que el capital social sirve para la sobrevivencia, la cual permite a la persona acceso a formas de reciprocidad tales como el apoyo en momentos de crisis y a posibilidades de compartir recursos.

Existen estudios que explican que el capital social es un recurso crítico para el desempeño de los negocios, ya que las redes que se tejen para generar dicho capital permiten a los negocios identificar oportunidades



comerciales, acceso a recursos físicos a menor precio, información privilegiada (Correa, 2012; Millán y Gordon, 2004; Stam et al., 2014; Vázquez, 2002; Woolcock y Narayan, 2000). Elfring y Hulsink (2003) hacen mención sobre que el valor de las redes es parte integral que explica el ampliamente reconocido éxito empresarial. Sin embargo, destacan que la red carece de especificación de acuerdo a las diversas dimensiones que le constituyen y el impacto en cuanto al desarrollo temprano de una empresa. Se distingue que ante el desarrollo de nuevas empresas el cómo las redes contribuyen a la capacidad del emprendedor para 1) descubrir oportunidades, 2) obtener recursos, y 3) para ganar legitimidad. Sin embargo, existe poco consenso sobre cuándo ciertas formas de capital social conducen a un mejor desempeño, por lo que analizar la relación entre el capital social y los resultados de los negocios es oportuno e importante (Stam et al., 2014).

El capital social es un término que puede ser definido de distintas maneras, pero que siempre tomara en consideración la relación entre la confianza y la reciprocidad. De ahí la vinculación que se establece entre individuos, grupos de individuos, organizaciones y dentro de organizaciones es objeto del análisis del capital social (Vázquez, 2002). No obstante, existen autores que indican que su estudio y efecto en el desempeño económico de las organizaciones está en una fase piloto y lejos de ser concluido (Stam et al., 2014; Westlund y Adam, 2010). De acuerdo con Márquez (2009) si bien el uso del término capital social se origina y consulta en las publicaciones de L. Judson Hanifan en 1920, el origen como tal se rastrea desde las corrientes económicas neoliberales pero al no hacer referencia al capital monetario o financiero con lo que se les reconocía, al hacer referencia a elementos subjetivos como la simpatía, el compañerismo y la buena voluntad (Márquez, 2009), el término fue relegado a un segundo plano de importancia por lo que fue olvidado.

Fue en la década de los 80s cuando el término cobra vida nuevamente principalmente por James Coleman en 1988 retomando los trabajos de Putnam, desde la politología e introducido en la economía como un atributo para explicar la prosperidad económica (Vázquez, 2002; Westlund y Adam, 2010). Así, perspectivas como la de Woolcock y Narayan, (2000) aportaron al fortalecimiento del lazo entre el capital social y la ciencia económica. Esta relación planteaba que el establecimiento de redes de cooperación podría reducir los costos de



transacción, ya que los beneficios derivados de una red no eran aplicables solamente a transacciones políticas y sociales.

Por otra parte, el análisis del capital social se han propuestos distintos niveles de análisis y el uso de los planteamientos de sus principales representantes, destacan con base en las ideas de Coleman, Putnam, Ostrom y Lin (Millán y Gordon 2004), derivados de utilizar los planteamientos sobre la confianza, reciprocidad y el establecimiento de redes de manera más directa (Millán y Gordon, 2004; Vázquez, 2002; Westlund y Adam, 2010).

En este sentido Millán y Gordon (2004) reproducen una cita de Coleman en la que se menciona que:

Al igual que otras formas de capital, el capital social es productivo y hace posible el logro de ciertos fines que serían inalcanzables en su ausencia [...] Por ejemplo, un grupo cuyos miembros manifiestan confiabilidad, y confían ampliamente unos en otros, estará en capacidad de lograr mucho más en comparación con un grupo donde no existe la confiabilidad ni la confianza [...]. (Millán y Gordon, 2004, p. 714)

Análisis comparativos de casos sobre biotecnología, exploran cómo la configuración, la gestión y la evolución del capital social de las empresas emprendedoras afectan el rendimiento de la empresa. Dichos hallazgos sugieren que las empresas pueden obtener beneficios de rendimiento cuando los miembros adaptan repetidamente la configuración de su capital social a las cambiantes necesidades de recursos que proporcionan una visión dinámica de las condiciones y procesos permitiendo a las empresas superarla y desarrollar el capital social de una empresa para obtener una ventaja organizacional (Maurer y Ebers, 2006).

Coleman inscribe la teoría de la acción racional en el análisis del sistema social, lo que le facilita introducir la racionalidad individual en el plano de la acción, y, en segundo lugar, mantiene firme el contexto de la acción; la organización social (Millán y Gordon, 2004). En este sentido, la investigación sobre el capital social converge en que, si bien la estructura social puede crear una ventaja competitiva para el individuo mejor posicionado, el objeto fundamental es el efecto agregado del capital social en la red de la que forma parte, es decir se busca encontrar





las estructuras sociales que inciden positivamente en la acción colectiva (Velázquez y Marín, 2007). Entonces, se presupone la existencia de un sistema social que funciona como el contexto de la acción y este contexto vincula la acción social con el intercambio (Coleman, 1990).



De lo anterior Millán y Gordon (2014) citan a Coleman quien define al capital social como “Una variedad de distintas entidades que tienen dos características en común: todas consisten de algún aspecto de una estructura social y facilitan ciertas acciones de los individuos que están dentro de la estructura” (p. 717), gracias a los recursos dentro de la estructura, los cuales pueden ser usados para lograr determinados intereses o cubrir ciertas necesidades. Además, que el capital social no es la propiedad privada de ninguna de las personas que se benefician de él (Millán y Gordon, 2004; Coleman, 1990).



En otros términos, la diferencia respecto del capital físico puede identificarse en dos ejes: 1) al carácter de la propiedad: considera el capital físico entre la propiedad privada y el derecho al beneficio como resultado de la inversión; 2) mientras que el capital social, no tiene correspondencia entre inversión y beneficios, los cuales se pueden obtener sin que la propiedad sea privada y sin invertir. El capital social por lo general se traduce en externalidades positivas, la acción de una red impacta indirectamente a aquellos que no están en la red y los beneficios no precisan llegar de forma inmediata y exclusiva. (Vázquez, 2002; Millán y Gordon, 2004).



Se debe mencionar que al hacer referencia al capital social debe diferenciarse entre un bien social o un bien público, físico o humano (Perreault et al., 2007). Específicamente la diferencia se puede establecer en la dificultad de intercambio que tiene el capital social, ya que su uso y beneficios pertenecen en la mayoría de los casos a una estructura social y no es propiedad privada (Durston, 2000). La distinción importante del capital social respecto de los capitales físico y humano es que los beneficios de la inversión que se hacen en él no son apropiables individualmente de manera exclusiva (Durston, 2000; Vázquez, 2002; Velázquez y Marín, 2007).



En este sentido, Jones (2005) señala que el capital social dentro de comunidades rurales ha sido fundamental para soluciones equitativas y sostenibles a problemas de desarrollo local, en lo que se refiere a las



cualidades ya que facilitan la coordinación y la cooperación en beneficio mutuo y es relevante para los recursos naturales de propiedad no privada, también puede mejorar la capacidad de una comunidad para gestionar de manera sostenible los recursos naturales mediante la generación de normas y reglas apropiadas y la mejora de la confianza y la reciprocidad los cuales a su vez ayudan a la cooperación a través de la reducción de los costos de transacción, generando confianza para invertir en actividades colectivas o grupales, entonces, un capital social más alto brinda mejores condiciones ambientales y protección.

La formulación de Coleman sobre capital social ha recibido críticas en lo referente a la acción racional y la formalización matemática de la interacción entre actores sociales (Correa, 2012), pero no el hecho de que el capital social reside en la estructura de las relaciones sociales y que esto otorga beneficios los individuos que forman parte de esa red, la cual tiene su fortaleza en las expectativas, normas y confianza. Menciona que una ideología puede crear capital social al imponerle a un individuo que lo exige que actúe en beneficio de algo o alguien que no sea él mismo (Coleman, 1990).

Por otra parte, Putnam concibe de distinta manera el capital social, en lo que refiere a la función analítica de las relaciones entre confianza y redes. Para Coleman son la clausura y las normas las que producen un efecto de “externalidad”, Putnam establece que la respuesta está en el carácter cívico de las relaciones y en las instituciones que incentivan ese carácter (Millán y Gordon, 2004).

Putnam define el capital como aquellas características de organización social, tales como la confianza, las normas y redes, que pueden mejorar la eficiencia de la sociedad mediante la facilitación de las acciones coordinadas. La confianza es acotada al orden emocional del individuo, por lo que permite que las relaciones e intercambios puedan darse con un costo de transacción menor (Millán y Gordon, 2004). También menciona que la reciprocidad es la norma más importante en términos de capital social, la cual puede ser específica (Ej.: dar un regalo y recibir uno de mismo valor) y difusa (ej.: otorgar medicina y no recibir nada en el momento de intercambio). La primera no establece una relación, mientras que la segunda sí.



Hoang y Antoncic, (2003), comentan sobre las redes de emprendimiento que son un medio principal para la transferencia de recursos críticos para la actividad empresarial. El desarrollo empírico y teórico ha sido considerablemente un beneficio clave para las redes debido al proceso emprendedor, el cual brinda acceso a la información y el asesoramiento. Varios estudios documentan que los empresarios utilizan constantemente las redes para obtener ideas y recopilar información para reconocer las oportunidades empresariales; las redes de mapeo de información generalmente pueden estar demasiado alejadas de los flujos de recursos más estrechamente vinculados a un resultado como el desempeño empresarial.

Putnam ha sistematizado cuatro dimensiones importantes de capital social. Dos se refieren a características de su base organizacional y dos a las orientaciones que el capital social puede adquirir. Las primeras establecen relaciones formales e informales (por ejemplo, cenas familiares). Las segundas hacen mención a un carácter “débil” o “fuerte” del capital social (Westlund y Adam, 2010).

Millán y Gordon (2004) indican que Putnam realiza una distinción entre lazos fuertes y lazos débiles. Los lazos fuertes se dan por la frecuencia y la cercanía del contacto (grupo de amigos), mientras que los lazos débiles cuando hay contactos esporádicos y pocas amistades en común (por ejemplo, contactos de negocios), pero se utilizan en dependencia de lo que se desea obtener (Millán y Gordon, 2004). Así, un lazo débil basado en negocios y competencias que distinguen a los individuos, puede utilizarse para conseguir un empleo, ya que se eleva la conectividad social, lo cual es un insumo para el capital social (Correa y Rosas, 2012).

De lo anterior, se observa que el capital social se da en muchas formas que son útiles para determinados contextos y propósitos, pero ninguna de esas formas es útil para todo. En este sentido el establecimiento de redes es vital para el mejoramiento de pequeños negocios (Stam et al., 2014). Esto concuerda con los beneficios (externalidades positivas) que generan las relaciones en red, un ejemplo dado por Millán y Gordon (2004) es que cuando los vecinos se organizan para reducir la delincuencia, también se benefician los que no participan.



El funcionamiento de las redes y sus beneficios está ligado a lo que Putnam llama “bonding” y “bridging” o lo que es lo mismo “reforzar lazos internos” y “tender puentes” (Lancee, 2010). El capital social se orienta a reforzar lazos (bridging) cuando reúne gente a partir de características importantes y similares (edad, clase social, género, preferencia política) y tiende puentes (bonding) cuando las redes reúnen a personas diferentes entre sí, es decir lazos débiles y fuertes, respectivamente (Millán y Gordon, 2004; Portes, 1999). La importancia de esto es que ambas maneras de incentivar el capital social de las redes pueden generar externalidades positivas y negativas.

La relación que se establece en el capital social y el desempeño institucional obedece a la preocupación central de las investigaciones de Putnam, esta se resume en la pregunta de por qué algunos gobiernos democráticos se desempeñan mejor que otros (Putnam, 1993; Vázquez, 2002; Westlund y Adam, 2010). Así mismo, Batjargal (2003) basándose en la perspectiva de la integración social, el impacto del capital social de los empresarios en el desempeño de las empresas en Rusia, examinan los efectos de la integración relacional y la incorporación de recursos, los cuales tienen impactos positivos directos en el rendimiento de la empresa, mientras que la integración estructural no tiene impactos directos sobre el mismo.

Desde otra perspectiva, el capital social puede generar redes que den paso a relaciones verticales y horizontales, que en la realidad toda organización y asociación cuenta con los dos tipos, son las redes horizontales las que generan mayor confianza y cooperación, ya que todos están en un mismo nivel (Millán y Gordon, 2004). Se debe mencionar que, dentro de cada red, independientemente, de su orientación pueden darse el bonding y el bridging para incentivar el capital social. Como menciona Putnam (1994) “Una red vertical no puede mantener la confianza y la cooperación, ya que los flujos verticales de información son a menudo menos confiables que los flujos horizontales”. (como se citó en Millán y Gordon, 2004, p. 733)

Desempeño de la empresa

La definición de desempeño de la empresa es un tema complejo, ya que este depende de los objetivos de la empresa; sin embargo, se han



manejado términos como resultados de la empresa, productividad, rentabilidad, competitividad, desempeño superior, satisfacción con los resultados, satisfacción personal, etcétera. Existen estudios que han tratado de definir el desempeño de la empresa, pero en general, no existe acuerdo alguno.



Según Lumpkin y Dess (1996), el desempeño puede ser el crecimiento en ventas, la participación del mercado y utilidades, niveles de aspiración, satisfacción de los interesados. El desempeño también puede definirse dependiendo del tamaño y tipo de la empresa y su propiedad. Por ejemplo, las nuevas empresas a menudo son establecidas porque los fundadores prefieren trabajar para ellos mismos que llevar la dirección de una empresa organizacional superior. Esto es consistente con un enfoque al estilo de vida, en donde la efectividad puede como la mera supervivencia. De esta manera, una empresa pequeña puede observar su continua existencia como un indicador satisfactorio de alto desempeño, aunque no pueda demostrar fuertes retornos de capital o crecimiento en la participación del mercado.



Paige y Littrell (2002) en su investigación sobre el desempeño de negocios artesanales, utilizaron las dimensiones: 1) financiera que se constituye por los indicadores tales como el crecimiento en ventas o el incremento en las ganancias o rentabilidad; y 2) no financiero, considerando aspectos personales o intrínsecos que incluyeron la satisfacción personal del dueño en cuanto al desempeño del negocio.

Domínguez et al. (2004), en su estudio sobre sectores fragmentados, refieren al desempeño como los resultados de la empresa y las condiciones que requiere para participar en el mercado de forma competitiva, lo miden a través la participación en el mercado, satisfacción con el negocio y factores que reflejen el posicionamiento de la empresa frente a sus competidores, lealtad de los clientes y prestigio de la empresa.

Neely (2007) indica que el desempeño financiero puede medirse a través del crecimiento en ventas, aumento en empleos y control de gastos operacionales, porción del mercado. El no financiero como satisfacción de los dueños del negocio, logros de independencia, satisfacción de necesidades derivadas del desempeño del negocio.





Hernández et al. (2010), definieron al desempeño financiero como los resultados tangibles de tipo financiero, como la rentabilidad y el crecimiento en ventas y ganancias de un negocio. El no financiero como los resultados relacionados con la satisfacción con el negocio, por las ventas, ganancias, clientes y el desempeño económico; así como la satisfacción con aspectos personales: condiciones de vida, cobertura de necesidades básicas, cumplimiento de sueños, estilo de vida, logro de metas personales y económicas.

Por otra parte, Escandón y Arias (2011) mencionan que el desempeño es el conjunto de resultados obtenidos en materia de internacionalización y modo de expansión, tomando en cuenta variables como el crecimiento en ventas, diferenciación en producto, calidad de productos y participación en el mercado.

En resumen, el desempeño desde los indicadores financieros, es el conjunto de resultados tangibles de tipo financiero, como la rentabilidad, el crecimiento en ventas y ganancias de un negocio. Desde indicadores no financieros son los resultados referidos a la satisfacción con aspectos relacionados al negocio, así como los relacionados con aspectos personales: condiciones de vida, cobertura de necesidades básicas, cumplimiento de sueños, estilo de vida y logro de metas personales.

Capital social y desempeño

Román y Smida, (2009) mencionan que las variables que afectan el desempeño de las empresas son diversas, entre las cuales destacan que ha sido aceptado que las acciones económicas son influenciadas por las relaciones sociales, y que estas últimas pueden ser facilitadas o limitadas por la posición del empresario dentro de su red social. (pp. 73 - 93)

A pesar de que se ha demostrado la importancia del capital social en distintos ámbitos y especialmente como factor influyente en la mejora del desempeño empresarial, los estudios que se realizar para profundizar en esta temática, en específico en economías emergentes son escasos (García, Parra y Ruiz, 2010).



La literatura ha demostrado la influencia positiva de la innovación en el resultado de las empresas, por lo que resulta importante profundizar en los factores que pueden facilitar la innovación en las empresas y, en consecuencia, el crecimiento de la economía. (García et al., 2010, p. 11)



García et al. (2010), proporcionan un vínculo teórico entre la teoría de emprendedurismo y el capital social destacando que: En los últimos años se ha relacionado el capital social con el comportamiento y la creación de valor de la empresa [...] ya que la perspectiva del capital social considera la acción económica insertada en las redes de relaciones de una empresa, lo cual permite que la empresa acceda a información y conocimiento relevantes, que le permitan explorar y explotar oportunidades para obtener ventajas. (p. 11)

Perreault et al. (2007) mencionan que “el espíritu empresarial étnico ha llegado a ocupar una posición cada vez más importante en la economía de las naciones industrializadas” (p. 146), de ahí que estos autores hicieron hincapié en que estos estudios siguen sesgados para economías desarrolladas ya que la mayoría de estos se llevaron a cabo en Estados Unidos, pero algunos se han llevado a cabo en Canadá. Entonces se debe producir una visión para extraer conceptos que nos permitan identificar variables y usarlas para mejorar el desempeño de una empresa creada por un emprendedor étnico.

Existen estudios que han relacionado positivamente a la confianza como un elemento presente en las comunidades locales para la implementación de mecanismos en un uso eficiente de recursos, el desarrollo de centros que promuevan el turismo e incentiven el cuidado del medio ambiente (Pretty y Smith, 2003; Jones, 2005). Así mismo, se ha encontrado como la constitución de instituciones de bases sólidas ha dependido de la confianza, coordinación y el capital social (Stronza y Pêgas, 2008).

Los investigadores reconocen cada vez que la actividad empresarial está integrada en las relaciones de red que dirigen los flujos de recursos a los empresarios que de alguna manera están mejor conectados. Los estudios revisados indican claramente que el capital social, o los recursos a los que los empresarios pueden acceder a través de sus redes personales, les permite a los empresarios identificar oportunidades para movilizar recursos y crear legitimidad para sus empresas.



Kanini et al. (2022), encontraron que el capital social predice de forma positiva el desempeño de las pequeñas y medianas empresas manufactureras. Las empresas invierten recursos para mantener relaciones cercanas con sus empleados, lo cual aumenta el nivel de las utilidades. Además, mantienen una gran confianza con sus proveedores y clientes, a quienes les proporcionan una gran cantidad de información en sus relaciones sociales y se comprueba que el capital social contribuye a incrementar el desempeño de la empresa.

Morales y Lalama (2022), sostienen que las empresas requieren estrategias orientadas al posicionamiento como la herramienta más valiosa para ser sostenible y rentable en el tiempo. Una de las maneras efectivas para lograrlo es por medio de la comunicación y difusión de información por medios digitales, así como la adecuada utilización del capital social. Los resultados que se obtuvieron enmarcan en los aspectos de vital importancia, tanto del capital social como del posicionamiento de marca, donde resalta la cooperación, la motivación y el trabajo en equipo para el logro de los objetivos empresariales. Jiménez y García (2022), concluyen su investigación afirmando que el capital social predice que cuando los agentes cuentan con confianza, relaciones e interacciones en su entorno, el desempeño económico del sector se puede ver impactado de manera favorable. Este es un importante mecanismo de transmisión sobre el crecimiento económico del país.

Anggrayni (2022), afirma que el capital social tiene una gran relación con el desempeño. La capacidad de la empresa para gestionar los recursos, crear y mantener relaciones con el entorno externo de la empresa puede aumentar la confianza del mercado, aumentar el valor de la empresa y mejorar el desempeño.

Metodología

La hipótesis que persigue esta investigación es comprobar el efecto del capital social en el desempeño. Por lo tanto, se plantea: H1. El Capital social tienen un efecto positivo y directo en el desempeño de los pequeños negocios de alfarería en Santa María Atzompa, Oaxaca.



Siguiendo la metodología para la investigación en ciencias sociales, se dice que esta investigación es no experimental, ya que se realizó sin manipular deliberadamente las variables (capital social y desempeño de la empresa) es exploratoria porque existe poca información del tema de estudio en este contexto, de tipo transversal debido a que se realizó en un solo momento, cuantitativa de corte estadístico.

Por su alcance, esta investigación es correlacional, contribuye al conocimiento existente acerca del desempeño de empresas y el capital social de pequeños negocios que operan en economías emergentes y contextos tradicionales, ya que los estudios encontrados han sido enfoques aplicados en su mayoría en países desarrollados y contextos diferentes.

Para la obtención de datos o recopilación de información se utilizó el método de la encuesta utilizando como técnica de recolección una entrevista cara a cara. El instrumento de medición fue un cuestionario estructurado con preguntas valoradas en una escala tipo Likert de cinco puntos, dirigido a los dueños de los negocios de artesanías de barro. Se procedió a levantar la encuesta en el municipio de Santa María Atzompa, Oaxaca, mediante la aplicación de la técnica de cadena o por redes (bola de nieve), se identificaron a los participantes clave y se agregaron a la muestra preguntándoles si conocen a otras personas que pudieran participar de la encuesta, como lo sugiere Hernández et al. (2014). Para obtener los datos, se entrevistaron a 202 dueños de negocios de artesanías.

El cuestionario de esta investigación cuenta con un total de 141 preguntas, distribuidas en cuatro secciones: datos generales del encuestado (tres preguntas), datos generales del negocio (dos preguntas), capital social (117 preguntas) y desempeño (19 preguntas).

Se realizó un análisis factorial exploratorio para determinar la validez del instrumento de medición, se obtuvo la confiabilidad mediante el alfa de Cronbach, posteriormente se llevó a cabo el análisis de correlación de Pearson y finalmente un análisis de regresión lineal.



Resultados

Los resultados muestran que el capital social tiene un coeficiente de una correlación $r=0.608$, y valor $p<.01$, con el desempeño. Asimismo, el capital social se encuentra correlacionado con cada una de sus dimensiones del desempeño.



Variables	1
1. DESEMPEÑO	
2. CAPITAL SOCIAL	.608**

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Correlación entre todas las variables del estudio.

Variables	1	2	3	4	5	6
1. DESEMPEÑO	1					
2. Desempeño financiero	.864**	1				
3. Desempeño no financiero	.770**	.343**	1			
4. CAPITAL SOCIAL	.608**	.354**	.684**	1		
5. Confianza	.400**	.215**	.473**	.821**	1	
6. Reciprocidad	.543**	.347**	.573**	.895**	.585**	1
7. Cooperación	.641**	.363**	.736**	.918**	.612**	.775**

** La correlación es significativa en el nivel 0.01

Los resultados del análisis de regresión lineal múltiple muestran que la cooperación bajo el enfoque del capital social es la variable que tienen más efecto en el desempeño de los negocios de artesanías en Santa María Atzompa, Oaxaca

Variable	B	Ee.	Beta(B)	T	Significación de T
Constante	0.939	0.114		8.216	.000
Cooperación	0.601	0.051	0.641	11.819	.000



Conclusiones

El objetivo general de esta investigación es analizar la influencia del capital social en el desempeño de pequeños negocios alfareros del municipio de Santa María Atzompa, Oaxaca. Si bien es cierto que en varias empresas se consideran al capital social como aquellos bienes aportados por los socios o como la diferencia entre los activos y los pasivos dentro del campo financiero; desde la perspectiva de la teoría de la capital social abordada en esta investigación, este concepto es el que surge de las relaciones que las empresas, organizaciones o individuos generan y mantienen con otros miembros o no de la comunidad a la que pertenecen. Además, estas relaciones pueden llevar a la obtención de elementos que son importantes en el ámbito de negocios.

Así, la teoría del capital social propuesto por Bourdieu (1986), Coleman (1990) y Putnam (1993), plantea que una empresa podrá tener un buen desempeño o por lo menos un desempeño superior al promedio de la industria de que se trate si hace buen uso de su capital social, ya que las redes de confianza, reciprocidad y cooperación que se tejen para generar dicho capital permiten a los negocios identificar oportunidades comerciales, recursos e información privilegiada, entre otros aspectos. También, Stam et al. (2014) indican que el capital social constituye una fuente de recursos tangibles e intangibles derivados de los elementos como la confianza, reciprocidad y la creación de redes, para mejorar el desempeño de los negocios.

Al considerarse el capital social como una característica o elemento surgido de las relaciones sociales de los dueños de negocios, este puede entenderse como un constructo de tres dimensiones, la confianza, la reciprocidad y la cooperación que existen en las relaciones de los artesanos alfareros en el Municipio de Santa María Atzompa, Oaxaca.

Los resultados muestran que existe un efecto positivo del capital social sobre el desempeño de los negocios de Santa María Atzompa. Así, se cumple el objeto de investigación y se establece que las redes, contactos y relaciones que los artesanos han establecido y establecen en la actualidad favorecen el desempeño de los negocios de manera positiva, ya que se basan en la confianza, reciprocidad y cooperación. Esto





soporta la idea de que aquellas personas u organizaciones que están inmersas en una red de colaboración o hacen lo posible por ser parte de las mismas tendrán mejores expectativas de desarrollo que aquellas personas u organizaciones que no lo están.



Referencias bibliográficas

Aldrich, H. y Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship through social networks. En: Sexton, D.L., Smilor, R.W. (Eds.), *The art and science of entrepreneurship* (pp. 3–23). Ballinger Publishing Company, Cambridge, MA.

Anggrayni, L. (2022). The role of social capital in increasing the firm performance. *Jurnal Ilmiah Cendekia Akuntansi*, 7(3), 1-7

Arriagada, I. (2005). *Aprender de la experiencia: el capital social en la superación de la pobreza*. Santiago de Chile: Economic Commission for Latin America and the Caribbean.

Batjargal, B. (2003). Social capital and entrepreneurial performance in Russia: a longitudinal study. *Organization Studies*, 24(4), 535–556

Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. En: Richardson, J.G. (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Greenwood Press, Westport, CT.

Coleman, J. (1990). *Foundations of Social Theory*. The Belknap Press of Harvard University Press.

Correa, D. (2012). *Las redes y la consolidación de los proyectos comunitarios de Ecoturismo en la Sierra Norte de Oaxaca*. [Tesis de Maestría, Instituto Politécnico Nacional CIIDIR Oaxaca] Repositorio Institucional.

Correa, D. y Rosas, M. (2012). *Las redes y la consolidación de los proyectos comunitarios de Ecoturismo en la Sierra Norte de Oaxaca (tesis de maestría)*. Instituto Politécnico Nacional, Oaxaca, México



Domínguez, M., Hernández, J. y Toledo, A. (2004). Competitividad y ambiente en sectores fragmentados. El caso de las artesanías en México. Cuadernos de Administración, 17(27), 127-158



Durston, J. (2000). ¿Qué es el capital social comunitario? Santiago de Chile: Naciones Unidas, CEPAL, Div. de Desarrollo Social, 7-12

Elfring, T. y Hulsink, W. (2003). Networks in entrepreneurship: the case of high-technology firms. Small Business Economics, 21, 409-422

Escandón, D. y Arias, A. (2011). Factores que componen la competitividad de las empresas creadas por mujeres y las relaciones entre ellos. Cuadernos de Administración, 24(42), 165-181

García, P., Parra, G., y Ruiz, M. (2010). Capital social y comportamiento pionero: El papel mediador de las capacidades tecnológicas y de marketing. Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa, 13(45), 10-42

Gordon, R. (2005). Confianza, capital social y desempeño de organizaciones. Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, 47(193), 41-55

Hernández, J., Domínguez, M. y Mendoza, L. (2010). Desempeño de negocios de artesanías después del movimiento social de 2006 en Oaxaca, México. Espiral, 16(48), 205-240

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación. Mc Graw Hill.

Hoang, H. y Antoncic, B. (2003). Network-based research in entrepreneurship: a critical review. Journal of Business Venturing, 18(2), 165-187

Jiménez, R. y García, E. (2022). El capital social como determinante del desempeño de la industria manufacturera en México, 2004-2020. Paradigma económico. Revista de economía regional y sectorial, 14(1), 129-158





Jones, S. (2005). Community-based ecotourism: The Significance of Social Capital. *Annals of Tourism Research*, 32(2), 303–324

Kanini, S., Muathe, S. y Bula, H. (2022). Social Capital, Firm Performance, Operating Business Environment. *The Journal of Entrepreneurial Finance*, 24(4), 47-80

Lancee, B. (2010). The Economic Returns of Immigrants' Bonding and Bridging Social Capital: The Case of the Netherlands. *International Migration Review*, 44(1), 202–226

Lin, N. (2001). *Social Capital – A Theory of Social Structure and Action*, Cambridge University Press.

Lumpkin, G. y Dess G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance. *The Academy of Management Review*, 21(1), 135-172

Márquez, M. (2009). El estado del arte del capital social comunitario. Encrucijada, *Revista Electrónica del Centro de Estudios en Administración Pública*, 3, 1-15

Maurer, I. y Ebers, M. (2006). Dynamics of social capital and their performance implications: evidence from biotechnology start-ups. *Administrative Science Quarterly*, 51(2), 262–292

Millán, R. y Gordon, S. (2004). Capital social: una lectura de tres perspectivas clásicas. *Revista Mexicana de Sociología*, 66(4), 712–747

Morales, D. y Lalama, L. (2022). La relación del capital social con respecto al posicionamiento de marca. [Tesis de licenciatura en Marketing y Negocios Universidad Técnica de Ambato, Ecuador]

Mota, L. y Sandoval, E. (2006). El rol del capital social en los procesos de desarrollo local. Límites y alcance en grupos indígenas. *Economía, Sociedad y Territorio*, 5(20), 781-819





Neely, A. (2007). Business performance measurement: unifying theories and integrating practice. Cambridge University Press.

Ortega, A., Castillo, M. y Acevedo, J. (2017). Comportamiento organizacional y desempeño. El caso de los talleres familiares de artesanos de Santa María Atzompa, Oaxaca. XIV Coloquio Internacional de Cuerpos Académicos y Grupos de Investigación en Análisis Organizacional. CICAP Tehuacán Puebla.

Pacheco, Z. (2011). Diagnóstico de Necesidades de Capacitación para los Artesanos. Hacia el Futuro. http://huamuchil.novauniversitas.edu.mx/seminarios/descargas/DIAGNÓSTICO_DE_NECESIDADES_DE_CAPACITACIÓN_ZARINA_PACHECO_JUÁREZ.pdf

Paige, R. y Littrell, M. (2002). Craft retailers' criteria for success and associated business strategies. *Journal of Small Business Management*, 40(1), 314-331

Perreault, C., Brenner, G., Menzies, T., Filion, L. y Ramangalahy, C. (2007). Social capital and business performance: ethnic enterprises in Canada. *International Journal of Business and Globalisation*, 1(2), 145-160

Portes, A. (1999). Capital social: sus orígenes y aplicaciones en la sociología moderna. De igual a igual. El desafío del Estado ante los nuevos problemas sociales. Fondo de Cultura Económica.

Pretty, J. y Smith, D. (2003). Social Capital in Biodiversity Conservation and Management. *Conservation Biology*, 18(3), 631-638

Putnam, R. (1993). The Prosperous Community: Social Capital and Public Life. *The American Prospect*, 13(1), 35-42

Putnam, R. (1994). Para que la democracia funcione. Tradiciones cívicas en Italia. Centro de Investigaciones Sociológicas.

Román, R., y Smida, A. (2009). El rol del capital social del emprendedor en la expansión exitosa de una start-up. El caso de Hipertexto





Ltda. "La librería de la U". Revista Académica. Estudios Gerenciales, 25(113), 15-36

Stam, W., Arzlanian, S. y Elfring, T. (2014). Social capital of entrepreneurs and small firm performance: A meta-analysis of contextual and methodological moderators. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 152-173

Stronza, A., y Pêgas, F. (2008). Ecotourism and Conservation: Two Cases from Brazil and Peru. *Human Dimensions of Wildlife*, 13(4), (pp.263-279)

Vázquez, F. (2002). Son las relaciones sociales una fuente de recursos. Una definición del capital social. *Papers: Revista de Sociología*, 67, 129-148

Velázquez, A. y Marín, L. (2007). El valor agregado de las redes sociales: propuesta metodológica para el análisis del capital social. *Redes. Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales*, 13,1- 20

Westlund, H. y Adam, F. (2010). Social Capital and Economic Performance: A Meta-analysis of 65 Studies. *European Planning Studies*, 18(6), 893-919

Woolcock, M. y Narayan, D. (2000). Social Capital: Implications for Development Theory, Research, and Policy. *The World Bank Research Observer*, 15(2), 225-249

