

Percepciones de la comunidad sobre cooperativas: estudio empírico en Costa Rica

*Community perceptions of cooperatives:
An empirical study in Costa Rica*

*Percepções da comunidade sobre cooperativas:
estudo empírico na Costa Rica*

Recibido: 29 de octubre de 2018

Aceptado: 30 de marzo de 2019

Publicado: 4 de mayo de 2020

Paula Arzadun¹
Paul Masis-Solano²

Cómo citar este artículo: Arzadun, P. y Masis-Solano, P. (2020). Percepciones de la comunidad sobre cooperativas: estudio empírico en Costa Rica. *Cooperativismo & Desarrollo*, 27(2), 1-24. doi: <https://doi.org/10.16925/2382-4220.2020.02.02>

Artículo de investigación. <https://doi.org/10.16925/2382-4220.2020.02.02>

- 1 Doctora en Ciencias Empresariales con énfasis en Economía Social y Cooperativismo. Docente e investigadora, Escuela de Administración de Empresas, Tecnológico de Costa Rica, Cartago, Costa Rica.

Correo electrónico: parzadun@tec.ac.cr

- 2 Candidato a doctor en Ciencias Empresariales con énfasis en Economía Social y Cooperativismo. Profesor, Escuela de Administración de Negocios, Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica.

Correo electrónico: pmasis@ucr.ac.cr

Resumen

Introducción: Si bien el estudio de las percepciones de los trabajadores de organizaciones de economía social ha sido ampliamente abordado, no ocurre lo mismo con las percepciones de la sociedad sobre dichas organizaciones. En este sentido, el presente artículo pretende conocer la percepción de la comunidad del cantón de San Carlos, Costa Rica, sobre las empresas cooperativas. Dicho cantón es el de mayor extensión de todo el país, y es considerado el más desarrollado y principal eje socioeconómico del norte de Costa Rica. Además, presenta una elevada concentración relativa de cooperativas, que funcionan en casi todas las actividades económicas. *Metodología:* Con un enfoque cuantitativo y un diseño descriptivo, se realizaron 196 encuestas. *Resultados:* Se retrata una comunidad que se declara altamente conocedora sobre las empresas cooperativas. En términos de preferencias, se observan brechas entre empresas cooperativas, no cooperativas y sector público según se trate de una perspectiva de consumidor, trabajador, o como ciudadano en general. *Conclusiones:* se logró una primera aproximación sobre opiniones de habitantes de San Carlos en una materia escasamente explorada, y que resulta completamente novedoso a nivel nacional. Las macro-tendencias muestran que el cooperativismo es capaz de forjar alternativas de futuro frente a los retos actuales.

Palabras clave: Costa Rica; conocimiento; valoración; preferencia; cooperativismo; economía social

Abstract:

Introduction: While the study of the perceptions of workers in social economy organizations has been widely addressed, the same is not true of society's perceptions of these organizations. In this sense, this article intends to shed light on how the community of the canton of San Carlos, Costa Rica, perceives cooperative companies. This canton is the largest in the entire country, and is considered the most developed and main socio-economic axis of northern Costa Rica. Additionally, it has a high relative concentration of cooperatives, which operate in almost all economic activities. *Methodology:* With a quantitative approach and a descriptive design, 196 surveys were conducted. *Results:* A community that declares itself highly knowledgeable about cooperative companies is portrayed. In terms of preferences, there are gaps between cooperative, non-cooperative and public sector companies, depending on whether they are a consumer, worker or as a citizen in general perspective. *Conclusions:* A first approximation of the opinions of inhabitants of San Carlos was obtained regarding a subject that is scarcely explored, and completely new at the national level. Macro-trends show that cooperativism is able to forge future alternatives in the face of current challenges.

Keywords: Costa Rica; knowledge; assessment; preference; cooperativism; social economy

Resumo:

Introdução: embora o estudo das percepções dos trabalhadores de organizações de economia social tenha sido amplamente abordado, isso não ocorre com as percepções da sociedade sobre essas organizações. Nesse sentido, este artigo pretende conhecer a percepção da comunidade do cantão San Carlos, Costa Rica, sobre as empresas cooperativas. Trata-se da maior região em extensão de todo o país e a mais desenvolvida, bem como o principal eixo socioeconômico do norte da Costa Rica. Além disso, apresenta uma elevada concentração relativa de cooperativas que funcionam em quase todas as atividades econômicas. *Metodologia:* com uma abordagem quantitativa e um desenho descritivo, foram realizadas 196 entrevistas. *Resultados:* é retratada uma comunidade que conhece com profundidade sobre as empresas cooperativas. Quanto a preferências, são observadas brechas entre empresas cooperativas, não cooperativas e setor público, segundo a perspectiva: do consumidor, do trabalhador ou do cidadão em geral. *Conclusões:* chegou-se a uma primeira aproximação sobre opiniões de habitantes de San Carlos em uma matéria escassamente explorada e que resulta completamente nova no país. As macro-tendências mostram que o cooperativismo é capaz de forjar alternativas de futuro ante os desafios atuais.

Palavras-chave: Costa Rica; conhecimento; valoração; preferência; cooperativismo; economia social

Introducción

Diversos son los estudios que se han desarrollado con el fin de comprender los aspectos distintivos del funcionamiento de las empresas cooperativas u otras organizaciones de la economía social, tanto en lo que atañe a su dimensión interna como externa.

Respecto a la primera, diferentes investigaciones se han llevado a cabo en las últimas décadas buscando conocer las percepciones de los trabajadores respecto a las peculiaridades de desempeñarse en ese tipo de organizaciones. Concretamente, existe una literatura amplia en referencia a la dimensión económica de las organizaciones de la economía social y de las personas que en ellas se desempeñan, y sobre percepciones de los trabajadores y otros fenómenos sociolaborales (Blasi, Conte y Kruse, 1996; Bradley y Gelb, 1981; Freeman y Bryson, 2017; Jones y Kalmi, 2008; Kruse y Blasi, 1999; Kruse, 2002; Pizzi, 2008; Tortia, 2008; Trincherro, 2004).

En cuanto a la segunda, ciertos estudios han analizado consideraciones y valoraciones de la población a partir de diversas temáticas sociales y económicas de las empresas en general (del Pino Artacho y Bericat Alastuey, 1996; Dirección de Estudios y Régimen Jurídico del Gobierno Vasco, 2017; Elzo, 2002; García Ferrando y Ariño Villarroya, 1999; Hernández Palomino, Espinoza Medina y Aguilar Arellano, 2016; Torres Gragoso y Luna Espinoza, 2017), y sobriamente acerca del mundo cooperativo y de otras organizaciones de la economía social en particular (Arzadun, 2010; Coderre et al, 2005; Kruse y Blasi, 1999; Martínez-Carrasco Pleite y Eid, 2017; Webb, Benander, Cirillo, Lagier y Aljuwani, 2005). Considerando que esta segunda dimensión parece haber sido menos explorada, y particularmente no se encuentran registros afines en Costa Rica, resulta transcendental, tanto por motivos prácticos como científicos, nutrir los conocimientos en esta materia.

En Costa Rica, el cooperativismo fue partícipe de los procesos sociales que derivaron en una reconfiguración del país fortaleciendo sus aristas sociales y económicas. Todo lo anterior provoca que el sector tenga gran relevancia a nivel nacional (Masis Solano, Gómez Pescador y Arzadun, 2016). Los primeros emprendimientos cooperativos datan del año 1893, formalizándose en los años veinte del siglo pasado (Li-Bonilla y Sandoval, 2013). El sector agrupa a 594 cooperativas (INFOCOOP, 2012), las cuales se desempeñan en todas las ramas de la economía. En cuanto a San Carlos, cantón en el que se centra la presente investigación, ostenta la mayor presencia relativa de este tipo de organizaciones en Costa Rica (De Cárdenas y Mora, 2012; Zevallos, 2013). Es el más poblado de la provincia de Alajuela, además de ser el de mayor extensión de todo el país. Asimismo, es considerado el más desarrollado y

principal eje socioeconómico del norte costarricense, concentrando el 82,5 % del total de empresas de dicha región, el 75,3 % de los empleos allí generados y siendo líder en competitividad cantonal (Zevallos, 2013).

En San Carlos hay 54 cooperativas, en prácticamente todas las actividades económicas. Para dimensionar este alcance, los restantes cantones del país cuentan en promedio con seis cooperativas. Más aún, la totalidad de la provincia concentra 107 cooperativas, por lo que el 50 % se focaliza en el cantón mencionado (De Cárdenas y Mora, 2012). A nivel de integración cooperativa, existe en la zona la Unión Nacional de Cooperativas del Norte–URCOZON, el cual es el organismo de integración cooperativa más mencionado al indagar al respecto en el último censo (INFOCOOP, 2012).

La trascendencia del sector cooperativo en San Carlos sienta las bases del desarrollo del presente trabajo en ese lugar, junto con los vacíos antes mencionados en materia del estudio de las percepciones sobre cooperativas u otras organizaciones de la economía social en el país. Es este trabajo, asimismo, la continuidad de una línea de investigación iniciada en el entorno de la Experiencia Cooperativa de Mondragón (Arzadun, 2009; 2010), la cual es considerada líder mundial del sector (Forcadell Martínez, 2005) y ejemplo concreto de incidencia en desarrollo local a partir del cooperativismo (Loyola-Idiakez, 2018).

Recapitulando, el objetivo del presente trabajo es describir el nivel de conocimiento, notoriedad y apreciación del sector cooperativo cantón de San Carlos en Costa Rica. Para ello, en cuanto al método, el enfoque utilizado fue cuantitativo, con un diseño descriptivo. Se implementó un cuestionario físico semiestructurado, adaptado de Arzadun (2009), aplicado en el entorno de la Experiencia Cooperativa de Mondragón, donde el cooperativismo tiene un rol trascendental en los planos social y empresarial, al igual que en San Carlos.

De acuerdo con el último estudio relativo a estimaciones y proyecciones de población en Costa Rica (INEC, 2014), San Carlos cuenta con 191 126 habitantes, de los cuales son mayores de edad 144 680 personas. Con base a esos datos, se estimó una muestra de 196 casos con un error del 7 % y un nivel de confianza del 95 %. Asimismo, se utilizó la variable de género para establecer cuotas de forma, tal que la muestra fuera representativa de la composición de la sociedad bajo estudio, siendo mujeres en un 49 % (INEC, 2014). Los datos se analizaron con el programa estadístico SPSS. El trabajo de campo se desarrolló entre los meses de septiembre y octubre de 2016.

El artículo se estructura, primero, en la presente introducción, el segundo apartado revisa aportes en materia de percepciones sobre cooperativas u otro tipo de organizaciones de la economía social, tanto en la dimensión interna como externa. El tercero presenta los resultados del estudio empírico y su análisis. El cuarto, recoge la

discusión fruto de las principales conclusiones, así como la identificación de limitaciones y líneas futuras de investigación.

Percepciones sobre cooperativas u otras organizaciones de la economía social

El presente apartado se centra en la revisión de la literatura en lo que se refiere a percepciones sobre organizaciones de la economía social, tanto en su dimensión interna como externa.

En cuanto a la dimensión interna, existe una literatura bastante amplia en referencia a la vertiente económica de esas organizaciones y de las personas que en ellas se desempeñan, y sobre percepciones de los trabajadores y otros fenómenos sociolaborales. Respecto a la dimensión económica, diferentes autores se han dedicado a analizar aspectos relativos las posibilidades de supervivencia de la organización, al desempeño económico, los niveles retributivos, la productividad de los trabajadores, entre otros (Blasi y Kruse, 1999; Blasi, Freeman y Kruse, 2016; Freeman y Bryson, 2017; Hendges, 2009; Kruse, 2002; Pencavel, Pistaferri y Schivardi, 2006; Pizzi, 2008, Trincheró, 2004). Existen resultados diversos e incluso discrepantes entre sí. De todos modos, la evidencia parece indicar que en principio son importantes las fortalezas y alcances del sector empresarial de participación en lo que respecta a su funcionamiento a pesar de las complejidades de gestión, su capacidad económica, su presencia en el mundo, la cantidad de puestos de trabajo existentes, entre otros.

Se mencionó anteriormente que también existe literatura referida a percepciones de los trabajadores y otros fenómenos sociolaborales dentro de la empresa. En este sentido, enumerando algunas de las características propias de las empresas de economía social que suelen ser destacadas por los autores que han estudiado tales fenómenos, es posible mencionar a las siguientes: mayor capacidad para generalizar el bienestar entre sus integrantes, disminución de conflictos laborales, mayor grado de cohesión, fortalecimiento del diálogo, estabilidad laboral, compromiso a largo plazo por parte de los trabajadores, atención en la calidad de su tareas, entre otras (Blasi, Kruse y Bernstein, 2003; Bradley, 1981; Gómez Samper, 2017; Jones y Kalmi, 2008; Somavia, 2004; Trincheró 2004). No obstante, los fenómenos sociolaborales no se dirigen en un único sentido. Es posible detectar fortalezas, pero al mismo tiempo se observan complejidades y contrastes (Kruse, 2002) que, de todos modos, y siguiendo la evidencia existente, no opacan las particulares por las que se distinguen las organizaciones de la economía social, y por extensión las cooperativas.

En cuanto a las valoraciones que los trabajadores hacen de sus propias empresas, se podría destacar dos dimensiones: compromiso y satisfacción.

Respecto al compromiso, la persona experimenta el sentirse propietario —propiedad como un estado psicológico—, y el ser propietario —propiedad como un hecho objetivo—. Al sentirse propietaria, la persona refuerza su autoestima e internaliza la importancia que tiene al interior de la organización, mejorando su desempeño, interés y compromiso (Tortia, 2008). Sin embargo, también puede ocurrir que la persona sea legalmente copropietaria de una empresa, pero no se sienta como tal, es decir, no experimente la propiedad actitudinal o psicológica (Freundlich, 2009).

Atinente a la satisfacción laboral, podría verse afectada por el tipo de participación ejercida. Según Kruse y Blasi (1999), si bien la participación en el capital está positivamente correlacionada con el grado de satisfacción con el empleo, es a partir de la participación en las decisiones en combinación con la participación en el capital en donde se observan mayores niveles de satisfacción y otros tipos de cambios sociolaborales positivos.

Finalmente, es importante mencionar que, según otros autores, la gestión de empresas de economía social no resulta necesariamente en mejores actitudes, percepciones y comportamientos (Chiu, 2003; Freundlich, 2009). En este sentido, cuanto más las políticas y prácticas de la empresa cumplen con las expectativas de los trabajadores copropietarios sobre cómo debería funcionar una empresa que pertenece a todos, más probable es que estos copropietarios se encuentren satisfechos con la copropiedad, con la empresa y que demuestren otras actitudes y conductas sociolaborales positivas (COM, 2010).

A nivel nacional se observa un vacío científico en materia del estudio de percepciones sobre cooperativas u otras organizaciones de la economía social, en su dimensión interna. Como aproximación, puede mencionarse que en el último Censo Nacional Cooperativo (Instituto Nacional de Fomento Cooperativo, INFOCOOP, 2012) se les consultó acerca de sus fortalezas y debilidades. Respecto al primer aspecto, el 32,2 % consideró que su principal fortaleza radica en cuestiones relativas a su funcionamiento en términos de experiencia y solidez. En cuanto a sus flaquezas, el 35,6 % mencionó la falta de financiamiento y el alto endeudamiento.

Habiendo abordado hasta aquí la revisión desde el plano interno, se procede a hacerlo desde la dimensión externa. En este sentido, se puede comenzar por mencionar que el funcionamiento de la empresa incide en su entorno. Aparte de la importancia que este hecho ostenta de por sí, a partir de la interrelación con la comunidad, las organizaciones ven afectados sus negocios de manera positiva o negativa según la imagen y percepciones generadas en el público (Argenti y Druckenmiller, 2004; Pruden y Vavra,

2004). Por lo tanto, la reputación de una empresa en el lugar en el que se ubica y su imagen como empresario y productor, y por ende como agente de la vida local, influyen sin duda en su competitividad (Comisión de las Comunidades Europeas, CCE, 2001; COM, 2018). Por ello es relevante conocer las percepciones de la comunidad.

Algunas investigaciones estudian a las empresas de la economía social desde el punto de vista del consumidor. Señalan que éstos declaran disposición a comprar productos o servicios ofrecidos por estas empresas ante igualdad de condiciones con empresas cuya propiedad no está en mano de sus trabajadores (Coderre et al, 2005; Webb et al, 2005). Los resultados de otras encuestas no son tan favorables, pero sí demuestran mayor inclinación a comprar de una empresa de este tipo antes de una empresa convencional (Arzadun, 2010; Kruse y Blasi, 1999). Se analizará luego cuál es la situación que se presenta en San Carlos.

En cuanto a preferencias en el mercado de trabajo, se presentan estudios en donde las personas encuestadas declaran preferir trabajar en una empresa propiedad de los trabajadores, en lugar de hacerlo donde la propiedad esté en manos de capitales privados o estatales (Arzadun, 2010; Kruse y Blasi, 1999). También al respecto se analizará cuál es la situación que se presenta en la comunidad sancarleña.

Las evidencias antes enunciadas muestran que se ha empezado a trabajar en la profundización del conocimiento en torno a percepciones de la población sobre organizaciones de la economía social y del mundo cooperativo en particular, pero aún queda camino por recorrer. Particularmente a nivel de Costa Rica no se observan estudios afines, por lo que la presente investigación pretende introducir la temática a nivel nacional, evaluando de forma inicial los alcances advertidos en la dimensión externa de las percepciones de la sociedad de San Carlos sobre las empresas cooperativas.

Estudio empírico: resultados y análisis

El presente estudio es de enfoque cuantitativo y de diseño descriptivo. La técnica de recolección de datos fue la encuesta, utilizando como herramienta un cuestionario semiestructurado adaptado de Arzadun (2009). El análisis de los datos se efectuó con el programa estadístico IBM SPSS 20, y se realizaron comparaciones con Arzadun (2010), estimando el *t-value* por la comparación de porcentajes de muestras independientes.

De acuerdo con el último estudio relativo a estimaciones y proyecciones de población en Costa Rica (INEC, 2014) San Carlos cuenta con 144 680 habitantes mayores de edad. Con base a ese dato, se estimó una muestra de 196 casos con un error del 7 % y un nivel de confianza del 95 %. Igualmente, para que la muestra fuera

representativa en función de la distribución por género, se utilizó dicha variable, siendo mujeres en un 49 % (INEC, 2014). El trabajo de campo se desarrolló entre los meses de septiembre y octubre de 2016.

Habiendo indicado los alcances del método, a continuación, se abordan los resultados y su análisis a partir de las dimensiones de conocimiento, exposición, preferencias, valoración, acciones sociales y ambientales, y percepción global.

Conocimiento

De forma espontánea, como se aprecia en la figura 1, se declara un alto nivel de conocimiento de empresas cooperativas. En promedio, se realizan prácticamente seis menciones. Las tres cooperativas más nombradas son originarias de San Carlos. Al respecto, es importante mencionar que no se solicitó que fueran solamente de esa comunidad. Similar a ello, también en estudios anteriores se aprecia que las principales menciones se vinculan a empresas locales (Arzadun, 2010).

Los resultados observados en torno a conocimiento retratan, en principio, a una comunidad que se declara conocedora las empresas que se desempeñan al interior del cooperativismo, principalmente local. Teniendo en cuenta las implicaciones que las opiniones del público tienen en el funcionamiento, desempeño y desarrollo empresarial, no es menor para el sector el operar en un entorno en el que se conoce su presencia.

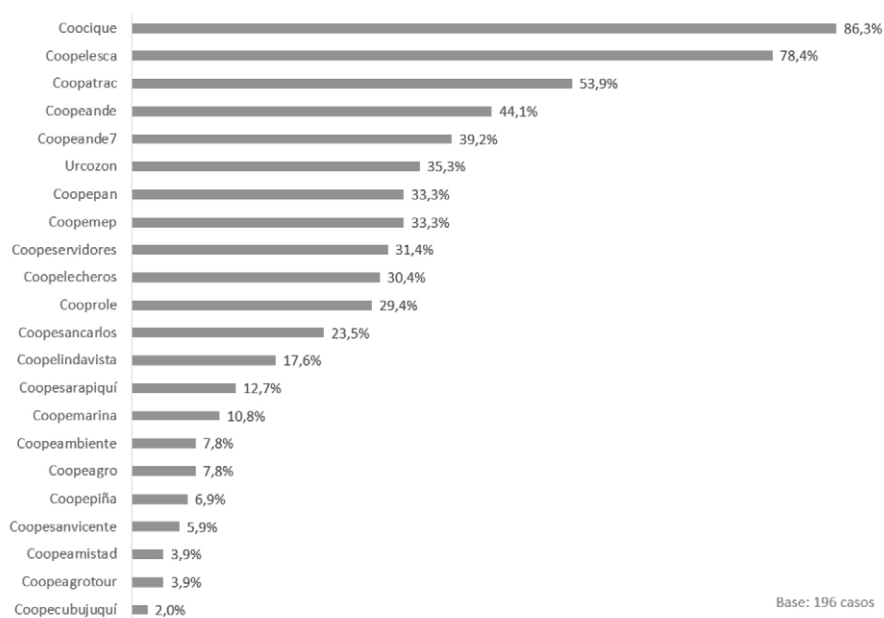


Figura 1. Conocimiento espontáneo.

Fuente: elaboración propia

Exposición

En lo que respecta a la exposición a empresas cooperativas, en la figura 2 se aprecia que prácticamente 8 de cada 10 personas han participado en tales organizaciones. Estos son valores superiores a los hallados en estudios previos, en donde el 54,8 % declaró no haber formado nunca parte de una cooperativa (Arzadun, 2010).

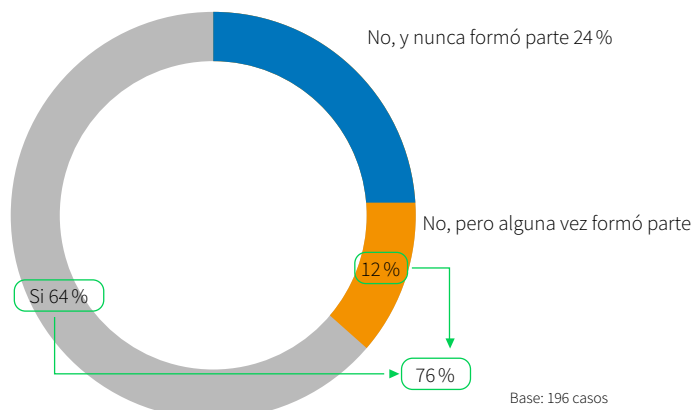


Figura 2. Participación en empresas cooperativas.
Fuente: elaboración propia

En cuanto al tipo de vinculación, 4 de cada 10 entrevistados declara que ha sido como trabajador. Resulta de interés también mencionar que, a nivel nacional, precisamente 4 de cada 10 personas que forman parte de la población económicamente activa—PEA labo- ran en cooperativas (INFOCOOP, 2012), en concordancia con los datos aquí presentados.

En un 15 % de los casos, se declara un vínculo tanto como trabajador como socio. Ello se recoge en la figura 3.

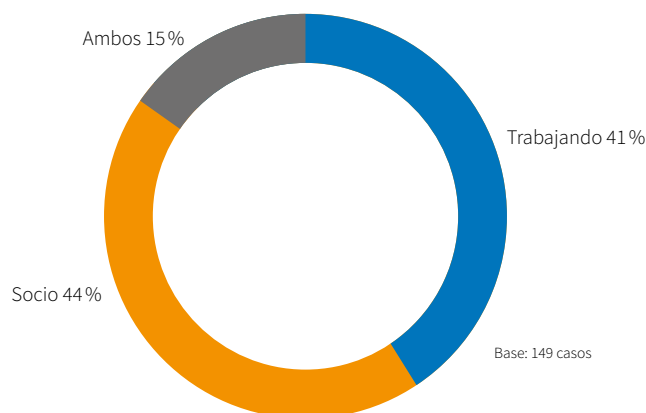


Figura 3. Tipo de participación en empresas cooperativas.
Fuente: elaboración propia

En este caso, los resultados nuevamente se aproximan a lo hallado en estudios previos, en donde el 81,6 % de los encuestados declara tener o haber tenido una relación laboral con alguna cooperativa (Arzadun, 2010). En este sentido, la diferencia entre ambas proporciones no es estadísticamente significativa. Es decir, ambos estudios muestran igual exposición desde el plano laboral.

En cuanto a esas empresas cooperativas con las que hay exposición, el 81 % de los casos declara que se encuentran en San Carlos. En otras palabras, 8 de cada 10 encuestados se han vinculado con cooperativas de su entorno más próximo. En el caso de estudios anteriores, el 78 % de los encuestados había tenido relación con cooperativas locales (Arzadun, 2010), afín a lo aquí encontrado. Nuevamente, la diferencia entre ambas proporciones no es estadísticamente significativa.

Respecto al tipo de participación, 4 de cada 10 se han vinculado como socios, y 3 de cada 10 trabajando o combinando ambas vinculaciones, para una y otra opción. En relación a resultados previos (Arzadun, 2010), allí se encontró que el 78 % se vinculaba como trabajador.

Como se aprecia en la figura 4, también se consultó acerca de la exposición de su entorno social inmediato a cooperativas. En este caso, prácticamente 9 de cada 10 declara que familiares o amigos forman parte de alguna cooperativa. En estudios previos dicha proporción alcanzó el 95 % (Arzadun, 2010); en este caso, la diferencia entre ambos resultados es estadísticamente significativa al 90 % de confianza.

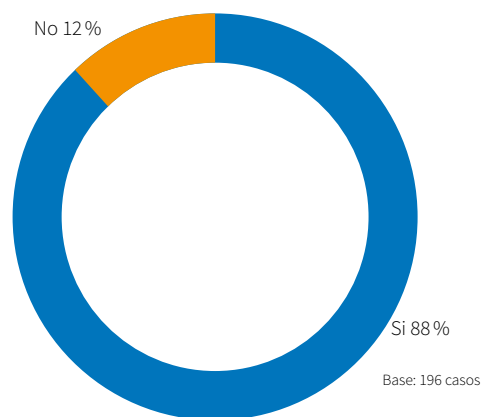


Figura 4. Entorno: participación en empresas cooperativas.

Fuente: elaboración propia

Preferencias

En términos de preferencias laborales, prácticamente el 44 % declara que preferiría desempeñarse en un emprendimiento propio, como se aprecia en la figura 5. Esta alternativa se ubica en primer lugar al igual que en estudios previos (Arzadun, 2010), donde dicha opción alcanzó el 32 %. Adicionalmente vale destacar que los ítems se organizaron igual en ambos estudios, a excepción de las respuestas relativas a pymes siendo que en el otro la opción no cooperativa se ubicó por encima de la cooperativa. Otra diferencia a mencionar es que la sumatoria de opciones cooperativas alcanzó el 32,2% mientras que aquí apenas superó el 16 %, diferencias que resultan estadísticamente significativas al 99 % de confianza. De cualquier forma, en ambas investigaciones se observa una mayor preferencia por empresas de la economía social frente a empresas convencionales.

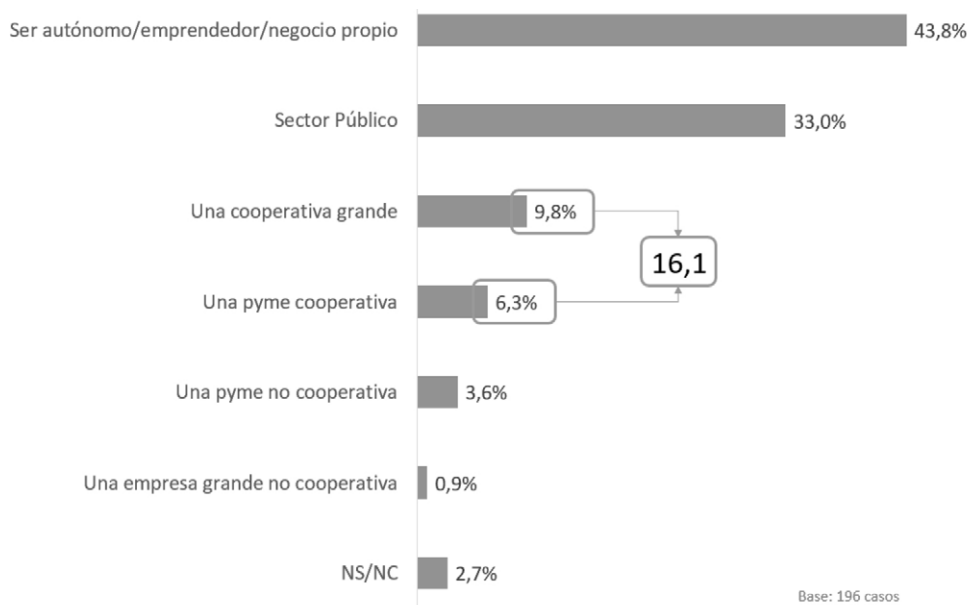


Figura 5. Preferencias respecto al lugar de trabajo.
Fuente: elaboración propia

En cuanto a preferencias como consumidores, se consultó en qué tipo de empresa preferirían adquirir bienes o servicios ante igualdad de precio y calidad. La figura 6 muestra que la indiferencia y el favoritismo frente a la empresa cooperativa presentan desempeños similares, con un 49 % y 47 % respectivamente. En Arzadun (2010) la opción de "empresa cooperativa" alcanzó sólo el 21,8 % y "no sabe/no contesta – NS/NC", 21,8 %. Es de interés destacar que en ambos estudios se observa una marcada

brecha entre quienes declaran preferir a la empresa cooperativa respecto a la no cooperativa, siendo en este caso de 45 puntos y en el anterior de 19,5. Esta brecha a la que se hace referencia también se observó previamente, desde la perspectiva de preferencias laborales.

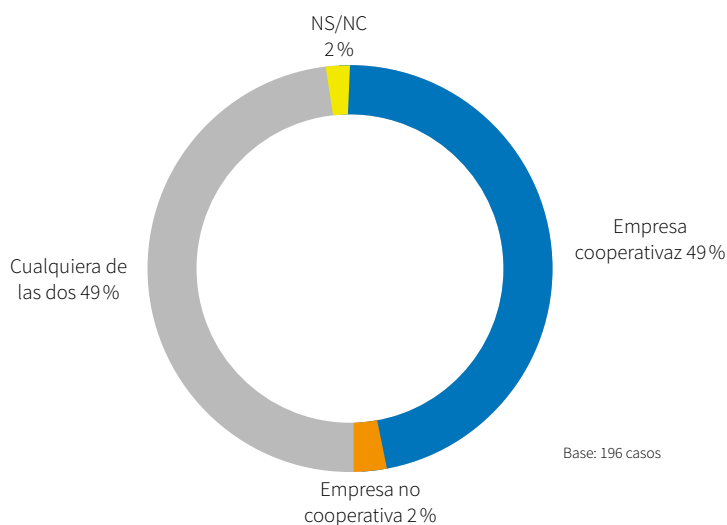


Figura 6. Preferencias de tipo de empresa ante bienes y servicios homogéneos.

Fuente: elaboración propia

Comparando ambas muestras, se observan diferencias estadísticamente significativas en los resultados referidos a preferencia por la empresa cooperativa y la indecisión, tal como se aprecia en la tabla 1, siendo las referencias del nivel de confianza: ***99,9 %; **99 %; *95 %; + 90 %; =no hay diferencias al 90 % de confianza.

Tabla 1. Preferencias de tipo de empresa ante bienes y servicios homogéneos: comparación entre muestras.

	Anterior (%)	Actual (%)	Dif
Empresa no cooperativa	2	2	-
Empresa cooperativa	22	47	***
Cualquiera de las dos	54	49	-
NS/NC	22	2	***

Fuente: elaboración propia

Valoración

Pasando a la dimensión de valoración, dada una batería de frases vinculadas al funcionamiento, valores y principios del sector cooperativo, los encuestados declararon su nivel de acuerdo respetando una escala semántica de cuatro puntos, siendo 1 muy en desacuerdo y 4 muy de acuerdo. Ello se recoge en la figura 7.

El mayor nivel de acuerdo se observa en un aspecto que se refieren al funcionamiento de las empresas: un 89 % de los encuestados declara estar de acuerdo con que las cooperativas trabajan de manera profesional. Igualmente, en Arzadun (2010) este fue el ítem de mayor valoración. En línea con ello, a nivel nacional las cooperativas consideran que su principal fortaleza radica en cuestiones relativas a su funcionamiento en términos de experiencia y solidez (INFOCOOP, 2012), tal como se anticipó al repasar estudios relativos a percepciones sobre cooperativas u otras organizaciones de participación, en su dimensión interna. En el extremo opuesto, la menor presencia de encuestados que declaran estar de acuerdo se encuentra en la frase relativa a la repartición de la riqueza, con un 44,6 %.

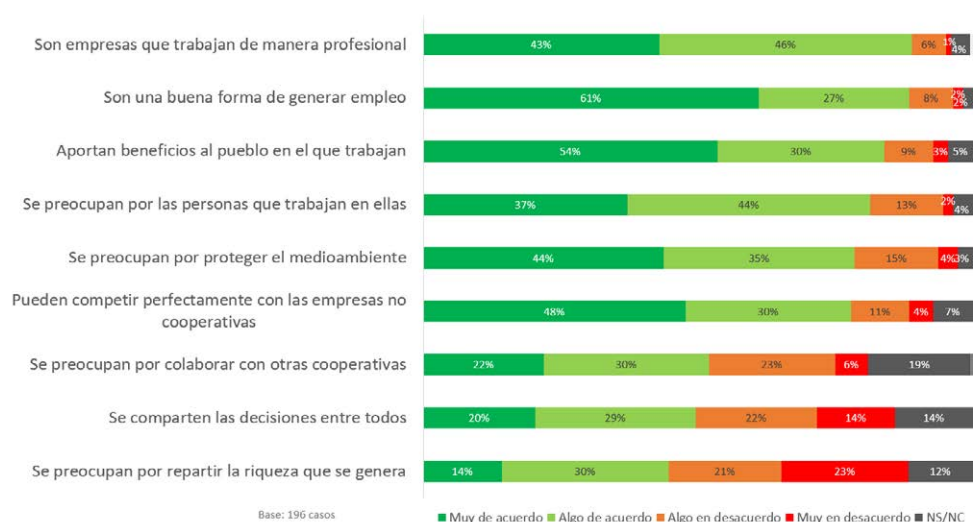


Figura 7. Valoración de aspectos relativos al sector cooperativo.

Fuente: elaboración propia

Comparando ambas muestras, se observa el comportamiento que se recoge en la tabla 2.

Tabla 2. Valoración de aspectos relativos al sector cooperativo: comparación entre muestras.

	Anterior (%)	Actual (%)	Dif
Son empresas que trabajan de manera profesional	92	89	=
Son una buena forma de generar empleo	69	88	***
Aportan beneficios al pueblo en el que trabajan	34	84	***
Se preocupan por las personas que trabajan en ellas	64	81	**
Se preocupan por proteger el ambiente	49	79	***
Pueden competir con empresas no cooperativas	72	78	=
Se preocupan por colaborar con otras cooperativas	48	52	=
Se compartan las decisiones entre todos	46	49	=
Se preocupan por repartir la riqueza que generan	55	44	+

Fuente: elaboración propia

De acuerdo con la comparación de muestras, se aprecia que, aunque en ambos estudios las valoraciones están alineadas, los ítems "son una buena forma de generar empleo, aportan beneficios al pueblo en el que trabajan, se preocupan por las personas que trabajan en ellas y se preocupan por proteger el ambiente muestran mayores valoraciones en el presente estudio; contrario a se preocupan por repartir la riqueza que generan". El trabajo de campo de Arzadun (2010) se llevó a cabo en los inicios de la crisis socioeconómica y financiera desatada por la explosión de la burbuja inmobiliaria hacia los años 2008–2009. En este sentido, sería interesante evaluar en qué medida las percepciones de la sociedad son más críticas ante organizaciones de la economía social por sus fines socioeconómicos, aún a pesar de ser capaces de enfrentar con mayor estabilidad los períodos de crisis respecto a otro tipo de organizaciones (Bretos Fernández y Morandeira Arca, 2016; Jaén García, 2017).

Continuando en la línea de los aspectos evaluados en la dimensión de valoración, se realizaron dos preguntas a fin de indagar en el conocimiento de los encuestados acerca de actividades que realizan las cooperativas de San Carlos para proteger el medioambiente y para beneficiar a la comunidad local.

Al igual que en Arzadun (2010), el reciclaje de materiales se ubica en primer lugar. En línea con ello, esa es la principal actividad declarada por las cooperativas a nivel nacional (INFOCOOP, 2012).

Contrario al estudio anterior, en donde el desconocimiento alcanzó el 27,2 %, aquí las menciones relativas a *NS/NC* son nulas. En otras palabras, en este caso los encuestados realizan una mayor vinculación de las cooperativas sancarleñas con acciones a favor del medioambiente, y la diferencia es estadísticamente significativa al 99,9 %.

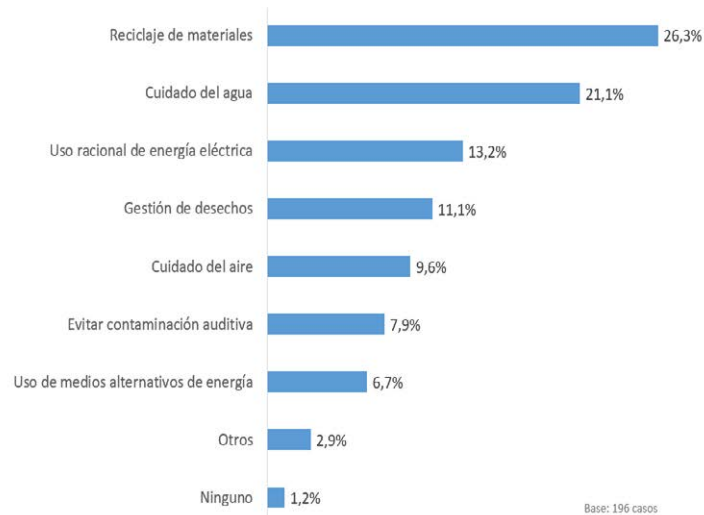


Figura 8. Acciones que realizan las cooperativas de San Carlos para proteger el medioambiente.

Fuente: elaboración propia

Acciones sociales y ambientales

Para continuar profundizando en la dimensión externa, se consultó acerca de las acciones que las cooperativas realizan para beneficiar a la sociedad en general. Mientras que en estudios previos se destacó la creación de empleo en un 49 %, en este caso el apoyo al deporte es el ítem que encabeza las menciones. Ello puede estar relacionado con el hecho de que Cooquipe, la cooperativa que se ubicó en primer lugar en conocimiento espontáneo, auspicia a un equipo de fútbol local que juega en la principal liga profesional costarricense.

Se destaca que en Arzadun (2010) el desconocimiento de acciones que realizan las cooperativas locales para beneficiar a la sociedad en general fue relativamente elevado como en el caso de las menciones vinculadas a la protección del medioambiente, alcanzando el 30 %. Aquí, las respuestas relativas a NS/NC son nuevamente nulas, siendo la diferencia estadísticamente significativa al 99,9 %.

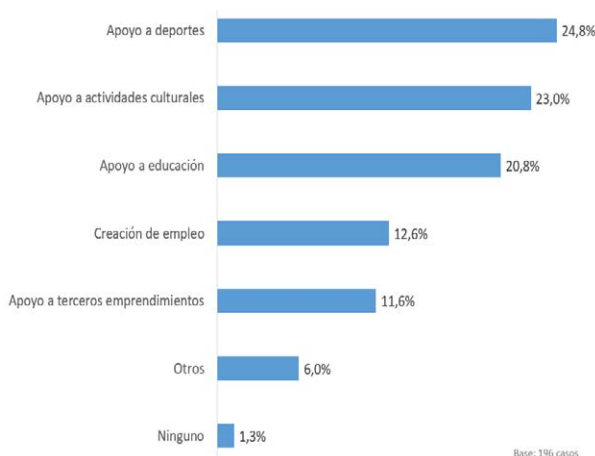


Figura 9. Acciones que realizan las cooperativas de San Carlos para beneficiar a la sociedad en general.
Fuente: elaboración propia

Percepción global

Finalmente, frente a la pregunta sobre qué tipo de empresa es considerada mejor para la sociedad en general, la elección de la empresa cooperativa supera a la no cooperativa en 43 puntos, igual brecha que en Arzadun (2010). Es importante subrayar, sin embargo, que es mínima la brecha entre aquellos encuestados que se inclinan por la cooperativa como una fórmula más positiva que la empresa convencional para la sociedad en general y aquellos que responden las dos por igual en ambos estudios. Comparando ambas muestras, la única proporción que muestra diferencias significativas, y al 99 %, es NS/NC, que en el estudio anterior fue superior al 10 %.

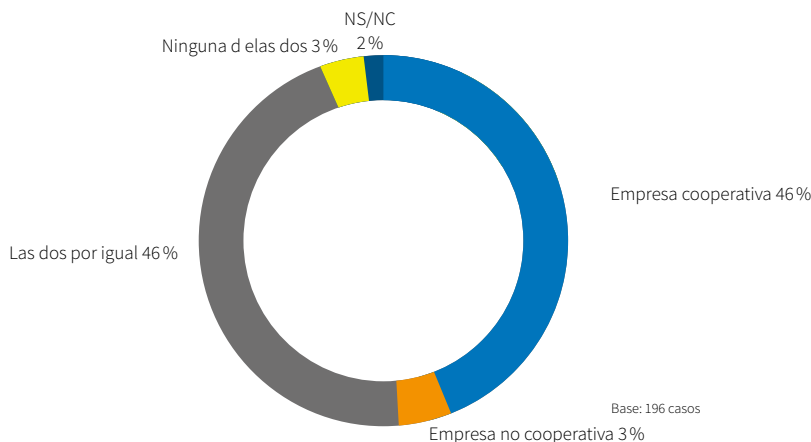


Figura 10. Preferencias de tipo de empresa pensando en el bienestar de la sociedad.
Fuente: elaboración propia

Conclusiones

El presente estudio encuentra sus motivaciones en los vacíos identificados a nivel de Costa Rica en materia de investigaciones referentes a percepciones de la sociedad sobre empresas de la economía social, en general, y cooperativas en particular. Por ello, se propició un estudio empírico en el cantón del país donde se presenta la principal concentración relativa de empresas cooperativas. Así, este estudio pretendió realizar una primera aproximación sobre opiniones de habitantes de San Carlos en torno a su grado de conocimiento del sector, la valoración que realizan del mismo respecto a valores, principios y actividades medioambientales y sociales, su grado de participación y el de su entorno social más cercano y el nivel de preferencia en su rol de consumidor, trabajador y de ciudadano en general. Su carácter descriptivo sienta bases para posteriores réplicas y contrastes, así como para el diseño de futuras investigaciones causales o explicativas.

En línea con lo esperado, los resultados observados en torno a conocimiento retratan a una comunidad que se declara conocedora sobre las empresas cooperativas. Este grado de conocimiento claramente se vincula con el hecho de que la proporción de personas que nunca ha participado en cooperativas, y donde ninguno de sus allegados lo ha hecho es reducida. En otras palabras, el sector es promotor de empleo y relaciones locales, siendo que 8 de cada 10 se vincula a cooperativas locales.

Teniendo en cuenta las implicaciones que las opiniones del público tienen en el funcionamiento, desempeño y desarrollo empresarial, no es menor para el sector cooperativo de San Carlos el operar en un entorno en el que parece ser conocido. Tal situación ofrece ventajas, como el hecho de contar con un público que tiene noción de que la cooperativa es una forma diferente a la convencional de ser y hacer empresa y que, por ende, es de esperar que sea más valorada. Al mismo tiempo, sin embargo, estos conocimientos pueden redundar en mayores expectativas y demandas tanto en el orden social como en el económico aún a pesar del desempeño relativo que puedan mostrar en momentos de crisis en los cuales se genera mayor desempleo e inestabilidad en otro tipo de organizaciones (Bretos Fernández y Morandeira Arca, 2016; Jaén García, 2017). Por lo tanto, el sector ha de tener presente el cumplimiento de estas expectativas si le interesa continuar su desarrollo sostenible en la zona considerando la incidencia de su reputación en el entorno (CCE, 2001; COM, 2018).

En cuanto a la identificación del lugar de trabajo preferido, si bien la brecha de entre empresas no cooperativas y cooperativas es mayor a los 11 puntos a favor de éstas últimas, la preferencia por dicho tipo de empresa de la economía social no supera a la posibilidad de ser emprendedor o trabajar para el sector público. En

este sentido, se esperaba una mayor preferencia de estas organizaciones frente a otras alternativas de trabajo, en línea con trabajos previos (Kruse y Blasi, 1999). Sin embargo, este mismo desempeño se observó previamente, en un estudio empírico que también se desarrolló en un entorno familiarizado con el cooperativismo. Sería interesante profundizar en estos hallazgos, que podrían estar vinculados con otros estudios referentes a la complejidad de lograr que las personas se sientan copropietarias y coprotagonistas de las empresas cooperativas; características propias de los proyectos emprendedores (Freundlich, 2009; Kruse, 2002).

Continuando con la evaluación de preferencias, desde el rol de consumidor, también la brecha entre empresa cooperativa y no cooperativa es amplia. Sin embargo, prácticamente 5 de cada 10 se muestra indiferente entre ambas ante homogeneidad en precios y calidad. Son resultados que deben ser profundizados para ahondar en las razones, pero en principio parece haber indicios de un público que no se muestra necesariamente fiel al consumo cooperativo. En esta línea, ante los altos niveles observados en torno a conocimiento, no es posible atribuir esta apatía al hecho de no poder distinguir entre los diferentes tipos de empresas, y se contrapone a estudios empíricos previos (Coderre y otros 2005; Kruse y Blasi, 1999; Webb et al, 2005), lo cual genera interés por continuar indagando en ello.

En cuanto a valores y principios, dos son las frases que muestran mayor nivel de desacuerdo: "se comparten las decisiones entre todos" y "se preocupan por repartir la riqueza que se genera". Regresando a la evaluación de preferencia de lugares de trabajo, habría que valorar si esas percepciones de escasa participación en las decisiones y de la repartición de la riqueza explican de alguna manera la tendencia a preferir ser emprendedor. Sin embargo, el 88,5 % está de acuerdo en que son una buena forma de generar empleo. Esta posible contradicción amerita a continuar estudiando estos fenómenos.

Al respecto de la profundización en percepciones sobre acciones a favor del ambiente y de la sociedad en general, hay dos cuestiones que se pueden destacar. Primero, a diferencia de Arzadun (2010), no hay desconocimiento declarado. En otras palabras, en este estudio los encuestados son capaces de vincular a las cooperativas con acciones concretas. Segundo, sólo se realiza una mención en promedio para ambas dimensiones. En este sentido, se considera que existe un espacio de mejora en términos de difusión sobre las labores realizadas por las cooperativas tanto en materia ambiental como social, lo cual podría repercutir positivamente en su imagen. Ello, a su vez, podría incidir en un posicionamiento más cercano de la comunidad como consumidora siendo que las positivas percepciones pueden llegar a ser un elemento

diferenciador e influyente en la elección de compra (Barone, Miyazaki y Taylor, 2000), todo lo cual impacta en la sostenibilidad de la organización.

Finalmente, la valoración general con miras a la identificación de aquella empresa que es considerada la más beneficiosa para la sociedad presenta una diferencia de 43 puntos entre la empresa cooperativa y la no cooperativa, a favor de la primera, similar a Arzadun (2010). Estos resultados se acercan a lo esperado no sólo por la literatura revisada que pone en evidencia las ventajas y virtudes de las empresas de economía social (Belhourri et al, 2005; Blasi y otros 2003, Bradley y Gelb, 1981; Jones y Kalmi, 2008; Kruse, 2002; Somavia, 2004; Vargas Sánchez y Vaca Acosta, 2005; Trincheró, 2004), sino también por la importancia que tiene el sector cooperativo como agente de la vida local de San Carlos. Este municipio no sólo tiene una importante trayectoria cooperativa, sino que el sector se ha consolidado como empleador y proveedor de bienes y servicios. Igualmente, afín a lo anteriormente expuesto, también el nivel de indiferencia es elevado, lo cual plantea interrogantes que ameritan futuros estudios. En este sentido, sería interesante continuar replicando este estudio en otras comunidades que tenga similares características poblacionales y de entramado empresarial, tal como se propuso en Arzadun (2010), tanto con una escasa presencia de cooperativas como con una marcada concentración. Esto permitiría incorporar al análisis si se detectan diferencias a raíz de que una comunidad esté más expuesta al cooperativismo que la otra, y de qué tipo son —actitudinales, valorativas, objetivas—. En esta misma línea, podría profundizarse el análisis en distintas áreas en las que el nivel de presencia de cooperativas sea alto, medio, bajo o nulo, respecto a la existencia de empresas convencionales.

Se rescata el haber conseguido una primera aproximación a los niveles de conocimiento, afinidad y valoración del cooperativismo en la comunidad de San Carlos. Se espera, por lo tanto, que el presente trabajo logre aportar elementos de interés que favorezcan la comprensión sobre conocimiento, notoriedad y apreciación del cooperativismo, y el interés por seguir estudiándolo. Las macro tendencias muestran que el cooperativismo es capaz de forjar alternativas de futuro generando trabajo digno, afrontando las desigualdades económicas y sociales, atendiendo la crisis ecológica y el cambio climático (Loyola-Idiákez, 2018). Sin embargo, es preciso reforzar los estudios que dan muestra del impacto generado por el sector y su grado de incidencia en la sociedad. Ello, considerando que habitualmente las contribuciones que se generan desde las empresas cooperativas no son visibles ni cuantificadas (Castelao-Caruana, 2018). Estudios, como el presente, permiten remozar la trascendencia del cooperativismo y, al mismo tiempo, identificar espacios en los que seguir progresando.

Referencias

- Arzadun, P. (2009). *Conocimiento, notoriedad y apreciación de la Experiencia Cooperativa de Mondragón en la comunidad de Oñati*. Tesis. Enpresagintza Fakultatea, Mondragon Unibertsitatea
- Arzadun, P. (2010). La Experiencia Cooperativa de Mondragón: conocimiento, notoriedad y apreciación en la Comunidad de Oñati. En R. Altuna, H. Grellier y E. Urteaga. (Coord.) *Cuestiones prácticas en la Economía Social Globalizada*. Argentina, Colombia, Costa Rica, Escocia, Mondragón, Perú. Gipuzkoa: Mondragon Unibertsitateko Zerbitzu Editoriala.
- Argenti, P.A. and Druckenmiller, B. (2004). Reputation and the corporate brand. *Corporate Reputation Review*, 6, 4, 368-374. doi: <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540005>
- Barone, M., Miyazaki, A. and Taylor, K. (2000). The influence of cause-related marketing on consumer choice: Does one good turn deserve another? *Journal of the Academy Marketing Science*, 28, 248-262. doi: <https://doi.org/10.1177/0092070300282006>
- Belhouari, A., Buendía Martínez, I., Lapointe, M. y Tremblay, B. (2005). La responsabilidad social de las empresas: ¿un nuevo valor para las cooperativas? *CIRIEC – España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 53, 191-208.
- Blasi, J; Conte, M. y Kruse, D. (1996). Employee stock ownership and corporate performance among public companies. *Industrial & Labor Relations Review*, 50(1), 60-79. doi: <https://doi.org/10.1177/001979399605000104>
- Blasi, J., Freeman, R. and Kruse, D. (2016). Do Broad-based Employee Ownership, Profit Sharing and Stock Options Help the Best Firms Do Even Better? *British Journal of Industrial Relations*, 54(1), 55-82. doi: <https://doi.org/10.1111/bjir.12135>
- Blasi, J; Kruse, D. y Bernstein, A. (2003). *In the company of owners*, New York, USA: Basic Books.
- Bradley, K. y Gelb, A. (1981) Motivation and control in the Mondragon experiment. *British Journal of Industrial Relations*, 19, 211-231. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1467-8543.1981.tb01110.x>
- Bretos Fernández, I. (2015). Medición y visibilización de la Economía Social en el País Vasco. *REVES Revista Vasca de Economía Social*, 12, 7–34. doi: [10.1387/reves.15257](https://doi.org/10.1387/reves.15257).

- Bretos Fernández, I. y Morandeira Arca, J. (2016). La economía social ante la actual crisis económica en la comunidad autónoma del País Vasco. *REVESCO: revista de estudios cooperativos*, 122, 7-33. doi: http://dx.doi.org/10.5209/rev_REVE.2016.v122.52020
- Castelao-Caruana, M. E. (2018). El aporte de las cooperativas a las políticas públicas y el territorio. Un análisis de las mediciones estadísticas en Argentina. *Cooperativismo & Desarrollo*, 113(26). doi: <https://doi.org/10.16925/co.v26i113.2190>
- CCE, Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). Libro Verde. *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas: Autor
- Chiu, W. (2003) Employee stock ownership plans and organizational integration among workers in the People`s Republic of China. *Human Resource Management Review*, 13, 407-421. doi: [https://doi.org/10.1016/S1053-4822\(03\)00043-3](https://doi.org/10.1016/S1053-4822(03)00043-3)
- Coderre, F., Coto Moya, L., Correa Hernández, J. y Murua Mejorada, A. (s.f.). Imagen de las cooperativas de ahorro y préstamo: desarrollo de un instrumento de medida internacional, *Unircoop*, 3(1), 106-132.
- COM, Comisión Europea. (2010). *Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones plan de acción: derecho de sociedades europeo y gobierno corporativo – un marco jurídico moderno para una mayor participación de los accionistas y la viabilidad de las empresas*. Recuperado de: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/DOC/?uri=CELEX:52012DC0740&from=ES>, consultado el 24 de mayo de 2018.
- COM, Comisión Europea. (2018). *Los derechos de información, consulta y participación de los trabajadores*. Recuperado de: http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/es/displayFtu.html?ftuld=FTU_2.3.6.htm, consultado el 4 de junio de 2018.
- De Cárdenas, G. y Mora, A. (2012). *Visión panorámica del sector cooperativo en Costa Rica. Una larga historia del sector*. La Paz: OIT, Oficina de la OIT para los Países Andinos.
- Del Pino Artacho, J. y Bericat Alastuey, E. (1996). *Valores sociales en la cultura andaluza*. Madrid: Siglo XXI de España Editores S.A.
- Dirección de Estudios y Régimen Jurídico del Gobierno Vasco. (2017). *Sociómetro Vasco 64*. Recuperado de: http://www.euskadi.net/estudios_sociologicos, consultado el 19 de julio de 2017.

- Elzo, J. (2002). *Los Valores de los Vascos y Navarros ante el Nuevo Milenio*. Bilbao: Universidad de Deusto
- Forcadell Martínez, F. (2005). Democracia, cooperación y éxito: Implicaciones prácticas del caso de Mondragón. *Universia Business Review - Actualidad Económica*, 54-67.
- Freeman, R. y Bryson, A. (2017). Capitalismo compartido: convertir al trabajador en accionista para incentivarlo, *Harvard Business Review*.
- Freundlich, F. (2009). *Ownership across Generations: The Relationship between Age and Satisfaction with Cooperative Ownership in Mondragon*. Tesis. Harvard University.
- García Ferrando, M. y Ariño Villarroya, P. (1999) *Los Nuevos Valores de los Valencianos*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Gómez Samper, H. (2017). A los accionistas o al público: ¿a quiénes deben complacer las empresas? *Debates IESA*, 22, 1, pp. 5 – 11.
- Hendges, M. (2009). El cooperativismo como inclusión social, *REVES Revista Vasca de Economía Social*, 5, 69 – 88.
- Hernández Palomino, J., Espinoza Medina, J. y Aguilar Arellano, M. (2016). Diferencias entre los motivadores y los valores en el trabajo de empleados en empresas maquiladoras. *Contaduría y Administración*, 61, 58–83. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.cya.2015.09.003>
- INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2014). *Estimaciones y proyecciones de población distritales por sexo y grupo de edades 2000 – 2025*. Recuperado de: http://www.inec.go.cr/sites/default/files/documentos-biblioteca-virtual/reestimacionesdistritales_0.pdf, consultado el 12 de julio de 2016.
- INFOCOOP, Instituto de Fomento Cooperativo. (2012). *IV Censo Nacional Cooperativo*. San José, Costa Rica: INFOCOOP.
- Jaén García, M. (2017). Crisis económica y economía social. *REVESCO: revista de estudios cooperativos*, 126, 74–93. doi: <http://dx.doi.org/10.5209/REVE.58394>
- Jones, D. y Kalmi, P. (2008). *Trust, inequality and the size of co-operative sector: cross-country evidence*. Recuperado de: http://academics.hamilton.edu/economics/home/workpap/08_01.pdf

- Kruse, D. (2002). *Research evidence on prevalence and effects of employee ownership* The National Centre for Employee Ownership (NCEO). Testimonio presentado ante el Subcomité de Relaciones Empleado Empleador (the Subcommittee on Employer Employee Relations). Estados Unidos, 107º Congreso de la Cámara de Representantas, Washington, D.C.
- Kruse, D. y Blasi, J. (1999). Public opinión polls on employee ownership and profit sharing. *The Journal of Employee Ownership Law and Finance*, 11(3), 3-25.
- Li-Bonilla, F. y Sandoval, J.F. (2013). Importancia y aporte del sector cooperativo en el desarrollo humano: un análisis empírico para el caso costarricense. *Cooperativismo & Desarrollo*, 21(103), 9-17.
- Loyola-Idiakez, A. (2018). El paradigma comunitario del cooperativismo de Mondragón: mirar las raíces para repensar el futuro. *Cooperativismo y Desarrollo*, 113 (26). doi: [doi:https://doi.org/10.16925/co.v26i113.2188](https://doi.org/10.16925/co.v26i113.2188).
- Martínez-Carrasco Pleite, F. y Eid, M. (2017). El nivel de conocimiento y la reputación social de las empresas cooperativas. El caso de la Región de Murcia. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 91, 5-29.
- Masis Solano, P., Gómez Pescador, I. y Arzadun, P. (2016). Iniciativas sociales, económicas y ambientales: su impacto en la opinión de la base asociativa de una Cooperativa de Ahorro y Crédito de Costa Rica. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 86, 101 - 122.
- Pencavel, J., Pistaferri, L. y Schivardi, F. (2006). Wages, employment, and capital in capitalist and worker-owned firms. *Industrial and Labor Relations Review*, 60(1), 23-44. doi: <https://doi.org/10.1177/001979390606000102>
- Pizzi, A. (2008). Empresas y fábricas recuperadas. Experiencias de autogestión en la Argentina. En R. Altuna, H. Grellier y E. Urteaga. (Coord.), *El Fenómeno Cooperativo en el Mundo*. Gipuzkoa: Mondragon Unibertsitateko Zerbitzu Editoriala.
- Pruden, D. y Vavra, T. (2004). Controlling the grapevine. How to measure and manage Word of mouth. *Marketing management*, 56, 25-30.
- Somavia, J. (2004). *Cooperatives for a Fair Globalisation: Creating opportunities for everyone*. Discurso de International Labour Office (ILO) en la sesión 82 de Cooperación Internacional de ICA.

- Torres Fragosa, J. y Luna Espinoza, I. (2017). Evaluación de la percepción de la calidad de los servicios bancarios mediante el modelo SERVPERF. *Contaduría y Administración*, 62, 1270 – 1293. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.cya.2016.01.009> 0186-1042
- Tortia, E. (2008). Worker well-being and perceived fairness: survey-based findings from Italy. *The Journal of Socio-Economics*, 37, 2080-2094. doi: <https://doi.org/10.1016/j.socec.2007.10.005>
- Trincheró, H. (2004). *Las empresas recuperadas en la Argentina Informe del segundo relevamiento del Programa Facultad Abierta (SEUBE – Facultad de Filosofía y Letras – UBA)*. Programa UBACyT de Urgencia Social F-701 de Transferencia Científico-Técnica con Empresas Recuperadas por sus trabajadores
- Webb, T., Benander, L., Cirillo, L., Lagier, C. y Aljuwani, S. (2005). *Do marketing and membership programs featuring a cooperative advantage drive successful business outcomes?* MA, Estados Unidos de América: The Cooperative Development Institute, National Cooperative Bank, Greenfield.
- Zevallos, E. (2013). *Agenda de competitividad para la Región Huetar Norte: Caracterización Socioeconómica de la Región Huetar Norte*. Recuperado de: <https://www.municipal.gov.cr/Documentos/NuestraMunicipalidad/Caracterizaci%C3%B3n%20Socioecon%C3%B3mica%20de%20la%20Regi%C3%B3n%20Huetar%20Norte.pdf>, consultado el 21 de julio de 2017.