

Percepción de la identidad y cultura cooperativa en Conacoop desde las cooperativas de base y sus colaboradores*

Perception of identity and cooperative culture in Conacoop starting from core cooperatives and their collaborators

Federico LI BONILLA**

Resumen

En esta investigación de campo se analiza la percepción que las cooperativas de base y los colaboradores de Conacoop (Consejo Nacional de Cooperativas) tienen con respecto a la identidad y la cultura cooperativa de dicha organización. Para llevar a cabo el estudio, se utilizaron tres métodos analíticos con el programa Statistical Package for the Social Sciences (SPSS): la correlación, la regresión y la varianza de multivariados o glm. A cada uno de estos tres métodos de análisis corresponde una hipótesis diferente, aceptándose las tres hipótesis. Para realizar el trabajo de campo se aplicó un cuestionario con la escala de seis niveles, siendo las variables independientes la "Identidad cultural" y "Cultura". La confiabilidad del análisis según el Alfa de Cronbach, que es de 0,968, es muy alta.

Como resultados, el estudio arrojó el hallazgo de que las cooperativas y colaboradores perciben que Conacoop trabaja la identidad y cultura cooperativa; además, se da una diferencia significativa entre las cooperativas de ahorro y crédito y las demás cooperativas, así como una diferencia significativa entre la percepción que tienen los gerentes y los colaboradores en lo referente al tema de la cultura.

Palabras clave: cultura cooperativa, identidad cooperativa, gestión cooperativa, organizaciones cooperativas, análisis de correlaciones, de regresión y de varianza multivariada (GLM).

Abstract

In this research field we analyze the perception that primary cooperatives and employees of Conacoop (National Cooperative Council) have regarding the identity and the cooperative culture of such organization. To carry out the study they used three methods of analysis using SPSS: correlation, regression, and multivariate variance or glm. Each of these three methods of analysis corresponds with a different hypothesis, accepting the three scenarios. To carry out the fieldwork a six levels scale questionnaire was used the independent variables being the cultural identity and "Culture". The reliability of the analysis according to Cronbach's alpha, which is 0.968, is very high.

As a result, the study yielded the finding that cooperatives and employees perceive that Conacoop works out cooperative identity and culture; in addition, there is a significant difference between credit unions

* Comisión Nacional de Cooperativas, Costa Rica.

** Es encargado del programa y cátedra de Administración de Empresas con énfasis en Cooperativas y Asociativas, e investigador de la Escuela Ciencias de la Administración (ECA), Universidad Estatal a Distancia (UNED), administrador y doctorante en Ciencias de la Administración. Correo electrónico: fli@uned.ac.cr

and other cooperatives, as well as a significant difference between the perceptions of managers and employees regarding the issue of culture.

Keywords: cooperative culture, cooperative identity, cooperative management, cooperative organizations, correlation analysis, regression and multivariate variance (glm).

Descriptores: C220 single equation models; single variables: time-series models; dynamic quantile regressions; C250 single equation models; single variables: discrete regression and qualitative choice models; discrete Regressors; C320 multiple or simultaneous equation models: time-series models; dynamic quantile regressions; dynamic quantile regressions; C890 data collection and data estimation methodology; computer programs: other; M540 personnel economics: labor management; Z190 cultural economics: other.

Recibido: 12 de diciembre del 2009 **Aceptado:** 8 de abril del 2010

Antecedentes y justificación

Antecedentes

El Consejo Nacional de Cooperativas¹ (Conacoop),² es el organismo rector³ del

movimiento cooperativo costarricense; le corresponde por ley la representación, así como proponer las políticas y velar por el sano desarrollo económico y social del sector cooperativo costarricense.

El nacimiento del Conacoop

Tras la promulgación de la Ley 4179, en el seno del Partido de Liberación Nacional, se comienza a hablar de crear una instancia autónoma para el fomento del cooperativismo, separada del Banco Nacional. Fue en 1971, cuando Danilo Jiménez, ministro de Trabajo del gobierno de José Figueres Ferrer, presentó un proyecto de ley para crear esa instancia, de forma tal que el 20 de febrero de 1973, mediante la Ley 5185 —que reformó a la 4179—, se crearon el Consejo Nacional de Cooperativas (Conacoop) como un organismo privado

¹ http://www.infocoop.go.cr/organismos_cooperativos/CONACOOOP.html, consultado el 17 de septiembre del 2009.

² “El Conacoop es un organismo de delegados del sector cooperativo con personería jurídica propia y con carácter de ente público no estatal; condición que le es atribuida por la Ley 6756, y sus reformas, del 7 de mayo de 1982, que es precisamente la ley especial que le confiere el carácter indicado.

Por su parte, la Ley General de la Administración Pública vigente, en su artículo primero establece que la Administración Pública estará constituida por el Estado y los demás entes públicos, cada uno con personalidad jurídica y capacidad de derecho público y privado.

La Ley General citada permite incluir al Conacoop, como ente público no estatal, dentro del concepto de Administración Pública, al no distinguirse expresamente entre entes públicos estatales y no estatales. Dictamen: 023 del 08/02/1996 Dr. Román Solís Zelaya procurador fiscal”. Recuperado el 17 de setiembre del 2009 de: http://www.pgr.go.cr/scij/busqueda/normativa/pronunciamento/pro_repartidor.asp?param1=PRD¶m6=1&nDictamen=6391&strTipM=T

³ El artículo 136 de la Ley de Asociaciones —Ley 4179 del 22 de agosto de 1968 y sus reformas— que le otorga la naturaleza jurídica a Conacoop: “Artículo 136.- El Consejo Nacional de Cooperativas, cuyo nombre podrá abreviarse ‘Conacoop’, es un organismo de delegados del sector cooperativo, que elige a los representantes del movimiento en la Junta Directiva del Instituto, vigila su actuación y da normas sobre la política a seguir. Tendrá personería jurídica propia con carácter de ente público no estatal. Se financiará hasta con el 2% de los excedentes

líquidos de las cooperativas, al cierre de cada ejercicio económico y con los recursos que puedan adquirir por diferentes vías. En el caso de cooperativas que formen parte de una unión o federación el aporte será del 1%. El 1% restante lo recibirán las uniones y federaciones para el fomento de nuevas cooperativas. Las cooperativas de autogestión se regirán por lo dispuesto en el artículo 114 de esta ley”.

y el Instituto de Fomento Cooperativo (Infocoop). Posteriormente, en 1982, el Conacoop modificó su naturaleza jurídica, adquiriendo su carácter de “ente público no estatal” —sujeto a control público—, mediante la Ley 6756, que creó los modelos de autogestión.

Es de esa manera como nace el Conacoop que hoy tenemos, máxima instancia de integración, defensa y representación de las cooperativas en Costa Rica. Su instalación fue el 13 de mayo de 1973, en una asamblea realizada en el auditorio de la Asociación Nacional de Educadores (Ande). Fue allí donde se eligió al primer directorio y sus primeros representantes ante el Infocoop.

En cuanto a su organización, el Conacoop está conformado por un plenario de 77 directores, diez directivos representantes de cada sector, elegidos en sus respectivas Sesiones Plenarias de las Asambleas Sectoriales, Agrícola Industrial, Autogestión y demás giros de las cooperativas que lo integran. A su vez, dicho plenario está conformado por las federaciones y uniones de ámbito nacional.

El plenario debe sesionar ordinariamente una vez cada tres meses y extraordinariamente cuando sea convocado por su presidente o por diez delegados(as) propietarios(as). El Plenario del Conacoop nombra de su seno al directorio, por un periodo de dos años, el cual debe estar compuesto por un presidente, un vicepresidente, un secretario y dos vocales. También se elegirán tres suplentes por cada sector de los que integran el plenario. Así mismo, éste es el encargado de elegir al secretario ejecutivo, el cual tiene la

representación judicial y extrajudicial del Consejo Nacional de Cooperativas.

El Conacoop tiene representación en Infocoop, con tres directores de los siete que conforman el Consejo Directivo del Instituto de Fomento Cooperativo. Sobre lo expuesto don Rigoberto Sánchez⁴ acota:

También le corresponde al Directorio nombrar un secretario ejecutivo, el cual debe, junto con el equipo de trabajo del Conacoop, ejecutar los acuerdos del plenario y del directorio. Al final de la cadena, desde el presidente del directorio hasta el equipo de trabajo, el espíritu que mueve al Conacoop es la solidaridad con las cooperativas del país, y es en función de ellas que trabaja esta institución de representación y defensa política.

Justificación

En esta época de incertidumbre por la posglobalización, en la que se han destruido y deslocalizado puestos de trabajo, tanto en el nivel internacional como nacional, Conacoop, como ente rector del sector cooperativo costarricense, está llamado a fortalecer la identidad cooperativa, a partir de la cual se define la creación de las cooperativas como una manera de hacer negocios y de distribuir sus ganancias. Sin embargo, cuando la identidad cooperativa y, por ende, la cultura organizacional, se desvían de su principio cooperativo, se generan problemas en las empresas cooperativas. Esto fue precisamente lo que sucedió

⁴ Secretario Ejecutivo de Conacoop, entrevista realizada el 17 de setiembre del 2009.

en los años ochenta, cuando quebraron cooperativas de ahorro y crédito, de vivienda, así como bancos cooperativos. En todos los casos, la quiebra sobrevino por haberse desviado de su identidad y cultura cooperativa. Actualmente, y pese a las experiencias acumuladas en el movimiento cooperativo, se empiezan a ver ejemplos de cooperativas, cuya manera de realizar negocios dista de la identidad cooperativa y cultura cooperativa.

Entonces, surge en el Conacoop, como ente rector de las políticas cooperativas, el interés de saber si a lo interno se percibe que hay una identidad y cultura cooperativa, y más aún, si los miembros del plenario la emulan o no. En virtud de lo anterior, la investigación propuesta es un estudio de la *Percepción de la identidad y cultura cooperativa en Conacoop desde sus cooperativas de base y sus colaboradores*. Se desea encontrar la relación de la cultura e identidad cooperativa tanto en la institución como en sus cooperativas de base (plenario) y determinar si las políticas que se toman en Conacoop se cumplen y si son, además, las acertadas para mejorar el desarrollo del movimiento cooperativo costarricense.

Meta, objetivos y preguntas del proyecto

Meta

La meta de esta investigación es identificar cuáles son los factores que influyen en la percepción de la identidad y cultura cooperativa tanto en los colaboradores de Conacoop, como en los integrantes del plenario.

Objetivos

General: analizar cuáles son los factores que identifican a una organización cooperativa con la identidad y la cultura cooperativa, en Conacoop.

Específicos:

- Correlacionar si entre los miembros del plenario y el Consejo Nacional de Cooperativas se da la identidad y cultura cooperativa.
- Identificar cuáles son las características para una cultura e identidad cooperativa.
- Explicar el comportamiento de las políticas de Conacoop sobre el movimiento cooperativo costarricense.

Preguntas por responder

Pregunta central: ¿cuáles son los factores que debe cumplir una organización cooperativa para tener una identidad y cultura cooperativa?

Preguntas específicas:

- ¿Existe una relación entre la identidad y cultura cooperativa, entre Conacoop y sus miembros del plenario?
- ¿Cuáles son las características que debe tener una organización para que tenga una identidad y cultura cooperativa?
- ¿Las políticas de Conacoop son efectivas para que se dé la identidad cooperativa y la cultura cooperativa en el cooperativismo de Costa Rica?

Método

Enfoque y diseño de la investigación

En esta investigación se realizará el análisis multivariable, transversal, no

experimental. No hay pretest ni postest; además, no se cuenta con grupo de control y se analizarán tres subgrupos: los colaboradores, el Consejo de Administración y la plenaria de Conacoop.

Entre las variables independientes están: el giro cooperativo que representan los diferentes miembros del plenario, la zona donde residen, y los principios y valores cooperativos. Como variables dependientes están: las acciones que se llevan a cabo para ser consecuentes, el número de personas a las que transmiten dichas acciones y si esto está o no contemplado en el plan estratégico de negocio de la organización cooperativa, entre otros.

En cuanto a las relaciones hipotéticas de la pregunta central tenemos lo siguiente:

- Las políticas, estrategias y planes de desarrollo de Conacoop, en relación con la identidad y cultura son percibidas por los interesados.
- Se da capacitación a sus colaboradores y al menos a las cooperativas que están asociadas a Conacoop.
- El giro cooperativo tiene un efecto significativo con la identidad cooperativa.

Las variables que se relacionan con los planteamientos hipotéticos, se abarcarían así:

Tabla 1. Variables dependientes

Variable dependiente	Desglose	Fuente
Políticas, estrategias y planes de desarrollo por fomento de identidad y cultura cooperativa.	Materiales didácticos. Acciones de difusión. Políticas. Acuerdos del plenario. Concientización de los interesados.	Informes de labores del 2006 al 2009. Personas encuestadas.
Giro o actividad cooperativa.	Ponen en práctica los principios y filosofía cooperativa.	Informe de labores del 2006 al 2009. Personas encuestadas.

Fuente: el autor

Tabla 2. Variables independientes

Variable independiente	Desglose	Fuente
Características demográficas de los encuestados.	Edad. Género. Nivel de educación. Puesto. Lugar de residencia.	Personas encuestadas.
Capacitación.	Sabe que los dan. Los ha recibido. Los sociabiliza.	Personas encuestadas.

(Cont.)

Variable independiente	Desglose	Fuente
Directrices de Conacoop.	Dan lineamientos. Controlan que se ejecuten los mandatos. Consideran importante fomentar la identidad y la cultura cooperativa.	Informes de labores del 2006 al 2009. Personas encuestadas.

Fuente: el autor

Sujetos de encuesta, cronograma y lugar

Para una población de 110 personas y considerando un nivel de confianza del 95% (el “zeta alfa medios” es 1,96), una probabilidad de éxito del 95% —empleamos el criterio de las proporciones en vista de que no contamos con otra información para calcular el tamaño de muestra— y un tamaño de muestra de 100 personas, el margen de error sería de un 1,29 %, tal como se muestra al desarrollar la fórmula siguiente:

$$n = \frac{p(1-p)}{\frac{e^2 p(1-p)}{z^2 N}}$$

Donde: n: tamaño de la muestra.
Z: zeta alfa medios.
P: probabilidad de éxito.
E: error de muestreo.
N: tamaño de la población.

$$N = 0,05(0,95) \\ (0,0129)^2 + 0,05(0,95) \\ (1,96)^2 110 \\ n = 100 \text{ personas}$$

El margen de error es de 1,29%, es decir, sumamente bajo y más que aceptable para una muestra. Recordemos que

el margen de error aceptable en Ciencias Sociales es del 5%. El tamaño de la muestra es de 100 personas por entrevistar de manera aleatoria simple, teniendo un margen de reemplazo de diez personas.

Procedimiento de la investigación y recolección de los datos

La recolección de los datos se llevará a cabo en el edificio cooperativo en San Pedro de Montes de Oca y en las diferentes cooperativas distribuidas a lo largo y ancho del país. Primeramente, se realizará un plan piloto con veinte personas que integran Conacoop, a fin de probar el test que se aplicará. El instrumento con las correcciones realizadas, se procederá a su aplicación, esperando que no tome más de 20 minutos. Como acuerdo estratégico, Conacoop pondrá a disposición un total de tres personas para ayudar en la recolección de los datos.

Descripción de los instrumentos para la recolección de los datos

Se utilizará un cuestionario que consta de cuarenta preguntas repartidas en once páginas. Las primeras seis preguntas son de selección única, con sus respectivas casillas de respuestas para cada pregunta. Las preguntas que van de la séptima

hasta la cuarentava tienen seis opciones para contestar.

La séptima pregunta tiene seis opciones de respuesta que se presentan a continuación:

1. Muy triste
2. Algo triste
3. Normal
4. Algo feliz
5. Muy feliz
6. No deseo contestar esta pregunta

A partir de la octava pregunta, cada ítem ofrece seis opciones para responder:

1. Muy de acuerdo
2. Algo de acuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. Algo en desacuerdo
5. Muy en desacuerdo
6. No deseo contestar esta pregunta

El entrevistado, de acuerdo con su propio razonamiento, deberá elegir la opción que considere pertinente. Las preguntas están diseñadas para sondear la comprensión y conocimiento de la identidad y cultura cooperativa.

Descripción de los análisis por utilizar

Se analizará si un giro en especial tiene mayor participación en la toma de decisiones: además, para el análisis de los datos recolectados se empleará el software SSPS, con el cual se calcularán los diferentes valores estadísticos como correlaciones, regresiones y análisis multivariados que ayuden a responder las hipótesis planteadas.

Análisis y descripción de resultados

Análisis de las preguntas

La N de la muestra es 100, siendo para las preguntas:

- Sec.2.10: conoce si en el plan estratégico de Conacoop se tiene previsto concientizar sobre cultura e identidad cooperativa, N=86.
- Sec.2.11: es consecuente el directorio de Conacoop con la identidad y cultura cooperativa, N=89.
- Sec.2.14: incorpora el directorio de Conacoop, los mandatos del plenario nacional, N=87.
- Sec.2.16: la normatividad de Conacoop está adecuada a las necesidades actuales, N=88.
- Sec.2.19: existen mecanismos de evaluación para la identidad cooperativa, N=89.
- Sec.2.21: se visitan con regularidad las cooperativas, N=89.
- Sec.2.24: me siento orgulloso de ser parte de Conacoop, N=88.
- Sec.2.31: formar parte de Conacoop ha contribuido a mejorar el bienestar de los interesados, N=88.
- Sec.2.32: en Conacoop se promueve la cultura cooperativa, N=89.
- Sec.2.33: Conacoop se preocupa por instaurar la identidad y cultura cooperativa, N=89.

En las demás preguntas del cuestionario el N es superior a 90, lo que nos da un N válido de 74.

En relación con la *curtosis*, que en teoría de la probabilidad y estadística

corresponde a una medida de la forma o apuntamiento de las distribuciones, las medidas de curtosis —también llamadas de apuntamiento o de concentración central— tratan de estudiar la mayor o menor concentración de frecuencias alrededor de la media y en la zona central de la distribución (<http://es.wikipedia.org/wiki/Curtosis>).

El estadístico de las diferentes curtosis de las preguntas muestra una variación de entre 11,860 y -1,368, con una tendencia negativa. Evaluando los valores de:

- **Asimetría:** se establece que la mayoría de valores están a la derecha de la media, es decir, las opciones.
- **Curtosis:** las respuestas muestran una distribución platicúrtica, es decir que existe un reducido número de observaciones cercanas a la media.

Análisis de componentes principales

Análisis de confiabilidad

El nivel de fiabilidad de las escalas utilizadas para el presente estudio fue determinado mediante un análisis factorial y el Modelo Alfa de Cronbach. Con base en los elementos tipificados, se puede observar que el nivel de confianza de las escalas utilizadas es del 96,8%, (ver tabla 45), lo que nos da una certeza y satisfacción sobre la consistencia de las diferentes preguntas del cuestionario.

En cuanto a la confianza del instrumento aplicado para determinar la percepción sobre la identidad y cultura cooperativa, hay que tomar en cuenta que todo análisis del Alfa de Cronbach que sea menor al 70% ó 0,7 no se debe considerar confiable.

Tabla 3. Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,968	9

Fuente: resultados obtenidos con el SPSS

De las respuestas del cuestionario (tabla 46) sólo se consideran válidos N: 84, excluyendo dieciséis casos.

Tabla 4. Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	84	84,0
	Excluidos(a)	16	16,0
	Total	100	100,0

a: eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Fuente: resultados obtenidos con el SPSS

En relación con los análisis de confiabilidad de los constructos, todos tienen una fiabilidad no menor a 96,3% como se aprecia en la tabla 47, lo cual igualmente nos da una certeza sobre los datos que se van a obtener, ya que ellos son superiores al 70% ó 0,7 en el Alfa de Cronbach.

Tabla 5. Confiabilidad de los constructos

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Identidad Cultura	43,8690	459,224	,884	,963
Políticas	43,1548	465,554	,896	,963
Cultura	43,1548	464,301	,865	,964
Mandato objetivos	43,5595	465,551	,805	,966
Norma tidenti fomento	43,3333	464,153	,879	,963
Vimiapoyo	40,5595	415,334	,902	,964
Orgulloso feliz	43,8929	447,711	,832	,965
Acciones politidentidad	43,2976	458,718	,892	,962
Convocan bienestar	43,6548	461,988	,867	,963

Fuente: resultados obtenidos con el SPSS

Análisis de factores

Se analizan todas las variables partiendo de la certeza de los principios entre las variables. Así, el análisis factorial o KMO no debe ser inferior a 0,6, siendo esta cifra el mínimo aceptable. La medida de Kaiser-Meyer-Olkin de esta investigación es de 0,864 (ver tabla 49), con una significancia del 0,000, lo cual es muy significativo.

Tabla 6. KMO y prueba de Bartlett

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin		,864
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	2.293,514
	Gl	561
	Sig,	,000

Fuente: resultados obtenidos con el SPSS

El análisis factorial ayuda a eliminar variables redundantes o aquellas que no tengan similitud. Para esto el SPSS realiza cuatro fases, a saber:

- Buscar cómo varían en su conjunto las variables.
- Extraer el número concreto de factores.
- Rotación del resultado para facilitar su comprensión.
- Analizar los valores nuevos dentro del contexto transformado.

En los valores medios y la desviación estándar para cada factor o variable, siendo que la mayoría se encuentra en 1 y 2, y unos pocos en 3, esto significa lo siguiente:

- 1= muy de acuerdo.
- 2= poco de acuerdo.
- 3= ni de acuerdo o en contra.

Con base en lo anterior, el investigador concluye que hay una percepción de la identidad y cultura cooperativa en Conacoop.

En la tabla 6, se presenta la varianza total explicada, por lo cual se ubica por orden de importancia los seis constructos (variables) y se observa que los seis

primeros elementos de los posibles 34 explican el 71,75% de la variancia. Al primer componente corresponde el mayor

grado de aporte al proceso evaluado con una variancia del 46,85%.

Tabla 7. Varianza total explicada

Compo- nente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	15,928	46,846	46,846	15,928	46,846	46,846	10,206	30,018	30,018
2	2,427	7,139	53,985	2,427	7,139	53,985	5,260	15,472	45,490
3	2,053	6,039	60,025	2,053	6,039	60,025	3,312	9,742	55,232
4	1,484	4,366	64,391	1,484	4,366	64,391	2,666	7,841	63,073
5	1,294	3,807	68,198	1,294	3,807	68,198	1,486	4,372	67,445
6	1,207	3,549	71,747	1,207	3,549	71,747	1,463	4,302	71,747
7	,950	2,794	74,541						
8	,886	2,607	77,148						
9	,841	2,474	79,622						
10	,808	2,377	81,999						
11	,762	2,241	84,240						
12	,684	2,011	86,251						
13	,607	1,786	88,037						
14	,532	1,563	89,600						
15	,475	1,397	90,997						
16	,424	1,247	92,244						
17	,324	,953	93,198						
18	,314	,924	94,122						
19	,272	,801	94,923						
20	,231	,680	95,603						
21	,223	,655	96,258						
22	,203	,597	96,855						
23	,168	,495	97,349						
24	,140	,413	97,762						
25	,135	,397	98,159						
26	,126	,372	98,531						
27	,108	,318	98,849						
28	,087	,256	99,105						
29	,070	,206	99,311						
30	,068	,201	99,512						
31	,054	,157	99,669						

(Cont.)

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
32	,048	,141	99,810						
33	,045	,132	99,943						
34	,020	,057	100,000						

Método de extracción: análisis de componentes principales
Fuente: resultados obtenidos con el SPSS

Correlaciones

Al comprobar la hipótesis correlacional (H_1) en función de las variables continuas y de las discretas, se procede como sigue.

Análisis de variables continuas (utilizando Pearson)

Se consideran las nueve variables (constructos realizados) continuas y se observa que la matriz de correlaciones para

los valores cuyo nivel de significancia es menor que 0,05 tendrán una alta y significativa correlación, mientras que los valores mayores o iguales que 0,05 no tendrán ninguna correlación. El resultado obtenido es de una significancia 0,01 de manera bilateral, lo cual nos confirma una alta correlación entre los constructos, siendo N consistente en 87 observaciones.

Tabla 8. Correlaciones de los constructos

		Identidad Cultura	Políticas	Cultura	Mandato objetivos	Norma tidentifomento	Vimi apoyo	Orguloso feliz	Acciones politidentidad	Convocan bienestar
Identidad Cultura	Correlación de Pearson	1	,753(**)	,738(**)	,698(**)	,854(**)	,811(**)	,797(**)	,811(**)	,870(**)
	Sig. (bilateral)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	89	87	87	87	88	89	87	89	87
Políticas	Correlación de Pearson	,753(**)	1	,872(**)	,754(**)	,812(**)	,826(**)	,779(**)	,817(**)	,789(**)
	Sig. (bilateral)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	87	91	87	87	87	87	86	91	86
Cultura	Correlación de Pearson	,738(**)	,872(**)	1	,691(**)	,789(**)	,832(**)	,773(**)	,797(**)	,708(**)
	Sig. (bilateral)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	87	87	88	86	87	87	86	88	86
Mandato objetivos	Correlación de Pearson	,698(**)	,754(**)	,691(**)	1	,729(**)	,777(**)	,676(**)	,750(**)	,673(**)

(Cont.)

		Identidad Cultura	Políticas	Cultura	Mandato objetivos	Norma tidenti fomento	Vimi apoyo	Orguloso feliz	Acciones politi- den- tidad	Convocan bienestar
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	87	87	86	87	87	87	86	87	86
Norma tidenti fomento	Correlación de Pearson	,854(**)	,812(**)	,789(**)	,729(**)	1	,836(**)	,713(**)	,803(**)	,794(**)
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	88	87	87	87	88	88	87	88	87
Vimiapoyo	Correlación de Pearson	,811(**)	,826(**)	,832(**)	,777(**)	,836(**)	1	,725(**)	,870(**)	,799(**)
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	89	87	87	87	88	89	87	89	87
Orguloso feliz	Correlación de Pearson	,797(**)	,779(**)	,773(**)	,676(**)	,713(**)	,725(**)	1	,717(**)	,833(**)
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	87	86	86	86	87	87	87	87	86
Acciones politi identidad	Correlación de Pearson	,811(**)	,817(**)	,797(**)	,750(**)	,803(**)	,870(**)	,717(**)	1	,781(**)
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	89	91	88	87	88	89	87	95	87
Convocan bienestar	Correlación de Pearson	,870(**)	,789(**)	,708(**)	,673(**)	,794(**)	,799(**)	,833(**)	,781(**)	1
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	87	86	86	86	87	87	86	87	87

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

Fuente: resultados obtenidos con el SPSS

En cuanto a los resultados obtenidos, como se dijo, es significativa al nivel de 0,01. La correlación de Pearson dio mayor a 0,700 entre todos los constructos, además de una significancia de 0,000.

Hipótesis de correlación

H_1 = Un aumento en la (Identidad Cultura) promoción de la cultura cooperativa y el instaurar la identidad y cultura cooperativa se asocian con aumentos

en la visión, misión y los valores cooperativos y que las cooperativas soliciten apoyo; así como que las cooperativas y sus colaboradores se integren para alcanzar determinada política, y contribuir al bienestar de los interesados; así como que las normativas sean las adecuadas, se percibe que Conacoop fomenta la identidad cooperativa.

De la tabla 8, se infiere que se da una correspondencia alta mayor a 0,700 y

una significancia de 0,000, la correlación fue evaluada usando la correlación Identidad Cultura (Pearson) contra las demás. En la figura 1 se aprecian las correlaciones

de los diferentes constructos con el constructo Identidad Cultura, en el que todas las correlaciones son superiores a 0,700 con una significancia > 0,05.

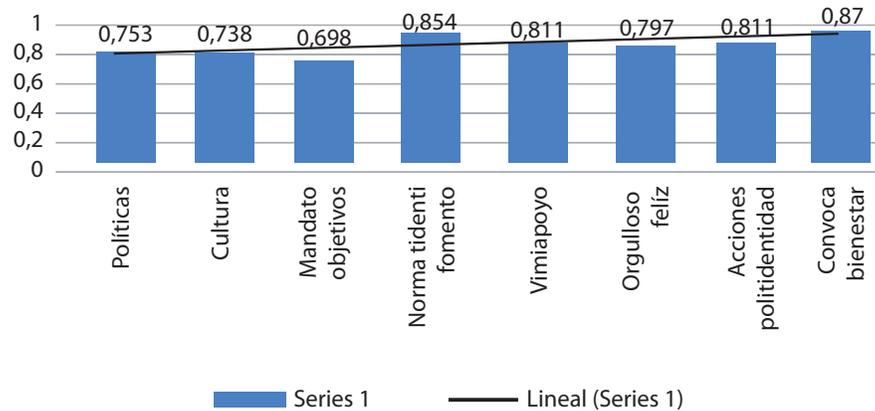


Figura 1. Correlaciones con la variable Identidad Cultura
Fuente: el autor

Regresión múltiple

En la tabla 9, podemos ver que el Coeficiente de correlación del modelo múltiple es de 0,927, lo que representa una alta

correlación. El coeficiente de determinación R^2 de 0,86 nos muestra una fuerza de la asociación muy alta.

Tabla 9. Resumen del modelo (b)

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación	Durbin-Watson
1	,927(a)	,860	,845	1,11469	1,988

a Variables predictoras: (Constante), convocan bienestar, mandato objetivos, Cultura, norma tidenti fomento, Orgulloso feliz, acciones políticas identidad, Políticas, Vimiapoyo

b Variable dependiente: Identidad Cultura

Fuente: resultados obtenidos con el SPSS

El modelo de regresión es altamente significativo, es decir, la pendiente de la recta es diferente de 0 como se puede ver

en la tabla 10 (ANOVA). Lo anterior se aprecia en la tabla 10:

Tabla 10. ANOVA (b)

Modelo		Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	572.762	8	71.595	57.620	,000(a)
	Residual	93.190	75	1.243		
	Total	665.952	83			

a Variables predictoras: (Constante), convocan bienestar, mandato objetivos, Cultura, norma tidenti fomento, Orgulloso feliz, acciones políticas de identidad, Políticas, Vimiapoyo

b Variable dependiente: Identidad Cultura.

Fuente: resultados obtenidos con el SPSS

Coefficientes Beta del modelo de regresión lineal múltiple.

Tabla 11. Coeficientes (a)

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.	Intervalo de confianza para B al 95%	
		B	Error típ.	Beta			Límite inferior	Límite superior
1	(Constante)	-,075	,299		-,253	,801	-,671	,520
	Políticas	-,288	,118	-,268	-2,449	,017	-,523	-,054
	Cultura	,027	,110	,027	,250	,803	-,191	,246
	Mandato objetivos	-,023	,075	-,023	-,305	,761	-,173	,127
	Norma tidenti fomento	,353	,094	,339	3,760	,000	,166	,540
	Vimiapoyo	,012	,080	,016	,146	,884	-,148	,171
	Orgulloso feliz	,224	,078	,260	2,866	,005	,068	,379
	Acciones política de identidad	,308	,100	,308	3,091	,003	,110	,507
	Convocan bienestar	,343	,101	,340	3,383	,001	,141	,545

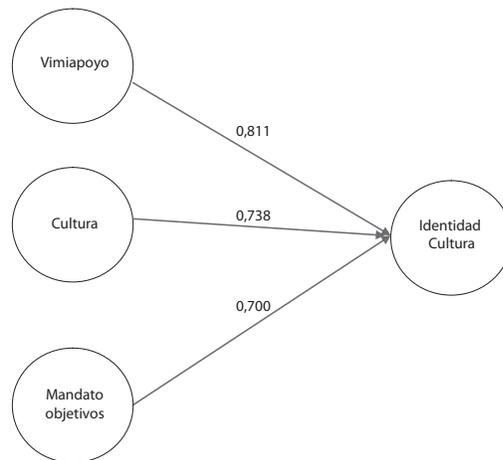
a Variable dependiente: Identidad Cultura

Fuente: resultados obtenidos con el SPSS

El modelo Stepwise identificó la variable Vimiapoyo como el mejor predictor de la Identidad Cultural, con β de 0,016, seguido por mandato objetivos con un β de -0,023 terminando con un β de 0,027 de cultura.

Hipótesis de la regresión H_2

H_2 = un aumento en la Identidad Cultural predice de forma significativa el aumento de Vimiapoyo, de cultura y en mandato objetivos, siendo el resto de los factores irrelevantes; esta hipótesis fue evaluada usando análisis de regresión múltiple (método Stepwise).



$R^2 = 0,86$, $F(57,620) = 83$, $p < 0,01$

Figura 2.

Fuente: elaboración propia

Un aumento de 1 en la variable independiente nos da un aumento de x (0,881; 0,738; 0,700) en la variable dependiente.

Análisis de variancia multivariados o GLM

Se realizó un análisis factorial 3X2 para determinar si los factores género, giro_coop y puesto tienen influencia sobre dos variables dependientes.

Factores intersujetos

Tabla 12. Factores intersujetos

		Etiqueta del valor	N
Sec1.2 Género	1	Masculino	54
	2	Femenino	30
giro_coop Giro cooperativo	2	Ahorro y Crédito	38
	5	Conacooop	12
	15	Otros	34
Sec.1.4 Puesto	1	Colaborador	30
	2	Gerente	14
	3	Director de cooperativa	10
	4	Otro	30

Lo deseable es que el N sea mayor de 10

Fuente: resultados obtenidos con el SPSS

Estadísticos descriptivos

A efecto de analizar la media y la desviación estándar de cada variable dependiente, para este estudio la Identidad Cultural y cultura por género, giro_coop y puesto, por cada variable independiente, como se ve en la siguiente tabla 13.

Tabla 13. Estadísticos descriptivos

	Sec1.2 Género	giro_coop Giro cooperativo	Sec.1.4 Puesto	Media	Desv. típ.	N
Identida Cultura	1 Masculino	2 Ahorro y Crédito	1 Colaborador	7,4545	2,87623	11
			2 Gerente	2,0000	,00000	2
			3 Director de cooperativa	2,5000	1,00000	4
			4 Otro	3,1429	1,57359	7
			Total	4,9167	3,18852	24
		5 Conacoop	1 Colaborador	4,2500	1,70783	4
			2 Gerente	4,0000	,	1
			4 Otro	3,0000	1,41421	2
			Total	3,8571	1,46385	7
		15 Otros	1 Colaborador	3,6667	1,52753	3
			2 Gerente	3,1429	1,06904	7
			3 Director de cooperativa	5,6667	4,04145	3
			4 Otro	5,2000	2,69979	10
			Total	4,4348	2,46477	23
		Total	1 Colaborador	6,1111	2,94836	18
	2 Gerente		3,0000	1,05409	10	
	3 Director de cooperativa		3,8571	2,96808	7	
	4 Otro		4,2105	2,39395	19	
	Total		4,5741	2,70291	54	
	2 Femenino	2 Ahorro y Crédito	1 Colaborador	6,1667	4,21505	6
			2 Gerente	4,0000	,	1
			3 Director de cooperativa	2,0000	,	1
			4 Otro	5,1667	3,37145	6
			Total	5,2857	3,53942	14
5 Conacoop		1 Colaborador	4,7500	1,70783	4	
		4 Otro	2,0000	,	1	

(Cont.)

	Sec1.2 Género	giro_coop Giro cooperativo	Sec.1.4 Puesto	Media	Desv. típ.	N
Total	15 Otros	Total	Total	4,2000	1,92354	5
			1 Colaborador	7,5000	6,36396	2
			2 Gerente	2,6667	1,15470	3
			3 Director de cooperativa	6,0000	4,24264	2
			4 Otro	3,7500	1,25831	4
			Total	4,5455	3,17376	11
		Total	1 Colaborador	5,9167	3,67939	12
			2 Gerente	3,0000	1,15470	4
			3 Director de cooperativa	4,6667	3,78594	3
			4 Otro	4,3636	2,69343	11
			Total	4,8333	3,13031	30
	2 Ahorro y Crédito	Total	1 Colaborador	7,0000	3,33542	17
			2 Gerente	2,6667	1,15470	3
			3 Director de cooperativa	2,4000	,89443	5
			4 Otro	4,0769	2,66025	13
			Total	5,0526	3,27932	38
		5 Conacooop	1 Colaborador	4,5000	1,60357	8
			2 Gerente	4,0000	,	1
			4 Otro	2,6667	1,15470	3
			Total	4,0000	1,59545	12
		15 Otros	1 Colaborador	5,2000	3,96232	5
			2 Gerente	3,0000	1,05409	10
			3 Director de cooperativa	5,8000	3,56371	5
			4 Otro	4,7857	2,42356	14
			Total	4,4706	2,66555	34
		Total	1 Colaborador	6,0333	3,20004	30

(Cont.)

	Sec1.2 Género	giro_coop Giro cooperativo	Sec.1.4 Puesto	Media	Desv. típ.	N
			2 Gerente	3,0000	1,03775	14
			3 Director de cooperativa	4,1000	3,03498	10
			4 Otro	4,2667	2,46259	30
			Total	4,6667	2,84683	84
Cultura	1 Masculino	2 Ahorro y Crédito	1 Colaborador	8,3636	2,73030	11
			2 Gerente	2,0000	,00000	2
			3 Director de cooperativa	4,0000	1,63299	4
			4 Otro	4,8571	3,13202	7
			Total	6,0833	3,36112	24
		5 Conacoop	1 Colaborador	4,2500	1,25831	4
			2 Gerente	4,0000	,	1
			4 Otro	5,0000	,00000	2
			Total	4,4286	,97590	7
		15 Otros	1 Colaborador	3,3333	1,15470	3
			2 Gerente	4,8571	1,46385	7
			3 Director de cooperativa	6,3333	4,16333	3
			4 Otro	5,9000	2,68535	10
			Total	5,3043	2,47597	23
		Total	1 Colaborador	6,6111	3,16486	18
	2 Gerente		4,2000	1,68655	10	
	3 Director de cooperativa		5,0000	2,94392	7	
	4 Otro		5,4211	2,67324	19	
	Total		5,5370	2,80641	54	
	2 Femenino	2 Ahorro y Crédito	1 Colaborador	6,5000	3,14643	6
			2 Gerente	3,0000	,	1
			3 Director de cooperativa	2,0000	,	1

(Cont.)

	Sec1.2 Género	giro_coop Giro cooperativo	Sec.1.4 Puesto	Media	Desv. típ.	N
			4 Otro	4,8333	2,99444	6
			Total	5,2143	3,04274	14
		5 Conacoop	1 Colaborador	6,5000	1,91485	4
			4 Otro	2,0000	,	1
			Total	5,6000	2,60768	5
		15 Otros	1 Colaborador	6,0000	5,65685	2
			2 Gerente	4,0000	2,64575	3
			3 Director de cooperativa	5,0000	,00000	2
			4 Otro	4,0000	,81650	4
			Total	4,5455	2,33939	11
		Total	1 Colaborador	6,4167	2,90637	12
			2 Gerente	3,7500	2,21736	4
			3 Director de cooperativa	4,0000	1,73205	3
			4 Otro	4,2727	2,32770	11
	Total		5,0333	2,67148	30	
	Total	2 Ahorro y Crédito	1 Colaborador	7,7059	2,93182	17
			2 Gerente	2,3333	,57735	3
			3 Director de cooperativa	3,6000	1,67332	5
			4 Otro	4,8462	2,93956	13
			Total	5,7632	3,23356	38
5 Conacoop		1 Colaborador	5,3750	1,92261	8	
		2 Gerente	4,0000	,	1	
		4 Otro	4,0000	1,73205	3	
		Total	4,9167	1,83196	12	
15 Otros		1 Colaborador	4,4000	3,28634	5	
		2 Gerente	4,6000	1,77639	10	

(Cont.)

	Sec1.2 Género	giro_coop Giro cooperativo	Sec.1.4 Puesto	Media	Desv. típ.	N
			3 Director de cooperativa	5,8000	3,03315	5
			4 Otro	5,3571	2,43712	14
			Total	5,0588	2,42389	34
		Total	1 Colaborador	6,5333	3,01414	30
			2 Gerente	4,0714	1,77436	14
			3 Director de cooperativa	4,7000	2,58414	10
			4 Otro	5,0000	2,57307	30
			Total	5,3571	2,75350	84

Fuente: resultados obtenidos con el spss

Se infiere, en cuanto a la variable identidad cultura, que los hombres que pertenecen al giro de ahorro y crédito y del puesto colaborador son los que tienen la mayor media: 7,4545 y la desviación estándar de 2,87623, seguido luego por las mujeres de ahorro y crédito y también colaboradoras, con una media de 6,1667 y una desviación estándar de 4,21505.

En relación con la variable dependiente cultura, y en el caso del género masculino perteneciente al giro de ahorro y crédito, los colaboradores tienen una media de 8,3636 y una desviación estándar de 2,73030, seguidos por los hombres de la categoría “otros”, con

el puesto de director de cooperativas con media de 6,3333 y una desviación estándar de 4,16333. En el caso de las mujeres, la variable dependiente cultura arrojó que las de ahorro y crédito, con el puesto de colaboradoras, tienen media de 6,5000 y una desviación estándar de 3,14643, seguidas por las colaboradoras de Conacoop, con una media de 6,0000 y una desviación estándar de 5,65685.

Contrates multivariados

Se procede al análisis de los contrates multivariados, con el objeto de evidenciar la existencia o inexistencia de diferencias significativas entre las variables, presentando para ello la tabla siguiente:

Tabla 14. Contrastes multivariados

	Valor	F	GI de la hipótesis	GI del error	Significación	Eta al cuadrado parcial	Parámetro de no centralidad	Potencia observada(a)
Traza de Pillai	,130	1,457	6,000	126,000	,198	,065	8,740	,550
Lambda de Wilks	,871	1,473(b)	6,000	124,000	,193	,067	8,838	,555
Traza de Hotelling	,146	1,488	6,000	122,000	,188	,068	8,928	,560
Raíz mayor de Roy	,137	2,880(c)	3,000	63,000	,043	,121	8,641	,661

a Calculado con alfa = ,05; b Estadístico exacto; c El estadístico es un límite superior para la F el cual ofrece un límite inferior para el nivel de significación.

Fuente: resultados obtenidos con el SPSS

Sólo es significativo con la raíz mayor de Roy que es significativa a $0,043 < 0,05$.

Comparaciones múltiples

Puesto:

Tabla 15. Comparaciones múltiples

Variable dependiente		(I) Puesto	(J) Puesto	Diferencia entre medias (I-J)		Error típ.	Significación	Intervalo de confianza al 95%	
				Límite inferior	Límite superior			Límite inferior	Límite superior
Identidad Cultura	Bonferroni	1 Colaborador	2 Gerente	3,0333(*)	,85679	,005	,6993	5,3673	
			3 Director de cooperativa	1,9333	,96659	,299	-,6998	4,5665	
			4 Otro	1,7667	,68348	,072	-,0952	3,6286	
		2 Gerente	1 Colaborador	-3,0333(*)	,85679	,005	-5,3673	-,6993	
			3 Director de cooperativa	-1,1000	1,09601	1,000	-4,0857	1,8857	
			4 Otro	-1,2667	,85679	,866	-3,6007	1,0673	
			3 Director de cooperativa	1 Colaborador	-1,9333	,96659	,299	-4,5665	,6998

(Cont.)

Variable dependiente		(I) Puesto	(J) Puesto	Diferencia entre medias (I-J)		Error típ.	Significación	Intervalo de confianza al 95%	
				Límite inferior	Límite superior			Límite inferior	Límite superior
			2 Gerente	1,1000	1,09601	1,000	-1,8857	4,0857	
			4 Otro	-,1667	,96659	1,000	-2,7998	2,4665	
		4 Otro	1 Colaborador	-1,7667	,68348	,072	-3,6286	,0952	
			2 Gerente	1,2667	,85679	,866	-1,0673	3,6007	
			3 Director de cooperativa	,1667	,96659	1,000	-2,4665	2,7998	
Cultura	Bonferroni	1 Colaborador	2 Gerente	2,4619(*)	,83030	,026	,2001	4,7237	
			3 Director de cooperativa	1,8333	,93670	,329	-,7184	4,3850	
			4 Otro	1,5333	,66235	,143	-,2710	3,3377	
		2 Gerente	1 Colaborador	-2,4619(*)	,83030	,026	-4,7237	-,2001	
			3 Director de cooperativa	-,6286	1,06212	1,000	-3,5219	2,2648	
			4 Otro	-,9286	,83030	1,000	-3,1904	1,3333	
		3 Director de cooperativa	1 Colaborador	-1,8333	,93670	,329	-4,3850	,7184	
			2 Gerente	,6286	1,06212	1,000	-2,2648	3,5219	
			4 Otro	-,3000	,93670	1,000	-2,8517	2,2517	
		4 Otro	1 Colaborador	-1,5333	,66235	,143	-3,3377	,2710	
			2 Gerente	,9286	,83030	1,000	-1,3333	3,1904	
			3 Director de cooperativa	,3000	,93670	1,000	-2,2517	2,8517	

Basado en las medias observadas. * La diferencia de medias es significativa al nivel 0,05.

Fuente: resultados obtenidos con el SPSS

La tabla brinda datos significativos al 0,05, según Bonferroni, con identidad cultura y puesto de gerente y colaborador; igualmente, hay una diferencia

con la dependiente cultura y puesto colaborador y gerente con una significancia del 0,026, siendo los demás datos irrelevantes.

Figuras de perfil

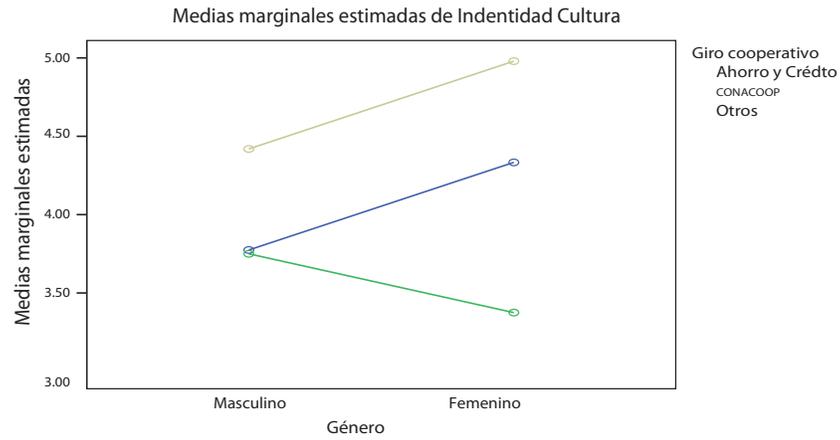


Figura 3. Identidad cultural
Fuente: generado con el SPSS

Según la figura 3, el género femenino en el giro cooperativo ahorro y crédito (raya azul) y otros (raya dorada) tienen una mayor identificación con la identidad cultural; en cambio, se da a la inversa con la raya verde o Conacoop, en la cual

el masculino se identifica más con la identidad cultural. Sin embargo, las pruebas del GLM no dieron significativo, muy probablemente por la poca diferencia entre los márgenes calculados.

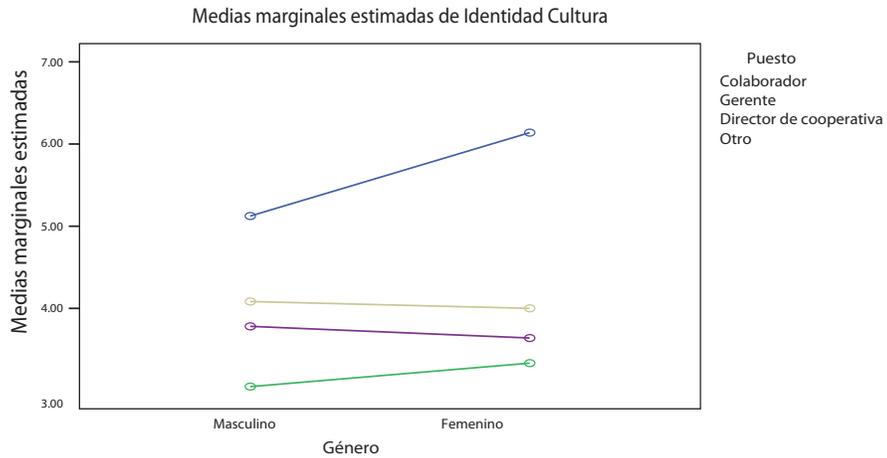


Figura 4. Identidad cultura
Fuente: generado con el SPSS

La diferencia de género no es significativa en los análisis realizados por la poca diferencia entre los rangos o medias marginales estimadas. Así, colaboradores (azul), gerentes (verde), directores (dorado) y otros (morado) sólo tienen significancia

y sólo se da entre gerente y colaborador, categoría que arroja un resultado de 0,05.

H^3 = El efecto de la identidad cultural sobre el puesto es significativa. La influencia de la identidad cultural sobre el puesto será diferente para cada puesto.

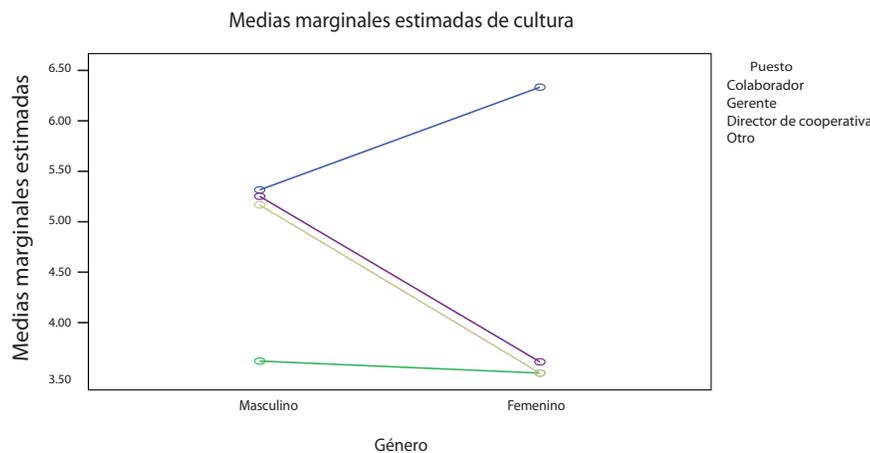


Figura 5. Cultura

Fuente: generado con el SPSS

En los colaboradores (azul), gerentes (verde), directores (dorado) y otros (morado) no hay significancia, sólo se da entre gerente y colaborador, cuya significancia es de 0,05. La variable cultura entre el colaborador y el gerente es significativa en 0,026.

H^3 = el efecto la cultura sobre el puesto es significativa. La influencia de la cultura sobre el puesto será diferente para cada puesto.

Conclusiones

Frecuencias

Relacionado con las personas que llenaron los formularios, el 62 % de los encuestados son hombres. Además el

57,7% de los encuestados son miembros de la cúpula o dirigencia cooperativa de Costa Rica.

Las personas tienen material sobre identidad y cultura cooperativa, siendo que al menos el 52,9% válido, hace más de un año recibieron capacitación sobre identidad cooperativa y el 29,9% la recibieron hacía un mes y once meses. Además, se comprueba la existencia de cursos sobre identidad cooperativa.

El plan estratégico de Conacoop contempla concientizar sobre cultura e identidad cooperativa, siendo así que el directorio de Conacoop es consecuente con la identidad y cultura cooperativa. Las políticas de Conacoop tienen impacto

en el sector cooperativo. Se evidencia que los encuestados comprenden qué es una cultura cooperativa.

Otro resultado muy interesante es la comprobación con lo relacionado con que el trabajo en equipo da mejores resultados. Con respecto a la doctrina cooperativa, se comprueba que hay conocimiento de ésta. Siendo que los entrevistados han recibido capacitación sobre los principios y filosofía cooperativa. El giro cooperativo que más participó fue el de ahorro y crédito

Confiabilidad

Relacionado con la confiabilidad de la aplicación de instrumento y la recolección de los datos, el SPSS dice que es muy alta, siendo del 0,968 (alfa de Combach). Esto se evidencia en que los casos válidos fueron 84 y quedaron excluidos un total de dieciséis casos de los cien indagados. Además, la confiabilidad de los constructos es muy alta, siendo igual o superior a 0,963 las de todos los constructos.

Análisis de los factores

La medida de Kaiser-Meyer-Olkin se fundamenta en los coeficientes de correlación parcial, con un rango de variación entre 0 y 1; esta investigación es de 0,864 (ver tabla 4), con una significancia del 0,000, lo cual es muy significativo. Los seis primeros elementos de los posibles 34 explican el 71,75% de la variancia de la investigación.

Correlaciones

Las correlaciones indican la relación lineal que se da entre dos variables

aleatorias, siendo que las realizadas en esta investigación son muy significativas, lo que se puede ver en su significancia de 0,01.

Regresión múltiple

El coeficiente de correlación del modelo múltiple —representa saber la correlación entre tres o más variables, en las cuales dos de ellas se coligan y la tercera se expresa sin cambio— es de 0,927, lo que representa una alta correlación. El coeficiente de determinación es $R^2 = 0,86$, lo cual muestra una fuerza muy alta de la asociación.

El modelo Stepwise se conoce como análisis de regresión multivariante al método estadístico que permite establecer una relación matemática entre un conjunto de variables X_1, X_2, \dots, X_k (covariantes o factores) y una variable dependiente Y . De igual forma, se utiliza fundamentalmente en estudios en los que no se puede controlar por diseño los valores de las variables independientes⁵ e identifica a la variable Vimiapoyo —constructo compuesta por las variables: visión, misión y apoyo—, como el mejor predictor del constructo Identidad Cultura, con un β de 0,016, seguido por mandato objetivos con un β de -0,023 y terminando con un β de 0,027 de cultura.

Intersujetos

Sólo se utilizaron intersujetos en que N es mayor que 10. En los estadísticos descriptivos, en las variables dependientes

⁵ En <http://www.seh-lelha.org/regresion1.htm>, consultada el 12 de julio del 2010.

identidad cultura y cultura, los hombres colaboradores del giro de ahorro y crédito son los que tienen una mayor media y desviación estándar

Contrates multivariados

Sólo es significativo con la Raíz mayor de Roy —se emplea para corroborar la hipótesis general H_0 — la cual es significativa a 0,043, $< 0,05$.

Comparaciones múltiples

En el “giro cooperativo” no hay ningún dato significativo. En el “puesto” nos da datos significativos al 0,05 según Bonferroni, con “identidad cultura”, “puesto de gerente” y “colaborador”. Igualmente, hay una diferencia con la dependiente “cultura y puesto” “colaborador y gerente”, por lo que se da una significancia del 0,026, siendo los demás datos irrelevantes. Esto significa que entre más alto es el puesto —se sobreentiende que se necesita mayor preparación académica—, mayor es el conocimiento sobre la cultura cooperativa; así se comprueba la diferencia entre el trabajador raso y el gerente de la cooperativa, sobre su aperebimiento y conocimiento de la cultura cooperativa.

Hipótesis

1. Las políticas, estrategias y planes de desarrollo de Conacoop, en relación con la identidad y la cultura, son percibidas por los interesados.
2. Se da capacitación tanto a sus colaboradores como a las cooperativas que están asociadas a Conacoop.
3. El giro cooperativo tiene un efecto significativo con la identidad cooperativa.

Primera hipótesis

Las políticas, estrategias y planes de desarrollo de Conacoop en relación con la identidad y cultura son percibidas por los interesados. Se acepta la hipótesis “ H_1 ”, dado que tuvo una significancia de 0,01 y las correlaciones eran superiores a 0,700.

H_1 = un aumento en la identidad cultura, promoción de la cultura cooperativa así como el instaurar la identidad y cultura cooperativa, se asocian con aumentos en la visión, misión, los valores cooperativos y que las cooperativas soliciten apoyo; así como que las cooperativas y sus colaboradores se integren para alcanzar determinada política; igualmente, al contribuir al bienestar de los interesados y a que las normativas sean las adecuadas, se percibe que Conacoop fomenta la identidad cooperativa.

Se comprueban los esfuerzos realizados por Conacoop en fomentar la identidad y la cultura cooperativa en Costa Rica y en las cooperativas de base. El aumento de la percepción de las cooperativas se evidencia en su visión, misión y los valores cooperativos que ponen en práctica.

Segunda hipótesis

Se da capacitación tanto a sus colaboradores y al menos a las cooperativas que están asociadas a Conacoop. Se acepta la hipótesis H_2 , fundamentada en los resultados obtenidos al correr los datos recolectados en el software SPSS, los cuales son: $R^2 = 0,86$, $F(57,620) = 84$, $p < 0,01$. Un aumento de 1 en la variable

independiente nos da un aumento de x (0,881; 0,738; 0,700) en la variable dependiente.

H_2 = un aumento en la identidad cultura predice de forma significativa el aumento de la variable Vimiapoyo, de cultura y en mandato objetivos, siendo el resto de los factores irrelevantes; esta hipótesis fue evaluada usando análisis de regresión múltiple (método Stepwise).

Se comprueba que se da una respuesta favorable en la visión, misión, apoyo de Conacoop, así como de la cultura y de los mandatos de la asamblea plenaria y los objetivos, cuando se invierte en fomentar en el modelo cooperativo costarricense la identidad y cultura cooperativa.

Tercera hipótesis

El giro cooperativo tiene un efecto significativo con la identidad cooperativa. Se acepta la hipótesis H_3 , basado que entre el gerente y el colaborador, se da una significancia que es del 0,05, en la variable identidad cultura. Por cuanto la variable cultura, entre el colaborador y el gerente es significativa en 0,026.

H_3 = el efecto de la identidad cultura sobre el puesto es significativa. La influencia de la identidad cultura sobre el puesto será diferente para cada puesto.

Se comprueba que la posición del puesto desempeñado hay una significancia en cuanto al conocimiento sobre la cultura cooperativa y la identidad cooperativa, lo que significa que entre más alto es el puesto desempeñado dentro de la organización cooperativa, se da una mayor percepción y conocimiento de lo que es la identidad y cultura

cooperativa dentro del modelo cooperativo costarricense.

Referencias

- ACI, Documento Informativo EHO/128/95 del 28 de diciembre de 1995.
- Aguilar, O. y Fallas, C. (1990). *El movimiento cooperativo en Costa Rica*. San José: Cenecoop, Imprenta Nacional.
- Albert, M. (2007). *La investigación educativa*. México: McGraw Hill.
- Alianza Cooperativa Internacional (1996). *Principios Cooperativos para el siglo XXI*. Buenos Aires: Editora Cooperativa Limitada.
- Andrade, B. et ál. (1996). *Método para medir la acción social en empresas de economía solidaria*. Santafé de Bogotá: Fundecoop.
- Augusto, C. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Pearson.
- CEPAL (1989). *Cooperativismo latinoamericano: antecedentes y perspectivas*. Chile.
- Chiavenato, I. (2006). *Comportamiento organizacional*. México: Internacional Thomson Editores.
- Dávila, A. y Martínez, N. (s.f.) *Cultura en organizaciones latinas*. México: Siglo Veintiuno.
- Del Valle, M. (2003). *Técnicas cualitativas de investigación social*. Madrid: Editorial Síntesis-Sociología.
- Emony, S. (1964). *Principios y problemas del cooperativismo*. México: Libreros Mexicanos Unidos.
- Fernández, M. y Sánchez, J. (1999). *Eficacia organizacional: concepto, desarrollo y evaluación*. España: Díaz de Santos.
- García, F. (2002). *Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Ed. Coord.
- Garibaldi, J. (1965). *Cooperativas y cooperativismo*. Buenos Aires: Intercoop-Editora Coop.
- Gómez, M. (2009). *Elementos de estadística descriptiva*. San José: UNED.

- Gondar, J. (2002). *Técnicas estadísticas con SPSS: análisis de la varianza (ANOVA)*. Madrid: DTA Mining Institute, s.L.
- Gondar, J. (2002). *Técnicas estadísticas con SPSS: estadística multivariable*. Madrid: DTA Mining Institute, s.L.
- Hellriegel, D. y Slocum, J. (2009). *Comportamiento Organizacional*. México: Cengage Learning Editores.
- Hernández, R., Fernández-Collado, C. y Baptista, P. (2008). *Metodología de la Investigación*. México: Mc GrawHill.
- Instituto Nacional de Fomento Cooperativo (Infocoop). (2006). *Ley 4179 de Asociaciones Cooperativas y Creación del Infocoop y otras Normas Conexas*, San José.
- Jaramillo, M. (2005). *Manual de cooperativismo y economía solidaria*. Colombia: Editorial Universidad Cooperativa de Colombia.
- Keith, D. y Newstrom J. (2004). *Comportamiento humano en el trabajo*. México: Mc-Graw Hill Interamericana.
- Kelinger, F. y Lee, H. (2008). *Investigación del comportamiento: métodos de investigación en ciencias sociales*. México: McGraw Hill.
- Kinicki, A. y Kreitman, R. (2003). *Comportamiento organizacional*. México: McGraw Hill Interamericana.
- Li Bonilla, F. (1989). *Diagnóstico y propuesta de un sistema de información y control gerencial para Fedecredito R.L.* Tesis de grado, San José, UNED.
- Luthans, F. (2008). *Comportamiento organizacional*. México: McGraw Hill Interamericana.
- Morales, F. et ál. (2008). *Método, teoría e investigación en psicología social*. Madrid: Pearson Educación.
- Mugarra, A. (1995). *El balance social aplicado a las cooperativas*. Bilbao, España: Universidad de Deusto.
- OIT (2001). Documento Informativo OIT y las cooperativas.
- Pagano, R. (1999). *Estadísticas para las ciencias del comportamiento*. México: Thomson Editores.
- Reza, F. (1997). *Ciencia, metodología e investigación*. México: Pearson Educación.
- Robbins, S. y Judge, T. (2009). *Comportamiento organizacional*. México: Pearson Educación.
- Sosa, M. (2009). *Relaciones públicas*. Costa Rica: Conacoop.
- Tabachnick, B. y Fidell, L. (2007). *Using Multivariate Statistics (5th Ed.)*. United States of America: Pearson.
- Velásquez, M. (2006). *Ética en los negocios*. México: Pearson Educación.
- Visuata, B. (2007). *Análisis estadístico con SPSS 14: Estadística básica*. Madrid: Mc Graw Hill Interamericana de España.
- Webster, A. (2000). *Estadística aplicada a los negocios y la economía (3a Ed.)*. Colombia: Mc Graw Hill.

Revistas

- Ética y cooperativismo (2005, jul.-dic.). *Identidad Revista Cooperativa de Ideas y Acción*, 1.
- De la participación a la gestión del conocimiento y del capital intelectual: reflexiones en torno a la empresa cooperativa (2002, abr.). *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 40, 123-140.
- Globalización y apertura (2006, ene.-jun.). *Identidad Revista Cooperativa de Ideas y Acción*, 2.
- La empresa cooperativa en el mundo de hoy (1990). *Cuadernos de Cultura*.
- Pobreza y exclusión social (2006, jul.-dic.). *Identidad Revista Cooperativa de Ideas y Acción*, 3.

Fuentes electrónicas

- <http://www.bsos.umd.edu/socy/redes/redes/rscsp16.htm>. Recuperada el 27 de agosto del 2009.

<http://www.cddhcu.gob.mx/cronica57/contenido/cont14/leer4.htm> 21/08/09. Recuperada el 21 de agosto del 2009.

<http://www.cenecoop.com/>. Recuperada el 27 de agosto del 2009.

http://www.ciriec-revistaEconomía.es/banco/12_Buendia_53.pdf. Recuperada el 9 de enero del 2009.

<http://www.conacoop.org/>. Recuperada el 9 de noviembre del 2009.

<http://www.oit.org/public/spanish/bureau/>. Recuperada el 27 de agosto del 2009.

<http://www.rsecoop.coop/accessible/esp/dossier.php>. Recuperada el 9 de enero del 2009.