

CARACTERÍSTICAS DEL PODER Y LA RENTABILIDAD EN UNA ALMAZARA COOPERATIVA: TEORÍA DE AGENCIA VERSUS TEORÍA DEL SERVIDOR

POR
ELIA GARCÍA MARTÍ*

RESUMEN

En este trabajo se tratan de analizar las características del poder más adecuado para las almazaras cooperativas y sus socios, bien un modelo en el que se controla y vigila el comportamiento de la dirección o un modelo en el que se delega poder a la dirección de la almazara cooperativa. Es decir, una estructura en la que los cargos de director y presidente del consejo rector coinciden en una misma persona o aquella estructura en la que dichos cargos están ocupados por personas diferentes.

Palabras clave: Almazara cooperativa, poder, rentabilidad.

ABSTRACT

The objective of this paper is to analyze, the best characteristics of the power for the olive-oil cooperative and its partners, a model in which the manager is controlled and watched by the partners or a model in which the power is delegated in the manager of the olive-oil cooperative. It's a structure in which the position of president of the board and manager are in the same person or the structure in which those positions are occupied by different person.

Key words: Olive oil cooperative, power, profitability.

* Profesora titular de la Universidad de Jaén. Investigadora de la Escuela de Estudios Cooperativos.

1. ESTRUCTURA DE PODER EN LA ALMAZARA COOPERATIVA ANDALUZA

En el marco actual en que nos movemos, cada vez más global, intenso y dinámico, la dirección tiene un protagonismo principal, decisivo en la evolución y en los resultados de la empresa. Más específicamente, la dirección tendrá que actuar estratégicamente, desarrollando una cultura organizativa que la diferencie y facilite la ventaja competitiva de la empresa. Por ello, la presencia de buenos directivos y la competencia directiva, es la clave de la organización (ARAUJO y GARCÍA, 2001). De este modo, surge la separación entre propiedad y control de la riqueza en la empresa (BERLE y MEANS, 1932). Esta realidad puede ser contemplada desde las almazaras cooperativas andaluzas. Éstas han crecido rápidamente para ir dando respuesta a una cada vez mayor base social que exige una determinada rentabilidad.

En la almazara cooperativa el poder reside en los socios reunidos en la asamblea general, éstos fijan los objetivos a alcanzar por la organización y delegan en un conjunto de socios elegidos de la totalidad de la base social para que posibiliten la consecución de dichos objetivos. Este grupo de socios elegido en la asamblea general forma el consejo rector, en el que se delega la capacidad de adopción de determinadas decisiones, con la finalidad de alcanzar los objetivos fijados con anterioridad por todo el conjunto de socios en asamblea general.

Estos miembros del consejo rector son elegidos entre toda la base social, en función de la importancia tanto económica como social que tengan en la localidad de ubicación de la almazara cooperativa (GARCÍA, 2002). Sin embargo, estos miembros puede ser que aunque conozcan muy bien las características del proceso productivo de la organización y sean conocidos de todos los socios, no posean determinados conocimientos que demanda el mercado y que son necesarios para posibilitar el mantenimiento de la posición competitiva de la organización.

Hasta hace algunos años la falta de determinados conocimientos por parte de la dirección de la organización en la almazara cooperativa no era de relevancia, pues existía una clara política de incentivos tanto fiscales como de otro tipo hacia la fórmula jurídica de sociedad cooperativa. El problema aparece en la actualidad cuando se está llevando a cabo una política a escala mundial para cambiar el modelo de desarrollo hacia formas más liberales y competitivas, eliminando de este modo todos los incentivos de los que disfrutaban determinadas fórmulas jurídicas, entre ellas la sociedad cooperativa¹.

¹ Promoción de las cooperativas, informe VI. OIT, 1999.

Así y dadas las características del entorno competitivo actual, los socios tras ceder la capacidad para dirigir la empresa en el consejo y dadas las carencias de éste, se han decidido, en algunos casos, por delegar cierta autoridad de decisión a un grupo más pequeño formado por uno o dos directivos, profesionales de la gestión, cuya misión será la de dirigir la empresa y propiciarle una posición competitiva en el mercado acorde con su realidad (GARCÍA, 2002).

De este modo, se puede afirmar que el confiar la gestión de la organización en el consejo rector, cuyos miembros en ocasiones no suelen disfrutar de una formación adecuada a las necesidades del entorno, supone una escasa orientación al mercado de este tipo de empresa, la ausencia de una verdadera gestión empresarial en la organización y, por tanto, una escasa presencia de este tipo de empresas a nivel internacional. Todo ello dificulta la obtención de economías de escalas productivas y comerciales, impidiendo la posibilidad de gozar de un poder de negociación frente a las grandes empresas del territorio nacional, lo cual hace poco viable entrar en otras actividades complementarias.

Es necesario hacer énfasis en la necesidad de toda empresa, que pretenda mantener su competitividad en el mercado actual, de contar con una dirección profesional, competitiva y eficiente, con una clara conciencia de las condiciones de competitividad y turbulencia del entorno empresarial de hoy en día. Por lo que sólo aquella dirección que logre descifrar y entender las reglas del juego implícitas en la industria donde se compite, podrá diseñar e implantar una estrategia coherente para alcanzar la «supremacía estratégica».

Una de las conclusiones más interesantes a las que llega PETER DRUCKER (1999: 39) con respecto al cambio de paradigma es la siguiente:

«El centro de una sociedad economía y comunidad modernas no es la tecnología. No es la información. No es la productividad. Es la institución directiva como el órgano social que produce resultados. Y la dirección es la herramienta específica, con su función e instrumentos que hacen a la organización capaz de producir resultados».

Además, esta necesidad se ve incrementada a medida que el entorno se hace más competitivo, la dimensión de la sociedad aumenta y la actividad de la empresa crece. De este modo, la delegación de poder en el directivo por parte de los miembros del consejo rector, y de los socios, conllevaría las ventajas de la especialización de funciones, dado que no tiene porque coexistir en un mismo sujeto la capacidad directiva (por la posesión de conocimientos especializados y adecuados a las necesidades del entorno) y la propiedad de la empresa. Al permitir la separación de tareas, se puede llegar a obtener una asignación de factores más eficiente y unos mejores resultados para los

socios, al dedicarse cada uno de los miembros de la organización a realizar la función que mejor conoce y para la que está capacitado.

Durante mucho tiempo, la visión que el análisis económico ha tenido de las organizaciones empresariales ha sido bastante limitada. Desde la perspectiva neoclásica, la empresa se contemplaba como una caja negra, en la que sólo se estudiaban las entradas y salidas que se hacían desde ella (WILLIAMSON, 1985). Y es precisamente el modo en que se desenvuelven a nivel interno las organizaciones empresariales lo que constituye el objeto de nuestro interés. Éste es uno de los motivos por el que se han ido desarrollando diversos enfoques tendentes a explicar estos aspectos internos.

Rompiendo con los supuestos restrictivos del análisis económico tradicional la Teoría de Agencia (JENSEN y MECKLING, 1976) se ocupa de analizar, partiendo de unas bases mucho más realistas, las relaciones bilaterales mediante las que, de un modo u otro, se produce una cierta delegación de autoridad, a través de las cuales un sujeto encomienda a otro la realización de determinadas funciones que no puede o no quiere hacer por sí mismo. Las dos figuras que integran la relación descrita se denominan principal y agente. En el caso de la almazara cooperativa, el principal puede definirse como el conjunto de socios que contratan al agente, el directivo, para que desempeñe, en su nombre, la dirección de la empresa. Las relaciones entre ambas partes se regulan por medio de un contrato, explícito o implícito, que, en mayor o menor medida, especifica las obligaciones recíprocas de cada una de las partes y los mecanismos mediante los que se aseguran el cumplimiento de estos deberes.

La perspectiva de Agencia incorpora una serie de principios más realistas que los de la Economía Neoclásica, como son el asumir que la información de que disponen las partes no tiene porqué ser completa ni simétrica, y que existe un cierto conflicto de interés entre ambas. Estos fundamentos dan origen a la posibilidad de que los participantes en la relación se comporten de manera oportunista. En primer lugar, la hipótesis sobre la información asimétrica se basa en que la cantidad o calidad de la información que una de las partes posee es superior a la de la otra, o al menos una de ellas lo percibe así (ACS y GERLOWSKI, 1996: 171). Si los socios contratan al directivo para que desempeñe en su nombre la dirección de la organización, porque ellos mismos no son capaces de llevarla a cabo², es probable que tampoco estén en las mejores condiciones para valorar si el directivo elegido es el más idóneo para llevarla a cabo. En segundo lugar, debido a la diferente posición que ocu-

² Ya sea por falta de tiempo, no querer implicarse o por falta de conocimientos adecuados.

pan los participantes en la relación, los socios y el directivo tienen funciones de utilidad diferentes y, por tanto, en muchas ocasiones, actúan movidos por el deseo de lograr metas contrapuestas, entrando en conflicto los intereses de ambas partes (WALSH y SEWARD, 1990).

Otro aspecto interesante de la perspectiva de agencia es el hecho de que las diferentes partes implicadas en la relación manifiestan un grado diferente de aversión al riesgo (JENSEN y MECKLING, 1994). Esta característica afecta a la naturaleza de las funciones de utilidad de cada una de las partes, y condiciona el modo en que cada una de ellas se comporta en el desarrollo de la relación. Se piensa que las organizaciones carecen, en sí mismas, de objetivos propios, y que las metas que realmente persiguen surgen como una solución de compromiso entre las diversas partes involucradas (WILLIAMSON, 1985).

Entre las críticas realizadas a la perspectiva de agencia (PERROW, 1986; HIRSCH *et al.*, 1987) destacan fundamentalmente dos aspectos: la limitada visión que aporta sobre la motivación del comportamiento humano, y la asimetría con que se contempla la posición de las dos partes, en lo que se refiere a la posibilidad de que emprendan comportamientos oportunistas.

Los planteamientos básicos sobre el comportamiento humano en los que se basa la Teoría de la Agencia han sido fuertemente criticados. PERROW (1986) sostiene que plantear que los agentes, en nuestro caso el directivo, para actuar en defensa de los intereses del principal, los socios, deban necesariamente de estar, bien sometidos a la coacción de un sistema de control, o bien seducidos por el atractivo de un sistema de incentivos, es poco realista. Además, el planteamiento de que la única motivación del ser humano sea el propio interés, difícilmente sirve para explicar la complejidad del comportamiento humano (DOUCOULIAGOS, 1994). Estos críticos apuntan que el comportamiento humano no sólo es inducido por motivos racionales, sino también emocionales. Incluso las conductas racionales, motivadas por el interés, incluyen aquellas que persiguen no ya el interés propio, sino el de los demás (altruistas) o el colectivo (acciones orientadas a la colectividad). Además, el sistema de recompensa o sanción que se tiene en cuenta apenas abandona el ámbito de lo meramente monetario, llegando como máximo a la amenaza de la destitución. En la realidad, existe una variedad mucho mayor de recompensas y sanciones sociales, dado que la responsabilidad profesional se ve reforzada en buena medida por sistemas éticos, asumidos por los agentes a través de procesos de educación, y por el deseo de mantener una buena reputación. El sistema económico impone sanciones a los oportunistas, pero no del modo inmediato que se establece en la perspectiva de Agencia.

La segunda crítica se refiere a que los partidarios de la Teoría de Agencia enfatizan las asimetrías informativas y el oportunismo del lado de los agentes, el directivo en este caso. Y pueden existir casos en los que el principal, los socios, posean ventajas informativas, y sean capaces de comportarse de un modo oportunista con el agente. Aunque en toda situación en la que se produce una cierta delegación de autoridad, parezca consustancial la presencia de una relación de agencia, no podemos perder de vista que, en muchos casos, la relación de agencia es mutua, y el agente, llegado el momento, puede cambiar el papel para ostentar el rol de principal.

Aunque la Teoría de Agencia constituye un intento para comprender la dinámica de las organizaciones, la aceptación de las ideas que la sustentan como principios rectores de la conducta de las personas, implica ignorar mucha de la complejidad de la vida organizacional. En especial, en el seno de la almazara cooperativa debido a las características de la cultura organizacional de este tipo de empresa. Por lo que para reflejar la existencia de otros motivos que guían el comportamiento de los agentes, diferentes de los egoístas, es necesario desarrollar un marco teórico diferente, que contemple un modelo de comportamiento humano distinto del que establece la Teoría de Agencia.

Siguiendo a VARGAS (2000), la Teoría del Servidor³ encuentra su fundamento en disciplinas como la psicología y la sociología, y describe situaciones en las que los directivos están más motivados para actuar como representantes, cuyas metas están más alineadas con las de los socios, principales de la relación, que con sus intereses particulares (DONALSON y DAVIS, 1991, DAVIS *et al.*, 1997). El modelo del comportamiento humano que considera esta teoría se establece al asumir que las conductas de tipo colectivista, orientadas a favor de la organización, son percibidas por el servidor, el directivo, como dotadas de mayor utilidad que las actuaciones de carácter oportunista, desencadenadas por motivos personales. Por tanto, al percibir una mayor utilidad en el comportamiento cooperativo y actuar en consecuencia, la conducta del servidor se puede definir como racional.

Esta explicación no conlleva que el directivo carezca de objetivos personales. Sino que por el contrario, es consciente de la relación que existe entre sus metas individuales y los fines de la organización, y considera que el mejor modo de lograr sus propósitos es el trabajo hacia las metas colectivas de la organización (DONALSON y DAVIS, 1994). Teniendo siempre presente que existe una multiplicidad de

³ Su denominación original en lengua inglesa, Stewardship Theory, es compleja de traducir al idioma castellano, por la dificultad de identificar un término que recoja los matices que engloba. Por lo que se emplea la traducción utilizada en VARGAS, 2000.

metas que persiguen los diferentes grupos de interés afectados por el comportamiento de la organización, además de sus propietarios. El objetivo que, en principio, parece que aglutina los intereses de la mayoría de los colectivos consiste en maximizar el rendimiento de la organización (RAMASWAMY *et al.*, 2002). Por tanto, el directivo estará motivado para actuar hacia la mejora del rendimiento organizacional, satisfaciendo así los intereses de los propietarios.

Este modelo de comportamiento basado en las directrices expuestas, y teniendo como base la cultura cooperativa, supone para los socios la eliminación de los costes de fianza y supervisión en los que tendrían que incurrir como consecuencia del problema de agencia. Por tanto, la línea más razonable de actuación para los socios consistiría en reforzar la posición del directivo, dotándole de una mayor capacidad para tomar decisiones, sobre la base de una nueva relación sustentada en la confianza (DONALSON y DAVIS, 1991), y en general estructuras que dejen de lado la supervisión y el control y sirvan para facilitar y reforzar la posición del servidor.

En un principio, en el seno de la almazara cooperativa, los socios son aversos al riesgo y tienden a percibir al directivo como oportunista, hasta que éste les demuestre que tiene asumida la filosofía cooperativa y su trabajo está orientado hacia la satisfacción de las necesidades del socio. Este es el momento en el que los socios se muestran más propicios a depositar su confianza en una persona, el directivo, cuyo comportamiento esperan que se ajuste al del servidor.

Una vez puestas de manifiesto las características de la estructura de poder en la almazara cooperativa, se van a estudiar bajo los argumentos de la Teoría de la Agencia y la Teoría del Servidor, qué tipo de estructura de poder sería más adecuada para la almazara cooperativa andaluza y para sus socios, aquella en la que la dirección de la empresa recae tanto en el directivo como en el consejo rector, o bien aquella en la que el consejo rector delega su poder en el directivo. En particular, se va a estudiar cuáles son los resultados de estos dos tipos de estructura de poder sobre la rentabilidad de la almazara cooperativa.

2. ESTUDIOS PREVIOS

La evidencia empírica sugiere que ninguna de las dos teorías analizadas, tanto la Teoría de Agencia como la Teoría del Servidor, ostentan una posición de predominio respecto a la otra (BERG y SMITH, 1978; DAILY y DALTON, 1994; RECHNER y DALTON, 1991; DONALDSON y DAVIS, 1991; FINKELSTEIN y D'AVENI, 1994; CHAGANTI, MAJAN y SHARMA, 1985; MOLZ, 1988). Los estudios

previos ponen de manifiesto que ambas teorías pueden ser válidas para explicar el comportamiento de los directivos, así se ha demostrado en los estudios incluidos en la tabla 1.

TABLA 1

RELACIÓN DE LA ESTRUCTURA DE PODER EN LA EMPRESA DESDE LA PERSPECTIVA DE LA TEORÍA DE AGENCIA-TEORÍA DEL SERVIDOR

Autores	Soporte
Berg y Smith, 1978	Confuso
Pearce, 1983	Mixto
Chaganti, Majan y Sharma, 1985	Mixto
Kesner, 1987	Teoría del Servidor
Molz, 1988	Mixto
Rechner y Dalton, 1989	Mixto
Hill y Snell, 1989	Teoría de Agencia
Donalson y Davis, 1991	Teoría del Servidor
Rechner y Dalton, 1991	Teoría de Agencia
Daily y Dalton, 1992	Mixto
Ezzamel y Watson, 1993	Teoría de Agencia
Daily y Dalton, 1994	Teoría de Agencia
Filkenstein y D'Aveni, 1994	Teoría del Servidor
Davis, Schoorman y Donalson, 1997	Teoría del Servidor

FUENTE: Elaborado siguiendo a Martínez (2003).

Entre los estudios que no encuentran evidencia empírica en ninguna de las dos teorías nos encontramos el estudio de BERG y SMITH (1978). Dichos autores solamente hallan una relación entre el control y la vigilancia del comportamiento oportunista del directivo y la rentabilidad financiera obtenida por la empresa. Por otra parte, hay que poner de manifiesto que un conjunto de investigaciones llevadas a cabo por PEARCE (1983), CHAGANTI, MAJAN y SHARMA (1985), MOLZ (1988) y DAILY y DALTON (1992) obtienen que no existen diferencias significativas entre la rentabilidad alcanzada por empresas que tienen una estructura de poder que se ajusta a los planteamientos realizados por la Teoría de Agencia y aquellas empresas cuya estructura de poder se ajusta a los planteamientos de la Teoría del Servidor.

Otro conjunto de investigaciones entre las que se incluyen las de HILL y SNELL (1989), RECHNER y DALTON (1991), EZZAMEL y WATSON (1993) y DAILY y DALTON (1994), se adhieren a los planteamientos de la Teoría de Agencia para justificar la estructura de poder en relación con una mayor rentabilidad. En particular, HILL y SNELL (1989), utilizaron una muestra de empresas americanas para justificar que la separación entre propiedad y control era más adecuada para obtener una mayor rentabilidad. RECHNER y DALTON (1991), se basaron en una muestra de empresas de la base de datos Fortune 500, para los años 1978-1983; EZZAMEL y WATSON (1993) repitieron dicho estudio para una muestra de empresas británicas; mientras que DAILY y DALTON (1994) analizaron una muestra de empresas americanas durante el periodo 1972-1982. Dichos trabajos concluyen demostrando que la separación entre propiedad y control supone una mayor rentabilidad económica y financiera, así como un mayor crecimiento del beneficio corporativo.

Por otra parte y con un paralelismo en el tiempo, encontramos un grupo de investigaciones que aceptan como más adecuados para describir la estructura de poder en la empresa los planteamientos de la Teoría del Servidor. En este grupo se encuentran los trabajos de KESNER (1987), DONALSON y DAVIS (1991), FILKENSTEIN y D'AVENI (1994), DAVIS, SCHOORMAN y DONALSON (1997), VARGAS (2001), VARGAS y GARCÍA (2003) y MARTÍNEZ (2003). El estudio de KESNER (1987) muestra cómo la rentabilidad es superior si el directivo tiene poder y autoridad para actuar sin tener que estar dependiendo de la aprobación de cada una de sus actuaciones por el consejo de administración. Más tarde, el trabajo de DONALSON y DAVIS (1991) pone de manifiesto en una muestra de empresas norteamericanas que la rentabilidad de los accionistas mejora si el consejo de administración delega en el directivo la autoridad y el poder para dirigir la empresa. A esta misma conclusión llega el trabajo de FILKENSTEIN y D'AVENI (1994), sobre una muestra de 108 empresas. Por último, los trabajos de VARGAS (2001), sobre una muestra de sociedades cooperativas agrarias de la provincia de Huelva, VARGAS y GARCÍA (2003), con una muestra de sociedades cooperativas agrarias del Reino Unido, y MARTÍNEZ (2003), con datos de 131 empresas no financieras cotizadas en el mercado continuo español, muestran que es más apropiado para los propietarios de la empresa que la estructura de poder siga los planteamientos de la Teoría del Servidor.

Tras observar las conclusiones de los estudios realizados con anterioridad y para ver qué estructura de poder es más conveniente en la almazara cooperativa andaluza, proponemos la siguiente hipótesis principal:

H1: «En las almazaras cooperativas andaluzas existen diferencias significativas en función de la delegación o no de poder y autoridad en el directivo, en relación al nivel de rentabilidad financiera alcanzado».

En particular, si tenemos como base los planteamientos de la Teoría de Agencia, es mejor para los socios de la almazara cooperativa andaluza que los cargos de director y presidente del Consejo Rector estén ocupados por personas distintas, para evitar por parte de la dirección de la almazara cooperativa posibles comportamientos oportunistas. Por tanto, se plantea la primera hipótesis secundaria:

H1a: «Las almazaras cooperativas en las que no coinciden los cargos de director y presidente del consejo rector en la misma persona obtienen un mayor nivel de rentabilidad financiera que aquellas en las que coinciden en una misma persona el cargo de director y presidente del consejo rector».

Igualmente, desde los planteamientos de la Teoría del Servidor se afirma que si los cargos de director y presidente del consejo rector coinciden en el mismo individuo, se mejora la rentabilidad de los socios, pues el directivo tiene poder para actuar y conseguir el cumplimiento de los objetivos de la almazara cooperativa. En este sentido formulamos la segunda hipótesis secundaria:

H1b: «Las almazaras cooperativas en las que director y presidente del consejo rector coinciden en una misma persona obtienen mayor rentabilidad financiera que aquellas en las que los cargos de director y presidente del consejo rector recaen en personas diferentes».

3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El análisis para estudiar si la rentabilidad financiera es mayor en las almazaras cooperativas cuya estructura de poder sigue los planteamientos de la Teoría de Agencia o la Teoría del Servidor, lo vamos a realizar en tres etapas siguiendo el modelo de MARTÍNEZ (2003). En primer lugar, realizaremos un análisis descriptivo de cada grupo, para obtener el número de individuos de cada grupo y caracterizar el comportamiento de la rentabilidad. En segundo lugar, intentaremos demostrar si ambos grupos son significativamente diferentes entre sí, con un test T y un análisis de la varianza. En último lugar, se realizará un análisis de regresión para explicar la rentabilidad financiera de las empresas en función de su estructura de poder.

Con la finalidad de contrastar las hipótesis planteadas hemos utilizado una muestra de 71 almazaras cooperativas andaluzas. Los datos de dichas almazaras cooperativas sobre estructura de poder y rentabilidad

financiera han sido obtenidos de la visita directa a dichas almazaras y la entrevista personal con sus miembros durante los años 2002-2003.

La variable «estructura de poder» se refiere a la coincidencia en una misma persona de los cargos de director y presidente del consejo rector. Se ha definido una variable dicotómica que toma el valor 1 si coinciden en una misma persona los cargos de director y presidente del consejo rector, y el valor 2, en caso contrario, es decir, cuando no coinciden en una misma persona los cargos de director y presidente del consejo rector.

Por otra parte, la rentabilidad financiera de la almazara cooperativa constituye una variable continua, en la que se recoge el rendimiento obtenido por los socios de la almazara cooperativa durante el ejercicio 2002-03.

4. RESULTADOS

Teniendo en cuenta el objetivo de este trabajo, vamos a estudiar la relación existente entre la estructura de poder de la dirección de la almazara cooperativa y la rentabilidad financiera alcanzada por sus socios. Por tanto, siguiendo el modelo de MARTÍNEZ (2003), en primer lugar, realizamos un análisis descriptivo para conocer las almazaras cooperativas en las que el presidente del consejo rector coincide con el directivo y aquellas en las que no coinciden en una misma persona el directivo y el presidente del consejo rector. Del mismo modo, se intenta observar en este análisis descriptivo el rendimiento alcanzado por los socios de las almazaras cooperativas dentro de cada grupo.

TABLA 2
ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS

Estructura de poder	N	Rentabilidad Financiera (en euros)	
		Media	Desviación
Independiente	38	68.845,97	171.615,01
Dual	33	5.830,2	3.356,371

Observando la tabla 2, podemos comprobar cómo el nivel de rentabilidad financiera es superior en el caso de que el presidente del consejo rector no coincida con el directivo de la almazara cooperativa. Esto nos hace pensar que las almazaras cooperativas en las que no reside en la misma persona el cargo de director y de presidente del

consejo rector, ofrecen mayores rentabilidades para sus socios que aquellas en las que coinciden ambos cargos en una misma persona.

Tras este primer análisis, vamos a intentar comprobar si las diferencias relacionadas con la rentabilidad obtenida por los dos grupos de socios son significativas. Con esta finalidad hemos realizado un Test T de diferencia de medias y un análisis de la varianza de un factor. Dichos análisis ofrecen los siguientes resultados:

TABLA 3.
TEST T DE DIFERENCIA DE MEDIAS

	Prueba T	
	T	Sig
Rentabilidad financiera	2,0791	0,0376**

** Significativo para el 5%.

TABLA 4
ANÁLISIS DE LA VARIANZA DE UN FACTOR

Rentabilidad	Suma de cuadrados	F	Sig
Inter-grupos	70.135.472.594	43.226	0,0428**
Intra-grupos	111.953.678.234		
Total	118.967.225.493		

** Significativo para el 5%.

Como podemos observar, el análisis de diferencia de medias confirma la hipótesis principal de este trabajo H1, que afirma que en las almazaras cooperativas andaluzas existen diferencias significativas en el nivel de rentabilidad financiera alcanzado en función de la delegación o no de poder y autoridad en el directivo. En particular y como muestran los análisis realizados, las almazaras cooperativas en las que no coincide en una misma persona el presidente del consejo rector y el directivo ofrecen una mayor rentabilidad para sus socios. Dichas conclusiones permiten afirmar que las almazaras cooperativas cuya estructura de poder sigue los argumentos de la Teoría de Agencia obtienen mejores resultados para sus socios que aquellas que siguen los planteamientos de la Teoría del servidor en su estructura de poder, permitiendo de este modo, confirmar la hipótesis secundaria H1a.

Tras haber analizado las diferencias de medias entre los grupos, con carácter complementario realizamos un análisis de regresión lineal para explicar la rentabilidad financiera de las almazaras cooperativas en función de su estructura de poder.

TABLA 5
ANÁLISIS DE REGRESIÓN

	Regresión
	Coefficiente estandarizado
Constante	0,2428
Estructura de poder	2,0791**
F	43,226**
R ²	0,0590

** Significativo para el 5%.

Los resultados del análisis de regresión nos muestran que existe una relación lineal positiva entre la estructura de poder que caracteriza a la alta dirección de una almazara cooperativa y la rentabilidad alcanzada por sus socios. Si tenemos en cuenta las características de la variable independiente, podemos afirmar que la rentabilidad es mayor en las almazaras cooperativas en las que el director y el presidente del consejo rector son personas diferentes que en aquellas en las que dichos cargos coinciden en la misma persona. De este modo, dicho análisis confirma la hipótesis referida a la Teoría de Agencia, como explicación de la relación existente entre estructura de poder y rentabilidad financiera de una almazara cooperativa.

Por último, hay que poner de manifiesto que el coeficiente de determinación R², es bajo, pues la rentabilidad de la almazara cooperativa depende de factores internos y externos adicionales, es decir, la estructura de poder de la alta dirección de la almazara cooperativa no es su único determinante. Pero, por nuestra parte solamente queríamos observar si el hecho de que coincidan en una misma persona los cargos de director y presidente del consejo rector era un motivo de variación de la rentabilidad obtenida por el socio.

5. RECOMENDACIONES

Las almazaras cooperativas andaluzas en las que los cargos de director y presidente del consejo rector no coinciden en una misma

persona ofrecen mayores niveles de rentabilidad para sus socios. Esta conclusión afirma que la estructura de poder en las almazaras cooperativas debe seguir los planteamientos de la Teoría de Agencia, para beneficiar a los socios de las mismas.

Con la estructura de poder independiente para las almazaras cooperativas se evita que el presidente pueda tomar decisiones erróneas por su falta de conocimientos sobre algunos temas. Así, el directivo profesional viene a satisfacer la necesidad de formación y de disponibilidad de tiempo de la que carece el presidente, lo que posibilita la búsqueda del mayor beneficio para los socios.

De este modo, entendemos que la profesionalización puede llegar a ser uno de los factores que contribuya a cubrir la necesidad de la almazara cooperativa de mantener y mejorar su posición competitiva en el mercado, pues permite una adecuada renovación organizativa de sus personas, una adaptación de su cultura y sistemas a los requerimientos del entorno y la introducción de personas con cualidades específicas para la dirección y la toma de decisiones. La profesionalización puede contribuir así a alcanzar este importante fin de la empresa debido a que el mantenimiento de la posición competitiva de la empresa en el mercado es uno de los objetivos primordiales de la organización.

BIBLIOGRAFÍA

- ACS, Z. J.; GERLOWSKI, D. A. *Managerial Economics and Organization*. Prentice Hall, New Jersey, 1996.
- ALIANZA COOPERATIVA INTERNACIONAL (ACI). Los principios cooperativos del siglo XXI. *CIRIEC-España*, n.º 19, 1995, p. 38-39.
- ARAUJO, Y.; GARCÍA, J. M. Factores explicativos de las diferencias en el ejercicio de roles directivos, *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, n.º 9, 2001, p. 249-284.
- ARGRYIS, C. *Integrating the individual and the organization*, New York: Wiley, 1964.
- BEL, P. *Las cooperativas agrarias en España*. Valencia: CIRIEC-España, 1997.
- BERG, S. V.; SMITH, S. K. CEO and board chairman: A quantitative study of dual vs. unitary board leadership. *Directors and Boards*, vol. 2, n.º 1, 1978, p. 34-39.
- BERLE, A.; MEANS, G. *The modern corporation and private property*, New York: Macmillan, 1932.
- BUENDÍA, I. Las distorsiones en el funcionamiento democrático de las sociedades cooperativas. *REVESCO*, n.º 60, 1994, p. 167-174.
- CHAGANTI, R. S.; MAJAN, V.; SHARMA, S. Corporate board size, composition and corporate failures in retailing industry. *Journal of Management Studies*, vol. 22, 1985, p. 400-417.

- CHAVES, R. *La cooperación empresarial en la economía social*. Valencia: CIRIEC-España, 1996.
- CHITAYAT, G. Working relationships between the chairman of the boards of directors and de CEO. *Management International Review*, vol. 25, 1985, p. 65-70.
- CHOWDHURY, S. D.; GERINGER, J. M. Institutional ownership, strategic choices and corporate efficiency: Evidence from Japan. *Journal of Management Studies*, vol. 38, n.º 2, 2001, p. 271-293.
- DAILY, C. M.; DALTON, D. R. The relationship between governance structure and corporate performance in entrepreneurial firms. *Journal of Business Venturing*, vol. 7, 1992, p. 375-386.
- DAILY, C. M.; DALTON, D. R. Bankruptcy and corporate governance: The impact of board composition and structure. *Academy of Management Journal*, vol. 37, 1994, p. 1603-1617.
- DAVIS, J. H.; SCHOORMAN, F. D.; DONALSON, L. Toward a stewardship theory of management. *Academy of Management Review*, vol. 22, n.º 1, 1997, p. 20-48.
- DONALSON, L. y DAVIS, J. H. Stewardship theory or agency theory: CEO governance and shareholder returns. *Australian Journal of Management*, vol. 16, 1991, p. 49-64.
- DONALSON, L.; DAVIS, J. H. Boards and company performance-research challenges the conventional wisdom. *Corporate Governance: An International Review*, vol. 2, 1994, p. 151-160.
- DOUCOULIAGOS, C. A note on the evolution of homo economicus. *Journal of the Economics Issues*, vol. 3, 1994, p. 877-883.
- DRUCKER, P. *Management challenges for the 21st century*, Harper Business, New York, 1999.
- EZZAMEL, M. A.; WATSON, R. Organizational form, ownership structure and corporate performance: A contextual empirical analysis of UK companies. *British Journal of Management*, vol. 4, n.º 3, 1993, p. 161-176.
- FINKELSTEIN, S.; D'AVENI, R. A. CEO duality as a double-edged sword: How boards of directors balance entrenchment avoidance and unity of command. *Academy of Management Journal*, vol. 37, 1994, p. 1079-1108.
- FUENTES, F. J. *Presente y futuro de las empresas agrarias andaluzas de cereal y olivar. Un análisis empírico*. Córdoba: Publicaciones de la Universidad de Córdoba y Obra Social y Cultural Cajasur, 1999.
- GARCÍA, E. *Almazaras cooperativas: la necesidad de una dirección adecuada*. Jaén: Publicaciones de la Universidad de Jaén y Obra Social y Cultural Cajasur, 2002.
- GARCÍA, E.; HERNÁNDEZ, M. J.; RUIZ, C. ¿Cómo controlan los socios al directivo en la sociedad cooperativa agraria? El caso de las almazaras cooperativas. *CIRIEC-España*, n.º 48, 2004, p. 193-224.
- GARCÍA-GUTIÉRREZ, C. Precisiones acerca de algunos tópicos confusos sobre la sociedad cooperativa. En varios: *Tempori Serviendum Homenaje al Profesor Dr. Jaime Gil Aluja*, Santiago de Compostela: Milladoiro, 1992, p. 155-168.

- GRABKE-RUNDELL, A.; GÓMEZ-MEJÍA, L. R. Power as a determinant of executive compensation. *Human Resource Management Review*, vol. 12, 2002, p. 3-23.
- HERNÁNDEZ, M. J. Las posibilidades de las sociedades cooperativas agrarias de influir en el mercado a través de los acuerdos de cooperación, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 8, n.º 1, 1999, p. 63-80.
- HILL, C. W. L.; SNELL, S. A. External control, corporate strategy and firm performance in research-intensive industries. *Strategic Management Journal*, vol. 9, 1988, p. 577-590.
- HIRSCH, P.; MICHAELS, S.; FRIEDMAN, R. Dirty hands versus clean model», *Theory and society*, vol. 16, 1987, p. 317-336.
- JENSEN, M. C.; MECKLING, W. H. Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, vol. 3, 1976, p. 305-360.
- JENSEN, M. C.; MECKLING, W. H. The nature of man. *Journal of Applied Corporate Finance*, vol. 7, n.º 2, 1994, p. 4-19.
- KESNER, I. F. Directors, stock ownership and organizational performance: An investigation of Fortune 500 companies. *Journal of Management*, vol. 13, 1987, p. 499-508.
- LANE, P. J.; CANNELLA, A. A.; LUBATKIN, M. H. Ownership structure and corporate strategy: One question viewed from two different worlds. *Strategic Management Journal*, vol. 20, 1999, p. 1077-1086.
- MARTÍNEZ, A. Dualidad de poder y rentabilidad de los accionistas: una explicación a través de la Teoría de la Agencia y la Dirección Estratégica. En BARREIRO, J. M.; DÍEZ DE CASTRO, J.; RUZO, E. y LOSADA, F. (Eds.): *XIII Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica. La empresa familiar en un mundo globalizado*, Vol. II, 2003, p. 1-10, Lugo.
- McGREGOR, D. *The human side of the enterprise*. New York: McGraw-Hill, 1960.
- MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN. *Hechos y cifras del sector agroalimentario 2001*. Madrid: MAPA, 2001.
- MOLZ, R. Managerial domination of boards of directors and financial performance. *Journal of Business Research*, vol. 16, 1988, p. 235-249.
- PEARCE, J. A. The relationship of internal versus external orientations to financial measures of strategic performance. *Strategic Management Journal*, vol. 4, 1983, p. 297-306.
- PERROW, C. *Complex Organizations: A critical essay*. New York: McGraw-Hill, 1986.
- RAMASWAMY, K.; MINGFANG, L.; RAJARAM, V. Variations in ownership behavior and propensity to diversify: A study of the Indian corporate context. *Strategic Management Journal*, vol. 23, 2002, p. 345-358.
- RECHNER, P. L.; DALTON, D. R. The impact of CEO as board chairperson on corporate performance: Evidence vs. rhetoric. *Academy of Management Executive*, vol. 3, n.º 2, 1989, p. 141-143.
- RECHNER, P. L.; DALTON, D. R. CEO duality and organizational performance: A longitudinal analysis. *Strategic Management Journal*, vol. 12, 1991, p. 155-160.

- VARGAS, A. *El cooperativismo agrario en la provincia de Huelva visto desde sus empresas más destacadas. Un estudio de los principios cooperativos y de las relaciones socios-gerencia profesional*. Trabajo de investigación. Concurso-oposición a Catedrático de Universidad. Universidad de Huelva, 2000.
- VARGAS, A. La teoría de agencia versus la teoría del servidor: una aplicación a las sociedades cooperativas agrarias de la provincia de Huelva. En *Actas de la X International Conference of AEDEM. Regio Calabria (Italia), 4-6 septiembre 2001*. En: Best Papers Proceedings, 2001, p. 1067-1076.
- VARGAS, A.; GARCÍA, E. La teoría de agencia versus la teoría del servidor: una aplicación a las sociedades cooperativas agrarias del País de Gales (Reino Unido), *Actas de las XIII Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica*. Lugo: 12-14 de febrero 2003. Volumen I, 2003, p. 1-10. En: *Gestión Científica Empresarial. Temas de investigación actuales*. A Coruña: Netbiblo, 2003, p. 19-31.
- VARGAS, A.; GARCÍA, E. La medición del desempeño de las sociedades cooperativas agrarias, *CIRIEC-España*, n.º 46, 2003, p. 85-116.
- WALSH, J. P.; SEWARD, J. K. On the efficiency of internal and external corporate control mechanisms, *Journal of Management Review*, vol. 15, 1990, p. 421-458.
- WILLIAMSON, O. E. *The economic institutions of capitalism: Firms, markets, relational contracting*. New York: Free Press, 1985.