

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN PARA LA AUTOGESTIÓN: GRADO DE IMPLANTACIÓN EN COOPERATIVAS*

VICENT GIMÉNEZ CHORNET
Universidad Politécnica de Valencia
VIGICHO@HAR.UPV.ES

RESUMEN

Se analizan los CMS y las redes sociales usadas en los sitios web de las cooperativas españolas. Son aplicaciones fáciles de usar que pueden ayudar a la autogestión, por su mínimo presupuesto y su gran difusión. El resultado demuestra la escasa penetración de estas tecnologías en las cooperativas españolas, pero que su implantación en la web beneficia su posicionamiento en los resultados de búsqueda (SEO)

PALABRAS CLAVE

TIC; Cooperativas; CMS; Facebook, Twitter, YouTube, RSS; Auto-gestión

ABSTRACT

CMS are analyzed and used social networking websites in Spanish cooperatives. They are easy to use apps that can help self-management, for his short budget and widespread. The result shows poor penetration of these technologies in Spanish cooperatives, but their web deployment benefits positioning in search results (SEO)

KEYWORDS

ICT Cooperative, CMS, Facebook, Twitter, YouTube, RSS, Self-Management

Recibido: 5 de mayo de 2013
Aceptado: 4 de julio de 2013

* El presente trabajo ha sido realizado en el proyecto “El arte de la participación. El uso de las tecnologías de la información como herramienta de creación colectiva en el arte contemporáneo hispanoamericano”, del Ministerio de Economía y Competitividad (HAR2012-33154)

1. Introducción

Las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) pueden ofrecer, en la era de Internet, aplicaciones para la autogestión y, especialmente, para la comercialización de los servicios que ofrecen, mediante la información del producto, la imagen corporativa de la empresa y la interactividad con los consumidores. La comunicación con los consumidores permite, además, llevar a cabo actividades de investigación relacionadas con el propio servicio o producto y su comercialización, lo que favorece la obtención de información para el diseño de estrategias de marketing (Begalli, D.; Codurri, S.; Gaeta, D., 2009). La forma de consumir está realizando profundas modificaciones en la última década, y hay una tendencia a que los productores puedan facilitar su oferta directamente a los consumidores, mediante el uso de aplicaciones TIC, lo que influye en el proceso de la cadena de negocio, como en el caso del sector agroalimentario (Simmons, G. J.; Durkin, M. G.; McGowan, P.; Armstrong, G. A., 2007). Dentro de estas TIC, la irrupción de las redes sociales en la última década pueden ser útiles a los productores, considerándolas como la base para la generación de conocimiento a través de la interrelación existente entre las personas y las organizaciones (Aleke, B.; Ojiako, U.; Wainwright, D. W., 2011).

La competitividad en un mundo globalizado requiere de nuevas soluciones para ser eficaz, tanto en satisfacer las necesidades de los consumidores, como en atraerlos y retenerlos. Para ello invertir en infraestructura TIC, tanto en lo relacionado en la innovación de los productos como en la prestación de distintos servicios, es un factor que incide en la competitividad. Con este fin las empresas empiezan a gastar en tecnologías basadas en Internet que permiten desarrollar estrategias de marketing (Hamilton, L. C.; Asundi, R., 2008).

Las cooperativas son un modelo de autogestión. La utilización de las TIC basadas en Internet es un medio para difundir sus servicios o su producto y captar clientes, no sólo en su comunidad cercana sino en cualquier parte del mundo.

2. Metodología de análisis

Para seleccionar un grupo de cooperativas y analizar qué tecnologías usan, hemos establecido los siguientes parámetros:

- Para elegir las cooperativas hemos optado por las que están mejor posicionadas en un resultado de búsqueda en Internet. Se han seleccionado las cincuenta primeras cooperativas de un resultado de búsqueda en Google cuyas condiciones son las siguientes: búsqueda en el dominio coop, zona geográfica España, y resultados del mismo día
- Identificar si en la elaboración del sitio Web han utilizado algún CMS (*Content Management System*)
- Identificar si para la comunicación utilizan alguna tecnología o social media, especialmente: Facebook, YouTube, Twitter, y RSS.

Se han escogido los cincuenta primeros resultados porque a partir del resultado treinta y ocho era casi inexistente la incorporación de algún componente social media.

3. TIC usadas por las cooperativas.

a. CMS

Los CMS (*Content Management Systems*) son unas aplicaciones informáticas que facilitan a sus usuarios publicar, editar y modificar los contenidos en un sitio Web, proporcionando a sus usuarios procedimientos para administrar el flujo de trabajo en un entorno colaborativo. Estas aplicaciones evitan que tengan que construir la Web mediante la escritura directa de código HTML, ya que la plataforma permite centralizar la edición.

Los CMS facilitan la gestión de contenidos digitales (ya sean imágenes, vídeos, audios, y en general cualquier documento) a partir de bases de datos relacionales para el intercambio con los usuarios, que pueden ser los propios miembros de la organización en intranets, o clientes o proveedores por extranet o Internet (McKeever, S., 2003). En el mercado, y como software abierto, hay diferentes aplicaciones CMS. No es un proceso fácil decidir qué aplicación CMS es la más adecuada para satisfacer las necesidades

de la organización, tanto desde las que pueda realizar un director ejecutivo, como las que puedan tomar el resto de los miembros de la organización, o de un secretario de departamento. Dicho proceso debe ser tratado como cualquier proyecto, documentando las actividades y calendarios para la obtención de unos objetivos (White, M., 2002).

Sin CMS	30
Joomla	11
WordPress	5
Xstandard	2
PrestaShop	1
TYPO3	1



La mayor parte de los sitios Web de las cincuenta cooperativas mejor posicionadas no usa CMS. No es una aplicación imprescindible para gestionar los contenidos, que se pueden realizar directamente con código HTML o PHP, conectados con sus respectivas bases de datos, pero el CMS, especialmente los de software libre, hubiese reducido costes en la ejecución de la Web. Por esa reducción de costes y facilidad de implantación y configuración es una aplicación idónea para la autogestión.

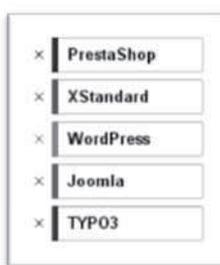
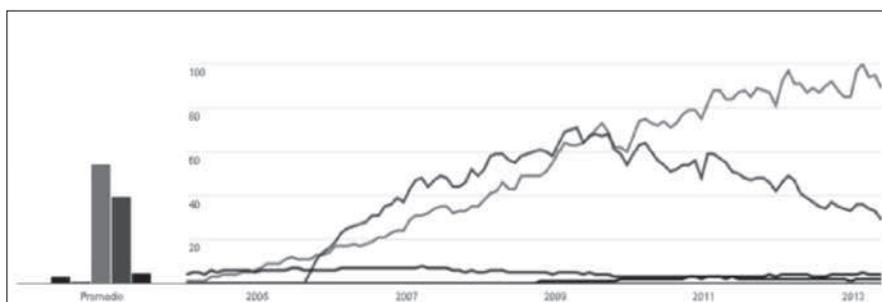
Entre los CMS utilizados aparece Joomla (<http://www.joomla.org/>), que ocupa el segundo grado en el ranking de los CMS usados en 2013, según BuiltWith (2013). Joomla es un completo CMS que permite realizar las funciones más demandadas en una gestión de documentos en entorno Web, como la gestión de contenidos o artículos, la gestión de usuarios mediante la configuración de diferentes permisos personales, la gestión de archivos multimedia, la gestión de idiomas para webs bilingües o más, la gestión de banners, generar encuestas a los usuarios, sindicación de contenidos, etc.

El segundo CMS utilizado por las cooperativas es WordPress (<http://wordpress.org/>), aplicación que ocupa el primer lugar en el ranking BuiltWith. Por su facilidad de instalación y configuración es la aplicación más utilizada no sólo para la construcción de sitios Web sino también para la creación de blogs. La gran variedad de plugins y temas disponibles de forma gratuita permiten al usuario poco experto configurar su Web con las funcionalidades principales para dar servicio a su organización. Es, junto a Joomla, de los CMS más populares e implantados en los sitios Web.

Menos usados son XStandard (<http://www.xstandard.com/>, es un editor WYSIWYG compatible con los estándares relacionados con las aplicaciones de escritorio y con las aplicaciones CMS basadas en Web, generando un código XHTML válido, y utiliza el CSS para hoja de estilo), PrestaShop (<http://www.prestashop.com/es/>, dedicado especialmente para tiendas virtuales que hacen posible el comercio electrónico), y TIPO3 (<http://typo3.org/>, un potente CMS con funcionalidades similares a los dos primeros).

Un análisis con Google Trends de los cinco CMS mencionados ratifica que las consultas de los usuarios de este buscador coinciden con el ranking de BuiltWith, que resaltan como dos grandes líderes CMS a WordPress y a Joomla.

Tendencias de CMS en Google Trends



Excepcionalmente un sitio Web de una cooperativa está realizado en Flash. Es una aplicación que puede dar un buen diseño, pero que dificulta que google índice su contenido (por ahora google no indiza la información en Flash) lo que perjudicará la difusión de sus servicios.

b. Social Media

Las redes sociales, entre ellas Facebook y Twitter, han crecido considerablemente en los últimos años, de forma que ya empiezan a ser usadas de forma cotidiana. Ello empieza a interesar también a las empresas, que por estos medios pueden estar informadas de las necesidades cambiantes de sus clientes o amigos, e incluso permite a la empresa disponer de un vehículo para la publicidad en un plan de marketing (Strategic Direction, 2011). Todas las empresas cambian y evolucionan, y hay que adaptarlas también a las transformaciones en los procesos de los negocios, a las formas de trabajo, al marketing, y a las innovaciones tecnológicas, entre ellas destacan las redes sociales de donde se pueden aprovechar de su funcionalidad de realizar comentarios, y por

tanto de transmitir las opiniones de los clientes (Hinchcliffe, D.; Kim, P., 2011:211).

En las estrategias del marketing ha irrumpido, además de la tradicional competencia por una cuota de mercado, la competición por la cuota de atención al cliente. En el contexto de la Sociedad de la Información los clientes disponen de una mayor oferta de productos y servicios en Internet, pudiendo no sólo comparar precios sino también opiniones, en un ámbito geográfico y temporal más extenso (Gómez Vieites, Á.; Otero Barros, C. 2011:63-66). En este punto, las redes sociales son el vehículo que comunica a los clientes con la entidad. En las cooperativas analizadas las dos redes sociales predominantes son Facebook y Twitter, pero no son las únicas.

Redes Sociales en Webs de Cooperativas

Social Media	Cantidad	Porcentaje (50 coop.)
--------------	----------	-----------------------

Facebook	16	32
YouTube	9	18
Twitter	16	32
Google +	5	10
LinkedIn	3	6
Blogs	2	4
Vimeo	1	2
Pinterest	1	2
Picasa	1	2

En porcentajes, el máximo alcanzado en el uso de las redes sociales es un 32%, por la inserción de Facebook (<https://www.facebook.com>) y Twitter (<https://twitter.com/>) en el sitio Web. Un 68% de las Webs no utiliza estas dos plataformas de red social. En menor medida son usadas las otras redes sociales. Cada una de ellas tiene un perfil específico, pero las podemos clasificar por su función.

Tanto Facebook como Google + (<https://plus.google.com>), de más reciente creación, son redes generalistas, que pueden conectar a personas con diferentes perfiles e intereses para comentar, opinar o compartir

cualquier tipo de información. Permiten realizar una página profesional o empresarial para difundir servicios o productos.

YouTube (<http://www.youtube.com>) y Vimeo (<https://vimeo.com/>) son dos repositorios de audiovisuales. YouTube es el más popular, utilizado por un mayor perfil de personas, mientras que Vimeo es más restringido en la gama de perfiles, donde predominan artistas, músicos y cineastas para difundir sus creaciones, es una red que permite una mayor calidad de visualización. Ambos canales son los más utilizados de todas las redes de audiovisuales, permitiendo a la gente registrarse para subir sus películas. Las cooperativas pueden difundir sus servicios y productos, así como sus actos, en videos de corta duración, y pueden recibir comentarios de los usuarios.

Twitter es una red social con unas características muy particulares que la diferencian de las demás redes sociales. Nace con la finalidad de comunicar en un limitado mensaje de texto (140 caracteres) opiniones de los usuarios registrados, utilizando esencialmente el smartphone o teléfono móvil con conexión a Internet. Aunque nació con la finalidad de que los usuarios pudiesen comentar en directo cualquier evento (conferencias, noticias, programas de televisión, etc.), también se utiliza por las empresas o profesionales para comunicar productos o servicios o recibir opiniones de sus usuarios.

LinkedIn (<http://es.linkedin.com/>) es la red social profesional más implantada. Permite que sus miembros se autocategoricen, lo que sirve a las empresas, en el sector de recursos humanos, poder encontrar profesionales acordes a los intereses de su línea de negocio. Se ha señalado en un estudio un cierto compromiso afectivo hacia los miembros del grupo de LinkedIn, y la percepción por una reputación del propio grupo (Chiang, J. K.; Suen, Hung-Yue; Hsiao, Hsiang-En, 2013). La información volcada en LinkedIn permite a las empresas corporativas aprovechar la gran cantidad de noticias personales que poseen sus bases de datos para realizar una investigación de mercado (Mohmed; M. Y.; Rahman; A. A., 2010).

Los Blogs son sitios Web que, mediante el uso de un software, permiten a personas o empresas publicar y recibir comentarios de sus lectores o visitantes. La interactividad entre los creadores y los lectores contribuye a la difusión del propio Blog, que puede ser usado como un

medio de publicidad de bajo coste para las corporaciones (Fu, Jen-Ruei; Chen, Jessica H. F., 2012).

Pinterest (<http://pinterest.com/>) y Picasa (<http://picasa.google.com/>) son dos redes sociales relacionadas con la imagen. Pinterest es una red social reciente, creada en 2010, para compartir fotos mediante un tablón que permite al creador clasificarlas libremente. Las imágenes pueden ser propias o capturadas de Internet, y puede servir para planificar, organizar y explorar cualquier tema de interés (Hansen, K.; Nowlan, G.; Winter, Ch., 2012). Picasa es un álbum de fotos Web de Google que permite enlazarlas con Google + para compartirlas y comentarlas, y en su última versión ha añadido funcionalidades de retoque fotográfico. Ambas redes sociales sirven especialmente para difundir los productos de las empresas o cooperativas, y que los usuarios compartan y comenten estos productos.

Uso de las Redes Sociales en cooperativas

c. Sindicación de Contenidos

Los RSS, acrónimo de *Really Simple Syndication* (Sindicación realmente sencilla) y también de *Rich Site Summary*, se refieren a la sindicación de nuestro flujo de información, mediante un formato que permite el envío regular de un contenido web cuando éste cambia. Las Webs utilizan esta aplicación para informar de sus actualizaciones a los que se sindicán, evitando de esta forma el envío de correos electrónicos para informar de las novedades. Quienes se sindicán para recibir dicha información necesitan un lector RSS, que puede ser una aplicación o una plataforma que acepte la lectura de RSS, como iGoogle.

Uso de RSS en Cooperativas: valores absolutos

Si bien los RSS nacieron para impulsar notificaciones de nuevas entradas de la Web o del Blog, también se utilizan para notificar todo tipo de actualizaciones de datos, incluidas las cotizaciones de acciones, información del tiempo, o la disponibilidad de fotos (O'Reilly, Tim, 2007).

Las cooperativas lo pueden utilizar para difundir y promocionar sus productos y sus servicios, así como los eventos que puedan realizar o las

actualizaciones en la Web. Es poco conocida en este sector, y es usada por un escaso porcentaje de sitios Web.

4. Conclusiones

El uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación está escasamente implantado en los sitios Web de las cooperativas españolas. De estas TIC las más empleadas son Facebook, Twitter y RSS, que sirven especialmente para la comunicación de la información, y están muy poco explotadas las redes sociales que posibilitan la difusión de audiovisuales o imágenes.

De las cincuenta cooperativas analizadas las que están mejor posicionadas (en los primeros resultados de búsqueda) son generalmente las que también utilizan una o más TIC. Este aspecto puede interesar a las cooperativas en su plan de marketing, ya que las mejor posicionadas en los resultados de los buscadores no precisamente tienen que coincidir con las de mayor cantidad de negocio, pero han implantado TIC o usado CMS en sus Webs.

Las TIC mencionadas son fáciles de usar, lo que puede permitir con poco esfuerzo de autogestión una amplia difusión de los productos y servicios de las cooperativas.

Bibliografía

Aleke, Bartholomew; Ojiako, Udechukwu; Wainwright, David W., (2011), ICT adoption in developing countries: perspectives from small-scale agribusinesses, *Journal of Enterprise Information Management*, Vol. 24 Iss: 1, pp.68 – 84, DOI: [10.1108/17410391111097438](https://doi.org/10.1108/17410391111097438)

Begalli, Diego; Codurri, Stefano; Gaeta, Davide (2009), Wine and web marketing strategies: The case study of Italian speciality wineries, *British Food Journal*, Vol. 111 Iss: 6, pp.598 – 619, DOI: [10.1108/00070700910966041](https://doi.org/10.1108/00070700910966041)

BuiltWith Technology Usage Statistics (2013), *Top in Content Management System. The most popular CMS technologies on the internet*. [en línea]. Disponible en: <http://trends.builtwith.com/cms/top> [Consulta: 16/05/2013]

Chiang, Johannes K.; Suen, Hung-Yue; Hsiao, Hsiang-En (2013), Group Identification on LinkedIn: A Professional Group Study, *Journal:*

International Business and Management, Volume: 6, Issue: 1, pp. : 32-37 DOI: [10.3968/j.ibm.1923842820130601.1020](https://doi.org/10.3968/j.ibm.1923842820130601.1020)

Fu, Jen-Ruei; Chen, Jessica H. F. (2012), An investigation of factors that influence Blog advertising effectiveness, *International Journal of Electronic Business Management*, Vol. 10, No. 3, pp. 194-203. Disponible en: <http://ijebm.ie.nthu.edu.tw/IJEBM_Web/IJEBM_static/Paper-V10_N3/A03.pdf> [Consulta: 19/05/2013]

Gómez Vieites, Álvaro; Otero Barros, Carlos (2011), *Redes sociales en la empresa. La revolución e impacto a nivel empresarial y profesional*. Madrid: RAMA

Hamilton, Leonora C.; Asundi, Ramachandra (2008), Technology usage and innovation: Its effect on the profitability of SMEs, *Management Research News*, Vol. 31 Iss: 11, pp.830 – 845, DOI: [10.1108/01409170810913033](https://doi.org/10.1108/01409170810913033)

Hansen, Kirsten; Nowlan, Gillian; Winter, Christina (2012), Pinterest as a Tool: Applications in Academic Libraries and Higher Education, *Partnership : the Canadian Journal of Library and Information Practice and Research* , Vol.: 7 Issue: 2, pp. 1-11. Disponible en: <<https://journal.lib.uoguelph.ca/index.php/perj/article/view/2011/2630>> [Consulta: 11/05/2013]

Hinchcliffe, Dion; Kim, Peter (2011), *Social Business By Design: Transformative Social Media Strategies for the Connected Company*. San Francisco: Jossey-Bass, ISBN 9781118273210

McKeever, Susan (2003), Understanding Web content management systems: evolution, lifecycle and market, *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 103 Iss: 9, pp.686 – 692, DOI: [10.1108/02635570310506106](https://doi.org/10.1108/02635570310506106)

Mohmed; Mohmed Y.; Rahman; Azizah Abdul (2010), The Impact of Social Network on Some Selected Corporate Business, *Journal: International Journal of Engineering Science and Technology* , Vol.: 2, Issue: 10, pp 5245-5254. Disponible en: <<http://www.ijest.info/docs/IJEST10-02-10-161.pdf>> [Consulta: 19/05/2013]

O'Reilly, Tim (2007), What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software, *Communications & Strategies*, No. 1, p. 17, First Quarter 2007. Disponible en: <http://ssrn.com/abstract=1008839> [Consulta: 19/05/2013]

Simmons, Geoffrey J.; Durkin, Mark G.; McGowan, Pauric; Arm-

strong, Gillian A., (2007), Determinants of internet adoption by SME agri-food companies, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 14 Iss: 4, pp.620 – 640, DOI: [10.1108/14626000710832730](https://doi.org/10.1108/14626000710832730)

Strategic Direction (2011), Friends in online places: Business and social media, *Strategic Direction*, Vol. 27 Iss: 10, pp.19 – 22, DOI: [10.1108/02580541111171229](https://doi.org/10.1108/02580541111171229)

White, Martin (2002), Selecting a content management system, *VINE*, Vol. 32 Iss: 2, pp.34 – 39, DOI: [10.1108/03055720210473830](https://doi.org/10.1108/03055720210473830)

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN PARA LA AUTOGESTIÓN:
GRADO DE IMPLANTACIÓN EN COOPERATIVAS

ANEXO

Cooperativas							
Nombre	URL	CMS	Facebook	Youtube	Twitter	RSS	Otros
Cooperativas Agro-alimentarias Castilla-La Mancha	http://www.agroalimentarias-clm.coop/	No	https://www.facebook.com/cooperativasagroalimentariasclm	No	https://twitter.com/CoopAgroCLM	No	
UNQUMA Unión de Cooperativas de Consumidores y Usuarios de Madrid	http://www.unquma.coop/	No	No	No	No	http://www.unquma.coop/rss-ucuma.xml	
FEVECTA Federación Valenciana d'Empreses Cooperatives de Treball Associat	http://www.fevecta.coop/	No	https://es-es.facebook.com/FEVECTA	http://www.youtube.com/channel/UCW0HpaIX2wAK2-P26mm2ob=0	https://twitter.com/FEVECTA	http://www.fevecta.coop/rss.xml	
Coolbeiben	http://coolbeiben.coop/	No	No	http://www.youtube.com/user/coolgest	https://twitter.com/CoolGest	No	
APA, Abierto hasta el Amanecer	http://www.abiertomadrid.coop/	Joomla	No	No	No	http://www.abiertomadrid.coop/index.php?format=feed&type=rss	
Cooperativas de Trabajo de Castilla y León	http://www.ctracoop.coop/	No	No	No	No	http://www.ctracoop.coop/rss.asp	
Som energía	http://www.somenergia.coop/	Joomla	https://www.facebook.com/somenergia	https://www.youtube.com/user/Somenergia	https://twitter.com/somenergia	https://www.somenergia.coop/maquies?format=feed	https://plus.google.com/u/0/101764392891594029123/posts

VICENT GIMÉNEZ CHORNET

COCEA, Confederación española de cooperativas de Trabajo Asociado Cooperativas de Catalunya Federación Andaluza de Empresas Cooperativas de Trabajo Freepress	http://www.emplea.coop	No	No	No	No	No	No	No	No	https://www.facebook.com/faecta.2	https://www.facebook.com/faecta	https://twitter.com/faecta	http://www.faecta.coop/rss/	https://plus.google.com/1105238873636911337991/posts
IDEAS, iniciativas de Economía Alternativa y Solidaría	http://www.ideas.coop/	Joomla	Joomla	https://www.facebook.com/ideas.comerciojusto	https://www.facebook.com/ideas.comerciojusto	https://www.youtube.com/user/ideasComercioJusto	https://twitter.com/ideas_es	http://www.ideas.coop/index.php?format=feed&type=rss	https://plus.google.com/11137184094103998075/posts					
Xarxa Gedi	http://www.xarxagedi.coop/	No	No	No	No	No	https://twitter.com/Xarxa_Gedi	No	No					
Aura Cooperativa de Empleo	http://www.aura.coop/	Joomla	Joomla	No	No	No	No	http://www.aura.coop/index.php?format=feed&type=rss	No					
CEVAGRAF, Industria Gráfica Cooperativa	http://cevagraf.coop/	Wordpress	Wordpress	https://www.facebook.com/cevagraf	https://www.facebook.com/cevagraf	http://www.youtube.com/user/cevagrafsccl	https://twitter.com/Cevagraf	http://cevagraf.coop/feed/	http://pinterest.com/cevagraf/					
UCOMUR, Unión de Cooperativas de Trabajo Asociado de la Región de Murcia	http://www.ucomur.org/	Joomla	Joomla	https://www.facebook.com/pages/ucomur/456320164178502	https://www.facebook.com/pages/ucomur/456320164178502	http://www.youtube.com/user/ucomur	https://twitter.com/ucomur	No	No					
Escuela Empresarial Cooperativa	http://www.aposta.coop/	No	No	https://www.facebook.com/pages/Aposta-Escuela-Empresarial-Cooperativa/133553040038903?wall	https://www.facebook.com/pages/Aposta-Escuela-Empresarial-Cooperativa/133553040038903?wall	No	https://twitter.com/aposta	No	http://www.linkedin.com/company/346993					

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN PARA LA AUTOGESTIÓN:
GRADO DE IMPLANTACIÓN EN COOPERATIVAS

UCAM, Unión de Cooperativas Agrícolas Mañhitas	http://www.ucam.coop/	No	No	No	No	No	http://www.ucam.coop/rssamer70_k-218394606canal-218427	
Cooperativas agro-alimentarias	http://www.agroalimentacion.coop/	No	https://www.facebook.com/paases/Cooperativas-Agro-alimentarias-de-Estia%C3%B1a/ 329213983794820	http://www.youtube.com/user/CoopsAgroES	No	https://twitter.com/CoopsAgroES	No	
Grados San Diego Sociedad Cooperativa Mañhita	http://www.gradossandiego.coop/	No	No	http://www.youtube.com/user/gradossandiego?feature=watch	No	No	No	
Aula Virtual Cooperativa	http://www.aula.coop/	No	No	No	No	No	No	
Sociedad para la promoción de cooperativas	http://www.elkarian.coop/	No	No	No	No	No	No	
Federación de Cooperativas de Trabajo Asociado, Enseñanza y Crédito de Euzkadi	http://www.erkide.coop/	XStandard	No	No	No	No	No	

VICENT GIMÉNEZ CHORNET

Cooperativas agro-alimentarias Principado de Asturias	http://www.asturias.coop/	No	https://www.facebook.com/laages/Cooperativas-agro-alimentarias-Principado-de-Asturias/124799210905068	No	https://twitter.com/CoopAsturias	No	
Empresa y Trabajo el periódico de las cooperativas de trabajo	http://empresaytrabajo.coop/	WordPress	https://www.facebook.com/laages/EMPRESAYTRABAJO.COOP/114073765301850	No	No	No	
Lactoesera Cooperativa Vegassía	http://www.coovees.es/	PresasShop	https://www.facebook.com/coovees	http://www.youtube.com/user/cooperativavegassia?feature=watch	No	No	
Aguasol	http://aguasol.coop/	WordPress	No	No	https://twitter.com/aguasol	No	http://www.linkedin.com/company/aguasol
UCA/GAM, Unión de Cooperativas de Trabajo Asociado Autónomas Manchegos	http://uctacam.coop/	WordPress	No	No	No	No	
Helechos	http://www.helechos.coop/	No	No	No	No	No	
Kairós, Cooperativa de Iniciativa Social de Zaragoza	http://www.kairós.coop/	Joomla	https://www.facebook.com/kairós.coop	No	No	No	http://kairósaragoza.blogspot.com.es/
Azimit 360	http://www.azimit360.coop/	No	No	No	https://twitter.com/azimit360coop	No	

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN PARA LA AUTOGESTIÓN:
GRADO DE IMPLANTACIÓN EN COOPERATIVAS

Gestión de Servicios Residenciales	http://www.gsr.coop/	No	No	No	No	No	No	No	No
IKASGILITZA Federación de Cooperativas de Enseñanza Multilingüe	http://www.ikasgiliza.coop/	Xstandard	No	No	No	No	No	No	http://www.ikasgiliza.coop/RssHPDef-Link.aspx?Idoma=C&Web=e869486f-075e-4537-8e16-6876216b17ce&Menu=aha14a89-8e10-4e47-9f52-5f6392af5b68&canal=93ca3112-b612-421f-9832-9f6432c66a3e
Timon. Investigación Social	http://www.timon.coop/	Joomla	https://www.facebook.com/timonsga	No	No	No	No	No	http://ehblogdetimon.blogspot.com/es/
TAJO	http://www.tajo.coop/	No	No	No	No	No	No	No	No
Domínios.coop	http://www.dominius.coop/	No	No	No	No	No	No	No	No
Costa Brava Fruticultivos S.L.	http://www.costabrava.coop/	No	No	No	No	No	No	No	No
Cooperama Nueva Unión de Cooperativas de Trabajo de Madrid	http://www.cooperama.coop/	No	No	No	No	No	No	No	http://www.cooperama.coop/feed/rss/
SAKANA. Fundación de Hierro	http://www.sakana.coop/	No	No	No	No	No	No	No	No
Moniker S.COOP	http://www.moniker.coop/	No	No	No	No	No	No	No	No
Hortamira	http://www.hortamira.coop/	No	No	No	No	No	No	No	Web en Flash
Federación de Cooperativas Agroalimentarias de Euskadi	http://www.euskadi.coop/	No	No	No	No	No	No	No	No

UNIO COOPERACIO ALIMENTARIA	http://www.unio.coop	No	No	No	No	No	No	No	No	HiTrack, soft libre GPL
COOP57, Sociedad Cooperativa Catalana de Responsabilidad Limitada	http://www.coop57.coop/	Joomla	No							
IACFA, Cooperativa jurídica y transferencia de asesoramiento social	http://www.iacfa.coop/	No	No	No	No	No	No	No	No	
CLAROS s.c.a. de Interés social	http://www.claros.coop/	TYPO3	No							
ACTUA Servicios S.Coop.Anc. de Interés Social	http://www.actua-servicios.coop/	Joomla	No							
Business Innovation Brokers S. Coop	http://www.bib.coop/	Joomla	No							
Más de Noguera, NOGUERA A.D.R. COOP. V.	http://www.masdenoguera.coop/	No	No	No	No	No	No	No	No	
Alternativas Económicas	http://alternativaseconomicas.coop/	No	No	No	No	No	No	No	No	http://www.linkedin.com/company/alternativas-economicas