

EL SISTEMA DE VALORES: LA INNOVACIÓN COMO VALOR COMPARTIDO EN LAS EMPRESAS DE ECONOMÍA SOCIAL

José V. Guarnizo García; Felipe Hernández Perlines
Universidad de Castilla-La Mancha

RESUMEN

La mayoría de las definiciones de cultura empresarial la concibe como un conjunto de valores y de símbolos compartidos por un grupo y que condiciona su comportamiento. Las empresas de Economía Social por sus peculiaridades poseen rasgos, "valores" que les diferencia, en gran medida, de otros tipos de organizaciones empresariales. Uno de dichos rasgos hace referencia al proceso de toma de decisiones: todos los socios participan independientemente del capital aportado, se aplica el criterio de la persona (una persona un voto). En este sentido, cualquier decisión debe ser compartida por la mayoría de los socios para ser aprobada y poder ponerla en práctica. En el presente trabajo se trata de analizar si la innovación es un valor compartido por los socios de las empresas de Economía Social. Y podemos comprobar que la innovación es un valor compartido, pues en la mayoría de las empresas encuestadas, en el último año, han realizado algún tipo de innovación en su empresa.

1 - INTRODUCCIÓN

La cultura empresarial es un elemento básico para lograr la misión y los objetivos de la organización; por lo tanto, los factores que la determinan también son importantes para el éxito de la organización. Estos factores pueden interactuar para dar forma a la cultura de una empresa.

En la literatura especializada podemos encontrar diversas definiciones de cultura empresarial, pero la que más nos importan son aquellas que se relacionan con una serie de valores compartidos por la mayoría de los miembros o integrantes de la empresa.

En el presente trabajo, nos fijamos en un valor: la innovación; y en un tipo de empresas: las de Economía Social.

La innovación se está mostrando como uno de los aspectos clave de la competitividad empresarial, no sólo a la hora de obtenerla, sino, y sobre todo, para su mantenimiento a lo largo del tiempo.

Las empresas de Economía Social, por su especial configuración, son entidades participativas, en las que cada socio, independientemente del capital aportado, tiene voz y voto en la toma de decisiones. Luego, todas las decisiones deben ser refrendadas por la mayoría de los socios. De esta especificidad parte la necesidad de poseer valores, creencias o ideas compartidos, puesto que para llevar a cabo, en este caso, innovaciones en las empresas de Economía Social es necesario que estén de acuerdo la mayoría de sus miembros.

La Economía Social está compuesta por entidades muy heterogéneas, que van desde las Cooperativas y Sociedades Laborales (los dos grupos anteriores forman el núcleo central de la Economía Social), hasta las Asociaciones, Fundaciones, pasando por las Cajas Rurales y de Cajas de Ahorro. Pero en este trabajo nos circunscribimos a las Cooperativas (Agrarias, de Trabajo Asociado y a las Sociedades Anónimas Laborales). En este tipo de entidades, los socios, en su mayoría, son gestores y trabajadores de la misma.

2 - CONCEPTO DE CULTURA EMPRESARIAL

El concepto de cultura empresarial es relativamente reciente. Así, en la Escuela de las Relaciones Humanas podemos encontrar las primeras investigaciones de lo que hoy se denomina cultura empresarial. Aunque, no fue hasta los años setenta y ochenta cuando empiezan a aparecer distintos trabajos de investigación que tienen como objeto principal el análisis de la cultura empresarial.

Pero realmente, ¿qué es la cultura empresarial?. Si efectuamos una revisión del concepto de cultura empresarial, podemos destacar una serie de definiciones que se centran en la existencia de unos valores y símbolos que son compartidos por un grupo y que condicionan su comportamiento.

Así, para Pettigrew (1979) la cultura de una empresa se manifiesta por los símbolos: lenguaje, ritos, mitos, etc. que son creados y difundidos para influir sobre los comportamientos de los miembros de la empresa.

En sintonía con el anterior concepto, Waterman (1982) y (Deal y Kennedy, 1985), definen a la cultura empresarial como la suma de valores, mitos y símbolos de la organización.

Mckinsey, Kilman y otros (1985) incorporan la cultura empresarial a los modelos de gestión empresarial como uno de los factores principales. El primero entendiendo la cultura como estilo y valores compartidos y el segundo como un proceso que tiene como finalidad establecer confianza, compartir información y adaptabilidad, ser receptivo al cambio y a las mejoras.

Shein (1985) llama cultura a un modelo de presunciones básicas que ejercen la suficiente influencia como para ser consideradas válidas y, en consecuencia, ser enseñadas a los nuevos miembros como el modo correcto de percibir, pensar y sentir esos problemas.

Ansoff (1985) denomina cultura estratégica de un grupo al conjunto de normas y valores de un grupo social que determinan su preferencia por un tipo concreto de comportamiento estratégico.

Para Menguzzato y Renau (1991) la cultura empresarial es el conjunto de valores, creencias, actitudes, expectativas, comunes a todos o por lo menos a la gran mayoría de los miembros de la empresa y que influyen en sus comportamientos.

Según Robbins (1996), la cultura organizacional es la percepción común que comparten los miembros de la organización, el sistema de significado compartido que distingue a unas organizaciones de otras.

Para Ivancevich et al. (1996) la cultura sirve de guía para definir lo que constituye una conducta apropiada y aceptable dentro de la empresa, ya que proporciona una identidad a los empleados: la cultura establece normas que los empleados deben acatar.

Mondy y Noe conciben a la cultura corporativa como un sistema de valores, creencias y hábitos compartidos dentro de una organización: es el patrón de supuestos, valores, normas y artefactos básicos que comparten los miembros de la organización y que orientan su conducta.

Finalmente, Ribes entiende por cultura empresarial una realidad informante de la organización empresarial, que está integrada por un conjunto articulado de creencias, querencias, pautas de comportamiento y medios, que comparten sus componentes.

En definitiva, la cultura de la empresa homogeneiza las conductas personales y refuerza implícitamente el sistema de reglas y la configuración del poder. Además, la cultura está en la base de la identidad de la empresa, siendo ésta el conjunto de las características que le da continuidad en el tiempo, coherencia a pesar de la diversidad de sus miembros, especificidad en relación con el exterior en sus acciones y en sus valores, y que permite eventualmente a sus miembros identificarse con ella.

3 - LA CULTURA EMPRESARIAL EN LAS EMPRESAS DE ECONOMÍA SOCIAL

Las empresas de Economía Social poseen una serie de características especiales, que las diferencia de otro tipo de empresas y que constituyen una verdadera "cultura cooperativa". Las Empresas de Economía Social encuadran dentro de la Economía de Mercado, en el campo de las empresas privadas guiándose por los siguientes valores o principios (Barea y Monzón, 1992; 1994).

1 - Las Empresas que se incluyen dentro de la Economía Social **tienen por finalidad el servir a sus miembros o al entorno donde realizan su actividad**. Predomina, por lo tanto, el interés social sobre el particular, pretendiendo mejorar las condiciones de vida de aquellos que son miembros de una empresa de Economía Social. En el caso de las Empresas De Trabajo Asociado la finalidad que persiguen se centra, fundamentalmente, en proporcionar empleo estable o servicios a sus socios.

2 - Las Empresas de Economía Social se caracterizan por **la autonomía de gestión y de decisión frente a otros Sectores Económicos** (el Sector Privado o el Sector Público), siendo la base de la dinámica asociativa.

3 - En las Empresas de Economía Social **los procesos de toma de decisiones deben ser democráticos, utilizando como criterio el individuo y no el capital que se posee**. La gestión es llevada a cabo por todos los miembros de forma que es una gestión dispersa, siendo los riesgos los de una gestión participativa. En definitiva, prima la persona y el trabajo sobre el capital en la adopción de las decisiones. El capital en este tipo de empresas es un medio para mejorar y aumentar la calidad de vida de cada miembro. Por lo tanto, el proceso de toma de decisiones y de gestión en la empresa de Trabajo Asociado se efectúa democráticamente y/o con una participación mayoritaria de los trabajadores, que a su vez son socios de la misma.

Las empresas de Economía Social son entidades con rasgos diferenciales respecto a otras figuras empresariales. En este sentido es posible destacar, fundamentalmente, cuatro rasgos o valores diferenciadores (Barea y Monzón, 1992; 1994):

1 - En primer lugar, **en relación con los objetivos**. En la empresa de tipo tradicional suele plantearse que el objetivo básico es la maximización de la rentabilidad económica, y con ello, el valor de la empresa en el mercado. Sin embargo, las empresas de Economía Social tienen por objeto el bienestar de sus miembros y el desarrollo de la economía, por lo que la motivación que impulsa su creación es la satisfacción de una necesidad colectiva, el crecimiento de la sociedad a fin de mejorar las condiciones de vida de sus miembros. Este hecho no excluye que las Empresas de Economía Social tengan como objeto la obtención de un lucro en el ejercicio de su actividad económica, ya que al ser empresas, este desarrollo debe estar inducido hacia la consecución de una determinada utilidad.

2 - En segundo lugar, **desde la gestión**. Así, en una empresa por acciones la gestión y dirección está concentrada en uno o varios sujetos que corren en primer lugar con el riesgo de la empresa según el capital poseído. Sin embargo, en las empresas de Economía Social, la gestión y dirección corresponde a todos los miembros de forma que se puede calificar de gestión dispersa (Barea y Monzón, 1992), siendo los riesgos los de una gestión paritipativa. Las aportaciones sociales dejan de ser cuotas de poder en la gestión, siendo las personas las que rigen el destino de la empresa independientemente del capital que aporten, que sólo les acredita como propietarios (Morales, 1994). Hay que tener en cuenta que el proceso de toma de decisiones tiene un marcado carácter personalista: se efectúa en base a la persona (un hombre un voto), no siendo válido el criterio de la participación en el capital.

3 - En tercer lugar, **teniendo en cuenta los factores de producción**. En la empresa de tipo tradicional los factores productivos están al servicio del capital, siendo éste el elemento fundamental de asociación (son los aportantes de capital los que crean y controlan este tipo de empresas). Mientras que en las Empresas de Economía Social el capital es un medio para mejorar y aumentar la calidad de vida de cada miembro, siendo el elemento fundamental de la creación de este tipo de empresa la prestación de un trabajo en común. Desde esta perspectiva, se ha venido considerando que la empresa tradicional es una unidad básica de producción donde se conjugan dos tipos de factores: el capital y el trabajo, siendo el primero el que ejerce el papel directriz. Por otro lado, las Empresas de Economía Social son unidades organizativas en las que el trabajo es el factor determinante de su configuración empresarial (Medina Hernández, 1989).

4 - En cuarto lugar, **considerando como se efectúa la distribución de los excedentes**. En la empresa tradicional se realiza según la participación que cada socio posee del capital social. Sin embargo, en las Empresas de Economía Social ésta se efectúa en función a la actividad empresarial en la sociedad de los sujetos directamente implicados en la misma (el trabajo aportado a la Empresa de Economía Social). Se trata de primar consecución de objetivos, la creación de riqueza, la generación de valor añadido, por lo que se concede mayor importancia a la persona como factor generador de rentas que a cualquier otro factor que puede intervenir en la empresa (Morales, 1994)

4 - LA INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS DE ECONOMÍA SOCIAL COMO VALOR COMPARADO

Las empresas de Economía Social son entidades participativas, donde las decisiones se adoptan con la participación de todos los miembros de la empresa. En este sentido, cualquier decisión debe ser compartida por la mayoría de sus miembros.

A partir del razonamiento anterior, la decisión de innovación, para llevarse a cabo, debe ser compartida por la mayoría de los socios de las empresas cooperativas.

Como consecuencia de las alteraciones de las condiciones en las que han de competir las empresas en los distintos mercados a los que concurren, el análisis empresarial ha derivado hacia el estudio de la innovación. En este sentido, según un informe que realizaron un grupo de expertos al Presidente de la Comisión en junio de 1995, la innovación es un elemento decisivo en la obtención de mayores niveles de competitividad, de manera que ésta depende en última instancia de la "capacidad para innovar, ya sea mejorando sus procesos productivos (la misma producción a un menor coste a través de la reasignación más eficiente de los recursos), ofertando una nueva o mejorada gama de productos y servicios que satisfaga las necesidades y demandas de consumidores y usuarios o bien, generando o incorporando nuevas técnicas de gestión y organización empresarial" (Ramírez Hijosa, 1996).

Pero, qué entendemos por innovación. Son múltiples las definiciones que podemos encontrar de la innovación, pero si limitamos el análisis al campo empresarial, las que más nos pueden interesar son las siguientes. Según el Libro Verde de la Innovación, aprobado por la Comisión Europea el día 20 de diciembre de 1995, la innovación "es sinónimo de producir, asimilar y explotar con éxito una novedad" (Comisión Europea, 1995). Podemos hablar de innovación como "el conjunto de conocimientos, formas y métodos, instrumentos y procedimientos que permiten combinar los diferentes recursos (tangibles e intangibles) en los procesos productivos para lograr que éstos sean más eficientes" (Bueno, 1996). Para Shumpeter, existen en la empresa diferentes tipos de innovación que generan beneficios:

1. La fabricación de un nuevo producto o de un bien de superior calidad a la tienen los que actualmente fabrica o vende;
2. La apertura de nuevos mercados;
3. La introducción de nuevos métodos de producción o de nuevas fuentes de aprovisionamiento; y por último
4. La innovación en materia de organización.

Estas cuatro formas de innovación tienen su réplica en el Libro Verde de la Innovación. Así, las dos primeras se podrían englobar dentro de lo que el Libro Verde de la Innovación denomina la "renovación y ampliación de la gama de productos y servicios y de los mercados correspondientes". La tercera sería la "la renovación de los métodos de producción, abastecimiento y distribución", y la tercera la que la el Libro verde de la Innovación reconoce como "los cambios en la gestión, en la organización del trabajo, en las condiciones del trabajo y las cualificaciones de los trabajadores". Pero además, puede existir otro tipo de innovación, y esta es la que recibe el nombre de innovación social o relativa a la búsqueda de soluciones nuevas que puedan afectar al sistema humano de la empresa.

Para comprobar cuál es la situación de la innovación en las Empresas de Economía Social, se ha realizado una encuesta a un total de 78 empresas entre Cooperativas de Trabajo Asociado, Sociedades Anónimas Laborales y Cooperativas Agrarias, cuya características son como siguen:

Para determinar si la innovación es un valor compartido, se ha realizado una encuesta a empresas de Economía Social a las que se les ha preguntado si realizan algún tipo de innovación.

Se ha efectuado una selección aleatoria, eligiendo un mayor número de empresas de cada clase según la importancia que la misma tenga dicho tipo de entidad en la provincia que se trate. Así, el mayor número de Cooperativas de Trabajo Asociado seleccionadas corresponden a Albacete (12) y Toledo (7); de Sociedades Anónimas Laborales a Albacete (5) y Toledo (5) y de Cooperativas Agrarias a Ciudad Real (9) y Toledo (7).

TIPO DE EMPRESA	ALBACETE	CIUDAD REAL	CUENCA	GUADALAJARA	TOLEDO	TOTAL ENCUESTAS
COOPERATIVAS DE TRABAJO ASOCIADO	12	7	5	3	7	34
SOCIEDADES ANÓNIMAS LABORALES	5	3	2	3	5	18
COOPERATIVAS AGRARIAS	4	9	3	3	7	26
TOTAL	21	19	10	9	19	78

Fuente: encuesta.

Las Cooperativas Agrarias seleccionadas en la muestra pertenecen los tres sectores mayoritarios de la región donde desarrollan actividades este tipo de entidades, es decir, al Sector Vitivinícola con 11, al Sector del Aceite de Oliva con 9 y al Sector de Cultivos Herbáceos con 6. Todas las Cooperativas Agrarias seleccionadas son pequeñas desde el punto de vista del nivel de facturación (no superan los 900 millones en volumen de facturación, siendo su distribución en dicho intervalo de tal manera que 14 se sitúan en el tramo de menos de 100 millones de facturación; 8 entre 100 millones y 500 millones de facturación; 4 entre 500 millones y 900 millones de facturación.

DISTRIBUCIÓN SECTORIAL Y TAMAÑO SEGÚN EL NIVEL DE FACTURACIÓN DE LAS COOPERATIVAS AGRARIAS ENCUESTADAS		
SECTOR	NÚMERO DE EMPRESAS	PORCENTAJE
VINO	11	42,30, 100% PEQUEÑAS, 7 CON MENOS DE 100 MILLONES DE FACTURACIÓN; 3 ENTRE 100 Y 500 MILLONES DE FACTURACIÓN, 1 ENTRE 500 Y 900 MILLONES DE FACTURACIÓN.
ACEITE	9	34,61, 100% PEQUEÑAS, 4 CON MENOS DE 100 MILLONES DE FACTURACIÓN; 3 ENTRE 100 Y 500 MILLONES DE FACTURACIÓN, 2 ENTRE 500 Y 900 MILLONES DE FACTURACIÓN.
CULTIVOS HERBÁCEOS	6	23,09, 100% PEQUEÑAS, 3 CON MENOS DE 100 MILLONES DE FACTURACIÓN; 2 ENTRE 100 Y 500 MILLONES DE FACTURACIÓN, 1 ENTRE 500 MILLONES Y 900 MILLONES DE FACTURACIÓN
TOTAL	26	100,00

Fuente: encuesta.

Todas las Cooperativas Agrarias encuestadas son de pequeño tamaño (menos de 50 trabajadores si consideramos el número de trabajadores).

DISTRIBUCIÓN SECTORIAL Y TAMAÑO SEGÚN EL NÚMERO DE TRABAJADORES DE LAS COOPERATIVAS AGRARIAS		
SECTOR	NÚMERO DE EMPRESAS	TAMAÑO SEGÚN EL NÚMERO DE TRABAJADORES
VINO	11	42,30, 100% PEQUEÑAS (MENOS DE 50 TRABAJADORES)
ACEITE	9	34,61, 100% PEQUEÑAS (MENOS DE 50 TRABAJADORES)
CULTIVOS HERBÁCEOS	6	23,09, 100% PEQUEÑAS (MENOS DE 50 TRABAJADORES)
TOTAL	26	100,00

Fuente: encuesta.

Las Sociedades Anónimas Laborales se distribuyen de forma que 8 pertenecen al Sector Industrial, 4 a la Construcción y 6 al Sector servicios. También en este caso, como en el caso de las Cooperativas Agrarias, son empresas de tamaño pequeño, de forma que 12 tienen menos de 100 millones de pesetas de facturación y 6 entre 100 y 500 millones de pesetas de facturación.

DISTRIBUCIÓN SECTORIAL Y TAMAÑO SEGÚN EL VOLUMEN DE FACTURACIÓN DE LAS SOCIEDADES ANÓNIMAS LABORALES		
SECTOR	NÚMERO DE EMPRESAS	TAMAÑO SEGÚN EL VOLUMEN DE FACTURACIÓN
INDUSTRIAL	8	100% PEQUEÑAS, 6 CON MENOS DE 100 MILLONES DE FACTURACIÓN, 2 ENTRE 100 Y 500 MILLONES DE FACTURACIÓN.
CONSTRUCCIÓN	4	100% PEQUEÑAS, 3 CON MENOS DE 100 MILLONES DE FACTURACIÓN Y 1 ENTRE 100 Y 500 MILLONES DE FACTURACIÓN.
SERVICIOS	6	100% PEQUEÑAS, 3 CON MENOS DE 100 MILLONES DE FACTURACIÓN Y 3 ENTRE 100 Y 500 MILLONES DE FACTURACIÓN.
TOTAL	18	100% PEQUEÑAS

Fuente: encuesta.

Si tenemos en cuenta el tamaño de las Sociedades Anónimas Laborales, según el número de trabajadores, 26 tienen menos de 50 trabajadores y 8 entre 50 y 250 trabajadores.

DISTRIBUCIÓN SECTORIAL Y TAMAÑO SEGÚN EL NÚMERO DE TRABAJADORES DE LAS SOCIEDADES ANÓNIMAS LABORALES ENCUESTADAS		
SECTOR	NÚMERO DE EMPRESAS	TAMAÑO SEGÚN EL VOLUMEN DE FACTURACIÓN
INDUSTRIAL	12	100% PEQUEÑAS, 9 CON MENOS DE 50 TRABAJADORES, 3 ENTRE 50 Y 250 TRABAJADORES.
CONSTRUCCIÓN	6	100% PEQUEÑAS, CON MENOS DE 50 TRABAJADORES.
SERVICIOS	16	100% PEQUEÑAS, 11 CON MENOS DE 50 TRABAJADORES, 5 ENTRE 50 Y 250 TRABAJADORES.
TOTAL	34	100% PEQUEÑAS

Fuente: encuesta.

Las Cooperativas de Trabajo Asociado encuestadas se reparten de manera que 12 pertenecen al Sector Industrial, 6 a la Construcción y 16 al Sector Servicios. En relación al tamaño de las entidades de la muestra según el volumen de facturación, 18 se incluyen dentro del tramo con menos de 100 millones de pesetas de facturación, 12 en el tramo entre 100 y 500 millones de pesetas de facturación y 4 en el intervalo entre 500 y 900 millones de facturación.

DISTRIBUCIÓN SECTORIAL Y TAMAÑO SEGÚN EL VOLUMEN DE FACTURACIÓN DE LAS COOPERATIVAS DE TRABAJO ASOCIADO ENCUESTADAS		
SECTOR	NÚMERO DE EMPRESAS	TAMAÑO SEGÚN EL VOLUMEN DE FACTURACIÓN
INDUSTRIAL	12	100% PEQUEÑAS, 8 CON MENOS DE 100 MILLONES DE FACTURACIÓN, 3 ENTRE 100 Y 500 MILLONES DE FACTURACIÓN, 1 ENTRE 500 Y 900 MILLONES.
CONSTRUCCIÓN	6	100% PEQUEÑAS, 5 CON MENOS DE 100 MILLONES DE FACTURACIÓN Y 1 ENTRE 100 Y 500 MILLONES DE FACTURACIÓN.
SERVICIOS	16	100% PEQUEÑAS, 5 CON MENOS DE 100 MILLONES DE FACTURACIÓN Y 8 ENTRE 100 Y 500 MILLONES DE FACTURACIÓN, 3 ENTRE 500 Y 900 MILLONES.
TOTAL	34	100% PEQUEÑAS

Fuente: encuesta.

Las Cooperativas de trabajo Asociado de la muestra, según el número de trabajadores se distribuyen de forma que 24 tienen menos de 50 trabajadores y 10 tienen entre 50 y 250 trabajadores.

DISTRIBUCIÓN SECTORIAL Y TAMAÑO SEGÚN EL NÚMERO DE TRABAJADORES DE LAS COOPERATIVAS DE TRABAJO ASOCIADO ENCUESTADAS		
SECTOR	NÚMERO DE EMPRESAS	TAMAÑO SEGÚN EL VOLUMEN DE FACTURACIÓN
INDUSTRIAL	12	100% PEQUEÑAS, 10 CON MENOS DE 50 TRABAJADORES, 2 ENTRE 50 Y 250 TRABAJADORES.
CONSTRUCCIÓN	6	100% PEQUEÑAS, 5 CON MENOS DE 50 TRABAJADORES, 1 ENTRE 50 Y 25 TRABAJADORES.
SERVICIOS	16	100% PEQUEÑAS, 9 CON MENOS DE 50 TRABAJADORES, 7 ENTRE 50 Y 250 TRABAJADORES.
TOTAL	34	100% PEQUEÑAS

Fuente: encuesta.

De las entidades objeto de la encuesta, 24 son gerentes, de los cuales 18 lo son de una Sociedad Anónima Laboral y 6 de Cooperativa de Trabajo Asociado y 54 son Presidentes, de ellos, 26 lo son de Cooperativas Agrarias y 28 de Cooperativas de Trabajo Asociado.

El primer aspecto que nos interesa analizar es si las empresas encuestadas utilizan un instrumento que cada vez se impone más como una herramienta necesaria para la toma de decisiones de la empresa y como vehículo adecuado para la transmisión, recogida, tratamiento y almacenamiento de la información. En este sentido, a la pregunta de si su empresa posee ordenador, el 66,66% de los gerentes de las Sociedades Anónimas de la muestra, el 52,94% de los gerentes y presidentes de las Cooperativas de trabajo Asociado, el 76,92% de los presidentes de las Cooperativas Agrarias contestaron afirmativamente a la pregunta, lo que supone que en su conjunto, el 64,10% de las entidades de la muestra poseen ordenador.

	SOCIEDADES ANÓNIMAS LABORALES	COOPERATIVAS DE TRABAJO ASOCIADO	COOPERATIVAS AGRARIAS	TOTAL	PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL
SU EMPRESA POSEE ORDENADOR (CONTESTACIÓN AFIRMATIVA)	12	18	20	50	64,10

Fuente: encuesta.

La segunda pregunta que se ha realizado ha sido sobre si "se ha introducido algún tipo de innovación de producto (diseño, diversificación, nuevos productos) o mercado (nuevos mercados), o de procesos (maquinaria, métodos de producción, abastecimiento) o de organización (recursos humanos, cualificación, formación, descentralización, etc.) en su empresa". Del total de las empresas encuestadas, 43 contestan que al menos han realizado alguno de los tres tipos de innovación propuesta, lo que supone que el 55,13% de las empresas que componen la muestra, son empresas innovadoras.

SE HA INTRODUCIDO ALGÚN TIPO DE INNOVACIÓN DE PRODUCTO (DISEÑO, DIVERSIFICACIÓN, NUEVOS PRODUCTOS) O MERCADO (NUEVOS MERCADOS), DE PROCESOS (MAQUINARIA, MÉTODOS DE PRODUCCIÓN, ABASTECIMIENTO) O DE ORGANIZACIÓN (RECURSOS HUMANOS, CUALIFICACIÓN, FORMACIÓN, DESCENTRALIZACIÓN, ETC.) EN SU EMPRESA	NÚMERO DE EMPRESAS	PORCENTAJE
EFFECTÚA AL MENOS UNO DE LOS ANTERIORES TIPOS DE INNOVACIÓN	43 (HAY EMPRESAS QUE REALIZAN MÁS DE UN TIPO DE INNOVACIÓN) (27 DE PROCESO, CON LA ADQUISICIÓN DE NUEVOS EQUIPOS MÁS MODERNOS, O LA MEJORA DE LOS YA EXISTENTES [9 CTA, 14 SAL, 4 CA], 15 CON UN AUMENTO DE LA GAMA DE PRODUCTOS QUE OBTIENE O QUE COMERCIALIZA O UNA MEJORA DEL DISEÑO O DEL ENVASE O EMBALAJE [4 CTA, 3 SAL, 8 CA], 38 DE ORGANIZACIÓN SOBRE TODO POR LA ASISTENCIA A CURSOS DE FORMACIÓN SOBRE ASPECTOS RELACIONADOS CON LA ACTIVIDAD QUE REALIZAN, ASISTENCIA A FERIAS, CONOCIMIENTO DEL MERCADO, DE LOS PRODUCTOS Y MATERIAS PRIMAS, ETC. [14 CTA, 12 SAL, 12 CA].	55,13
NO REALIZA NINGUNO DE LAS ANTERIORES TIPOS DE INNOVACIÓN	35 (14 CTA, 12 SAL, 9 CA)	44,87
TOTAL	78	100,00

Fuente: encuesta.

Dentro de las empresas que realizan algún tipo de innovación, hay empresas que llevan a cabo más de una clase de innovación. Del total de entidades que realizan innovaciones encontramos la siguiente distribución: 27 realiza innovación de proceso, con la adquisición de nuevos equipos más modernos o la mejora de los ya existentes, de las que 9 son Cooperativas de Trabajo Asociado, 14 Sociedades Anónimas Laborales y 4 Cooperativas Agrarias; 15 han aumentado la gama de productos que obtiene o que comercializa o una mejora del diseño o del envase o embalaje, que se dividen en 4 Cooperativas de Trabajo Asociado, 3 Sociedades Anónimas Laborales, y 8 Cooperativas Agrarias; y por último, 38 empresas han realizado cambios de organización sobre todo por la asistencia a cursos de formación sobre aspectos relacionados con la actividad que realizan, asistencia a ferias, conocimiento del mercado, de los productos y materias primas, etc., que se reparten en 14 Cooperativas de Trabajo Asociado, 12 Sociedades Anónimas Laborales, 12 Cooperativas Agrarias. En resumen, las Sociedades Anónimas Laborales sobre todo realizan innovaciones de proceso, mientras que las Cooperativas de Trabajo Asociado y las Cooperativas Agrarias llevan a cabo innovaciones de organización, centradas en la asistencia a cursos de formación sobre aspectos relacionados con la actividad que realizan, asistencia a ferias, conocimiento del mercado, de los productos y materias primas, etc.

No sólo es importante la realización de un determinado tipo de innovación, también conveniente saber cual es la aceptación de dicha innovación tanto por los directivos de las empresas, como por los trabajadores de las mismas. Por lo tanto, los recursos humanos son un factor esencial, que mejor educada, formada y sensibilizada contribuye al esfuerzo de innovación. La capacidad de asociar en mayor grado, y desde el principio, a los trabajadores a las mutaciones tecnológicas y a sus consecuencias sobre la organización de la producción y del trabajo debe considerarse como un factor decisivo".

A este respecto, el primer aspecto que vamos a analizar es como es la aceptación personal de las innovaciones por los gerentes o presidentes de las empresas objeto de estudio. El nivel de aceptación se divide en cuatro intervalos, siendo el recorrido máximo de 0 a 100, correspondiente el primer extremo a una aceptación de la innovación negativa y el otro extremo a una aceptación de la innovación muy favorable. Los resultados demuestran que el 60,46% de los gerentes y presidentes encuestados expresa que acepta muy favorablemente las innovaciones en su empresa, de ellos 12 pertenecen a una Cooperativa de Trabajo Asociado, 8 de una Sociedad Anónima Laboral, 6 de una Cooperativa Agraria. Un total de 12 gerentes y presidentes consideran que la aceptación de las innovaciones está en el intervalo de 51 a 75, es decir, que un 27,90% piensa que las innovaciones tienen un efecto favorable para la empresa. De estos 4 son de Cooperativas de Trabajo Asociado, 5 de Sociedades Anónimas Laborales, 3 de Cooperativas Agrarias. Un 6,97% de los gerentes y presidentes encuestados expresan que la aceptación de la innovaciones estaría en el intervalo de 26 a 50, es decir, que 3 manifiestan que son reacios a dichas innovaciones, en definitiva, han sido desfavorables para la empresa. De los gerentes y presidentes que se encuentran en este intervalo, 2 pertenecen a una Cooperativa Agraria y 1 a una Sociedad Anónima Laboral. Por último, sólo 2 gerentes o presidentes han considerado que la aceptación de las innovaciones es muy desfavorable, porque piensan que lo de toda la vida es lo mejor esto supone que el 4,67% de los gerentes y presidentes encuestados opina así. De estos 2 gerentes o presidentes, 1 es de una Cooperativa Agraria y 1 de una Cooperativa de Trabajo Asociado.

CÓMO ES SU ACEPTACIÓN PERSONAL DE ESTAS INNOVACIONES (CALIFIQUE DE 0 MUY DESFAVORABLE A 100 MUY FAVORABLE)	NÚMERO DE GERENTES O PRESIDENTES	PORCENTAJE
0 A 25	2 (1 DE CA, 1 DE CTA)	4,67
DE 26 A 50	3 (2 DE CA, 1 DE SAL)	6,97
DE 51 A 75	12 (4 DE CTA, 5 DE SAL, 3 DE CA)	27,90
DE 76 A 100	26 (12 DE CTA, 8 DE SAL, 6 DE CA)	60,46
TOTAL	43	100,00

Fuente: encuesta.

Pero no sólo hay que analizar como es la aceptación de las innovaciones que se puedan aplicar mejor en la empresa, también es necesario saber si han contribuido en algo al desarrollo de la empresa. En este sentido, la mayoría de los gerentes y presidente encuestados (25 de 43, es decir el 58,13%) manifiesta que las innovaciones aplicadas en su empresa han contribuido positivamente al desarrollo de la empresa y a la obtención de beneficios, y 10 de forma muy especial (10 de 43, el 23,25%).

EN GENERAL, CÓMO CALIFICARÍA USTED LA CONTRIBUCIÓN DE LAS INNOVACIONES TECNOLÓGICAS AL DESARROLLO DE SU EMPRESA, Y POR LO TANTO A LA OBTENCIÓN DE BENEFICIOS (0 NO HA CONTRIBUIDO EN ABSOLUTO A 100 HA CONTRIBUIDO MUCHO)	NÚMERO DE PRESIDENTES O GERENTES	PORCENTAJE
0 A 25	0	0,00
DE 26 A 50	8	18,62
DE 51 A 75	25	58,13
DE 76 A 100	10	23,25
TOTAL	43	100,00

Fuente: encuesta.

Por último, de las empresas que no han llevado a cabo las innovaciones, la mayoría aduce falta de recursos financieros como causa fundamental para no realizarlas. Pero lo más grave de estas opiniones es que no las creen necesarias para la empresa (21, el 58,13%).

EN GENERAL, CUÁL ES LA CAUSA POR LA QUE NO SE REALIZAN INNOVACIONES EN SU EMPRESA	NÚMERO DE PRESIDENTES O GERENTES (PUEDEN DAR MÁS DE UNA RESPUESTA)	PORCENTAJE
POR FALTA DE RECURSOS FINANCIEROS YA QUE SON MUY COSTOSAS	24 (11 CTA, 8 SAL, 5 CA)	0,00
NO SON NECESARIAS, PORQUE LA EMPRESA ESTÁ EN UNA BUENA SITUACIÓN, YA QUE HEMOS INCORPORADO LAS INNOVACIONES NECESARIAS	4 (1 CTA, 3 SAL)	18,62
NO SON NECESARIAS, PORQUE LA EMPRESA ESTÁ BIEN ASÍ Y NO QUEREMOS CAMBIAR, POR LO QUE PUEDA SUCEDER (ESTAMOS CONFORMES, SI ESTAMOS BIEN, PARA QUÉ CAMBIAR)	21 (8 CTA, 5 SAL, 8 CA)	58,13
NO SON NECESARIAS PORQUE PARA NUESTRO PRODUCTO NO ES NECESARIO APLICAR UNA TECNOLOGÍA MUY AVANZADA Y MODERNA (ES UN PRODUCTO TRADICIONAL)	19 (7 CTA, 4 SAL, 8 CA)	23,25
TOTAL	35	100,00

Fuente: encuesta.

5 - CONCLUSIONES

Podemos afirmar que la innovación ha conseguido introducirse como valor en las empresas de Economía Social: la mayoría de las empresas encuestadas afirma que ha realizado algún tipo de innovación. Este resultado, creemos que no es ajeno el papel de está desempeñando la Administración Autonómica (desde 1995 tiene asumidas las competencias en materia de Economía Social) con el decidido apoyo a este tipo de entidades y sobre todo a su modernización.

Si consideramos el tipo de innovación, sobre todo se han llevado a cabo innovaciones de organización, mediante la formación, mejora del conocimiento del mercado, de los productos, etc. Le sigue la innovación de proceso, y, en menor medida, la innovación de producto.

Las encuestas se han realizado a los gerentes y presidentes de empresas de Economía Social, que son los más directamente comprometidos con su gestión. En este sentido, el nivel de aceptación de dichas innovaciones por parte de estos gerentes y presidentes es muy elevada, considerándolas muy favorables.

Por otro lado, la mayoría de los gerentes y presidentes encuestados de las empresa que han realizado algún tipo de innovación, las consideran beneficiosas para su desarrollo. En definitiva, establecen una relación directa entre la innovación realizada y los resultados empresariales.

Cuan en la empresa de Economía Social no se lleva a cabo ningún tipo de innovación, suele ser, en la mayoría de los casos, porque se considera que no son necesarias debido a la buena situación en la que se encuentra la empresas de Economía Social, olvidándose que el proceso de innovación debe ser un proceso continuo, que surge de la necesaria adaptación de la empresas a las condiciones cambiantes del entorno.

6 - BIBLIOGRAFÍA

- ANSOFF, H. I. (1985): LA DIRECCIÓN Y SU ACTITUD ANTE EL ENTORNO, DEUSTO, BILBAO.
- BAREA, J. y MONZÓN, J.L. (1992): LIBRO BLANCO SOBRE LA ECONOMÍA SOCIAL EN ESPAÑA, MINISTERIO DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL, MADRID.
- BAREA, J.; MONZÓN CAMPOS, J.L.: "LAS CIFRAS CLAVE DE LA ECONOMÍA SOCIAL EN ESPAÑA", EN REVISTA DE DEBATE SOBRE LA ECONOMÍA PÚBLICA, SOCIAL Y COOPERATIVA, CIRIEC-ESPAÑA, Nº 16, JUNIO 1994. VALENCIA
- BAREA, J. y MONZÓN, J.L. (1996): INFORME SOBRE LA SITUACIÓN DE LAS COOPERATIVAS Y LAS SOCIEDADES LABORALES EN ESPAÑA. CIRIEC- ESPAÑA, VALENCIA.
- BUENO CAMPOS, E: DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA, PIRÁMIDE, MADRID, 1996
- CO MISIÓN EUROPEA: LIBRO VERDE DE LA INNOVACIÓN. CECA-CE-CEA. BRUSELAS, 1995.
- DEAL, R. y KENNEDY, A. (1982): *CORPORATE CULTURES: THE RITES AND RITUALS OF CORPORATE LIFE*, ADDISON WESLEY.
- CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE COOPERATIVAS DE TRABAJO ASOCIADO (COCETA) (1997): *COOPERATIVAS DE TRABAJO ASOCIADO: UNA ALTERNATIVA DE EMPLEO*. MADRID.
- DEFOURNY, J. (1992): "ORÍGENES, CONTEXTOS Y FUNCIONES DE UN TERCER GRAN SECTOR", EN VARIOS: *ECONOMÍA SOCIAL. ENTRE ECONOMÍA CAPITALISTA Y ECONOMÍA PÚBLICA*. CIRIEC-España, VALENCIA.
- GUARNIZO, J.V. y HERNÁNDEZ, F. (1995): "LAS EMPRESAS DE TRABAJO ASOCIADO DE CASTILLA-LA MANCHA", *ECONOMÍA Y SOCIOLOGÍA DEL TRABAJO*, Nº 29/30.
- IVANCEVICH ET AL. (1996): *GESTIÓN. CALIDAD Y COMPETITIVIDAD*. IRWIN, MADRID
- MEDINA HERNÁNDEZ, U.: "APUNTES METODOLÓGICOS PARA UNA CONCEPTUALIZACIÓN DE LOS MODELOS EMPRESARIALES DE ECONOMÍA SOCIAL", EN REVISTA DE DEBATE SOBRE LA ECONOMÍA PÚBLICA, SOCIAL Y COOPERATIVA. CIRIEC-ESPAÑA. Nº 6, ENERO-MAYO 1989, VALENCIA.
- MENGUZZATO, M. y RENAU, J. J. (1991): *LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA*, ARIEL, BARCELONA
- MONDY, R. W. Y NOE, R. M. (1997) *ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS*, PRENTICE HALL HISPANOAMERICANA, MÉXICO.
- MORALES GUITIÉRREZ, A.C.: "DIEZ HIPÓTESIS PARA LA INVESTIGACIÓN DE LAS EMPRESAS DE TRABAJO ASOCIADO", EN CUADERNO DE TRABAJO Nº 21. CIRIEC-ESPAÑA, VALENCIA, 1994.
- MORALES, A. C. (1996): *INEFICIENCIAS DEL MERCADO Y EFICACIA DE LAS COOPERATIVAS*. CIRIEC-España, VALENCIA.
- MORALES, A. C. (1998): *COMPETENCIAS Y VALORES EN LAS EMPRESAS DE TRABAJO ASOCIADO*. CIRIEC-España, VALENCIA.
- PETTIGREW, A. M. (1979): "ON STUDYING ORGANIZATIONAL CULTURES", *ADMINISTRATIVE SCIENCE QUATERLY*, Nº 24.
- RAMÍREZ HUOSA, J.J.: "INNOVACIÓN, COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO REGIONAL: ALGUNAS REFLEXIONES DESDE CASTILLA-LA MANCHA", EN AÑIL, CUADERNOS DE CASTILLA-LA MANCHA, Nº9, PRIMAVERA 1996. CELESTE EDICIONES.
- ROBBINS, S (1996): *COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL*, PRINTECE HALL, MÉXICO.
- SCHEIN, E. H. (1988): *LA CULTURA EMPRESARIAL Y EL LIDERAZGO*, PLAZA Y JANÉS, BARCELONA.
- PETERS, T. J. Y WATERMAN, R. (1982): *EN BUSCA DE LA EXCELENCIA*, FOLIO, MADRID