



I.A.C.A.T.
Instituto Avanzado de
Creatividad Aplicada Total

Revista RecreArte 11
DIC09

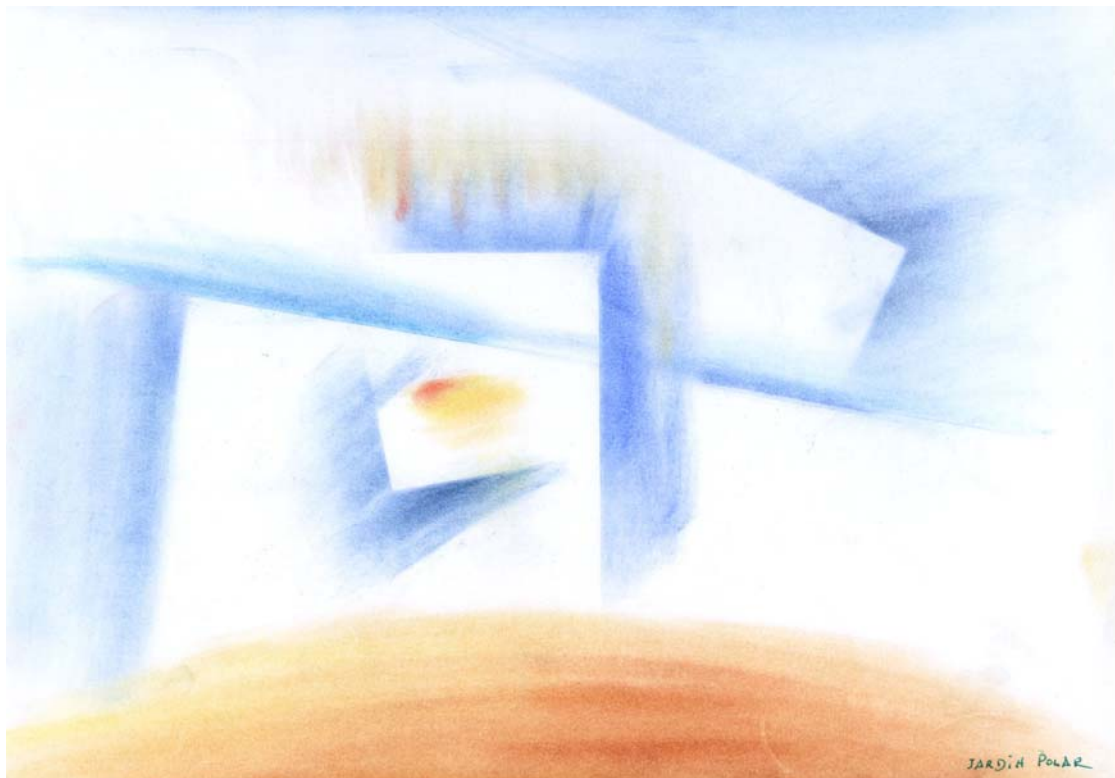


"La creatividad se enraiza, se desarrolla y se bloquea. Se expresa y consolida en múltiples lenguajes. Se estimula con técnicas eficaces"

master oficial
creatividad e innovación
2º ciclo U.E. - 120 créditos



Revista RecreArte 11 >> IV - Creatividad en las Organizaciones: Eficacia Renovadora



David de Prado Díez

EMPRENDIZAJE EN ECONOMÍA SOCIAL: CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

Antonio Juan Briones Peñalver
Universidad Politécnica de Cartagena
Dpto. Economía de la Empresa
Paseo Alfonso XIII, 48
30203, Cartagena, Murcia, España
aj.briones@upct.es

Resumen

La importancia de las Empresas de Economía Social (EES) en las economías locales es un hecho innegable, tanto por su capacidad para generar riqueza y empleo, como por su contribución a la cohesión social y territorial. Además, estas organizaciones están demostrando capacidades innovadoras en términos de adaptación al entorno, y su creación, aunque no está exenta de dificultades, se desarrolla a buen ritmo debido a las importantes motivaciones de sus fundadores para iniciar la actividad. En este contexto, el objetivo de este trabajo es dar a conocer las motivaciones y los problemas para la creación de EES, los criterios que se han tenido en cuenta para elegir la localización del negocio, y la acciones de innovación que le pueden facilitar cierta consistencia social. Para ello, hemos utilizado una muestra de EES de la Región de Murcia.

Abstract

The importance of the Companies of Social Economy (EES) in the local economies it is an undeniable fact, so much for their capacity to generate wealth and employment, like for their contribution to the social and territorial cohesion. Also, these organizations are demonstrating innovative capacities in terms of adaptation to the environment, and their creation, although it is not exempt of difficulties, it is developed to good rhythm due to the important motivations of their founders to begin the activity. In this context, the objective of this work is to give to know the motivations and the problems for the creation of EES, the approaches that have been kept in mind to choose the localization of the business, and the innovation actions that can facilitate him certain social consistency. For it, we have used a sample of EES of the Region of Murcia.

1. INTRODUCCIÓN

La importancia de las Empresas de Economía Social (EES) en las economías locales es un hecho innegable, tanto por su capacidad para generar riqueza y empleo como por su contribución a la cohesión social y territorial, lo que les ha llevado a lograr un elevado protagonismo dentro del sistema económico español. Además, estas organizaciones están demostrando capacidades innovadoras, en términos de adaptación al entorno, de forma que las motivaciones de sus creadores están propiciando que éstos pongan en marcha negocios basados en actividades distintivas.

Cada vez más, encontramos emprendedores que están promoviendo diversas iniciativas empresariales solidarias orientadas a la producción y distribución de bienes sociales (Monzon, 2006). En este sentido, las EES pueden ser vistas como una forma de emprender un negocio, y que además integra valores propios de su cultura caracterizada por determinados principios como: a) la solidaridad entre sus miembros, b) la gestión democrática, c) la conjunción de intereses, d) la responsabilidad, y e) la consecución de objetivos a favor del interés general.

Pero, la Economía Social no puede ser vista sólo para la integración de los colectivos más desfavorecidos, sino que es una propuesta para todos los ciudadanos que quieran desarrollar una idea empresarial. Dentro de las posibles orientaciones de los creadores de EES se encuentran algunas iniciativas que generan grupos, ya sea en familias o comunidades, y que han conformado su idea de negocio, auspiciada en determinados parámetros de innovación.

En este contexto, el objetivo del presente trabajo es contrastar, con la información obtenida de encuestas a EES (cooperativas y sociedades laborales), en qué medida estas organizaciones configuran un esquema de iniciativas emprendedoras en economía social. Con este fin, tratamos de conocer el perfil de los emprendedores, a través de las motivaciones que más influyen en la decisión de crear la empresa, los criterios que se tuvieron en cuenta para elegir la localización del negocio, los problemas a

la hora de crear la empresa, y determinaremos los parámetros de innovación seguidos por los emprendedores. El resto del trabajo aborda una metodología para la realización del estudio empírico y los resultados del mismo, para concluir con las conclusiones y la bibliografía utilizada.

2. FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN ECONOMÍA SOCIAL

La literatura en economía social define el perfil del emprendedor como alguien que siempre busca el cambio y lo explota como oportunidad, asumiendo riesgos, investigando diferentes formas de hacer las cosas, e incentivando actitudes participativas (Vargas, 2001; Sanchis y Campos, 2005). Sanchís y Campos (2007) consideran que para estas firmas, a través del encaje entre el carácter social (que posibilita la eficacia de esta clase de empresa) y el carácter empresarial (que puede ayudar a la mejora de la eficiencia), las EES pueden alcanzar una determinada ventaja competitiva sostenible.

Existen varias etapas durante el proceso de nacimiento de una empresa (Angelelli y Graña, 1999): a) adquisición de motivación, b) búsqueda de ideas, c) validación de las ideas, d) identificación de recursos, e) negociación para crear la empresa, y f) nacimiento de la empresa. En un primer estadio, la motivación del emprendedor y la consolidación de las ideas son factores claves para el origen de la actividad empresarial. Angelelli y Graña (1999) describen el papel del emprendedor como la persona que adquiere la motivación para crear la empresa, a través de una búsqueda de ideas, validándolas, identificando los recursos y llevando a cabo una negociación con los agentes de ésta.

Por ello, factores actitudinales tales como la motivación, la propensión a asumir riesgo, la confianza en sus capacidades, la creatividad y la capacidad de liderazgo, han generado diferencias significativas entre los emprendedores que implementaron exitosamente sus ideas en las diferentes etapas de configuración del proyecto empresarial (Graña, 2002). Además, las motivaciones a la hora de iniciar su actividad constituyen una iniciativa o una convicción que reside en

personas que son capaces de materializar su convencimiento en estas entidades de la economía social (Mozas y Bernal, 2006).

Por otro lado, el emprendedor, unas veces forzado por las circunstancias y otras voluntarias y creativamente, desarrolla las más variadas actividades de producción y servicios (Rivero *et al.*, 2001). Consideramos que la decisión de crear su empresa también puede venir motivada por el aprovechamiento de una oportunidad de negocio, la continidad de la tradición familiar, o de otra actividad empresarial auxiliar a una principal.

En otro orden, la Economía Social ha demostrado ser decisiva en la generación de empleo estable (García, 1999), en el incremento del bienestar social y en el desarrollo local. La capacidad de generación de empleo por estas organizaciones es una realidad probada, es decir, crea empleo a contracorriente y, por supuesto, también en etapas de reactivación económica, por lo que desde las diferentes administraciones públicas su promoción, impulso y apoyo deben considerarse como una prioridad.

En lo que respecta al territorio, Mozas y Bernal (2006) lo consideran el factor central que conecta los aspectos mercantiles con los socioculturales específicos de la zona y localización de las EES. En esta línea, Mozas y Bernal (1999) advierte que las EES se crean con rapidez y están creciendo continuamente en diversas áreas y sectores. Sin duda, hoy se puede indicar que estas firmas recogen todas las actividades económicas, desempeñan labores sociales de las que difícilmente podrían responsabilizarse las diferentes administraciones y se pueden encontrar en cualquier pueblo, ciudad o aldea, ya que su ubicación geográfica sólo depende de la decisión de sus fundadores.

Montero (1997) señala que las entidades de Economía Social se hacen imprescindibles para favorecer el desarrollo en territorios desfavorecidos debido a su capacidad para acompañar el desarrollo tecnológico y local, y a su estrecha relación con el territorio donde operan. Por ello, estas empresas se crean por un conjunto de emprendedores de un ámbito geográfico, actuando directamente sobre los factores que

puedan afectarles, lo que deriva en una fuerte interrelación entre desarrollo, bienestar y defensa del territorio (Rodríguez y Mozas, 2000).

Desde un punto de vista social, las EES procuran conservar la población de la localidad en la que pueden alcanzar sus objetivos económicos y sociales logrando una mayor cohesión social, y desde el punto de vista económico contribuyen a la riqueza del tejido empresarial (Bel, 2005). Con ello, los territorios logran beneficiarse de la globalización si las políticas de desarrollo implican un mejoramiento del entorno empresarial (Sáez, 2000), y existe un ambiente de apoyo en cada espacio geográfico que contribuye al desempeño diferencial de los emprendedores (Graña, 2002).

Bel *et al.* (2005), también indican que es preciso plantear la heterogeneidad de las poblaciones en el territorio; y las políticas desplegadas en éste tienen consecuentemente algunos objetivos ligados a la Economía Social que repercuten en las actividades de las empresas (Camison y Molina, 1997). Sanchís y Campos (2007) afirman que el emprendimiento social, cuyo fin es la inserción laboral, está demostrando ser adecuado, especialmente en cooperativas y sociedades laborales, así como otras formas de EES.

Sus objetivos son básicamente el empleo, los servicios sociales y la cohesión social, apareciendo, por tanto, sobre todo en dos grandes ejes de políticas públicas: las políticas sociales de integración laboral, y las políticas de desarrollo local.

El interés por parte de las instituciones comunitarias en implicar a la Economía Social en estos objetivos constituye un avance fundamental, sin embargo, revela una concepción estrecha del potencial y de las propiedades que aquella puede generar en la sociedad y a la economía europea. Todo ello configura un esquema de iniciativas emprendedoras en economía social que contribuye a proyectar negocios en base a las formas jurídicas que las representa, y que pueden dotar de cierta sostenibilidad el crecimiento económico de una determinada región, dotar de mayor valorización la actividad económica, al servicio de las necesidades sociales, y finalmente la corrección de los desequilibrios en

el mercado de trabajo. En este trabajo nos centramos en determinados aspectos del emprendizaje que guardan un paralelismo con la creación de EES, y que se han expuesto en el apartado anterior (en tabla 1).

TABLA 1. Paralelismo entre el emprendizaje y la creación de EES

EMPREDIZAJE	CREACIÓN DE EES
Motivos	
Oportunidad, ideas, asunción de riesgos	
Creatividad, voluntariedad, tradición familiar,	
Negociación	Actitudes participativas
Confianza, liderazgo	Convicciones, iniciativas
Desarrollo local, empleo	Integración laboral, empleo
Localización	
Diversas áreas y sectores	Ambiente de apoyo
Desarrollo tecnológico	Labores y servicios sociales

Fuente: Elaboración propia.

3. LA INNOVACIÓN COMO CLAVE PARA EL EMPREDIZAJE

La necesidad de innovación en todos los ámbitos se convierte en un factor crucial para la supervivencia de las organizaciones. La acción innovadora de la empresa se manifiesta en productos/servicios, en lo que se hace, y en procesos, en cómo se hace (Morales y Ariza, 2007). Fernández de Bobadilla y Elechiguerra (2007) consideran que la sistematización de la innovación se ha generalizado en EES industriales y de servicios debido a la presión de la globalización y del mercado.

Chaves (1999:115-140) afirma que “la función de las entidades de economía social se halla íntimamente ligada a la satisfacción de las necesidades sociales y a la mejora de la calidad de vida; la resolución de problemas latentes, y eventualmente al análisis de las innovaciones organizativas sociales”. Sin embargo, para ello se requieren conocimientos y destrezas del emprendedor en aspectos como nuevos productos y servicios, nuevas prácticas y/o procesos, nuevas tecnologías, búsqueda de oportunidades de negocio, etc. (Schumpeter, 1939; Lundvall, 1998; Tidd, 2001; Bessant, 2005; Adams *et al.*, 2006).

Las actividades de emprendimiento conjuntamente con las estrategias de innovación conforman un marco objetivo dentro del “Sistema de I+D+I”. El concepto de sistemas de innovación fue recogido originalmente por Lundvall (1985), como las relaciones entre firmas y sus interacciones con centros tecnológicos (Lundvall, 1999). En este sentido,

el estudio y seguimiento de los procesos innovativos tiene como propósito básico la colaboración entre firmas, a través de acciones públicas y privadas tendentes a mejorar su desempeño y a impulsar el desarrollo económico y social a través del emprendizaje.

En este contexto, Malaver y Vargas (2004) consideran que las EES analizan el ambiente externo en búsqueda de oportunidades, y explotan capacidades (o aptitudes) distintivas en búsqueda de innovaciones que le otorguen ventajas competitivas. Para ello, previamente, hay que entender la importancia de las capacidades generadas con el emprendizaje a través de los “Sistemas de Innovación”. Arnold y Thurianux (1997) ponen de manifiesto que, en este empeño, no hay que olvidar el potencial institucional, el cual realiza continuados esfuerzos de investigación y de transferencia de tecnología. Con ello, pueden aparecer nuevas estructuras productivas propias de configuraciones en economía social, un desarrollo organizativo local y regional, e investigación medioambiental, que eleve la calidad de vida de los ciudadanos. Y en este propósito, Sanchís y Campos (2007) afirman que particularmente cuando nos referimos a la economía social y el desarrollo local, tradicionalmente, el máximo responsable de la financiación en el emprendimiento social han sido las Administraciones Públicas.

4. FACTORES DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL

La innovación es un concepto amplio y supone, en general, un cambio que requiere un considerable grado de imaginación; constituye una ruptura relativamente profunda con las formas establecidas de hacer las cosas y con ello crea fundamentalmente nueva capacidad empresarial (Nelson, 1993). En este sentido, Schumpeter (1939) considera que una innovación tiene lugar cuando se produce alguno de los cinco casos siguientes: 1) introducción de un nuevo bien, 2) de un nuevo método de producción, 3) apertura de un nuevo mercado, 4) conquista de una nueva fuente de aprovisionamiento y, 5) creación de una nueva organización.

Fernández (2006) considera que el cambio tecnológico puede ser un resultado de la innovación. En consecuencia, el núcleo de cualquier tecnología es una relación causa-efecto que permite dar solución a un

problema o el desarrollo de un nuevo producto, y un conjunto de actividades que pueden conseguir resultados en términos de innovación.

La intensidad de la inversión en I+D que realiza una empresa viene en gran parte determinada por el sector industrial al que pertenece, lo que ocasiona diferencias entre sectores industriales. La innovación se utiliza para describir la introducción y difusión de productos y procesos nuevos y/o mejorados en la empresa, mientras que la innovación tecnológica estaría relacionada con los avances en el conocimiento (Bueno *et al.*, 2006).

Demostier (2005) considera a las empresas asociativas, cooperativas sociales, cooperativas de solidaridad, nuevas cooperativas, etc., todo un progreso semántico, hacia el término “empresas sociales”, que entran en el “juego económico”, con la organización de nuevas actividades para nuevas combinaciones productivas, que responden a necesidades sociales no satisfechas, y que por lo general no son rentables. En este sentido, consideramos que la proliferación de EES está relacionada con los factores básicos adheridos a la estrategia de innovación empresarial. Por ello, las denominadas “empresas sociales”, también pueden tener abierto un marco de actuación estratégica que: a) controle un estándar técnico, b) disponga de recursos complementarios, c) adopte propiedad intelectual, c) desarrolle competencias innovadoras frente a sus competidores, e) generen internamente o adquieran tecnología del exterior, y f) explote la innovación, inclusive pasando por alianzas con otros agentes (Navas y Guerras, 2007).

5.- METODOLOGÍA DEL ESTUDIO EMPÍRICO

5.1.- Población, muestra y recogida de información

La población de Murcia ha registrado altas tasas de crecimiento demográfico, duplicando su tamaño y mostrando importantes transformaciones estructurales asociadas a la transición demográfica, la demanda laboral, el mercado de trabajo y el fenómeno de la inmigración (Martínez y Tovar, 2002). En este sentido, es de destacar la proliferación de diferentes Agrupaciones de Desarrollo en la Región de Murcia, las cuales propician un ambiente innovador para futuros negocios, muestran

a los emprendedores nuevos sistemas de gestión empresarial, dotan a sus infraestructuras de tecnologías innovadoras, y ponen de relieve entre los integrantes, las buenas prácticas de gestión en las nuevas firmas.

La Región de Murcia a través de la implantación de un sistema de servicios sociales, ha tratado de dar cobertura a las personas especialmente necesitadas. En base a programas Desarrollo Local Territorial, los cuales promueven altos niveles de asociacionismo (López, 2003), entre los emprendedores y especialmente, en aquellos que están representados por la Unión de Cooperativas de Trabajo Asociado de la Región de Murcia (UCOMUR) y a la Asociación de Empresas de Economía Social de la Región de Murcia (AMUSAL), que conforman una parte muy importante del tejido industrial de la economía social regional.

Para la identificación de la población y el posterior acceso a los elementos muestrales para la recogida de datos se contó con la colaboración de ambas asociaciones. La recogida de información se realizó mediante encuesta personal en el periodo comprendido entre los meses de abril y junio de 2008. Antes de confeccionar el cuestionario se realizaron una serie de entrevistas a informadores clave (socios, miembros del Consejo Rector y gerentes de sociedades laborales, así como personal técnico especializado en el asesoramiento a emprendedores, de UCOMUR y AMUSAL), lo que permitió tener un mayor conocimiento de la problemática objeto de estudio. Posteriormente se realizaron distintas versiones previas del cuestionario que fueron sometidas a pruebas preliminares o pretest, los cuales sirvieron de base para la elaboración del cuestionario definitivo.

La muestra objeto de estudio se enmarca en varios sectores, siendo los más representativos el sector secundario (industria y construcción) y el terciario (servicios y mantenimiento). Finalmente se obtuvieron 70 cuestionarios completos, 36 de cooperativas y 34 de sociedades laborales. Estas firmas son consideradas pequeñas unidades de producción, de comercio o de prestación de servicios, caracterizándose por tener una antigüedad media de 10 años y una media de 18 trabajadores.

5.2.- Desarrollo de medidas

Las escalas utilizadas para medir las diferentes variables se han desarrollado a partir de la revisión de la literatura. Finalmente se utilizaron escalas Likert de 5 puntos, solicitando a la persona encuestada que expresara su grado de acuerdo con el ítem, donde el valor 1 significa un desacuerdo total del individuo con el ítem y el valor 5 un acuerdo total. Además, introducimos una pregunta con escala nominal (SI/NO) para conocer si en el momento iniciar las actividades empresariales, se introdujo alguna medida innovadora.

Para determinar la bondad de las escalas utilizadas comprobamos si éstas satisfacen los criterios de fiabilidad y validez (convergente y discriminante). Para comprobar la fiabilidad nos basamos en el coeficiente Alpha de Cronbach, cuyo valor óptimo dependerá del propósito de la investigación (Churchill, 1979). Así, para las primeras etapas de cualquier investigación, entre 0,5 y 0,6 puede ser suficiente.

Para aproximarnos a la validez convergente realizamos un análisis factorial con los ítems de cada una de las variables, eliminando aquellos que no saturan en el factor. Por último, la validez discriminante se contrasta realizando un análisis factorial con todos los ítems que satisfacen el resto de las condiciones de fiabilidad y validez. Así, podemos comprobar que los ítems de escalas diferentes no pesan en un mismo factor o dimensión, como característica de la existencia de validez discriminante. De esta forma, si saturan en la dimensión propuesta y el análisis presenta una bondad adecuada, estaremos en condiciones de afirmar que hay validez discriminante.

En la Tabla 2 aparecen los ítems utilizados para medir las distintas variables que integran el modelo una vez depuradas las escalas prescindiendo de aquellos ítems que no satisfacen los criterios mínimos indicados. En ella también se incluyen el valor del Alpha de Cronbach (α), el índice KMO del análisis factorial realizado y las cargas factoriales de cada ítem en la variable que presentan una mayor carga, el % de varianza explicada alcanza un 77,18%, confirmando todos estos valores la bondad de las escalas finalmente utilizadas.

TABLA 2.- Medidas de las variables. Análisis de Componentes Principales (ACP).

Variable	Ítemes	Media	α	F ₁	F ₂	F ₃	KMO
Motivos de Creación	Personalidad creativa	3.06	0,82	0.85			0.814
	Espíritu inquieto	2.73		0.86			
	Realización personal	3.53		0.76			
Criterios de localización	Ayudas recibidas de la administración	2.20	0,61		0.84		
	Zona con alta tasa de creación de empresas	2.30			0.76		
Problemas creación	Contratación de personal	2.14	0,88			0.84	
	Colaboración con otras empresas	1.95				0.82	
	Trámites con la administración	2.45				0.84	

F₁= Carga factorial en la variable Motivos de Creación de Empresas.

F₂= Carga factorial en la variable Criterios de Localización de Empresas.

F₃= Carga factorial en la variable Problemas en la Creación de Empresas.

En la tabla 3 presentamos las dimensiones del constructo “Parámetros de Innovación”, para medir los aspectos de la innovación seguidos por las EES, utilizamos una escala tipo likert –donde un valor de 1 significa un desacuerdo total del individuo con el ítem y un valor de 5 significa un acuerdo total con el ítem-. Para la comprobación de la fiabilidad nos basamos en dos métodos: las correlaciones ítem-total y el coeficiente Alpha de Cronbach. En el primer caso, todos los ítemes presentan una correlación inter-elementos igual a 0,644, superior a 0.30 (Heide y John, 1988).

El valor Alpha de Cronbach alcanza el valor de 0,907, siendo este un valor superior a los considerados como referencia (0.6-0.7) (Hair *et al.*, 2001). Los valores que miden la consistencia interna de la escala desprendida de la literatura y propuesta en nuestro estudio, para considerar determinados aspectos de la estrategia de innovación seguidos por las firmas son altos.

La validez convergente es estudiada con un análisis factorial que satisfaga la saturación a un factor. En relación a las cargas factoriales de los ítemes, todos tienen una carga factorial elevada; presentado el resto de valores (test de Kaiser Meyer Olkin –KMO y contraste de esfericidad,

de Barlett), coeficientes que nos indican adecuación muestral y que la variable dependiente “Parámetros de la Innovación” está correlacionada significativamente con los ítems de la escala utilizada.

TABLA 3: PARÁMETROS DE LA INNOVACIÓN	Media	α	Valor de la Componente	KMO
Investiga y desarrolla tecnologías (I+D+i)	2.26	0.907	0.788	0.845
Cuenta con personal cualificado en tecnologías	2.65		0.865	
Adquiere sistemas de producción expertos	2.47		0.871	
Incorpora nuevos productos y servicios	2.97		0.902	
Accede y especializa en segmentos de mercado	3.03		0.850	

6.- RESULTADOS

Para la realización de las diferentes pruebas estadísticas se ha utilizado la media de las puntuaciones obtenidas para los ítems que miden las diferentes variables.

Al objeto de analizar si existen diferencias significativas en cuanto al proceso de creación empresarial entre las sociedades laborales y las cooperativas; se realizó la prueba T para dos muestras independientes, particularizando en aquellas variables definidas en cada una de las componentes señaladas en el análisis factorial, con la finalidad de averiguar si existen diferencias significativas entre ambas formas jurídicas.

TABLA 4. Diferencias del proceso de creación de las sociedades laborales y cooperativas.

Var.	Ítems	Media Coop. y SL	Media Cooper.	Media SL	ANOVA Prueba T Signif.
Motivos de creación	Personalidad creativa	3.06	3.11	3.00	0.788
	Espíritu inquieto	2.73	2.82	2.61	0.611
	Realización personal	3.53	3.68	3.32	0.354
Criterios de localización	Ayudas recibidas de la administración	2.20	2.63	1.61	0.002
	Zona con alta tasa de creación de empresas	2.30	2.55	1.96	0.118
Problemas de creación	Contratación de personal	2.14	2.26	1.96	0.373
	Colaboración con otras empresas	1.95	2.16	1.68	0.123
	Trámites con la administración	2.45	2.61	2.25	0.342

Los resultados obtenidos en la Tabla 4, nos indican que:

1. Consideradas por separado, las cooperativas y las sociedades laborales, observamos que en términos generales, las cooperativas (en una escala likert de 1 a 5) valoran en mejor medida, todos los ítemes que aluden a los conceptos señalados como indicativos del proceso de creación de empresarial.
2. Los contrastes efectuados para medir la diferencias de medias con el método de análisis de la varianza (ANOVA), el cual resume los valores de la variabilidad entre las medias de las sociedades cooperativas y laborales, nos indican que existe diferentes medias significativas en el ítem “ayudas recibidas de la administración”.

1. En la tabla 5 aparecen las medias conjuntas de las valoraciones que las EES, otorgan a las dimensiones del proceso seguido en la creación de las firmas. Estas se han obtenido a partir de los ítemes utilizadas para medir los motivos, los criterios y los problemas a la hora de crear las EES.

TABLA 5. Comparación de las valoraciones medias del proceso de creación de EES.

Ítemes del Proceso de Creación	Media	D ₁	D ₂	D ₃	D ₄	D ₅	D ₆	D ₇	D ₈
D ₁ : Personalidad creativa	3.06	-	1>2	1<3	-	-	-	-	-
D ₂ : Espíritu inquieto	2.73		-	2<3	-	-	-	-	-
D ₃ : Realización personal	3.53			-	-	-	-	-	-
D ₄ : Ayudas recibidas administrac.	2.20				-	-	-	-	-
D ₅ : Zona de alta tasa de creación	2.30					5>4	-	-	-
D ₆ : Contratación de personal	2.14						6>7	-	6<8
D ₇ : Colaboración con otras empre.	1.95							7<8	-
D ₈ : Trámites con la administración	2.45								-

Estos datos nos pondrían de manifiesto a partir de la interpretación de los resultados correspondientes a la “prueba t para muestras relacionadas”, si existen diferencias significativas en la valoración de los distintos ítemes considerados, con una probabilidad igual o superior al 99%, pudiendo extraer las siguientes conclusiones:

2. La realización personal contribuye en mayor medida que la creatividad y el espíritu inquieto de los emprendedores, a los principales motivos de creación de EES.

3. No existe diferente valor medio con significación importante entre los emprendedores, a la hora de considerar los principales criterios de localización del negocio para ubicar la nueva EES.

La valoración en términos medios a los trámites con la Administración y la contratación de personal, son considerados de forma significativa como los principales problemas adheridos a la puesta en marcha de la EES. De la misma forma se compararon las valoraciones medias otorgadas por los emprendedores a los componentes destacados en el proceso de creación de EES, utilizando para ello la misma metodología “prueba t para muestras relacionadas”; obteniéndose una valoración superior a las otras medias y significativa con un 99% de probabilidad, en los motivos considerados como principales (creatividad, espíritu y realización con media = 3.10), sobre el resto de factores que aluden a los criterios de localización (con media = 2.25) y problemas en la creación de las firmas (con media =2.18).

Para analizar la posible innovación introducida por los emprendedores al iniciar la actividad empresarial, utilizamos el modelo de regresión logística binaria, con una variable dependiente dicotómica (SI/NO) el cual discrimina aquellos empresarios que inicialmente introdujeron alguna medida innovadora en el momento de constitución de la firma, y los que no lo hicieron. La tabla de clasificación indica que el 65,2% de las observaciones muestrales resultan correctamente clasificadas por el modelo.

Los estadísticos que nos indican si las variables independientes (explicativas) contribuyen significativamente a explicar el comportamiento en la variable dependiente (Si/No, Innovación), ofrecen buenos resultados (Coeficiente de Wald = 0.015-Signif. 99%) y Medidas Chi-cuadrado no significativas). Como las variables independientes son cualitativas, procedemos con el contraste de Hosmer y Lemeshow, que mide la correspondencia entre los valores reales y los predichos, ofreciendo p-valor>0.05, por tanto se acepta el modelo seleccionado a los datos.

En la tabla 6, aparecen los datos del modelo logit (RLB) estimado y la ecuación:

TABLA 6: MODELO DE REGRESIÓN LOGÍSTICA BINARIA (RLB).			
RESULTADOS MODELO	B	Wald	Exp (B)
H ^{LB-1} : Motivos de creación (Factor 1).	0.110	0.241	1.117
H ^{LB-2} : Criterios de localización (Factor 2).	0.170	0.430	1.186
H ^{LB-3} : Problemas en la creación (Factor 3).	-0.068	0.060	0.934
(Constante)	0.057	0.006	1.059

$$probab.(X) = \frac{1}{1 + e^{-(0.057+0.110(MOTIVOS)+0.170(CRITERIOS)-0.068(PROBLEMAS))}}$$

En la tabla 7 presentamos los resultados de la regresión lineal para examinar el contraste que estudia si los motivos de los emprendedores, los criterios de localización de la firma y los problemas del proceso de creación, influyen de forma significativa en la variable predictora denominada “Parámetros de innovación”.

Observamos que esta variable es estadísticamente significativa, los coeficientes son positivos y la prueba t-student es significativa al 99%. La tabla resumen del ANOVA informa que existe una relación significativa entre las variables independiente y la dependiente, y el estadístico F rechaza la hipótesis nula de que R es cero; por tanto el modelo de regresión se ajusta a los datos, y puede aceptarse la proposición teórica, afirmándose que los “Motivos de creación”, los “Criterios de localización”, y los “Problemas en la creación”, están linealmente relacionadas con los “Parámetros de innovación” seguidos por las EES.

TABLA 7: PARÁMETROS DE LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL						
Variable Predictora.	Coefficientes Estandarizados	Prueba T (Sig.)	Colinealidad		Diagnóstico Colinealidad	
	(Beta)	(t)	T	FIV	A	IC
(Constante)		3.554 ^a			3.667	1.000
H ^{A1} ; MOTIVOS DE CREACIÓN.	0,148	1.134	0.749	1.334	0.148	4.974
H ^{A1} ; CRITERIOS DE LOCALIZACIÓN.	0,242	1.793 ^c	0.698	1.433	0.114	5.672
H ^{A1} ; PROBLEMAS EN LA CREACIÓN.	0,177	1.205	0.590	1.696	0.071	7.197
R = 0.457; R² = 0.209;			Estadístico Durbin-Watson (DW) = 1.768			
R Ajustado = 0.170			ANOVA (F) = 5.448^a			
Error estándar de la estimación = 1.0985						

Donde: Sig.: p< 0.01^a; p<0.05^b, p<0.1^c; T (tolerancia); FIV (factor de inflación de varianza); A (autovalor); IC (índice de condición); R (coeficientes de determinación: R, R², y R corregido o ajustado); ANOVA (tabla de ANOVA, estadístico F y Sig.).

Referente al cumplimiento de los supuestos básicos del modelo de regresión, el estadístico Durbin-Watson (DW) se aproxima a 2 (DW= 1.768), por tanto, “no hay autocorrelación” entre los residuos. Los valores de tolerancia están lejos del valor 0.01. El índice de condicionamiento es inferior a 15 (IC= 7.197), con lo que el modelo de regresión no presenta problemas de multicolinealidad. La “homocedasticidad” y la “normalidad” ha sido estudiadas con el procedimiento de gráficos SPSS de regresión lineal, presentando ilustraciones favorables en los diagramas y valores informativos. El histograma de residuos tipificados parece seguir un modelo de probabilidad normal, pues la distribución es simétrica y la nube de puntos se sitúa sobre la diagonal.

7. CONCLUSIONES

La motivación del emprendedor antes de iniciar la actividad empresarial, los criterios de localización del negocio y los problemas que se pueden presentar durante el proceso de creación de la firma, constituyen aspectos significativos que pueden ser importantes para el convencimiento y finalmente la constitución de las entidades de economía social.

En el estudio presentado, si las motivaciones, creatividad inquietud y realización personal pesan sobre otros aspectos del proceso de creación; parece que los emprendedores de sociedades cooperativas consideran a todos los factores prioritarios sobre aquellos que deciden poner en marcha una sociedad laboral. Particularmente, son de extrema importancia, las ayudas recibidas de la administración a la hora de encontrar una localización adecuada para la firma. Por ello, cuando nos referimos a la economía social y el desarrollo local de la Región de Murcia, todavía el máximo responsable para facilitar al empresario el proceso de creación de empresas, sigue siendo la Administración Regional.

Estas entidades también denominadas “empresas sociales”, pueden desarrollar competencias innovadoras, a través de aspectos que hemos considerado como “Parámetros de la Innovación Empresarial”.

Estos parámetros, confirman el desarrollo teórico presentado sobre en relación a los factores de la innovación que mejoran el emprendizaje en las EES. Más concretamente, nuestro estudio muestra significativas a las medidas relacionadas con los procesos de incorporación de tecnologías de las firmas, la innovación de productos y servicios, así como en la búsqueda de oportunidades que exploten nichos de mercado.

Del modelo de regresión logística binaria, puesto que los coeficientes (B) están expresados en la métrica original, advertimos que la probabilidad de introducir alguna medida innovadora cuando se crea la empresa, se puede presentar con mayor probabilidad, en aquellas firmas que presentan menos problemáticas a la hora de iniciar la actividad empresarial, referidas a la contratación de personal, la colaboración con otras empresas y la tramitación de ayudas. Además, con mayor probabilidad, se puede introducir alguna medida innovadora, si se elige la localización del negocio, contando con las ayudas de la administración y en zonas de altas tasas de creación empresarial. Por otro lado, también puede influir positivamente el aprovechamiento de oportunidades de negocio, la existencia de un mercado laboral adecuado y las ayudas recibidas de la administración.

Los resultados obtenidos del análisis de regresión, manifiestan la dependencia de los factores destacados del proceso de creación de las EES estudiadas y la posible introducción de estrategias de innovación. Las motivaciones del emprendedor, los principales criterios de localización del negocio y los problemas con los que se encuentren, influyen de forma importante en las medidas de innovación posteriormente adoptadas por las EES, y de forma significativa, si se posicionan en una zona o territorio con alta tasa de creación empresarial y máxime, si se reciben ayudas de la Administración. Por ello, los hallazgos pueden ser de utilidad para las autoridades Regionales y asociaciones representativas de sociedades cooperativas y laborales, fomentando el emprendizaje en territorios que se vean acompañados por las medidas territoriales de desarrollo local.

8. BIBLIOGRAFÍA

Adams, R.; Bessant, J., y Phelps, R. (2006): "Innovation management measurement: a review", *Internacional Journal of Management Reviews*, vol. 8, nº 1, pp. 21-47.

Angelelli, P., y Graña, F. (1999): "Creación de empresas industriales en el partido de Gral. Pueyrredon: marco conceptual y estudio de casos". *Universidad Nacional de Mar de la Plata*, Argentina, <http://www.uv.es/motiva/MPResultados.htm>

Arnold, E., y Thuriaux, B. (1997): "Developing Firms, Technological Capabilities", *Informe para la OCDE*, Brighton. Disponible en www.technopolis-group.com

Bel, P; Fernández, J., y Miranda, M. (2005): "La creación e puestos de trabajo en el ámbito rural para su desarrollo: las organizaciones de participación agrarias". *CIRIEC-ESPAÑA, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 52, pp. 335-360.

Bessant, J. (2005): "Enabling continuous and discontinuous innovation: learning from the private sector", *Public Money & Management*, January, pp. 35-43.

Bueno, E.; Salmador, M.P.; Merino, C., y Martín, J.I. (2006): *La dirección estratégica de la empresa. Desarrollo de la estrategia y análisis de casos*. Editorial Pirámide. Madrid.

Camisón, C., y Molina, J. (1997): "El factor territorio en la competitividad empresarial: los sistemas productivos locales", *VII Congreso Nacional de ACEDE, Estrategia de Empresa y Territorio*, Almería.

Chaves, R. (1999): "La economía social como enfoque metodológico, como objeto de estudio y como disciplina científica". *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 33, diciembre, pp. 115-140.

Churchill, G. A. (1979): "A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs", *Journal of Marketing Research*, nº 16, pp. 64-73.

Demoustier, D. (2005): "Las empresas sociales: ¿nuevas formas de economía social y empleos?". *CIRIEC-ESPAÑA, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 52, pp. 219-236.

Fernandez DE Bobadilla, S., y Elechiguerra, C. (2007): "Dinámicas de crecimiento e innovación en las entidades no lucrativas dedicadas a la I+D+i". Encuentro Internacional de Institutos y Centros de Investigación en Economía Social, ENUIES 2007, 13 y 14 de diciembre, Valencia.

Fernández, D. (2006): "El director de sistemas como impulsor de la innovación en la empresa", *Universia Business Review*, 3º trimestre, nº 11, pp. 104-111.

García-gutiérrez, C. (1999): "Los efectos del desarrollo territorial en la promoción de sociedades cooperativas (de hecho y de derecho)". *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*, Nº 68, 2º cuatrimestre, pp. 33-46.

Graña, F.M. (2002): *Creación de empresas: factores asociados al éxito emprendedor en cinco ciudades argentinas*. Editorial Universidad Nacional del Mar de la Plata. Editorial Martín. <http://www.uv.es/motiva/MPResultados.htm>

Hair, J.F.; Anderson, R.E.; Tatham, R.L., y Black, W.C. (2001): *Análisis multivariante*. Prentice Hall. Madrid, 6ª Edición.

Heide, J.B., y John, G. (1988): "The role of dependence balancing in safeguarding transaction-specific assets in conventional channels", *Journal of Marketing*, vol. 52, January, pp. 20-35.

López pellicer, J.A. (2003): "Autonomía territorial y competencias municipales. El pacto local en la Región de Murcia". *Cuadernos del Consejo Jurídico de la Región de Murcia*, nº 2.

Lundvall, B. (1985): *Product Innovation and User-Producer Interaction*. Aalborg, Denmark: Aalborg University Press.

Lundvall, B. (1998): "Why study national systems and national styles of innovation?", *Technology Analysis & Strategic Management*, vol. 10 (4), pp. 407.

Lundvall, B. (1999): "National business systems and national systems of innovation", *International Studies of Management*, vol. 10 (4), pp. 407.

Malaver y Vargas, (2004): "Los procesos de innovación en la industria colombiana: resultados de un estudio de casos", *Cuadernos de Administración*, vol. 17 (28).

Martínez carrión, J.M., y Tovar arce, M. (2002): "La población y su hábitat. Un análisis de las causas y consecuencias de la emigración en la economía globalizada", *Curso de Verano: Cooperación y Conflictos*. Universidad Politécnica de Cartagena.

Montero garcía, A (1997): "Cooperativismo y desarrollo rural", *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*, nº 63, pp. 63-77.

Monzon, J.L. (2006): "Economía social y conceptos afines: fronteras borrosas y ambigüedades conceptuales del Tercer Sector". *CIRIEC-ESPAÑA, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 56, pp. 9-24.

Morales, A.C., y Ariza, J.A. (2007): "Barreras para la innovación en las Pymes: el caso de las empresas de economía social andaluzas". *Encuentro Internacional de Institutos y Centros de Investigación en Economía Social*, ENUIES 2007, 13 y 14 de diciembre, Valencia.

Mozas, A. y Bernal, E. (1999): "Desarrollo territorial y economía Social". *Universidad de Jaén*.

Mozas, A., y Bernal, E. (2006): "Desarrollo territorial y economía social". *CIRIEC-ESPAÑA, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 55, pp. 125-140.

Navas, J.E., y Guerras, L.A. (2007): *La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones*, 4ª edición, pp. 325-349.

Nelson, R. (1993): *Nacional Innovation Systems: a Comparative Study*, New Cork, Oxford University Press.

Rivero, F.; Avila, M.T., Y Quintana, L.G. (2001): *La promoción integral de la microempresa*. Editorial Popular, Madrid.

Rodríguez, J.C. y Mozas, A. (2000): “La economía social: agente de cambio estructural en el ámbito rural”, *Revista de Desarrollo Rural y Cooperativismo Agrario*, nº 4, pp. 7-18.

Sáez fuentes, E. (2000): “La creación de empresas: ¿fomento en un contexto individual o de cluster industrial”, *Primer Seminario Iberoamericano Creación de Empresas, Red Motiva*, noviembre. <http://www.uv.es/motiva/MPResultados.htm>

Sanchis, J.R. y Campos, V. (2007): “El crédito cooperativo con instrumento financiero para el fomento del emprendimiento y la inserción sociolaboral en el ámbito del desarrollo local”. *IV Coloquio Ibérico de Cooperativismo y Economía Social*, 20 y 21 de septiembre, Córdoba.

Sanchis, J.R., y Campos, V. (2005): “Inserción sociolaboral, economía social y desarrollo local. Estudio empírico sobre la realidad actual del agente de empleo y desarrollo local en España”. *CIRIEC-ESPAÑA, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 52, pp. 279-306.

Sanchis, J.R., y Campos, V. (2007): “La dirección estratégica en la economía social: utilización de herramientas de análisis estratégico en las cooperativas”. *CIRIEC-ESPAÑA, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 59, pp. 237-258.

Schumpeter, J. (1939): *Business Cycles: a theoretical, historical and statistical analysis of the capitalist process*. Ed. Mc Graw Hill, Nueva York.

Tidd, J. (2001): “Innovation management in context: environment, organization and performance” *International Journal of Management Review*, vol. 3 (3), pp. 169-183.

Vargas, A. (2001): “Los emprendedores y los valores cooperativos. Consideración del papel de la información en el desarrollo de redes de empresas en democracia”. En: Moyano Fuentes, José (Coordinador). *La sociedad cooperativa: un análisis de sus características societarias y empresariales*. Universidad de Jaén y Caja Rural de Jaén, pp. 21-38.



I.A.C.A.T.
Instituto Avanzado de
Creatividad Aplicada Total

Revista Recrearte:

- ✓ *Director David de Prado Díez*
- ✓ *Consejo de Redacción*
- ✓ *Consejo científico*

Frey Rosendo Salvado nº 13, 7º B 15701
Santiago de Compostela. España.
Tel. 981599868 - E-mail: info@iacat.com

www.iacat.com / www.micat.net / www.creatividadcursos.com

www.revistarecreate.net / www.tiendaiacat.com

© Creación Integral e Innovación, S.L. (B70123864)

En el espíritu de Internet y de la Creatividad, la Revista Recrearte no prohíbe, sino que te invita a participar, innovar, transformar, recrear, y difundir los contenidos de la misma, citando SIEMPRE las fuentes del autor y del medio.