

BARRERAS PARA LA INNOVACIÓN EN LAS PYMES: EL CASO DE LAS EMPRESAS DE ECONOMÍA SOCIAL ANDALUZAS.

**Alfonso Carlos Morales Gutiérrez
J. Antonio Ariza Montes**

Grupo Estudios Cooperativos-ETEA (SEC-148)
Facultad de C.C.E.E. (Universidad de Córdoba)

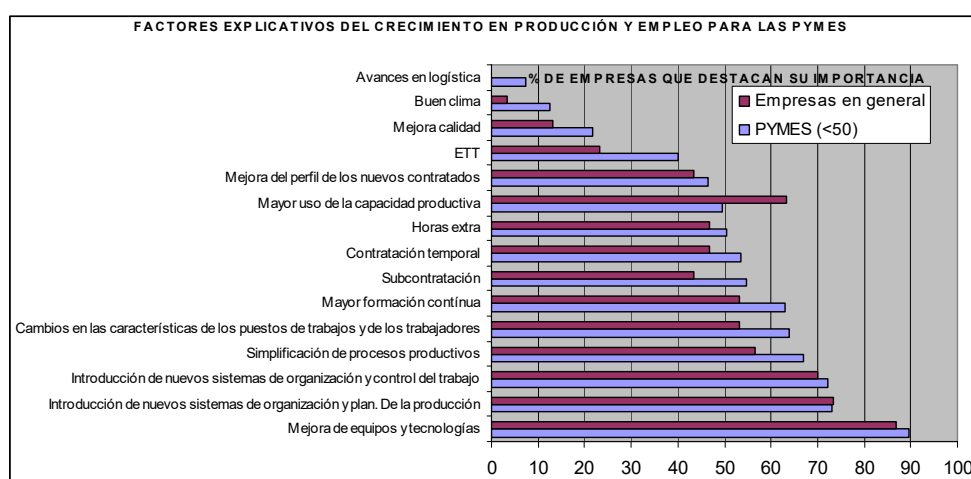
RESUMEN

La innovación posibilita que la organización pueda responder a los cambios del mercado, transformarse y de esta forma, mantener su posición competitiva. Por ello, en una primera aproximación, innovación es sinónimo de cambio. La empresa innovadora es la que cambia, la que evoluciona, la que hace cosas nuevas, la que ofrece nuevos productos, o pone a punto nuevos procesos de fabricación. El principal objetivo del presente trabajo consiste en identificar empresas que desarrollan estrategias de innovación en el ámbito de la economía social –pymes con un componente participativo- en Andalucía, es decir, funcionan con un patrón estratégico explorador y una estrategia de segmentación, estableciendo sus principales barreras "internas y externas". La principal fuentes de información primaria ha sido una encuesta telefónica realizada a partir de un cuestionario básico en el que se intentaba identificar el número de empresas de perfil claramente innovador y sus comportamientos diferenciales respecto al resto de la población. La encuesta se aplicó a una muestra representativa de la población de la economía social andaluza tanto a nivel de entidades por provincias como de sectores en donde se encuentran presentes. Se ha considerado un nivel de confianza del 95,5% y un error del 5% lo que ha supuesto una aplicación del cuestionario a un total de 943 entidades de economía social.

1) INNOVACIÓN Y CAMBIO EN LA PYME

Hoy la empresa está obligada a ser innovadora si quiere sobrevivir. Si no innova, pronto será atrapada por sus competidores. De hecho, la innovación ha dejado de ser “una cosa” sólo para grandes empresas. Nuevos productos y nuevas ideas surgen por doquier al margen del tamaño o del poder de mercado de quienes la genera. Existe innovación si se manifiesta una explotación exitosa de ideas. Schumpeter (1934), primer pensador de relieve que destaca la importancia de la innovación para el crecimiento económico, definiendo ésta en un sentido más general que las innovaciones específicamente tecnológicas. Según los estudios existentes, los principales factores explicativos del éxito en las PYMES -crecimiento y generación de puestos de trabajo- (Hermosilla y Ortega, 2001) pasan necesariamente por la introducción de cambios en áreas como: nuevas tecnologías, nuevos sistemas de producción o de organización del trabajo, atracción y retención del talento, etc. (Figura 1).

Figura 1. Factores explicativos del éxito en las PYMES



Fuente: Hermosilla y Ortega (2001)

La acción innovadora de la empresa se manifiesta en productos/servicios, en lo que se hace, y en procesos, en cómo se hace. La definición general la expuesta en el Manual de Oslo, compartida por la OCDE y EUROSTAT, señala que las innovaciones “comprenden los nuevos productos y procesos así como las modificaciones tecnológicas importantes de los mismos. Una innovación se considera como tal cuando es introducida en el mercado (innovaciones de productos) o utilizada en un proceso de producción (innovaciones de procesos). En ellas intervienen toda clase de actividades científicas, tecnológicas, de organización, financieras y comerciales”.

Pero acción innovadora requiere de un proceso. El interés suscitado por la innovación, tanto en el mundo académico como en el empresarial, ha ido aumentando a lo largo de las últimas décadas, llegando a considerarla como una vía que permite a las empresas lograr ventajas competitivas sostenibles en el tiempo (Bueno y Morcillo, 1994; Álvarez y García, 1996; Camelo et al., 1999; Alonso y Méndez, 2000; Molina y Conca, 2000). No obstante, ante la cuestión de si la empresa innovadora genera un mayor beneficio no existe un claro consenso. Geroski y Machin (1992) sugieren que la innovación en I+D provoca un aumento de la rentabilidad y crecimiento de la empresa.

Si la innovación implica una mejora del producto y una reducción de costes, la empresa aumentará su beneficio y su cuota de mercado¹.

Este proceso innovador no es lineal. La literatura académica propone diversos modelos teóricos para explicar el proceso innovador en el ámbito empresarial. Aquellos de carácter lineal y secuencial, salvada la virtud de su simplicidad que en ocasiones puede ayudar a una comprensión primaria del fenómeno, se rechazan universalmente en tanto que justamente su incapacidad para «modelizar» un fenómeno dotado de una indudable complejidad. Se abren camino propuestas basadas en la constante iteración de elementos tales como: mercado, generación de nuevos conceptos, desarrollo de productos, gestión del conocimiento y la tecnología, procesos productivos y procesos de comercialización, que se interrelacionan para componer conjuntamente el proceso de innovación.

2) OBJETIVOS, METODOLOGÍA Y FUENTES DE INFORMACIÓN DEL TRABAJO

Los principales objetivos del presente trabajo son los siguientes:

- Identificar empresas que desarrollan estrategias de innovación en el ámbito de la economía social.
- Detectar, en relación al proceso innovador, cuáles son sus principales barreras "internas y externas"- "estructurales-coyunturales" para el desarrollo de la innovación.

Para la recogida de datos, el trabajo de campo se efectuó mediante una encuesta telefónica realizada a partir de un cuestionario básico en el que se intentaba identificar el número de empresas de perfil claramente innovador y sus comportamientos diferenciales respecto al resto de la población. La encuesta se aplicó a una muestra representativa de la población de la economía social andaluza a nivel sectorial. Se ha considerado un nivel de confianza del 95,5% y un margen de error del 5%, lo que ha supuesto una aplicación del cuestionario a un total de 943 entidades de economía social: 67,3% cooperativas, frente al 32,7% de sociedades laborales. A continuación, se describen brevemente algunos de los principales resultados obtenidos que sirven para caracterizar a la muestra de entidades investigadas.

1. **LOCALIZACIÓN:** El mayor porcentaje de entidades entrevistadas corresponde a Sevilla (22%) mientras el resto de provincias andaluzas rondan el diez por ciento de representatividad muestral
2. **DIMENSIÓN SECTORIAL:** Se buscó igualmente el nivel de representatividad a nivel sectorial. El mayor volumen de empresas de economía social se concentra en los **servicios** (46%) y en la industria (34,1%) arrojando los dos

¹ Un 80% de las empresas que iniciaron actividades innovadoras en los últimos tres años, mejoraron su rendimiento empresarial en términos de beneficio, cuota de mercado y penetración en nuevos mercados según un estudio empírico llevado a cabo por Cambridge Small Business Research Centre (SBRC), sobre una muestra de 2.000 pequeñas empresas. Sin embargo, otros autores sugieren que la innovación (al menos en el corto plazo) puede llevar implícitos bajos beneficios. La innovación tiende a incrementar el crecimiento y la eficiencia, pero no inmediatamente un mayor beneficio (Heunks, 1998), debido a los costes de la innovación. Incluso existen estudios que no encuentran una relación clara entre innovación y rentabilidad (Moore, 1995). Ante este planteamiento, Freel (2000) se pregunta que si se va a sugerir a las pequeñas empresas que innoven, debemos de asegurarnos cuáles son los rendimientos esperados frente a las empresas que no innoven. Distingue a las empresas innovadoras tomando como referencia la intensidad en la innovación en productos. Para determinar la ratio de innovación lo define como el porcentaje que representa el número de nuevos productos introducidos respecto al total de productos de la empresa, mientras los rendimientos se determinan en crecimientos de ventas, empleo, productividad y rentabilidad. Concluye que las pequeñas empresas que innovan consiguen mayores incrementos en las ventas que las que no innovan, pero que sin embargo esto no se traduce en más ganancias en valores absolutos

sectores restantes –agricultura y construcción- porcentajes en torno al diez por ciento.

3. **ANTIGÜEDAD:** Algo más de tres cuartas partes de las empresas que participaron en el estudio tenían más de cinco años (76,2%) y de ellas un 43,5 por ciento podrían considerarse como maduras (más de diez años).
4. **DIMENSIÓN:** Las tres cuartas partes tienen diez o menos trabajadores y la mitad cinco o menos. Sólo el 2% podría considerarse como mediana empresa en función de su dimensión.
5. **CUALIFICACIÓN:** La mitad de las empresas participantes disponían de algún titulado universitario. En el 14,3% de las empresas analizadas más de mitad de la plantilla tenía este nivel de cualificación.

3) DETECCIÓN DE EMPRESAS INNOVADORAS

La relación entre estrategia e innovación es muy estrecha. Means y Faulkner (2001:26) nos aportan su consideración acerca de esta cuestión, indicando que: «... la innovación es un proceso estratégico fundamental que conduce a las organizaciones hacia los mejores nuevos mercados y enfoques comerciales...». En la obra colectiva El arte de innovar, Montañá (2001:291) señala: «... la innovación es un imperativo estratégico de primera magnitud... otra tarea clave de la dirección general es desarrollar y explotar la capacidad de la organización para la innovación.».

Loewe, Williamson y Wood (2001) profundizan en los aspectos estratégicos de la innovación con motivo de la búsqueda permanente de la respuesta a la pregunta: ¿Qué hace que algunas empresas innoven de una manera más efectiva que otras? Una primera respuesta condujo a la consideración de que las empresas más innovadoras: tienen grandes aspiraciones; una definición flexible de sus negocios, y un hábito de experimentación; además y obviamente, considerar a la innovación como un elemento estratégico de primera magnitud.

Para buscar algunos comportamientos a nivel general hemos seguido el siguiente procedimiento:

- a. Hemos establecido como criterio de empresa innovadora aquella que: se reconoce como tal en su estrategia (exploradora), tiene un elevado nivel de diferenciación que le permite presentarse en el mercado con precios superiores a la competencia; desarrolla acciones innovadoras cuyos resultados son sobre todo nuevos productos o servicios.
- b. Una empresa no es innovadora si se reconoce con una estrategia defensiva o reactiva, su política de precios no es de diferenciación, no desarrolla acciones innovadoras en producto y/o servicios.
- c. Igualmente hemos distinguido entre empresas innovadoras industriales y de servicios.
- d. Estos criterios los hemos aplicado en los resultados de ambas encuestas intentando detectar diferencias significativas de comportamientos

Como conclusión general, la innovación es un comportamiento exitoso para un grupo reducido de empresas: un 10,5%. Considerando los sectores, 11,5% de las empresas de economía social presentes en el sector industrial serían innovadoras. Se trata de un comportamiento algo por debajo de las PYMES industriales (17,1%). Aunque

consideramos que influye en estas diferencias el mayor TAMAÑO de PYME industrial analizada en estos datos y el 9,6%.

El análisis de las diferencias significativas a través de la prueba Chi-cuadrado de Pearson muestra además lo siguiente:

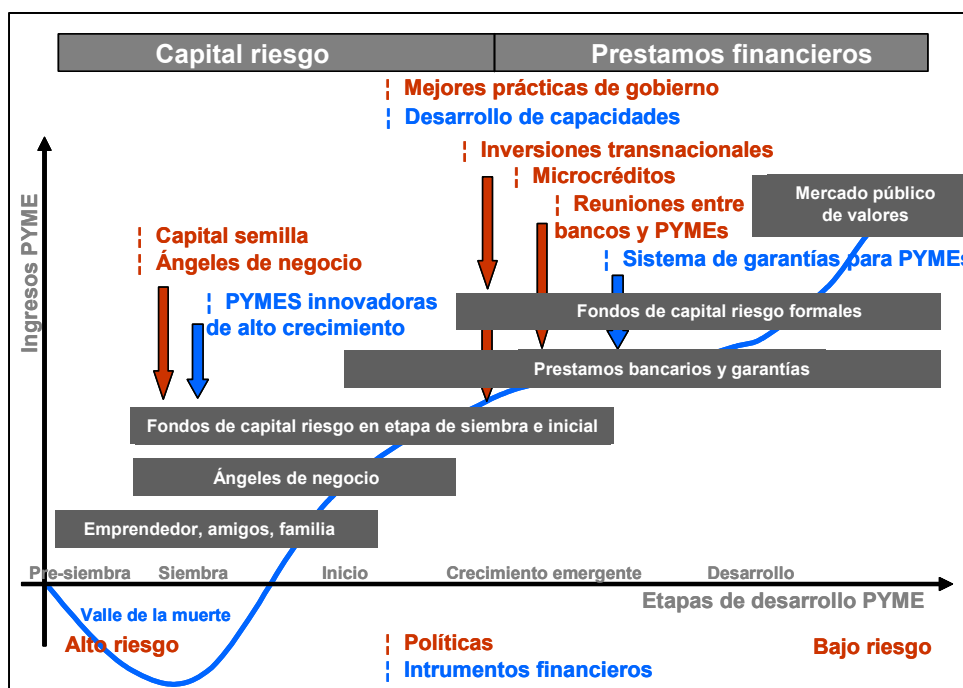
- **SECTOR.** Hemos realizado dos análisis en primer lugar considerando los grandes sectores, en segundo lugar desglosando los sectores. Conviene indicar que existe representatividad respecto a los grandes sectores a nivel de muestra pero a nivel detallado la muestra no es representativa. A nivel de grandes sectores la prueba para la detección de diferencias significativas es negativa, mientras cuando desglosamos en once subsectores existen diferencias significativas.
- **FORMA JURÍDICA:** La prueba de chi-cuadrado nos dice que existen diferencias estadísticamente significativas. Hay más empresas cooperativas (61) que sociedades laborales (42) entre las empresas clasificadas como innovadoras. En comparación con las empresas no innovadoras, se aprecia una mayor presencia de sociedades laborales (40,8% frente al 25,5%) y una menor presencia de cooperativas (59,2% frente al 74,5%).
- **EDAD:** Sí existen diferencias estadísticamente significativas a nivel de edad. Las empresas innovadoras son más jóvenes que las no innovadoras.

4) BARRERAS PARA LA INNOVACIÓN

El estudio PYME (2004) identifica como principales barreras identificadas a la innovación a nivel de pymes las siguientes:

- Capacidad de financiación. Es la principal barrera que tiene que superar la Pyme. La mayoría de empresas que están innovando son aquellas que pueden financiar los proyectos con recursos propios. La adecuación de los diversos instrumentos financieros a las diversas iniciativas de alto potencial constituye un factor crítico para su consolidación y desarrollo (Figura 2). La diversidad de las PYME constituye un desafío para mejorar el acceso a la financiación. Son tan diferentes en sus culturas como en sus formas de innovar. Algunas ofrecen tecnología de vanguardia, mientras que otras adaptan constantemente sus procedimientos y productos y desarrollan nuevas estrategias de comercialización. Otras aún apenas innovan, pero su contribución a la sociedad es imprescindible. Esta diversidad implica que las distintas PYME tengan diferentes necesidades de financiación.
- Funcionamiento del sistema de transferencia tecnológica. La cifra de proyectos concertados entre empresa y universidad es inferior a la media europea. Se detecta un desconocimiento de la oferta existente en investigación que se halla a disposición de la Pyme, al tiempo que la misma empresa pide a la universidad una mayor comprensión e interés por sus actividades.
- Disposición de recursos humanos apropiados. En una situación de baja presencia de departamentos de I + D en las Pymes provoca una situación en la que la oferta de recursos humanos de mayor cualificación acaba optando por las alternativas laborales que ofrece la gran empresa.

Figura 2. Desarrollo de las PYME, instrumentos financieros y políticas institucionales



Fuente: Comisión Europea (2007).

Según el estudio *El libro blanco de la economía social en el Principado de Asturias* (2003), las expectativas de innovación –en este caso tecnológica- se manifestaban en el 47,3% de las cooperativas de trabajo asociado, que representa el porcentaje de empresas que estaban de acuerdo o muy de acuerdo con la idea de introducir innovaciones tecnológicas en el futuro inmediato. A pesar de ello, reconocen que existen una serie de obstáculos que dificultan este objetivo. De este modo, el 41,8% de las cooperativas encuestadas consideran que la innovación se frena fundamentalmente por motivos de naturaleza financiera. Otra causa significativa sería la falta de personas formadas y la escasez de información sobre nuevas tecnología, que es mencionada por el 24,4% del total.

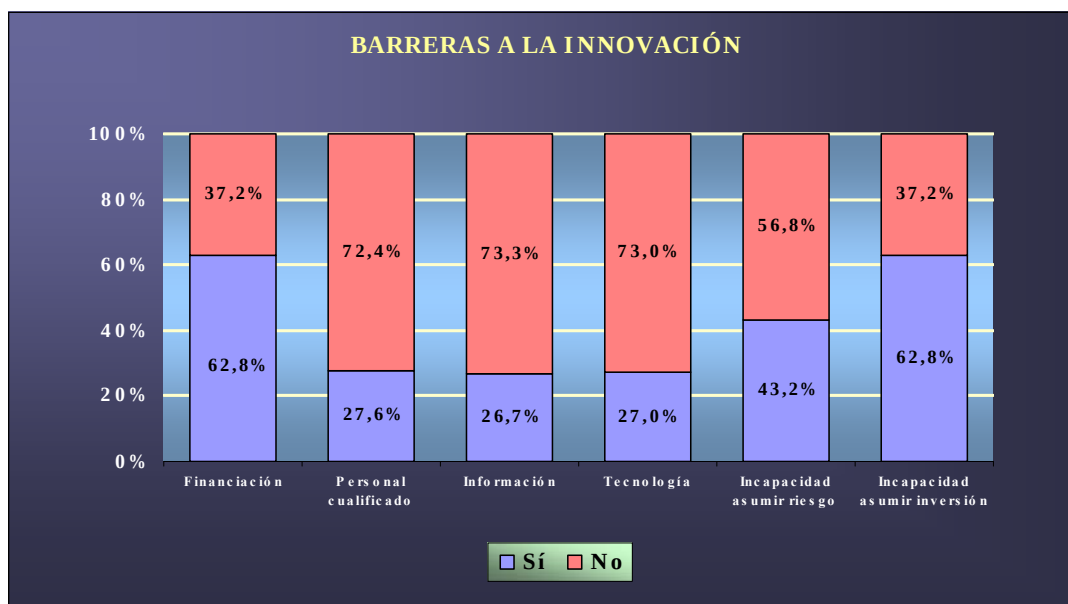
En el estudio de Moreno y Pérez (2003) constata sin embargo que en prácticamente *cuatro de cada diez cooperativas los aspectos económicos simplemente no obtienen significación alguna*, tanto si se trata de excesivo riesgo, como de falta de fuentes de financiación apropiadas e incluso considerando costes de innovación demasiado elevados. Dos hipótesis pueden explicar esta discrepancia en las conclusiones: en la primera se refiere a las innovaciones tecnológicas mientras el segundo se refiere a todo tipo de innovaciones.

En nuestro estudio se les preguntó a las empresas participantes en la encuesta telefónica hasta qué punto consideraban una serie de factores como obstáculos para el desarrollo de proyectos innovadores. Los factores son los siguientes: ausencia de personal cualificado, financiación insuficiente, aversión al riesgo, falta de información, dificultad para acceder a la tecnología adecuada, y por último incapacidad para asumir la inversión necesaria.

Como puede observarse en la Figura 4 son reconocidos como obstáculos la financiación y la incapacidad para asumir la inversión, mientras la aversión al riesgo también presenta porcentajes elevados. Ni el personal cualificado, ni la información, ni la tecnología son obstáculo para casi tres cuartas partes de las empresas

encuestadas. Las empresas innovadoras presentan un perfil similar al general acentuándose aquellos aspectos que hacen referencia a la financiación de la innovación.

Figura 4. Barreras para la innovación en empresas de economía social andaluzas

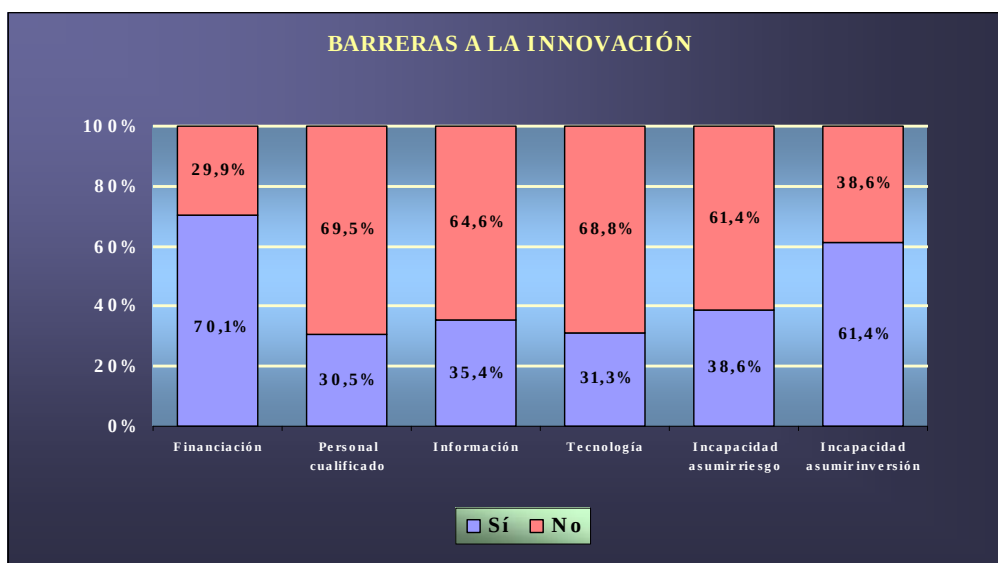


Fuente: elaboración propia.

3.1) Análisis de las diferencias significativas entre empresas innovadoras y no innovadoras.

Las empresas innovadoras presentan un perfil similar al general acentuándose aquellos aspectos que hacen referencia a la financiación de la innovación (Figura 2)

Figura 5. Barreras para la innovación en empresas innovadoras de economía social (EIES) andaluzas

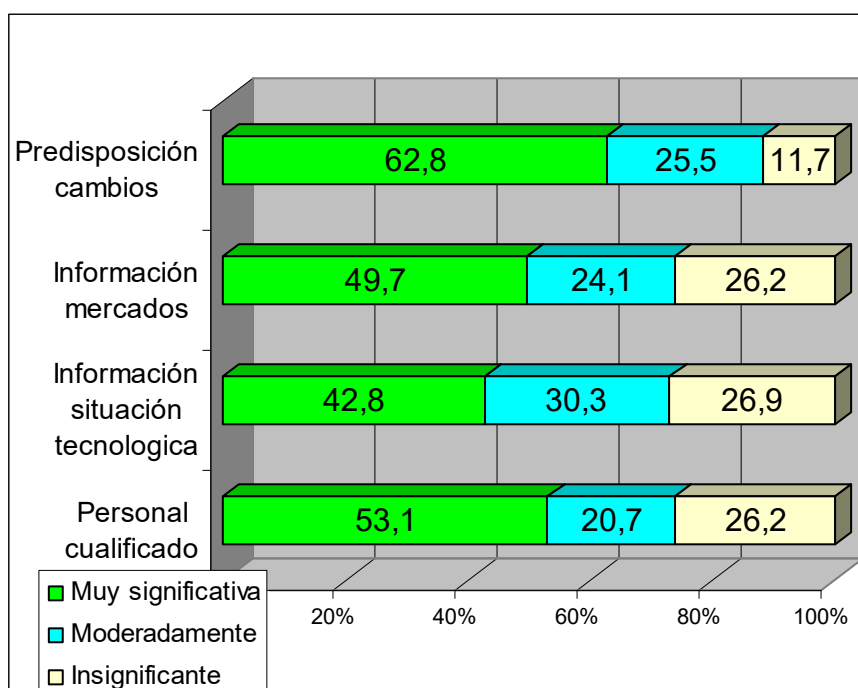


Fuente: elaboración propia.

Al realizar un análisis general entre empresas innovadoras y no innovadoras se detectan diferencias significativas en los siguientes comportamientos.

- La cualificación es menos obstáculo para las innovadoras (ANEXO 1). Sí existen diferencias estadísticamente significativas en cuanto a la disposición o no de personal cualificado como barrera para la innovación. Esta es una barrera para el 34,6% de las empresas no innovadoras y para el 28,2% de las innovadoras². Este hallazgo corrobora en cierta manera la importancia que se le da a la presencia de personal cualificado para el desarrollo de innovaciones (Moreno y Perez, 2003 (Figura 6))

Figura 6. Aspecto claves para la innovación en cooperativas de trabajo asociado catalanas



Fuente: elaboración propia a partir de Moreno y Pérez (2003)

- La necesidad de mayor información (ANEXO 2). Existen diferencias estadísticamente significativas en cuanto al acceso a la información necesaria como barrera para la innovación. Estas diferencias se deben sobre todo al comportamiento del grupo intermedio, de empresas de innovación parcial.

No obstante, la innovación en el sector industrial y en el sector servicios tiene sus aspectos diferenciales. La innovación en el sector industrial tiene su eje en los productos –objetos tangibles- en donde el componente tecnológico y la especialización de la función son posibles –y necesarios- Por su parte la innovación en sector

² Los resultados de la estimación mediante regresión logística de los factores que determinan la percepción del carácter innovador en las empresas de economía social indican que la probabilidad de que ésta sea mayor aumenta cuando: (1) La empresa ha implantado normas de certificación de calidad o está en proceso de hacerlo; (2) La empresa destaca en el mercado por adquirir y estar a la última en cuestiones tecnológicas; (3) La empresa posee página web propia; (4) Tiene vocación internacional; (5) Ofrece productos o servicios algo diferenciados por su calidad a un precio algo más elevado que los competidores; (6) Destaca en la innovación de nuevos productos o servicios; (7) Destaca en la mejora y la inmediata incorporación de procesos, ya sea en la fabricación de productos o en la prestación de servicios; (8) Destaca por sus prácticas en el sistema comercial; (9) a principal barrera que encuentra para el desarrollo de proyectos innovadores proviene de la dificultad de encontrar personal cualificado; (10) la forma jurídica es de sociedad laboral.

servicios fundamenta su esencia en elementos intangibles, inseparables y con un elevado protagonismo de los recursos humanos. Mezclar ambos contextos de innovación es un error que debe evitarse a la hora de generalizar conclusiones. Hemos realizado un análisis segmentando los colectivos.

3.2) Análisis de las diferencias significativas entre empresas innovadoras y no innovadoras en el sector industrial.

En este caso existen diferencias significativas de comportamiento entre las empresas innovadoras (EIES) y las no innovadoras (ENIES): la financiación es un problema mayor para la innovación en las empresas innovadoras industriales (70,3%) frente al (57,4%) de las no innovadoras. Sin embargo, la información no es un obstáculo menor para las empresas innovadoras (40,5%) frente al (46,6%) de las no innovadoras y al 21,8% de la innovación parcial.

Sin embargo no existen diferencias significativas de comportamiento entre las empresas innovadoras (EIES) y las no innovadoras (ENIES), aunque algunas diferencias son llamativas en algunos aspectos. Así la cualificación es un problema de intensidad menor en la innovación en las empresas innovadoras (29,7%) frente al (42,6%) de las no innovadoras. La aversión al riesgo es una barrera mayor en las innovadoras industriales por las empresas innovadoras (54,1%) frente al (44,7%) de las no innovadoras, 41,2%. Por último la capacidad necesaria para invertir en innovación es fuertemente percibida como barrera por las empresas innovadoras (67,6%) frente al (51,1%) de las no innovadoras.

Por último indicar que no existen diferencias significativas de comportamiento entre las empresas innovadoras (EIES) y las no innovadoras (ENIES). Destacar que la tecnología no se percibe como obstáculo para el desarrollo de innovaciones tanto por las empresas innovadoras (32,4%) frente al (38,3%) de las no innovadoras, 26,1%

3.3) Análisis de las diferencias significativas entre empresas innovadoras y no innovadoras en el sector servicios.

A nivel de empresas situadas en el sector servicios los hallazgos son los siguientes:

- Existen diferencias significativas de comportamiento entre las empresas innovadoras (EIES) y las no innovadoras (ENIES) –aunque algunas diferencias son llamativas-: la capacidad necesaria para invertir en innovación es percibida como barrera en menor grado por las empresas innovadoras (50%) frente al (64,6%) de las no innovadoras, 60,8%;
- No existen diferencias significativas de comportamiento entre las empresas innovadoras (EIES) y las no innovadoras (ENIES): la financiación es un problema similar para la innovación en las empresas innovadoras (64,3%) frente al (59,3%) de las no innovadoras; la cualificación es un problema de intensidad menor en la innovación las empresas innovadoras (26,2%) frente al (26,6%) de las no innovadoras; la información no es un obstáculo menor para las empresas innovadoras las empresas innovadoras (26,2%) frente al (31,6%) de las no innovadoras y el 20,6% (IP); la tecnología no se percibe como obstáculo para el desarrollo de innovaciones por las empresas innovadoras (23,8%) frente al (24,1%) de las no innovadoras y el 20,4IP; la aversión al riesgo no es una barrera tanto para las empresas innovadoras (28,6%) frente al (36,7%) de las no innovadoras, 40,8%.

4) CONCLUSIONES

Las principales conclusiones en relación a la capacidad de cambio a través de la innovación de las empresas de economía social a nivel andaluz las situamos en tres aspectos:

- 1) **Indicadores de innovación similares a otras PYMES.** La innovación es un comportamiento exitoso para un grupo reducido de empresas: un 10,5%. Considerando los sectores, 11,5% de las empresas de economía social presentes en el sector industrial serían innovadoras. Se trata de un comportamiento algo por debajo de las PYMES industriales (17,1%). Aunque consideramos que influye en estas diferencias el mayor TAMAÑO de PYME industrial analizada en estos datos.
- 2) **Percepciones diferentes de las barreras para la innovación.** Son reconocidos como obstáculos para la innovación, la financiación y la incapacidad para asumir la inversión, mientras la aversión al riesgo también presenta porcentajes elevados. Ni el personal cualificado, ni la información, ni la tecnología son obstáculo para casi tres cuartas partes de las empresas encuestadas. Las empresas innovadoras presentan un perfil similar al general acentuándose aquellos aspectos que hacen referencia a la financiación de la innovación. No obstante, la cualificación es menos obstáculo para las innovadoras.
- 3) **El capital humano no es el problema.** Una empresa de economía social se transforma y genera ventajas competitivas a partir de la presencia de personas cualificadas como factor interno facilitador del desarrollo de proyectos innovadores. La presencia en muchas de ellas de personas con titulación universitaria es una muestra de ello. Pero la presencia en sí no es suficiente. Se requiere que esas capacidades individuales se combinen y se genere el hábito de formar de equipos de trabajo organizados para la resolución de problemas. Además la empresa de economía social debe generar mecanismos de retención –sistemas de compensación- en donde la retribución igualitaria difícilmente tiene cabida.

Bibliografía

- AECA (2002): *Factores determinantes de la eficiencia y rentabilidad de las Pyme en España*. Estudios Empíricos, Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, Madrid.
- AECA (2004): *Estrategia e innovación de la PYME industrial en España*. Dirección General de la PYME. Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, Madrid.
- ALONSO, J.L. y MÉNDEZ, R. (2000): *Innovación, pequeña empresa y desarrollo local en España*. Ed. Civitas, Madrid.
- ÁLVAREZ, J.C. y GARCÍA, E. (1996): Factores de éxito y riesgo en la pyme: Diseño e implantación de un modelo para la mejora de la competitividad". *Economía Industrial*, nº 310, pp. 149-161.
- ARBUSSA, A., BIKFALVI, A. Y VALL, J. (2004): La I+D en las pymes: Intensidad y estrategia, *Universia Business Review*, Primer trimestre, pp.41-49
- BORRA MARCOS, C., GARCÍA SÁNCHEZ, A. Y ESPASANDÍN BUSTELO, F. (2005): Empresa, comportamiento innovador y Universidad: el caso de la Economía Social en Andalucía *Estudios de Economía Aplicada*, 2005, vol. 23, pages 583-606.

BUENO, E.; MORCILLO, P. (1994): *Fundamentos de economía y organización industrial*. Ed. McGraw-Hill, Madrid.

CAMELO, C.; LORENZO, J.D.; MARTÍN, F. y VALLE, R. (1999): *Competitividad regional y recursos intangibles: Un análisis comparado Andalucía-España*. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.

CAMELO, C.; MARTÍN, F.; ROMERO, P. M. AND VALLE, R. (2000): Relación entre el tipo y el grado de innovación y el rendimiento de la empresa: Un análisis empírico. *Economía Industrial*, nº 333, pp. 149-160.

DESS, G.G. y DAVIS, P.S. (1984): "Porter's (1980) Generic Strategies as Determinants of Strategic Group Membership and Organizational Performance". *Academy of Management Journal*, Vol. 27, nº 3, pp. 467-488.

ESPASANDÍN BUSTELO, F. y GANAZA VARGAS, J. (2003) *Innovación y nuevas tecnologías en las empresas de economía social andaluzas*. Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico. Sevilla.

GARCÍA PÉREZ DE LEMA, D. (Dir.) (2005), *Estrategia e innovación de la Pyme Industrial en España*, AECA. Madrid.

GEROSKI, P. y MACHIN, S. (1992): "Do innovating firms outperform non-innovator?". *Business Strategy Review*, verano, pp. 79-90.

HERMOSILLA, A. Y ORTEGA, N. (2001), *Crecimiento y empleo en las empresas industriales*, La Caixa, Barcelona.

KOTABE, M. y DUHAN, D.F: (1993): "Strategy clusters in japanese markets: firm performance implications". *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 21 (1), pp. 21-33.

LEDUC, R. (1967) *Cómo lanzar un producto nuevo*. Madrid: Nuevas Técnicas.

MILES, R.E. y SNOW, C. (1978): *Organizational strategy, Structure and Processes*, Nueva York, McGraw Hill, 1978.

MOLINA MANCHÓN, H. y CONCA FLOR, F.J. (2000): *Innovación tecnológica y competitividad empresarial*. Ed. Universidad de Alicante.

MORALES GUTIÉRREZ, A.C. (1998); *Competencias y valores en las empresas de trabajo asociado*, Valencia, CIRIEC-ESPAÑA, pp. 4-6, 14-29, 132-136 y 250-254.

MORALES GUTIÉRREZ, A.C. (2001): "La excelencia empresarial en las cooperativas de trabajo asociado: un enfoque estratégico", en Hernández Perlones, F. (coord.) *La economía cooperativa como alternativa empresarial*. Colección estudios. Universidad de Castilla La Mancha, Cuenca, 2001, págs. 101-126.

MORALES GUTIÉRREZ, A.C. (2006) Innovación y trabajo asociado. *Revista de Economía Social*, Noviembre, nº 32, pp. 10-14.

MORALES GUTIÉRREZ, A.C. y ARIZA MONTES, J.A. (2007) "Economía Social y comportamiento innovador: un estudio empírico de las diferencias entre cooperativas y sociedades laborales en Andalucía" Comunicación presentada en *IV Coloquio Ibérico de Cooperativismo y Economía Social*, CIRIEC-ESPAÑA, 20 y 21 de septiembre de 2007

MORENO, M. Y PÉREZ, A. (2003): *La innovación en las pequeñas empresas catalanas. Las cooperativas de trabajo*. CIDEN. Barcelona

MUÑOZ-SECA, B. y RIVEROLA, J. (1997) *Gestión del Conocimiento*. Barcelona: Folio.

NIETO, M. (2000) Las Innovaciones incrementales y su Gestión en la Empresa. Madrid: *Alta Dirección*, n.º 212, julio-agosto.

OCDE (1992) *OCDE proposed guidelines for collection and interpreting technological innovation data* (Oslo Manual). París: OCDE.

PÉREZ FERNÁNDEZ, E. (director) (2003) *El Libro Blanco de la Economía Social en el Principado de Asturias*, Fundación para el Fomento de la Economía Social.

PORTER, M.E. (1980): *Competitive strategy. Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press, New York. (Existe versión en castellano: *Estrategia Competitiva*. CECSA. México, 1982).

SANCHEZ, P., PALOMA SANCHEZ, C. (1998), *El proceso de innovación en las empresas españolas: Análisis de las encuestas de innovación*. Madrid. Cotec.

TABLAS

ANEXO 1 Presencia de Personal Cualificado

Tabla de contingencia

			Barrerasinnovación2			Total
			Sí	No	NS/NC	
Tipología_empresas	Empresas innovadoras	Recuento	29	66	8	103
		% de Tipología_empresas	28,2%	64,1%	7,8%	100,0%
		% de Barrerasinnovación2	11,7%	10,2%	17,4%	10,9%
	Empresas de innovación parcial	Recuento	166	487	34	687
		% de Tipología_empresas	24,2%	70,9%	4,9%	100,0%
		% de Barrerasinnovación2	66,9%	75,0%	73,9%	72,9%
	Empresas no innovadoras	Recuento	53	96	4	153
		% de Tipología_empresas	34,6%	62,7%	2,6%	100,0%
		% de Barrerasinnovación2	21,4%	14,8%	8,7%	16,2%
Total	Recuento	248	649	46	943	
	% de Tipología_empresas	26,3%	68,8%	4,9%	100,0%	
	% de Barrerasinnovación2	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	10,335 ^a	4	,035
Razón de verosimilitud	10,083	4	,039
Asociación lineal por lineal	3,624	1	,057
N de casos válidos	943		

a. 0 casillas (.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.
La frecuencia mínima esperada es 5,02.

ANEXO 2: Acceso a la Información

Tabla de contingencia

			Barrerasinnovación3			Total
			Sí	No	NS/NC	
Tipología_empresas	Empresas innovadoras	Recuento	35	64	4	103
		% de Tipología_empresas	34,0%	62,1%	3,9%	100,0%
		% de Barrerasinnovación3	14,4%	9,6%	12,5%	10,9%
	Empresas de innovación parcial	Recuento	152	511	24	687
		% de Tipología_empresas	22,1%	74,4%	3,5%	100,0%
		% de Barrerasinnovación3	62,6%	76,5%	75,0%	72,9%
	Empresas no innovadoras	Recuento	56	93	4	153
		% de Tipología_empresas	36,6%	60,8%	2,6%	100,0%
		% de Barrerasinnovación3	23,0%	13,9%	12,5%	16,2%
Total	Recuento	243	668	32	943	
	% de Tipología_empresas	25,8%	70,8%	3,4%	100,0%	
	% de Barrerasinnovación3	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	18,071 ^a	4	,001
Razón de verosimilitud	17,351	4	,002
Asociación lineal por lineal	,379	1	,538
N de casos válidos	943		

a. 1 casillas (11,1%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.
La frecuencia mínima esperada es 3,50.