

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS EMPRESAS DE ECONOMÍA SOCIAL Y LAS EMPRESAS TRADICIONALES EN EL ÁMBITO ANDALUZ

Carmen Guzmán Alfonso

*Universidad de Huelva
Facultad de Ciencias Empresariales
Plaza de la Merced, N°11
21002, Huelva
Número de fax: 959217828
Teléfono: 959217906
carmen.guzman@dege.uhu.es*

María de la O Barroso González

*Profesora Titular Universidad de Huelva
Facultad de Ciencias Empresariales
Plaza de la Merced, N°11
21002, Huelva
Número de fax: 959217828
Teléfono: 959217865
barroso@dehie.uhu.es*

Joaquín Guzmán Cuevas

*Catedrático Economía Aplicada
Universidad de Sevilla
Facultad de Ciencias Empresariales
Avda. Ramón y Cajal N° 1
41018, Sevilla
Número de fax: 954551636
Teléfono: 954557551
jjguzman@us.es*

RESUMEN

La calidad del tejido empresarial condiciona el nivel de crecimiento y desarrollo económico de un territorio. En este sentido, el hecho de que la renta per cápita de la provincia de Sevilla sea inferior a la de otros territorios españoles y europeos, puede estar relacionado con ciertas debilidades de su tejido empresarial, incluyendo, entre otros componentes, unas tasas de dependencia productiva y funcional altas y unos índices de innovación y colaboración con otras empresas bajos (Guzmán et al, 2006). Esta investigación tratará de cuantificar esos componentes cualitativos en las empresas de Economía Social del territorio sevillano a través de unas encuestas realizadas por la Universidad de Sevilla y la Universidad de Huelva en 2010, para así caracterizar a este colectivo empresarial. A su vez, para confirmar si, efectivamente, este modelo empresarial supone una alternativa viable y sostenible en el tiempo, se realizará una comparación de dichos componentes cualitativos con los de las empresas de forma jurídica Sociedad Limitada y Sociedad Anónima de la misma zona y de toda Andalucía con datos recabados a través de las mismas encuestas en el mismo año.

Clasificación JEL: L26, M21, O10, O30, Z13.

1. INTRODUCCIÓN

A lo largo de los últimos años, la Economía Social ha ido adquiriendo importancia y aceptación dentro del sistema económico en el que vivimos debido, principalmente, a que éste ha demostrado ser imperfecto. Aunque el sistema mixto de Keynes adjudicaba al Estado las funciones necesarias para cubrir las imperfecciones del sistema de economía mercado, lo cierto es que han seguido existiendo necesidades no cubiertas ni por el mercado ni por el Estado. Y es en estas coordenadas en las que surge la Economía Social.

Las empresas de Economía Social aparecen en este contexto como una iniciativa privada para cubrir estas necesidades. Por ello, se podría afirmar que la Economía Social es una innovación dentro del pensamiento económico dominante en la búsqueda de un cambio de valores para un mayor acercamiento a los criterios económicos de equidad.

Por otra parte, estas empresas muestran muy diferentes formas jurídicas, realizando conciertos con el sector público y privado llegando incluso a perderse la frontera entre las empresas de Economía Social, las empresas tradicionales, y el sector público. Así, las nuevas formas jurídicas también suponen una innovación que nace a raíz de las iniciativas de las empresas de Economía Social.

De este modo, podemos señalar que, dentro de las tres esferas que componen la función empresarial (financiera -se identifica con la aportación de capital y propiedad de la empresa-, gerencial -dirección y administración de la misma- e impulsora -se refiere al ámbito promotor y dinamizador de ella-); las empresas de Economía Social ya con su existencia llevan a cabo la función promotora (han iniciado una vida empresarial). No obstante, convendría verificar si, una vez establecidas, siguen innovando en su actividad; es decir, si llevan a cabo su función dinamizadora.

Nuestra investigación está basada en una encuesta que se ha realizado a las diferentes entidades de Economía Social existentes en la provincia de Sevilla para caracterizar su tejido empresarial, comprobando si este tipo de empresas llevan a cabo innovaciones una vez establecidas y si realizan convenios de colaboración con otras entidades. Se entiende que cuanto más innovador sea este tejido empresarial y más convenios de colaboración suscriba, de mejor calidad será este colectivo y más aportará al crecimiento económico del territorio. Por otro lado, cuanto menos nivel de dependencia funcional y productiva exista en el conjunto del tejido empresarial, mayor afectación positiva se producirá sobre el crecimiento económico (Guzmán y Cáceres, 2009).

Los resultados serán comparados con los que se obtengan del conjunto muestral de Sociedades Limitadas y Anónimas de la provincia de Sevilla y de la región andaluza en general. Con esta comparación identificaremos las diferencias más sobresalientes entre ambos colectivos en materia de dependencia, innovación y colaboración, y comprobaremos si el tejido empresarial de Economía Social supone, como se está afirmando en los últimos meses, un colectivo de mejor calidad. Asimismo, con nuestro estudio intentaremos hacer un diagnóstico general de este tipo de empresas de Economía Social de la provincia, y definir un perfil de las mismas para así conocerlas mejor y realizar las recomendaciones que sean oportunas.

2. MARCO CONCEPTUAL

El concepto de *entrepreneurship* ha ido adquiriendo importancia en el plano del crecimiento económico en las últimas dos décadas (Wennekers y Thurik, 1999; Reynolds et al., 2003; Audretsch et al. 2006; 2005; Acs et al, 2005). Su noción engloba la figura del empresario por un lado, y de la empresa por otro (Guzmán, 2006). La parte que se refiere a la empresa constituiría el llamado “tejido empresarial”, y éste presentará una situación u otra dependiendo del comportamiento de los empresarios. A su vez, el tejido empresarial condiciona el nivel de crecimiento y desarrollo económico de un territorio. La conexión entre emprendimiento y riqueza parece responder a una curva en forma de U, donde el alto dinamismo emprendedor es propio de economías con alto PIB per cápita pero también de territorios con un nivel de renta más bajo (Acs et al, 2005).

A tenor de lo anterior cabe plantearse otros aspectos además de la creación de nuevas empresas para explicar la diferencia de desarrollo en los territorios, como puede ser la calidad macroeconómica de esas empresas. Es decir, no basta con considerar la “cantidad” de empresas, sino también la “calidad” de las mismas. Así, los trabajos de Guzmán y Santos (2001) y Guzmán et alia. (2006) parten de la hipótesis de que el problema de atraso económico de determinados territorios se debe fundamentalmente a la forma que tienen los empresarios actuales de desempeñar sus funciones.

Para analizar la calidad del tejido empresarial se han propuesto distintas variables. No obstante, en este trabajo nos centraremos en la dependencia productiva, dependencia funcional, innovación, y cooperación.

El concepto de dependencia productiva hace referencia al nivel de concentración que una empresa presenta respecto al número de proveedores y clientes. Existe una alta

dependencia productiva cuando los inputs (outputs) de su actividad se encuentran concentrados en un reducido número de proveedores (clientes). El problema de una alta dependencia productiva es que las empresas tienen poco poder de negociación y su supervivencia depende de decisiones ajenas a ella misma. Así, si se diera el caso de que su único cliente quebrase, nuestra empresa también se vería arrastrada a la quiebra. En un nivel macroeconómico, los territorios más atrasados contarían con un tejido empresarial más dependiente desde el punto de vista productivo; mientras que los más avanzados, aunque tengan empresas dependientes productivamente, se ven compensadas por grandes empresas con un poder de negociación alto y una gran autonomía.

Por su parte, la dependencia funcional relaciona las empresas de una zona con respecto a las empresas de otra, en virtud de la posición que cada una de ellas ocupa en la cadena productiva. De esta manera, una empresa cuya actividad es distribuir y comercializar en el mercado local productos elaborados por una empresa exterior al territorio, sería altamente dependiente desde el punto de vista funcional (el ejemplo más claro sería un concesionario de coches). El caso contrario sería una empresa que utiliza inputs del territorio y vende sus productos terminados en mercados externos. Un tejido empresarial funcionalmente dependiente hace que se cree escaso valor añadido en el territorio y que las empresas dependientes generen pocos efectos de arrastre a otras empresas del mismo. Este tipo de empresas dependientes se dedican exclusivamente a adquirir productos fuera del territorio y colocarlos dentro de él. Son las empresas llamadas “market- maker”, es decir, “buscadoras de mercados” para productos no fabricados por ellas.

La innovación, como es bien sabido, tiene una gran repercusión en el crecimiento económico; y aún más hoy en día con el contexto de globalización en el que conviven las

entidades. Pero, siguiendo a Schumpeter, no sólo debe identificarse a la innovación con los avances tecnológicos, sino que existen cinco categorías dentro de la misma: creación de un nuevo producto, de un nuevo método de producción, la búsqueda de nuevas fuentes de aprovisionamiento, de nuevos mercados y el establecimiento de una nueva organización empresarial.

A su vez, para analizar la innovación de productos y métodos de producción, resulta interesante distinguir tres niveles: innovación radical, incremental e imitación (de más a menos innovación). Efectivamente, las innovaciones radicales contribuyen mucho más al desarrollo económico que las imitaciones.

Por último, en lo que respecta a la cooperación, hay que señalar que uno de los primeros economistas que señalaron la importancia de la colaboración empresarial fue Hirschman en su conocido trabajo de los años cincuenta “La estrategia del desarrollo económico”, aunque existen antecedentes en la obra de Marshall “Principios de economía” cuando se refiere a los distritos industriales. Éstos son lugares donde las empresas organizan la producción tejiendo una red de relaciones basadas no sólo en la competencia, sino también en la colaboración.

3. METODOLOGÍA

Esta investigación está basada en un estudio que realizó la Universidad de Sevilla. Dicho estudio, realizado en 2006, se tituló “Realidad empresarial y desarrollo económico en la provincia de Sevilla”, y en él se elaboró un diagnóstico del tejido empresarial sevillano, incluyendo empresas de todo tipo. Este estudio concluyó que el débil

crecimiento económico de la zona se debía principalmente a la debilidad de su tejido empresarial.

Aunque entonces se analizaron varias variables, en la presente investigación nos centraremos en la dependencia funcional y productiva, así como en la innovación y la cooperación de las empresas de Economía Social (a partir de ahora también llamadas ES) y de las empresas propias del sistema de economía de mercado, es decir, Sociedades Limitadas y Anónimas (de ahora en adelante empresas tradicionales o ET). Para ello se elaboraron dos encuestas diferentes: una diseñada por la Universidad de Sevilla y realizada a todo tipo de empresas de la región andaluza en 2010, y otra de las mismas características creada por la Universidad de Huelva destinada a las empresas de Economía Social de la provincia de Sevilla, también realizada en 2010. Cabe señalar que el objetivo en principio de esta investigación era comparar a las ES sevillanas con las ET andaluzas. Para efectuar tal comparación hubo que hacer un tratamiento de los datos a nivel provincial de las ES y agregarlos al nivel regional, lo cual no suponía ningún cambio en los resultados de dicho colectivo. No obstante, como los resultados obtenidos en la comparación eran bastante interesantes, posteriormente se decidió realizar la comparación también a nivel provincial con las ET incluidas en la muestra a nivel andaluz (55 de 227) para comprobar si se confirmaban dichos resultados.

El tamaño de la muestra de empresas de Economía Social es de 100 empresas, 57 cooperativas y 43 sociedades laborales (las formas sociales más significativas dentro de este ámbito), a las que hemos tenido acceso a través de las organizaciones Federación Andaluza de Sociedades Laborales (FEANSAL) y Federación de Cooperativas de Trabajo Asociado (FAECTA). El tamaño muestral para las ET en Andalucía es de 227 empresas (101 SA y 126 SL), de las cuales pertenecen a Sevilla 55 (32 SL y 23 SA).

Con respecto a la dependencia funcional, diremos que existe una dependencia funcional alta si se cumplen estas cuatro premisas:

1) El porcentaje de empresas que realizan al menos un 50% de sus ventas en los mercados regionales es superior que el de aquéllas que realizan al menos un 50% de sus compras en dichos mercados (ventas regionales - compras regionales > 0).

2) El porcentaje de empresas que realizan al menos un 50% de sus ventas en los mercados nacionales es inferior que el de aquéllas que realizan al menos un 50% de sus compras en dichos mercados (compras nacionales - ventas nacionales > 0).

3) El porcentaje de empresas que realizan al menos un 50% de sus ventas en los mercados internacionales es inferior que el de aquéllas que realizan al menos un 50% de sus compras en dichos mercados (compras internacionales - ventas internacionales > 0).

4) El porcentaje de empresas que realizan al menos un 50% de sus compras en los mercados nacionales es superior que el de aquéllas que realizan al menos un 50% de sus compras en los mercados locales (compras nacionales - compras locales > 0).

Por otro lado, se calculará un índice de dependencia funcional para las compras (DF_c) y las ventas (DF_v) que nunca antes ha sido utilizado y aún se está comprobando su utilidad (Romero y Fernández, 2010):

$$DF_{c(v)} = \frac{\sum_i w_i \cdot m_i^{c(v)}}{\sum_i m_i^{c(v)}}$$

=

siendo w_i y m_i las ponderaciones de cada ámbito geográfico y los porcentajes de compras o ventas respectivamente. La tabla 1 ayuda a entender mejor esta fórmula, ya que

esquematiza las posibles respuestas a las preguntas del cuestionario que hacen referencia a la dependencia funcional:

TABLA 1: CONSTRUCCIÓN DE LOS ÍNDICES DE DEPENDENCIA FUNCIONAL PARA COMPRAS Y VENTAS

Señale qué parte de las ventas (compras) de la empresa se realizan en cada zona geográfica:

		0	0,05	0,175	0,375	0,75	1	Marcas de clase (m_i)
		Nada	<10%	10-25%	26-50%	>50%	Todo	Intervalos
0	Andalucía	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
0,5	Resto de España	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
1	Extranjero	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
Ponderaciones (w_i)	Ámbitos geográficos mercantiles							

Fuente: Romero y Fernández (2010)

Con ello, el índice de dependencia funcional sería:

$$DF = DF_c - DF_v$$

De esta manera, cuanto más próximo a -1 esté el tejido empresarial, más autonomía funcional, y cuanto más próximo a 1, más dependencia funcional.

Por su parte, la dependencia productiva será estudiada de forma descriptiva. Sin embargo, se procederá también, al igual que en la dependencia funcional, a calcular el índice de dependencia productiva para los clientes (DPC) y para los proveedores (DPP), siguiendo a Romero y Fernández (2010). Mostramos a continuación en la tabla 2 los valores asignados a cada intervalo de ventas y compras para el cálculo de dicho índice:

TABLA 2: MARCAS DE CLASE POR INTERVALO PARA LA DEPENDENCIA PRODUCTIVA

Señale qué porcentaje de las ventas (compras) de la empresa absorben:

c_j (valores)	0	0,175	0,375	0,75	1
	<10%	10-25%	26-50%	>50%	Todo
a.El principal cliente	☐	☐	☐	☐	☐
b.Los dos principales clientes	☐	☐	☐	☐	☐
c.Los cinco principales clientes	☐	☐	☐	☐	☐
d.Los 10 principales clientes	☐	☐	☐	☐	☐

Fuente: Romero y Fernández (2010).

Para calcular el índice se utiliza la siguiente fórmula:

$$DPC(DPP) = \frac{1}{4} \left(\sum_j c_j \right)$$

Así, cuanto más cerca de 0, menor dependencia productiva, y cuanto más cerca de 1, más dependiente será la empresa o el tejido empresarial en cuestión productivamente.

Tras calcular ambos índices para ambos colectivos (ES y ET andaluzas y sevillanas), calcularemos las medias de ambos grupos y las compararemos.

Por su parte, la innovación sobre los productos y los métodos de producción será analizada de forma descriptiva e igualmente se comparará con el colectivo de las empresas tradicionales.

Por último, para analizar la cooperación se realizará un análisis descriptivo sobre el número de acuerdos de colaboración (en sus diferentes modalidades) en las empresas de Economía Social y se procederá a su comparación con el colectivo de las ET.

4. RESULTADOS

4.1 Dependencia Funcional

Una vez encuestadas las 100 empresas de ES y las 227 ET de Andalucía, de las cuales 55 eran sevillanas, los resultados con respecto a la dependencia funcional fueron los siguientes:

TABLA3: DEPENDENCIA/INDEPENDENCIA FUNCIONAL

Distribución de las ventas por áreas de destino			
% de empresas que realizan más del 50% de las ventas en esos mercados	Andalucía	Resto de España	Extranjero
ES	94%	2%	0%
ET Andalucía	84%	7%	1%
ET Sevilla	85%	7%	2%
Distribución de las compras por áreas de origen			
% de empresas que realizan más del 50% de las compras en esos mercados	Andalucía	Resto de España	Extranjero
ES	89%	9%	0%
ET Andalucía	61%	21%	3%
ET Sevilla	55%	22%	2%

Fuente: Elaboración propia

Para clarificar el cumplimiento de las condiciones de dependencia funcional se ha elaborado la tabla 4, la cual muestra que se cumplen las distintas condiciones de dependencia funcional si las diferencias calculadas son positivas; es decir, cuanta más alta es la diferencia, más dependencia habrá:

TABLA 4: CUADRO RESUMEN
DEPENDENCIA/INDEPENDENCIA FUNCIONAL

	Condición 1	Condición 2	Condición 3	Condición 4
ES	5%	7%	0%	-80%
ET Andalucía	22%	14%	2%	-41%
ET Sevilla	31%	15%	0%	-33%

Fuente: Elaboración propia

Así, de las cuatro condiciones que debía cumplir una empresa o tejido empresarial para ser funcionalmente dependiente, los 3 colectivos cumplen las 2 primeras y el de ET Andalucía también la 3ª, pero por muy poco margen. Sin embargo, esta dependencia es mucho más acusada en los colectivos tradicionales andaluz y sevillano, pues sus diferencias cuadriplan y sextuplican respectivamente a las ES en la condición 1 y la doblan en la 2 (22% y 31% vs 5%; y 14% y 15% vs 7% respectivamente). En la condición 3 apenas existe disparidad entre los 3 grupos, y la 4ª no es cumplida por ninguno. No obstante, con respecto a la última condición, el colectivo de ES presenta una autonomía mucho más importante que las ET, pues la diferencia entre las compras en los mercados regionales y nacionales es de más del doble en el caso de las ET Sevilla, y del doble para ET Andalucía (80% vs 33% y 41% respectivamente).

Desde un punto de vista genérico, de esta información se extrae que las empresas sevillanas y andaluzas, del tipo que sean, realizan el grueso de sus operaciones de compras y ventas en el mercado regional, pues la tabla 3 muestra los altos porcentajes de empresas que realizan más del 50% de dichas operaciones en este mercado. De la misma tabla se deduce que estos colectivos empresariales actúan poco en el resto de España (a excepción de las compras en las ET Andalucía y Sevilla) y de forma muy residual en el extranjero.

Con respecto al tema que aquí nos ocupa, las tablas 3 y 4 también muestran que el tejido empresarial tradicional tiene una dependencia funcional relativamente más alta que el tejido empresarial de Economía Social. Luego las empresas de Economía Social presentan más calidad desde esta perspectiva, añadiendo más valor añadido relativamente que las tradicionales y aumentando las posibilidades de crecimiento del territorio.

Por otro lado, estos datos vienen a confirmar un hecho muy importante con respecto a las empresas de Economía Social, y es que son más comprometidas con su entorno local, provincial y regional. Las cifras que muestran los orígenes de las compras corroboran esta afirmación, siendo prácticamente un 30% más altas las compras en dichos ámbitos geográficos en las empresas de Economía Social que en las tradicionales andaluzas y sevillanas: 89% frente a 61% y 55% respectivamente. De esta forma, contribuyen al desarrollo endógeno provocando un efecto arrastre vía proveedores.

4.1.1. Índice de dependencia funcional

Si se aplica la fórmula de Romero y Fernández (2010) anteriormente citada, se sigue cumpliendo el hecho de que las empresas de Economía Social sean más autónomas o menos dependientes desde el punto de vista funcional. Así:

$$DF_{ES} = 0,06$$

$$DF_{ET\ Andalucía} = 0,09$$

$$DF_{ET\ Sevilla} = 0,14$$

Aunque no por mucha diferencia pero sí la suficiente, podemos afirmar que, como 0,06 está más próximo a -1 que 0,09 y 0,14; el tejido empresarial social es más independiente desde el punto de vista funcional.

4.2 Dependencia Productiva

La dependencia productiva refleja el grado de concentración de los *inputs* u *outputs* de una empresa entre sus proveedores y sus clientes. Tal y como muestra la tabla 5, las empresas de Economía Social se caracterizan por tener sus compras muy concentradas entre los proveedores (el 84% de las empresas concentran en 10 proveedores más del 50% de las compras), mientras que sus ventas lo están en menor cuantía entre los clientes (el 64% de las empresas concentran en 10 clientes más del 50% de las ventas). Por su parte, las compras de las empresas tradicionales se presentan relativamente más distribuidas entre los proveedores que las de las ES (el 44% y el 54% de las ET Andalucía y Sevilla respectivamente concentran más del 50% de sus compras entre los 10 principales proveedores), al igual que las ventas (el 28% y el 31% de las ET Andalucía y Sevilla respectivamente concentran más del 50% de sus ventas entre los 10 principales clientes).

De este modo, las empresas de ES no presentan una situación más ventajosa con respecto a la dependencia productiva que las empresas tradicionales, sino más bien al contrario.

TABLA 5: DEPENDENCIA/INDEPENDENCIA PRODUCTIVA EMPRESAS DE ES Y ET

Concentración de las ventas en los principales clientes (%)				
% de empresas que concentran más del 50% de sus ventas en:	Principal	Dos principales	Cinco principales	Diez principales
ES	12%	23%	37%	64%
ET Andalucía	11%	13%	21%	28%
ET Sevilla	13%	15%	18%	31%
Concentración de las compras en los principales proveedores (%)				
% de empresas que concentran más del 50% de sus compras en:	Principal	Dos principales	Cinco principales	Diez principales
ES	31%	42%	64%	84%
ET Andalucía	19%	28%	46%	54%
ET Sevilla	16%	20%	35%	44%

Fuente: Elaboración propia

4.2.1. Índice de dependencia productiva

De nuevo, siguiendo a Romero y a Fernández (2010), calculamos el índice de dependencia productiva tanto para los clientes (IDPC) como para los proveedores (IDPP), y los resultados son los siguientes:

TABLA 6: ÍNDICE DE DEPENDENCIA PRODUCTIVA DE CONCENTRACIÓN DE PROVEEDORES (IDPP) Y CLIENTES (IDPC)

	<i>IDPP</i>	<i>IDPC</i>
ES	0,57	0,40
ET Andalucía	0,39	0,23
ET Sevilla	0,32	0,26

Fuente: Elaboración propia

Así pues, este índice vuelve a verificar el hecho de que las empresas sociales sean más dependientes desde el punto de vista productivo. Como posible causa, cabe plantearse el hecho de que estas empresas trabajan a menudo con la Administración Pública,

acaparando ésta gran parte de sus compras y ventas. En cualquier caso, los motivos serán estudiados en futuras investigaciones.

4.3. Innovación

Para estudiar esta variable, en el cuestionario preguntamos a las empresas si habían ofrecido a sus clientes un nuevo producto o servicio en los 3 últimos años. De las empresas encuestadas, el 69% de las ES, el 52% de las ET Andalucía y el 51% de las ET Sevilla, contestaron que sí. Por otra parte, los 3 grupos de empresas nos explicitaron si su innovación se trataba de un producto con modificaciones sustanciales o de un producto totalmente nuevo. La tabla 7 muestra las respuestas de los 3 grupos. En ella comprobamos que las ES presentan un porcentaje de empresas innovadoras similar al de las ET o incluso superior en el caso de innovaciones incrementales sustanciales sobre los productos que ya existían.

TABLA 7: INNOVACIONES EN PRODUCTOS DE ET Y DE ES (% SOBRE EL TOTAL DE EMPRESAS ENCUESTADAS)

	Producto totalmente nuevo	Producto con modificaciones sustanciales
ES	19,00%	31,00%
ET Andalucía	22,47%	23,35%
ET Sevilla	18,18%	27,27%

Fuente: Elaboración propia

En general, como la Economía Social defiende e implica innovación (pues nació para resolver problemas de la sociedad que no eran solucionados ni por el sector privado, ni por el público), se puede intuir que las personas que se decantan por ella para ejercer su

actividad económica están bastantes concienciadas de la importancia de la innovación, y la ponen en práctica una vez iniciada su aventura empresarial. Quizás por ello la innovación en las empresas sociales de la provincia de Sevilla está más presente que en las tradicionales en el ámbito territorial considerado.

Sin embargo, cuando se preguntó por la introducción de innovaciones en el proceso productivo, un 68% de empresas sociales y un 82% y 87% de empresas tradicionales andaluzas y sevillanas respectivamente nos contestaron que, efectivamente, las habían llevado a cabo. La tabla 8 muestra las diferentes formas de innovación en los métodos de producción y la distribución de las respuestas entre ellas.

TABLA 8: INNOVACIONES EN PROCESOS PRODUCTIVOS DE DE ET Y DE ES (% SOBRE EL TOTAL DE EMPRESAS ENCUESTADAS)

	Proceso productivo nuevo	Introducción maquinaria especializada y equipos informáticos	Introducción nuevos sistemas de la información
ES	9,00%	46,00%	31,00%
ET Andalucía	25,55%	75,77%	59,03%
ET Sevilla	34,55%	81,82%	63,64%

Fuente: Elaboración propia

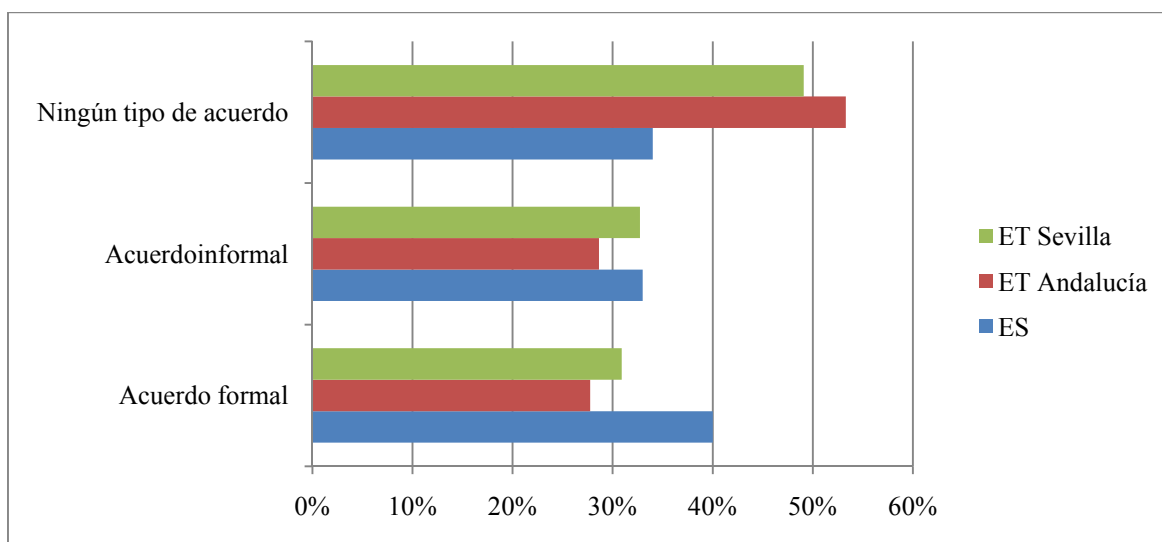
Como se observa, todos los porcentajes de las ET son superiores a los de las empresas de Economía Social. La explicación podría ser que las ET cuentan con más fondos para adquirir nuevos procesos de producción. No obstante, las causas de estas diferencias se tratarán en futuras investigaciones.

4.4. Cooperación

El gráfico 1 muestra que las empresas de Economía Social presentan más acuerdos que las tradicionales (pues el 34% de las ES encuestadas afirmaron que no tenían ningún tipo acuerdo, mientras que de las ET Andalucía y Sevilla fueron el 53% y el 49%

respectivamente). La causa de que las ES colaboren más tiene que ver con el hecho de que el factor confianza suele estar más presente entre las empresas sociales. Así, las personas que constituyen su empresa bajo la forma jurídica de Economía Social suelen extender el factor confianza más allá del ámbito interno de la empresa a través de acuerdos de colaboración con otras empresas. De esta forma, no sólo contribuyen al desarrollo local, sino que se pueden beneficiar de las ventajas de estos acuerdos. Si diferenciamos dentro de las empresas de Economía Social que sí colaboran, distinguimos que se prefieren los acuerdos perfeccionados contractualmente a los derivados de una relación de confianza mutua entre empresas (informales). Las ET, por su parte, no muestran diferencias significativas al respecto.

GRÁFICO 1: LA COOPERACIÓN EN LAS ET Y ES (% SOBRE EL TOTAL DE EMPRESAS ENCUESTADAS)

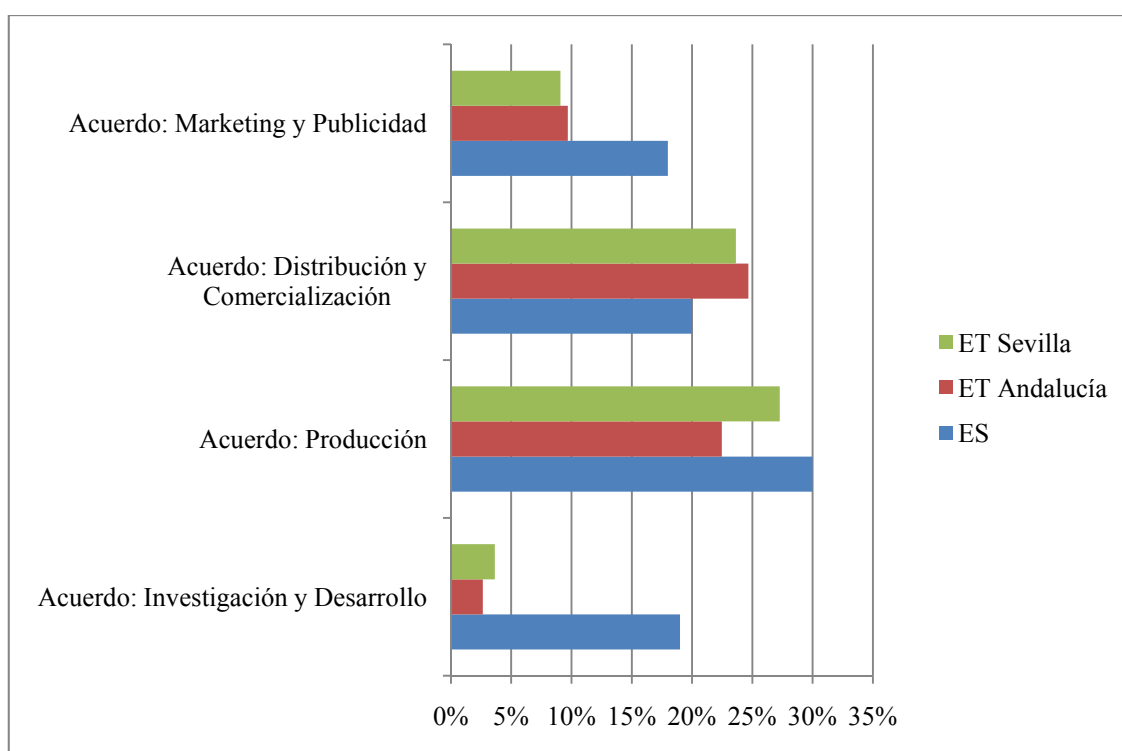


Fuente: Elaboración propia

Con respecto a los tipos de acuerdos de colaboración, el gráfico 2 muestra que, mientras que en las ET destacaban los de producción y distribución (22% y 27%; y 25% y

24% de ET Andalucía y Sevilla respectivamente), en las ES, del total de empresas encuestadas, el 30% dice tener establecidos acuerdos de producción, el 20% de distribución, el 19% de investigación y desarrollo y el 18% de marketing y publicidad; por lo que todos los campos de acuerdo de colaboración son significativos (destacando, al igual que en las empresas tradicionales, los de producción) y superiores al de las ET (a excepción de la comercialización). Cabría plantearse los motivos de estas diferencias, lo cual será tratado en futuras investigaciones.

GRÁFICO 2: LA COOPERACIÓN POR ÁMBITOS EN LAS ET Y ES (% SOBRE EL TOTAL DE EMPRESAS ENCUESTADAS)



Fuente: Elaboración propia

5. CONCLUSIONES

La Economía Social está adquiriendo una gran importancia en la actualidad debido a que se sustenta sobre unos principios que se encuentran escasamente arraigados en el sistema de economía de mercado, como son la igualdad, la participación, la cooperación o la solidaridad. Se trata de un sector más comprometido con el medio que le rodea y que establece un equilibrio entre el beneficio económico y el bienestar de la sociedad. De este modo, este trabajo ha puesto de manifiesto lo siguiente:

1º) Las empresas de Economía Social sevillanas son más independientes desde el punto de vista funcional que las empresas tradicionales de la misma zona y a nivel Andalúz. No es de extrañar, pues al ser más comprometidas con el entorno se suministran de éste, generando a su vez un efecto arrastre que contribuye al desarrollo endógeno del territorio. Contrastan con el mero papel de “market-maker” que, en bastantes casos, realizan las empresas tradicionales de la provincia de Sevilla y Andalucía.

2º) Las empresas de Economía Social sevillanas son más dependientes desde el punto de vista productivo que las empresas tradicionales. El tejido empresarial social presenta una alta concentración de proveedores y, en menor medida, pero también alta, de clientes; mientras que las empresas tradicionales andaluzas y sevillanas muestran una distribución más alta de clientes y de proveedores (éstos últimos también en menor medida). Esta concentración más alta por el lado de los proveedores en ambos grupos se puede deber a que, al estar la Economía sevillana muy atomizada (mayoría de microempresas y empresas pequeñas), sus empresas tienen poco poder de negociación y no pueden acceder a diversificar sus compras.

3º) Las empresas de Economía Social sevillanas presentan el mismo grado de innovación que las empresas tradicionales de la misma zona y de Andalucía en cuanto a la oferta de productos totalmente nuevos, y una innovación más alta si nos referimos a la introducción de productos con modificaciones sustanciales sobre los que ya ofrecían. Sin embargo, aunque muestran una actitud favorable en la mejora de sus métodos de producción, sus cotas de introducción de nuevos procesos productivos, equipos informáticos, maquinaria especializada y sistemas de información son más bajas que las de las empresas tradicionales del territorio considerado.

4º) Las empresas de Economía Social sevillanas realizan más acuerdos de colaboración que las empresas tradicionales de la misma zona y de Andalucía. Al igual que la innovación, la cooperación es un principio básico de este sector y nuestro estudio demuestra que las empresas pertenecientes a él lo ponen en práctica. De hecho, el porcentaje de empresas de Economía Social con acuerdos es superior al de empresas tradicionales de la provincia y de la región. Por otro lado, mientras que las ES prefieren claramente los acuerdos formales frente a los informales, en las ET no se muestran diferencias significativas al respecto. Dentro de los ámbitos de los acuerdos, en las empresas tradicionales destacaban aquellos sobre producción y distribución, mientras que en las de Economía Social son igualmente importantes los de investigación y desarrollo y publicidad y marketing.

En definitiva, podemos concluir que, a excepción de la dependencia productiva y la innovación en procesos de producción, las empresas de Economía Social sevillanas presentan una calidad de su tejido empresarial mejor que el de las empresas tradicionales de la provincia y de la región, por lo que podrían ser una alternativa viable y sostenible al modelo empresarial sevillano. No obstante, se propone ampliar este estudio hacia otras

cualidades empresariales y hacia otros territorios distinguiendo entre tamaños empresariales y sectores productivos, y así profundizar en dichas conclusiones en investigaciones futuras.

6. BIBLIOGRAFÍA

ACS, Z. ET AL. (2005): *Global Entrepreneurship Monitor. Executive Report 2004*, Babson College and London Business School.

AUDRETSCH, D. ET AL. (2006): *Entrepreneurship and Economic Growth*, Oxford University Press.

CHAVES, R. (2003): *La Economía Social como enfoque metodológico, como objeto de estudio y como disciplina científica*, en Vuotto, M. (Coord.): “Economía Social: Precisiones conceptuales y algunas experiencias históricas”, Colección de lecturas sobre Economía Social, fundación OSDE, Altamira, Argentina.

DEFOURNY, J. y MONZÓN, J. L. (Dir.) (1992): *Economía Social. Entre Economía Capitalista y Economía Pública*, CIRIEC- España Editorial, Valencia.

FERNÁNDEZ, S. y VELASCO, E. (2008): *¿Gestionan mejor la innovación las empresas de economía social que las Sociedades Anónimas? Estudio comparativo de empresas innovadoras vascas*, CIRIEC- España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, nº 63, pp. 5-37.

GALINDO, M. A, GUZMÁN, J. Y RIBEIRO, D. (Eds) (2009): *Entrepreneurship and Business. A Regional Perspective*, Springer, Berlín.

GUZMÁN, J. (2006): *El rol del entrepreneurship en el proceso de crecimiento económico*, Estudios de Economía Aplicada, 24-2, 2006, pp. 361-387.

GUZMÁN, J. (Dir.) y Santos, F.J. (Coord.) (2006): *Realidad empresarial y desarrollo económico en la provincia de Sevilla*, serie “Monografías de temas laborales”, 26, Consejo Andaluz de Relaciones Laborales, Ed., Mergablum, Sevilla.

GUZMÁN, J, RIBEIRO, D. y CÁCERES, R. (2009): “Functional dependence and productive dependence of SMEs”, *Small Business Economics*, nº 32, pp.317-330.

GUZMÁN, J. y SANTOS, F. (2001) “The booster function and the entrepreneurial quality: an application to the province of Seville”, *Entrepreneurship and Regional Development*, nº13, pp. 211-228.

HIRSHMAN, A.O. (1961): *La estrategia del desarrollo económico*, (1ª Edición 1958), Fondo de Cultura Económica, Méjico.

MARSHALL, A. (1954): *Principios de Economía*, (1ª Edición1980), Ediciones Aguilar, Madrid.

REYNOLDS, P. ET AL. (2003): *Global Entrepreneurship Monitor 2003 Executive Report*, GEM.

ROMERO, I. y FERNÁNDEZ, J. (2010): Conferencia “Proyecto GEM y Calidad Empresarial. Consideraciones a partir de los Informes Regionales del GEM en España”, V *Taller Internacional de Investigación sobre la base de GEM*, 28 de junio 2010, Cádiz.

SANTOS, J.F. (2001): *La calidad del empresario sevillano*, Biblioteca de socioeconomía sevillana, Diputación de Sevilla, Sociedad Sevilla siglo XXI, Sevilla.

WENNEKERS, S. y THURIK, R. (1999): *Linking entrepreneurship and economic growth* , *Small Business Economics*, nº 13(1), PP. 27-55.