

POSIBILIDADES DE INNOVACIÓN Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LOS AGRONEGOCIOS DE LA REGIÓN DE MURCIA POR LA CREACIÓN DE UNA ENTIDAD DE ECONOMÍA SOCIAL; GESLOCATE, S.L.L.

Antonio Juan Briones Peñalver
Universidad Politécnica de Cartagena
Facultad de Ciencias de la Empresa
Aj.briones@upct.es

Carmen de Nieves Nieto
Universidad Politécnica de Cartagena
Facultad de Ciencias de la Empresa
Carmen.denieves@upct.es

RESUMEN

La creatividad, la innovación y la responsabilidad son parámetros a tener en cuenta por las empresas de economía social, que quieran planificar sus actuaciones en términos de sostenibilidad. En el trabajo se presenta el ámbito de actuación de una nueva entidad de economía social, que con la denominación de “Geslocate, S.L.L.”; a través del estudio de mercado, analiza a sus posibles clientes, los cuales, en una proporción muy amplia han adquirido fórmulas jurídicas propias de la economía social española. Se analizan en 26 empresas clientes, aspectos referentes a sus “Estrategias de Gobierno”, la “Cultura de la Empresa”, las “Medidas de Colaboración Institucional” así como las “Medidas para la Gestión de la Innovación Tecnológica en el Sector Logístico y del Transporte”. Los resultados nos permiten disponer de un buen conocimiento de la implantación de tecnologías y sistemas de información para un desarrollo sustentable en este sector, con aplicación inmediata por proximidad en la industria agroalimentaria de la Región de Murcia (España). Geslocate, S.L.L. como nueva empresa, previsiblemente será uno de los agronegocios¹ prioritarios para el crecimiento del sector agroindustrial de la Región, y los resultados presentados les auguran factores de posicionamiento, buenas expectativas y oportunidad de mercado.

PALABRAS CLAVES

Innovación, responsabilidad, creación, agronegocio, tecnología, información.

¹ Los datos de este trabajo proceden del Proyecto “Mejoramiento de las capacidades en los agronegocios de Costa Rica y la Región de Murcia, en las áreas emergentes de la economía, la responsabilidad social y las estrategias de cooperación de las empresas” financiado por el Programa de Cooperación Interuniversitario e Investigación Científica entre España e Iberoamérica, Agencia Española de Cooperación Internacional (AECID), Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, Proyecto AECID (A/017025/08).

1. INTRODUCCIÓN

La competitividad puede ser definida como la búsqueda de perfección y el afán de superación, lo que se traduciría en la capacidad de la empresa para generar valor y seguir generándolo en el tiempo. Las empresas competitivas suelen aglomerarse en espacios geográficos que les brindan facilidades que van más allá de los incentivos tributarios y más bien inciden en la provisión de recursos cada vez más sofisticados, en la existencia de industrias conexas de ambientes competitivos y de una exigente demanda local.

El Gobierno en la Empresa tiene por finalidad el logro de la eficiencia en el uso de los activos y en los contratos que la configuran, para asegurar la creación de valor para los propietarios de los recursos financieros. Viene caracterizado por el conjunto de sistemas de control y relaciones entre los diferentes agentes participantes en la empresa: directivos, accionistas de referencia y minoritarios, empleados; aunque se podrían incluir al resto de stakeholders, proveedores, clientes y administraciones públicas.

La separación entre propiedad y gestión, con el conflicto de intereses que supone la distribución de los fondos generados por la empresa, fue pronto uno de los primeros problemas de gobierno en la empresa. Adicionalmente, los dirigentes empresariales deben tener presente en todo momento una serie de elementos básicos de la cultura organizativa para el buen gobierno corporativo (la ética, la innovación, los clientes, y la diversidad), y a la vez, enfrentarse de forma continuada a cambios en la gestión estratégica más o menos complejos que les obligan a adoptar una actitud permanente de cambios o mudanzas en la organización. En este sentido, la gestión estratégica puede que signifique la creación de estructuras flexibles y la contratación de personas creativas. Por otro lado, la *Creatividad* se hace imprescindible para la gestión de la diversidad, entendiendo ésta como el conjunto de actividades implicadas en la integración de todos los empleados, independientemente de la raza, el sexo, la edad, la familia o la sociedad de origen. Las empresas debe invertir no sólo en transferencia de tecnología al comprar nuevas maquinarias sino en actividades que generen más conocimiento dentro de las empresas, como la experimentación y el desarrollo de nuevos productos; es decir deben llevar a cabo actividades de *Innovación Tecnológica*. La *Responsabilidad Social Corporativa* y el *Comportamiento Ético*, son considerados los facilitadores de las mejores prácticas de gobierno empresarial para la construcción de las llamadas Sociedad y Economía de la Información y del Conocimiento.

En este trabajo ponemos de relieve que existe un proceso de convergencia hacia un único modelo de gobierno, en torno a la idea de que los dirigentes deben actuar de acuerdo con los intereses de los accionistas, tanto de los mayoritarios como de los minoritarios. De lo anterior se desprende que el diseño eficiente de todo sistema de gobierno debiera orientarse a: 1) maximizar los incentivos para la realización de inversiones que creen valor para los accionistas y agentes relacionados con la organización y, 2) minimizar las ineficiencias en la negociación y cualquier riesgo en el gobierno. En este sentido, GESLOCATE, S.L.L., Entidad de Economía Social (en adelante, EES) surge debido al objetivo de ofrecer un servicio de calidad y a un coste adecuado referente al ofrecimiento de los sistemas de información y avances tecnológicos. La adquisición de sus equipos por los futuros clientes, pueden suponer la mejora en sus estructuras de gobierno, así como la modernización del seguimiento y control de las flotas de vehículos de transporte terrestre. El propósito de esta nueva empresa es que los sistemas de telemetría sean implantados y utilizados para el buen gobierno corporativo de las firmas dedicadas a la gestión logística.

GESLOCATE, S.L.L como EES presenta los siguientes rasgos caracterizadores: 1) internacionalización de sus actividades económicas, de la dirección y de sus equipos; 2) importancia de un conjunto de contratos explícitos y relacionales (implícitos e informales) que mantiene con los agentes sociales (grupos de interés de la organización); 3) importancia de las alianzas y la cooperación con empresas e instituciones nacionales e internacionales; 4) importancia de la dirección del conocimiento, el aprendizaje corporativo y de los negocios que caracterizan la actividad en red; y, 5) importancia de los valores relacionales respecto a los agentes sociales basados en la confianza, la transparencia, compromiso, solidaridad, responsabilidad social y ética. Por este motivo, consideramos que con la creación GESLOCATE, S.L.L., tenemos en cuenta parámetros esenciales para el buen gobierno corporativo, en aras de la creatividad, la innovación, la responsabilidad y el compromiso social de las firmas que utilizan el transporte por carretera; contribuimos con la implantación de sistemas de información en negocios relacionados con la industria agroalimentaria de la Región de Murcia, y sus clientes en una proporción muy amplia con fórmulas jurídicas propias de la economía social española, que apoyan esta iniciativa como potenciación de la innovación y la sostenibilidad de sus firmas.

2. MARCO TEÓRICO

Bueno (2004) indica que debemos conseguir un modelo de empresa denominada “*estratégico-social*” que se basa en los siguientes aspectos: 1) la creación de valor para el accionista, el resto de los partícipes y los agentes sociales; 2) la creación de capital social a partir de la responsabilidad, el compromiso y la solidaridad con todos los agentes relacionados con ella; 3) la incorporación de un modelo de gobierno con contratos relacionales o implícitos y, basados en la confianza, la lealtad y la ética; 4) la visión y misión de la empresa basada en su cultura, sus valores y la reputación corporativa; y, 5) el compromiso social de llevar a cabo un buen gobierno corporativo. Por otro lado, Tomás-Carpi (2008) afirma que “la política de desarrollo local se ha venido sustentando hasta ahora en los siguientes ejes estratégicos”, entre otros: 1) fomento de la inversión, tanto interna como externa, y de la creación de empleo; 2) movilización del potencial de desarrollo endógeno, como garantía de autonomía y sostenibilidad económica del proceso de crecimiento, 3) difusión de innovaciones y el conocimiento del sistema productivo, como vehículo de competitividad y adaptación al cambio del entorno, 4) formación, reciclaje del capital humano e inserción laboral, 5) creación de coaliciones con el objeto de incrementar la eficacia de las políticas y la gobernabilidad de los procesos de adaptación, 6) fomento de la internacionalización empresarial para impulsar la base exportadora, las competencias empresariales y la integración de la economía local en la economía global, y 7) desarrollo de las tecnologías de información y de las comunicaciones y su uso de las empresas y los ciudadanos.

Este epígrafe tiene como objetivo explicar algunos de los parámetros del modelo de empresa social (Bueno, 2004) para el desarrollo estratégico local y el buen gobierno corporativo. Ello les puede posibilitar a las EES el desarrollo de capacidades dinámicas, la tecnología, el conocimiento y las competencias distintivas. En este sentido, entendemos que sólo es posible a través de la creatividad, la innovación y la responsabilidad social, que brevemente presentamos.

2.1 Creatividad

La creatividad se consigue con la expresión de algo que es una novedad para el individuo y para el hecho que se ha conseguido en sí mismo (Amabile, 1983). Los hechos creativos están relacionados con la invención, la inteligencia y la oportunidad de tener un ambiente favorable para ser creativo. El papel de un dirigente empresarial es facilitar las condiciones propicias para su desarrollo (Brown y Duguid, 1991). En este sentido, la creatividad puede ser considerada como la capacidad de resolver problemas por los gerentes y los trabajadores de las compañías (Cardoso, 2009). En las próximas décadas, la creatividad como factor destacado para el crecimiento en cooperación, va a ser uno de los principales retos con los que se encuentren los gerentes, debido a que la cooperación interempresarial precisa de los actores implicados, el desarrollo creativo de las personas para solucionar los conflictos que pueden presentarse en el desenvolvimiento de las relaciones de colaboración. En este sentido, la gestión del cambio y la diversidad en términos creativos son elementos que pueden contribuir a la mejora de la eficacia, y sólo a través del fomento de la misma en todos los agentes, consideramos que las EES pueden alcanzar sus objetivos en términos de crecimiento.

2.2 Innovación

La innovación es un avance aplicado al desarrollo tecnológico, que involucra a un nuevo producto, un nuevo servicio, nuevas prácticas y/o procesos y/o nuevas tecnologías (Schumpeter, 1939), así como la contribución de otras fuentes de conocimiento. Esta innovación se ha conceptualizado de forma diferente en función de la perspectiva adoptada por los investigadores. El único rasgo común a todas las definiciones es que innovar implica novedad. El mercado actúa como un agente regulador e impulsor de la innovación, pero ello requiere de conocimientos y destrezas para que sea ventaja competitiva sostenible (Tidd, 2001). Los sistemas de innovación aparecen con las relaciones entre firmas y sus interacciones con los centros tecnológicos (Lundvall, 1999). Estos sistemas vinculan la innovación a las empresas, a través de los contactos con sus proveedores, las tecnologías, la formación, el aprendizaje y la confianza para cambiar con afán de crecimiento. Tidd y Bodley (2002) afirman que “de los fallos de mercado, existen otros cuatro que requieren intervención política para mejorar los sistemas de innovación: (1) la incapacidad para la innovación, (2) los fallos institucionales, (3) los fallos en las redes de los actores, y (4) los fallos estructurales”. Las anteriores

variables y los fallos expuestos permiten una actuación concreta y sistemática de los programas públicos que facilitan la innovación. Por otro lado, Pérez-Luño *et al.* (2008) señalan que el análisis de la realidad económica sobre la mayoría de los productos del mercado, contempla la imitación como término asociado a la innovación, afirmando que la combinación de ambas (innovación-imitación) puede general ventajas competitivas sostenibles. En este punto, tanto los inventos, como innovaciones e imitaciones deben ser de carácter radical o incremental y la distinción entre ellos sólo se aprecia con el carácter de novedad.

2.3 Responsabilidad Social Corporativa

La responsabilidad social Corporativa (en adelante RSC) se define como la integración voluntaria, por parte de la empresa, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y las relaciones con sus interlocutores. Surge como consecuencia de la presión social que exige el respeto a los principios basados en los derechos humanos y una mayor transparencia por parte de las empresas, en pro del buen gobierno corporativo. De esta definición se deduce que la RSC implica que las organizaciones han de cumplir de forma estricta las normas legales vigentes, asumiendo voluntariamente los comportamientos éticos (preocupaciones sociales, laborales, medioambientales, etc.), derivados de las relaciones que mantienen las empresas con sus grupos de interés o *stakeholders* y que suponen un “plus” de responsabilidad.

Para Saz y Carús (2008) existirían tres variables relacionadas con la responsabilidad social y el desarrollo sostenible: 1) la sostenibilidad ecológica, que hace referencia a la conservación de aquellos elementos necesarios para la supervivencia a largo plazo (especies, poblaciones y ecosistemas), así como a sus características, 2) la sostenibilidad económica, entendida como la necesidad de gestionar racionalmente los recursos, incluidos los naturales, 3) la sostenibilidad social, concebida como la distribución de costes y los beneficios para evitar desequilibrios entre la población residente actual y la población futura. En la iniciativa adoptada para desarrollar un conjunto de indicadores para su medición, la Unión Europea interpreta que las tres dimensiones de la responsabilidad social corporativa, representan también tres sostenibilidades, la ecológica, la económica y la social (Comisión Europea, 2001).

Ciruela (2008) señala que para alcanzar un desarrollo económico en pro de la generación de empleo y el fomento de la capacidad emprendedora, y trasladar las necesidades y objetivos de la sociedad a la empresa, se propone que la estructura societaria responda a las formas jurídicas de la Economía Social; pues se parte de la consideración de estas estructuras empresariales, son adecuadas para que los resultados económicos tengan el carácter de endógenos y sostenibles en el medio natural y en la sociedad (Cabaleiro y Fernández-Feijóo, 2007). Entre las fortalezas de las organizaciones que conforman la Economía Social, siguiendo el informe Sustainability (2005), se encuentran. En primer lugar, los valores resultan fundamentales para establecer vínculos y crear redes sustentadas en la credibilidad de la organización y en la confianza. En segundo lugar, la comunicación y la conexión con el exterior representan una fortaleza significativa. En tercer lugar, la creación de redes y el establecimiento de intercomunicaciones con todos los *stakeholders* (grupos de interés) es un activo en una sociedad globalizada e interconectada como la actual.

Tomás-Carpi (2008) afirma que la estructura productiva y el capital tecnológico constituyen dos componentes dentro del conjunto de capacidades que mueven el sistema económico. Su función fundamental es la de ser generadores y transmisores de conocimiento. El capital tecnológico lo identifica como el sistema de innovación, compuesto por la interacción entre centros de investigación, centros tecnológicos, centros de formación especializada y empresas. Adicionalmente, el capital infraestructural y logístico lo define como un capital importante para las capacidades de los territorios, al ser muy positivo para la actividad económica, social y política cuando de las telecomunicaciones se trata. Es decir, aunque no garantiza el desarrollo de un espacio, su atraso tiende a convertirse en un estrangulador del progreso. Por tanto, si la Región de Murcia, cuenta con fortalezas en sectores básicos, como la energía, la industria, una moderna agricultura y los servicios asociados a las compañías básicas de producción en los anteriores sectores; y cuenta a la vez con universidades generadoras de capital tecnológico; con la creación de GESLOCATE, S.L.L., tendríamos aseguradas inversiones en actividades logísticas relacionadas con el transporte, constituyendo elementos claves para el desarrollo interno y externo de las firmas; tanto para construir procesos participativos en beneficio del desarrollo en el territorio, como para transmitir los logros en pro del desarrollo local sostenible.

3. MARCO EMPÍRICO

3.1 Diseño de la investigación

3.1.1 Ámbito de la investigación

La Universidad Politécnica de Cartagena y el Instituto Tecnológico de Costa Rica (ITCR) vienen desarrollando relaciones de intercambio de experiencias y conocimiento de los agronegocios, la creación de empresas, las estrategias de empresas agroindustriales, la cooperación interempresarial y los proyectos de sostenibilidad medioambiental de las comarcas agrícolas de la Región de Murcia y Costa Rica.

Con este fin, la UPCT y el ITCR cuentan con un proyecto de investigación financiado por el Programa de Cooperación Interuniversitario e Investigación Científica entre España e Iberoamérica, Agencia Española de Cooperación Internacional (AECID), Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, Proyecto AECID (A/017025/08), donde participa el Instituto Tecnológico de Costa Rica y la Universidad Politécnica de Cartagena. El mencionado proyecto AECID lleva por título “Mejoramiento de las capacidades en los agronegocios de Costa Rica y la Región de Murcia, en las áreas emergentes de la economía, la responsabilidad social y las estrategias de cooperación de las empresas”.

Los miembros del equipo investigador, son los profesores e investigadores de ambas instituciones, que realizaron el intercambio académico programado en el AECID A / 8124/ 07. Para ello, se llevó a cabo un programa de visitas a empresas, organizaciones e instituciones públicas y privadas relacionadas con el Desarrollo y la Innovación en los agronegocios, con la finalidad de contextualizar el tejido empresarial de las MIPYMES involucradas. En estas visitas, se pone en evidencia la importancia de impulsar el desarrollo rural y la economía social para un impulso de las zonas territoriales de la Región de Murcia y Costa Rica. Consecuentemente, en la Región de Murcia, se ha podido contactar con organizaciones de productores hortofrutícolas (OPFH), organizaciones agrarias, asociaciones representativas de empresas e instituciones del Gobierno Regional, que ayudaran seguramente a mejorar las relaciones de colaboración de España con Iberoamérica. Todo ello, con el ánimo de detectar las capacidades y habilidades para la Cooperación de España con Costa Rica, apoyar el mejoramiento del sector agropecuario, visualizar soluciones técnicas a problemáticas comunes, la mejora de la competitividad de las MIPYMES, la revisión de las normativas aplicables, y las posibles relaciones de intercambio entre España y Costa Rica.

3.1.2 Objetivos de la investigación

Esta comunicación contempla los aspectos relativos al estudio de mercado realizado para el análisis y viabilidad de un nuevo proyecto empresarial que se configura como un nuevo “agronegocio”; a través de la creación de una *Sociedad Laboral Limitada* (EES) denominada “GESLOCATE, S.L.L.”. Esta nueva empresa tendrá como actividad principal la “Gestión de la Tecnología en el Sector del Logístico y/o del Transporte”, y extracta una parte de la investigación del proyecto AECID A/017025/08, en lo que respecta a:

- ✓ Estudio de las MIPYMES que puedan intervenir en el transporte de los cultivos agroindustriales, los combustibles, las sustancias peligrosas, y otros transportes especiales, para conocimiento de sus políticas de planificación y de dirección estratégica.
- ✓ Conocimiento de la gestión empresarial, en lo referente a sus “Estrategias de Gobierno en las Organizaciones”, la “Cultura de la Empresa”, las “Medidas de Colaboración Institucional” así como la “Gestión de la Innovación Tecnológica”, que les posibilitan un acercamiento a los factores de posicionamiento y oportunidad.
- ✓ Determinación del estado actual de la modernización de tareas de control, el seguimiento e interacción de sus recursos; para la adquisición y el uso de los sistemas de información en el sector del logístico y del transporte del tejido empresarial, caracterizando especialmente a las empresas de la Región de Murcia.

3.1.3 Población y caracterización de la muestra

Para la realización del estudio empírico, el primer paso necesario es la elección de la población que va a ser objeto de análisis. Las empresas participes en el estudio de mercado han sido de transportes frigoríficos, especialmente de la industria agroalimentaria, transportes de mercancías y/o sustancias peligrosas, muebles, container, autobuses, y análogos. Para ello, se practicó la búsqueda de sus direcciones, números de teléfono, fax y dirección de e-mail, utilizando las bases de datos disponibles, y listados de empresas objetivo.

La investigación se realizó mediante encuesta postal y electrónica durante el periodo comprendido entre marzo y abril de 2009, obteniéndose 26 cuestionarios completos. Los diferentes destinos de los cuestionarios enviados, así como los datos referentes al número de envíos y devoluciones, quedan representados en la tabla 1. De los 26 cuestionarios completos obtenidos, 25 se han obtenido vía postal, como respuesta a los cuestionarios enviados, y 1 por medio electrónico, por lo que la tasa de respuesta es superior al 29%. En la tabla 2, se resumen los bloques de preguntas del cuestionario utilizado, en base a la revisión de la literatura.

Tabla 1. Destino de los cuestionario enviados.

Muestra objetivo	100 empresas
Devolución cuestionarios	12 cuestionarios
Cuestionarios efectivos	88
Cuestionarios Recibidos	26

Tabla 2. Clasificación de la preguntas del cuestionario.

Objeto de estudio	Preguntas asociadas
Datos generales	Pregunta 1 a 4
Gestión de la Innovación	Pregunta 5 a 7
Cultura y Sostenibilidad	Pregunta 8 a 10
Gestión Estratégica	Pregunta 11 a 12
Sistemas de Información (SI)	Pregunta 13 a 15
Caracterización de los SI	Pregunta 16 a 20.

Localización de la Empresa

Las empresas que han respondido al cuestionario están el 50% localizadas en la Región de Murcia y el resto en todo el territorio nacional.

Facturación y/o ventas

Consideramos de importancia conocer el porcentaje de las ventas que se destinan al destino nacional o internacional. Las empresas que responden al cuestionario, un 55% de sus facturación corresponde a operaciones efectuadas en el mercado nacional. Es de destacar, que la mayoría de las empresas que contestan, en sus operaciones de tránsito, bien tienen el destino nacional (un 90%) o el internacional con un 80%.

En cuanto al destino de las exportaciones dirigidas al mercado internacional, mayoritariamente lo hacen hacia Francia, Inglaterra o en general toda la Unión Europea, incluyendo en esta clasificación los países anteriores, además de Portugal, Bélgica, Holanda, Alemania, Inglaterra, Alemania e Italia.

Tipo de Empresa

En la tabla 3 caracterizamos jurídicamente la empresa, y más de un 19% de las empresas han adoptado alguna de las formas de la economía social (un 15,4% sociedades laborales y un 3,8% sociedad cooperativa), perteneciendo el resto al régimen de autónomos u otras denominaciones jurídicas como sociedad limitada, anónima, etc. La actividad principal de las firmas tiene como el principal negocio el transporte frigorífico.

Tabla 3. Caracterización Jurídica de la muestra.

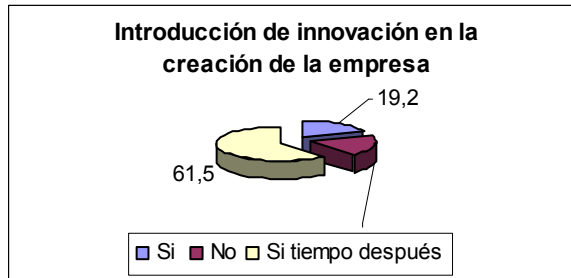
Tipo de empresa	Número y % de empresas
Sociedad Laboral	(4) 15.4 %
Sociedad Cooperativa	(1) 3.8 %
Organización de Productores de Frutas y Hortalizas (OPFH)	(1) 3.8 %
Transporte Frigorífico	(20) 77%

3.3 Resultados de la investigación

3.3.1 Gestión de la Innovación

Para conocer el grado de innovación empresarial, le preguntamos si introdujo alguna acción innovadora cuando se creó la empresa, y mayoritariamente respondieron que no lo hicieron al principio, pero tiempo después han llevado a cabo acciones innovadoras (un 61,5%). El resto, en porcentajes iguales (un 19,2%), bien lo hicieron a la hora de crear la empresa o no han emprendido ninguna acción.

Grafico 1. Introducción de innovación en la creación de empresas.

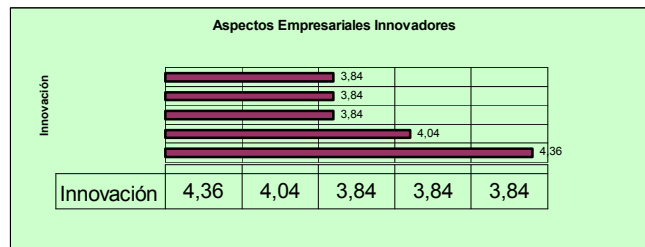


Las empresas responden que entre sus acciones innovadoras más importantes, la incorporación de nuevos vehículos y servicios, así como en la adquisición y aplicación de nuevas tecnologías.

Tabla 4. Tipo de Innovación.

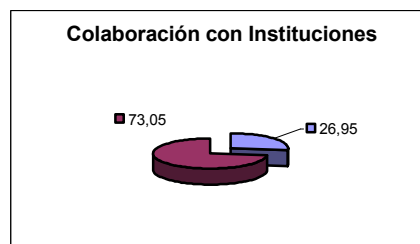
Innovación (1/ muy poco a 5 muy importante)	
Incorpora nuevos vehículos y servicios	4.36
Adquiere y aplica nuevas tecnologías	4.04
Cuenta con personal altamente cualificado	3.84
Se especializa en mercados	3.84
Ofrece calidad certificada	3.84

Grafico 2. Aspectos empresariales innovadores.



La tercera perspectiva consiste en conocer si éstas llevan a cabo algún tipo de colaboración con Instituciones, Universidades y Centros de Investigación para favorecer la innovación tecnológica, respondiendo mayoritariamente que no lo consideran importante (un 73,05%).

Grafico 3. Colaboración con instituciones.



3.3.2 Cultura y Sostenibilidad

La empresa debe definir sus planes y objetivos, basándose en determinados valores culturales, y recientemente son de gran importancia aquellos que están ligados a la responsabilidad social corporativa. Estas compañías consideran importante la gestión de la responsabilidad en general (4,32) y la social (4,11), a través de profesionalidad de los trabajadores, y el fomento del cumplimiento laboral de los empleados.

Tabla 6. Valores Culturales de la Responsabilidad Empresarial.

Cultura (1/ muy poco a 5/ muy importante)	
Fomento del empleo y la inserción laboral	2.37
Profesionalidad y el cumplimiento laboral	4.11
Gestión de la Responsabilidad Social	4.32
Gestión del Medio Ambiente	3.38

Dirección Responsable de la Empresa

Las empresas ponen de manifiesto la relevancia de las actitudes y comportamientos de los responsables con el planteamiento de procesos de dirección responsable. En este sentido, son bien valoradas las diferentes estrategias de enfoque hacia los clientes, así como la implantación de políticas de mejora del servicio. Por otro lado, también es importante la adopción de un estilo de trabajo en equipo y la posibilidad de desarrollar colaboraciones y acuerdos de cooperación empresarial. Las medidas que menos se adoptan en este sector del transporte, son la coordinación de acciones con proveedores y la mejora de la gestión ambiental.

Tabla 7. Responsabilidad Social Corporativa

Dirección Responsable (1/ muy poco a 5/ muy importante)	
Opiniones de los proveedores	3.88
Sugerencias de los clientes	4.4
Políticas de mejora del servicio	4.42
Estilo de trabajo en equipo	4.24
Acuerdos de cooperación	4.04
Mejora de la gestión ambiental	3.56

Resultados de la Dirección Responsable

Entre las principales consecuencias de la implantación de una dirección empresarial responsable según la opinión de los directivos consultados, se encuentran con una importancia similar, la mejora de los resultados y el incremento de la productividad, con unos valores de media de 4,28 y 4,24 respectivamente. También es importante este estilo de dirección para conseguir un reconocimiento social de la empresa (media 4,04).

Tabla 8. Resultados de la dirección responsable

Resultados (1/ muy poco a 5/ muy importante)	
Incremento del tamaño	3.76
Mejora de los resultados	4.28
Incremento de la productividad	4.24
Reconocimiento de los empleados	3.6
Rentabilidad de los socios	3.72
Reconocimiento social de la empresa	4.04

3.3.3 Gestión Estratégica de la Empresa: proceso de toma de decisiones

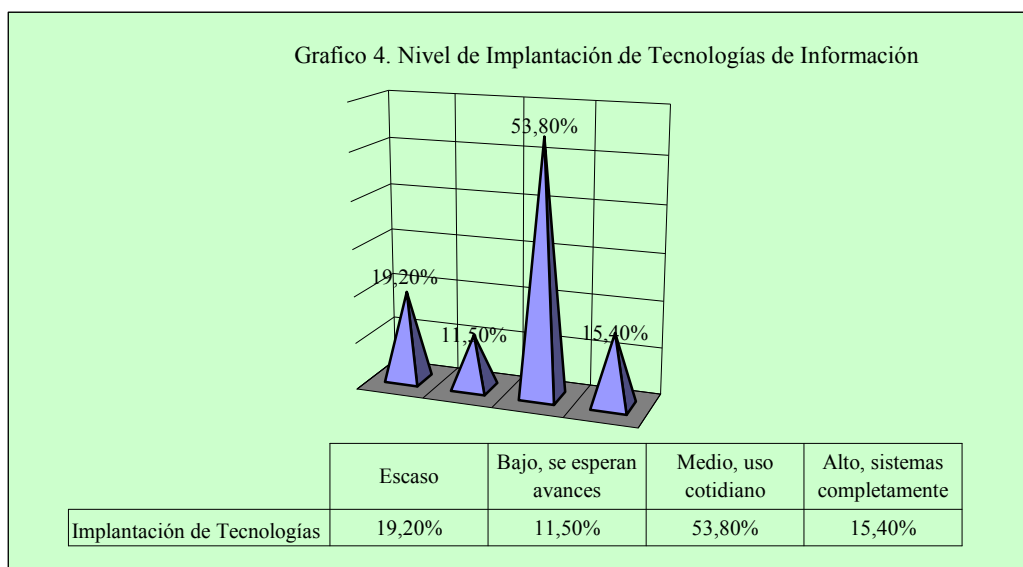
El proceso de decisión es la función principal de los administradores y máxime cuando haya que cuestionar si los sistemas operativos con los que se trabajan son los adecuados o no. Por tanto, para conocer la gestión estratégica de la empresa, les preguntamos cómo llevan a cabo sus procesos de toma de decisiones en la empresa, contestando como opciones más importantes, a través de la experiencia o conocimiento del empresario (4.12) y mediante el debate y consenso con los equipos de trabajo (3.6). Seguidamente la opción mejor valorada para tomar decisiones empresariales, es mediante la utilización de las aplicaciones informáticas (3.21) que disponga la empresa, y la menos importante los estudios de riesgos (3.04).

Efectos del uso de las nuevas tecnologías de la información

Por la importancia y posible consideración de los clientes del factor tecnológico que debe arrastrar nuestra empresa, pensamos que es oportuno conocer cuáles son los efectos más importantes que pueden darse del uso de las nuevas tecnologías de la información. No existe una opción clara considerada como muy importante, oscilando todas con media entre 2,79 para la aparición de nuevos competidores y 3,92 para la aparición de nuevos clientes. Quizás entre los efectos positivos que pueden proporcionar las tecnologías de la información son la aparición de nuevos clientes y como apoyo para la toma de decisiones empresariales (con media 3,84).

Nivel de Implantación de Tecnologías en el Sector

Aunque el subsistema de Investigación y Desarrollo (I+D) está ausente en una mayoría de las empresas, en ningún caso debe ser considerado como marginal, muy al contrario su presencia en la actualidad es crucial, cuando la innovación tecnológica ha pasado a ser un factor estratégico clave. Por ello, a la hora de la formulación de la estrategia de marketing en el proyecto empresarial, se considera necesario conocer el nivel de implantación de nuevas tecnologías en el sector del transporte y la logística, inclinándose la mayoría de las respuestas a la opinión de que este sector tiene un nivel medio de implantación y con utilidad para el uso necesario o cotidiano de las operaciones empresariales.



Sistemas para el Control y Administración de la Flota de Vehículos

A la hora de la formulación de la estrategia basada en las necesidades de los clientes, habrá que contar con la posibilidad de que la adquisición de estas tecnologías para el control y la administración de la flota de vehículos y maquinaria, pueden ser productos y servicios que GESLOCATE ofrezca a las empresas que manifiesten su interés. Partiendo de los elementos de oportunidad que configuran a estos sistemas como productos objetivos de la empresa, pensamos que se han de manejar más productos, clientes, tecnologías y mercados para una futura expansión de la empresa.

Le preguntamos a los potenciales clientes para ver sus necesidades de sistemas de información con respecto a la administración (teléfono, fax, entregas, albaranes), la logística en lo concerniente a la ubicación y localización de los vehículos, el seguimiento de la carga, el frío, los eventos y mensajería; en este sentido, en un futuro la innovación tecnológica introducirá productos y/ o servicios con nuevas oportunidades, que serán importantes para la consideración de GESLOCATE empresa pionera en estas tecnologías y bien posicionada en el mercado de las comunicaciones. Los resultados indican que el 46,2% de las empresas cuentan con sistemas para el seguimiento de la carga, el frío, los eventos y mensajería, un 42,3% de las empresas cuentan con algún sistema de administración, y ubicación de la maquinaria, como para localización de los vehículos, siendo menos importantes el resto de equipos para la administración y el control logístico (19,2%).

Por otro lado, consideran importante el uso de sistemas de gestión de flotas con una consideración media de 4,35 puntos (entre 1 y 5 para muy importante), considerando el 61,5% de los encuestados que estos sistemas son los más importantes para su negocio, por encima de los sistemas informáticos comunes de gestión de flotas, con valoración media de 3,73. Entre los aspectos característicos de los sistemas de gestión de flotas, tenemos como prioritario el que cuenten con un precio moderado, y sea un sistema diseñado según las necesidades del cliente (con la puntuación media más alta de 4,2 sobre 5 puntos), muy por encima de la puntuación que recogen otras opciones como la integración con otros sistemas disponibles (con media 3,7), la funcionalidad estándar (con media 3,61) y del desarrollo exclusivo de productos a medida (con media 3,43).

En el sector de los transportes y la logística de gestión de flotas, las firmas consideran como factores más importantes para la elección del fabricante o suministrador de los equipos, el ofrecimiento por una compañía de un servicio integral con futuros desarrollos de los sistemas de información (mayoritariamente el 57,7%), la implantación de programas de formación y un mantenimiento general de las instalaciones. En este orden, son tenidos en cuenta aquellos fabricantes con prestigio y que ofrecen productos probados (38,5%), inclusive aquellos que son capaces de producir efectos innovadores y de desarrollar productos nuevos (23,10%).

Los productos y servicios que debe ofrecer la empresa GESLOCATE, en primera instancia, deben centrarse en los aspectos técnicos que a propuesta de las empresas se señalan como más importantes para controlar por los sistemas para el control de la maquinaria y la administración logística de las flotas y/o los vehículos. Los productos que indiquen las horas de conducción y de descanso de los transportistas (88,5%), así como el posicionamiento en tiempo real de los vehículos serían los más demandados por estas empresas (76,9%). A la vez, estos sistemas de información podrían suministrar datos relativos a la mensajería instantánea (46,20%) y el mantenimiento de las temperaturas de las cargas (38,5%), sobre todo esta última, referencia muy importante para el transporte agroalimentario, debido a la caracterización de productos muy perecederos.

Finalmente cuando le preguntamos a las empresas sus motivaciones para la adquisición de estos sistemas de información, se decantan en mayor medida por la beneficio que tienen en sus operaciones para el control del trabajo y el uso u obsolescencia de sus equipos (marcan el 42,3%), debido a la amortización de los mismos, siendo de la opinión que los avances de calidad de la compañía, no es la opción más interesante para la compra de estos equipos (marcan esta opción un 15,4% de las empresas).

Tabla 9. Motivaciones para la adquisición de estos sistemas de información

Motivaciones (Indican SI o marcan la opción)	
Normativa o imposiciones legales	26.90%
Avances de calidad de la compañía	15.40%
Control del trabajo o del uso del material	42.30%
Control de los recursos de alto valor económico	23.10%

4. CONCLUSIONES

La aplicación práctica de GESLOCATE, S.L.L., como proceso de decisión sobre la “Creación de una empresa de telemetría, aplicada a la gestión logística”; proporciona una visión del análisis y viabilidad de una EES, dedicada a actividades asociadas a la logística y el transporte, que posibilitan sistemas de información asociados al traslado de mercancías de las empresas de la Región de Murcia, y muy especialmente de aplicación en el sector agroalimentario. Por tanto, puede ser calificado como un futuro agronegocio. Los sistemas diseñados, básicamente equipos para la producción agrícola y el diseño de infraestructuras, pueden ofrecer servicios de control y operación sobre las explotaciones agrarias de la Región, y una de las ramas básicas del mercado de la nueva empresa, con apoyo explícito en la Política Agraria Comunitaria (en adelante, PAC) a través de la financiación comunitaria de los programas operativos de las Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas (OPFH). Los procesos de reestructuración del sector agrario junto con las medidas de política rural implementadas en el marco de la PAC desde la segunda mitad del siglo XX, han supuesto una progresiva adaptación y cambio en las estrategias de gestión de las explotaciones agrarias europeas y las entidades (principalmente EES) relacionadas con el sector agroalimentario.

La creatividad se manifiesta en su carácter de novedad, de innovación y oportunidad, debido a la creciente aplicación de sistemas de información (informáticos y/o telemáticos) para el control de los vehículos,

maquinaria, instalaciones o personal de las empresas. Dado que el mercado es excesivamente amplio, centramos la actividad en la “Telemetría Aplicada a la Gestión Logística”, ya que es un sector en expansión y relativamente nuevo; además, inicialmente cuenta con atractivas posibilidades en lo referente a la adquisición de elementos, equipos y sistemas, muy especialmente en la Región de Murcia y sus sectores productivos locales. Si bien las posibles compañías clientes, no son inicialmente innovadoras, manifiestan mayoritariamente que después de un tiempo, pueden incorporar tecnologías innovadoras en sus centros de producción y negocios sobre las vías de comunicación, a través de la inclusión de nuevos vehículos y servicios, así como en la adquisición y aplicación de nuevas tecnologías. Además, ponen de manifiesto la importancia que tienen los comportamientos socialmente responsables en el ámbito profesional y medioambiental, así como la posibilidad de desarrollar acuerdos de colaboración con sus proveedores para la mejora de la gestión ambiental.

Estos supuestos son básicos para su posicionamiento estratégico, ya que los productos y/o servicios que ofrece la nueva empresa; pueden garantizar en términos de responsabilidad social corporativa, resultados sociales y medioambientales que pretenden obtener los posibles clientes, a través del cumplimiento de objetivos con una dirección responsable, a través del ahorro de recursos, los combustibles, la aminoración de los residuos, el transporte de mercancías peligrosas, y otros efectos para el entorno de sus actividades. Por tanto, el papel que puede desempeñar esta nueva empresa ofreciendo a sus clientes modernas tecnologías de la información y de comunicación (TIC's) es importante, considerando las empresas que les puede servir para encontrar a nuevos clientes y adoptar oportunas decisiones empresariales; en los sectores básicos de la economía nacional como el agrario y el de transporte por carretera, y que hemos detectado que tiene un nivel medio de implantación de las tecnologías aplicadas a la informática (TIC's).

Los productos más demandados son las tecnologías para el control, la localización y la administración de la maquinaria y/o flota de vehículos, ya que las empresas encuestadas y que contestan el estudio de mercado, cuentan con los sistemas básicos. Además, cabe destacar que existe un amplio nicho de mercado, en lo referente a los sistemas para el seguimiento de las cargas, el frío, los eventos y la mensajería, pues casi el 60% de las empresas no cuentan con estos elementos de telemetría y gestión logística. Por otro lado, el estudio de mercado, constata que los futuros clientes consideran muy importante la especialización de GESLOCATE, S.L.L. en el diseño a medida para ellos de productos y/o servicios para la gestión de las flotas, a través de una compañía, que ofrezca un servicio integral con futuros desarrollos de otros sistemas de información aplicados a sus centros de explotación empresariales, con la implantación de programas de formación y el mantenimiento de las instalaciones industriales y/o explotaciones agroalimentarias. Esta orientación hacia el cliente de la nueva empresa, puede llevarles a las personas que así se han manifestado, a obtener potenciales beneficios de la innovación tecnológica de sus firmas, en lo referente al control de los programas de trabajo sobre gestión logística y el reemplazo por obsolescencia de algunos equipos, con lo que se mejora a través de las inversiones efectuadas el gobierno corporativo, creando valor para los accionistas y minimizando posibles ineficiencias. Por ello, se esperan para GESLOCATE, debido a su carácter innovador y de desarrollo sostenible para el territorio, posibilidades de crecimiento futuro en pro y desarrollo de nuevos productos tecnológicos, a través de sus estrategias básicas, dando a conocer sus productos el primer año, y a continuación por la especialización o concentración con un tipo de producto y/o servicio para los futuros clientes. Ello le facilitará la adquisición de nuevos compromisos con la clientela, el afianzamiento de determinadas marcas de sistemas telemáticos que introduzca en el mercado de la gestión logística, y su posicionamiento estratégico competitivo como empresa diversificada, diferenciada del resto, debido al grado de innovación de sus productos y/o servicios, la creatividad en los desarrollos, la calidad, la responsabilidad, la sostenibilidad social y medioambiental para aquellos que los demanden.

AGRADECIMIENTOS

Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación. Agencia Española de Cooperación Internacional (AECID).
Fundación SENECA. Agencia Regional de Ciencia y Tecnología de la Región de Murcia (España). Proyecto de Investigación para la Creación de Entidades de la Economía Social en la Región de Murcia.
Por su colaboración, a las empresas que han respondido el cuestionario y a *Raúl Cárcelos López*, Ingeniero Técnico de Telecomunicación (Especialidad en Telemática) por la Universidad Politécnica de Cartagena.

REFERENCIAS

- Amabile, T.M. (1983). *The social psychology of creativity*. New York: Springer-Verlag.
- Brown, J.S. and Duguid, P. (1991). Organizational learning and communities of practice: toward a unified view of working, learning and innovation", *Organization Science*, Vol. 2, nº 1, pp. 40-57.
- Bueno Campos, E. (2004): *El gobierno de la Empresa*. Ediciones Pirámide. Madrid.
- Cabaleiro Casal, M.J. and Fernández-Feijóo Souto, B. (2007). Sustentabilidad y cooperativismo: una propuesta metodológica basada en un proyecto real, *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*, nº 92, pp. 72-106.
- Cardoso, F. (2009). O método CPS (Creative Problem Solving) no ensino de crianças sobredotadas, *GAIM-Gabinete Académico de Investigaçao e Marketing*. Web: www.gaim.pt
- Ciruela Lorenzo, A.M. (2008). Diversificación de la actividad agraria hacia el turismo rural. Un modelo de decisión basado en sociedades cooperativas oléícolas, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 61, pp. 205-232.
- Comisión Europea (2001). *Comunicación sobre el Sexto Programa de Acción de la Comunidad Europea en materia de Medio Ambiente*, COM (2001) 31 final.
- Lundvall, B. (1999). National business systems and national systems of innovation, *International Studies of Management*, Vol. 10, nº 4, pp. 407.
- Pérez-Luño, A. et al (2008). De la creatividad al lanzamiento de productos: el papel del conocimiento en los procesos de innovación e imitación, *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, Vol. 38, pp. 95-118.
- Saz-Gil, M^a I. and Carús, L. (2008). Los procesos participativos en la sostenibilidad medioambiental. El caso del segmento turístico recreativo de Alta Montaña, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 61, pp. 127-156.
- Schumpeter, J. (1939). *Business Cycles: a theoretical, historical and statistical analysis of the capitalist process*, Ed. Mc Graw Hill, Nueva York.
- Sustainability (2005). La ONG del siglo XXI. En el mercado por el cambio. Documento realizado por encargo de *The Global Compact y de United Nations Environment Programme*. Traducido del inglés por Fundación Ecodes con el soporte de Fundación Avina. Original publicado en 2003.
- Tidd, J. (2001). Innovation management in context: environment, organization and performance, *International Journal of Management Review*, Vol. 3 nº 3, pp. 169-183.
- Tidd, J. and Bodley, K. (2002). The influence of project novelty on the new product development process, *R&D Management*, Vol. 32, nº 2, pp. 127-138.
- Tomás Carpi, J.A. (2008). El desarrollo local sostenible en clave estratégica, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 61, pp. 73-101.