

Innovación y Cooperativas

Alejandro Martínez Charterina
Catedrático de la Universidad de Deusto
Presidente de la Asociación Internacional de Derecho Cooperativo

Recibido: 26.05.09
Aceptado: 29.06.09

Sumario: Un siglo de innovación,— El sentido de la innovación a través del cambio,— Alcance de la innovación: del mercado de competencia imperfecta a la sociedad entera,— Límites de la innovación,— Cooperativas e innovación,— Conclusión.

Resumen: El autor analiza un siglo de innovación, entendiendo el sentido de la innovación a través del cambio. Y en cuanto al alcance de la innovación, estudia el tránsito del mercado de la competencia imperfecta a la sociedad entera, analizando también los límites de la innovación y examinando finalmente el papel de las cooperativas en esta innovación.

Palabras clave: innovación, cooperativas, alcance, límites.

Abstract: The author analyses a century of innovation, understanding innovation through change. As for the scope of innovation, he analyses the move from an imperfect market of competition to society as a whole. He also analyses the limits for innovation and finally examines the role of cooperatives in this innovation.

Key words: cooperative innovation, scope, limits.

El VII Simposio sobre la Cultura Económica vasca, celebrado el 15 de diciembre de 2008 en Bilbao, trató sobre *La Innovación en el Derecho de las Sociedades Cooperativas*.

En esa ocasión tuve la satisfacción de moderar el Simposio e hice una presentación sencilla del tema del mismo.

Me propongo en estas líneas ampliar aquella intervención y abordar con una mayor tranquilidad y orden la redacción de las ideas que no pude trasladar entonces.

Si, siguiendo el tema del Simposio, la mayor parte de las ponencias se centraron alrededor del mismo, mi trabajo tendrá un carácter más general, en el que, sin duda, cualquier aspecto de la innovación puede acomodarse.

Un siglo de innovación

Hace unos años empezamos a ver que en aquellos ámbitos en los que se utilizaban las siglas I+D, que comprenden la investigación y el desarrollo, éstas se empezaron a completar con una tercera i, minúscula las más de las veces, I+D+i, y mayúscula en alguna ocasión, I+D+I, para sumar a la investigación y el desarrollo la innovación.

Un tanto apagada con anterioridad, la innovación se va redescubriendo a partir de la crisis de los años setenta¹, y valorando cada vez más en la última década del siglo pasado², hasta llegar en plenitud a nuestros días.

Apagada, digo, porque Joseph Alois Schumpeter³ en su obra *Teoría del desenvolvimiento económico* introdujo a la altura del año 1911, año de la primera edición, en alemán, la figura del empresario innovador.

En el marco del sistema capitalista y con carácter excepcional aparece este empresario innovador que va a ser, en última instancia, el artífice del proceso de desarrollo económico del esquema schumpeteriano.

¹ A principios de los años sesenta Fritz Machlup introduciría el término sociedad de la información y en 1969 Peter Drucker el de sociedad del conocimiento, en medio de la eclosión de las sociedades multinacionales y transnacionales.

² El Tratado de Maastricht recogía en el artículo 130, para alcanzar la competitividad de la industria comunitaria la recomendación de «favorecer un mejor aprovechamiento del potencial industrial de las políticas de innovación, de investigación y de desarrollo tecnológico». En *Tratado de la Unión Europea Maastricht*, Universidad de Deusto, Bilbao, 1992, p. 45.

³ SCHUMPETER, Joseph A. *Teoría del desenvolvimiento económico*, Fondo de Cultura Económica, México, 1944. En el Prefacio a la edición inglesa (1934) advierte que las ideas de su obra estaban afianzadas para 1909, dos años antes de su publicación.

Este empresario no se mueve, al menos no únicamente, por el ánimo de lucro característico del empresario capitalista clásico, sino que sus motivaciones más importantes se distribuyen en tres grupos, el primero vinculado a la distinción social, deseo de poder, ambición espiritual, o simple esnobismo; el segundo relacionado con la voluntad de conquista, de situarse por encima; y el tercer grupo de motivaciones alrededor del goce por la creación, la aventura, el ejercicio del ingenio.⁴

Frente a la acción empresarial convencional, este empresario introduce sus innovaciones, que se contienen en uno de estos cinco casos:

- Introduce un nuevo bien, o una nueva cualidad de un bien.
- Introduce un nuevo método de producción (que puede ser una nueva forma de comercialización simplemente).
- Abre un nuevo mercado (o se introduce en un mercado existente).
- Conquista una nueva fuente de aprovisionamientos de materias primas o productos intermedios.
- Crea una nueva organización.⁵

Cuando la acción innovadora de este empresario, superando los diversos problemas que encuentra a su paso, obtiene el éxito deseado, su empresa queda situada en una posición de monopolio y de beneficio extraordinario, ya que es el único que ha conseguido innovar, y recoge los beneficios de esa innovación.⁶

Naturalmente esto sucede con carácter temporal, ya que otros muchos empresarios, atraídos por el resultado de la innovación, le imitarán y desaparecerá la situación de monopolio.⁷

En este proceso va discurriendo el ciclo económico en la explicación de Schumpeter. La aparición masiva de los empresarios es la cusa del auge y la finalización de la misma provoca el descenso del ciclo⁸. Pero en este tránsito la producción aumenta y la innovación queda asentada. Es un proceso de la especie de destrucción creadora que vincula el ciclo económico con el desarrollo.

De esta forma, un proceso en tres fases, de invención, aplicación de la misma en forma de innovación, e imitación por los demás empresarios, bajo el liderazgo del empresario innovador, convierte a éste en artífice impulsor del desarrollo económico.

⁴ SCHUMPETER, Joseph A. o.c., pp. 143-144.

⁵ SCHUMPETER, Joseph A. o.c., pp. 107-108.

⁶ SCHUMPETER, Joseph A. pp. 222-223.

⁷ SCHUMPETER, Joseph A. o.c., p. 326.

⁸ SCHUMPETER, Joseph A. o.c., pp. 329 ss.

¿Por qué en nuestro tiempo resulta tan importante la innovación a pesar de que el planteamiento de Schumpeter, como en general sus propuestas, no se han hecho eco hasta bastante tiempo más tarde?

Casi un siglo después de que Schumpeter introdujera al empresario innovador leo el libro de José Luis Larrea, *El desafío de la innovación*⁹, que sitúa el tema en el contexto de la denominada sociedad de la información. La innovación aporta competitividad en tiempos de incertidumbre, especialmente en tiempos de cambio tan acelerado como los actuales, en los que el largo plazo es excesivamente corto.

Y le confiere una importancia especial cuando la califica como «el vector transformador más importante de la confluencia de tres elementos básicos: la tecnología, el conocimiento y la cooperación».¹⁰

Encuentra su asiento la innovación en nuestras vidas porque vivimos en un estado de cambio permanente.

Pero esta innovación que supone introducir algo nuevo, con carácter general, y es sinónimo de cambio, renovación, mejora... debe ser competitiva, toda vez que, situándose frente a la competencia destructiva a la que estamos acostumbrados, hace de la cooperación el elemento esencial.

Esa innovación competitiva, por ser cooperativa, presenta unas características:¹¹

- Está basada en la cooperación y el liderazgo.
- Supone una transformación (ruptura), basada en valores.
- Tiene que ser medida.
- Exige calidad — excelencia.
- Acepta la diversidad.
- Observa y aprende del entorno.
- Se aplica a cualquier ámbito de la vida (no sólo I+D+i).
- Destaca el valor de la persona, artífice del cambio.
- No le importa el tamaño.
- Descansa en valores.

El reto actual, para Larrea, es pasar de la sociedad de la información a la sociedad de la innovación entre tecnología, conocimiento y cooperación, centrando en la cooperación, justamente, la clave del reto, porque «la tecnología y el conocimiento se pueden comprar, pero la cooperación no tiene precio».¹²

⁹ LARREA, J.L. *El desafío de la innovación. De la sociedad de la información en adelante*. UOC, Barcelona, 2006.

¹⁰ LARREA, J.L. o.c., p. 61.

¹¹ Desarrolladas perfectamente en el capítulo VI de la obra de referencia, LARREA, J.L. o.c., pp. 89-96.

¹² LARREA, J.L. o.c., p. 160.

El sentido de la innovación a través del cambio

Parece clara la vinculación entre la innovación y el cambio. ¿Para qué innovar?, se pregunta Juan Urrutia, y responde, para *ser arrebatados por el cambio*.¹³ La innovación se presenta como instrumento o artificio del cambio, pero también el cambio mismo provoca la innovación.

Vivimos en un estado de cambio. Cualquier mirada hacia atrás sólo puede confirmarlo. Durante la mayor parte del tiempo los pequeños grupos humanos eran nómadas, y la gran revolución del Neolítico se remonta a los últimos 10.000 años. «El hombre, ese animal que se sirve de herramientas, apareció sobre la Tierra hace quizá dos millones de años, pero, si así fue, durante aproximadamente sus 1.990.000 primeros años de existencia se limitó a manejar toscos utensilios hechos de madera, hueso y piedra».¹⁴

Es justamente entonces, cuando el hombre se asienta, cuando especializa su actividad, el tiempo en el que aparecen los excedentes y el mercado como lugar de intercambio de los mismos. Aumenta la calidad de vida, no sólo porque el clima se suaviza, sino también por la forma en que se va a llevar a cabo la actividad económica que va a permitir la obtención de más cantidad de bienes que satisfagan las necesidades y éstos van a ser de mejor calidad.

Desde el Neolítico hasta hace muy poco tiempo, el siglo XVIII en Gran Bretaña, y su extensión por el continente europeo y Norteamérica desde principios del XIX, la humanidad ha vivido inmersa en un modelo de sociedad agrícola.

La sociedad agrícola se caracteriza por la existencia mayoritaria de una población rural, que lleva a cabo una actividad económica sobre todo en el sector primario, en la que la evolución es muy lenta e imperceptible en el transcurso de la vida de una persona, de forma que ésta será la razón más importante que se utiliza para justificar la aparición tardía de la ciencia económica, que reconocemos en la obra de Adam Smith, *La riqueza de las naciones*, publicada en 1776, a pesar de que el objeto de la ciencia, la actividad económica, estuviera vinculada a la existencia del hombre, en toda su existencia, ya que siempre tuvo que realizarla para satisfacer sus necesidades más elementales y sobrevivir¹⁵.

La denominada revolución industrial, o de forma más general, el proceso de industrialización, conduciría a la sociedad agrícola hacia la

¹³ URRUTIA ELEJALDE, Juan. *Innovar ¿para qué?*. Bilbao, 1993, p. 23.

¹⁴ RONDO CAMERON, *Historia económica mundial*, 3.ª ed., Alianza Editorial, 2000, p. 49.

¹⁵ BENAVIDES GÓMEZ, Leandro. *Introducción a la economía política*, Ediciones Pirámide, 2.ª ed., Madrid, 1978, p. 17.

sociedad industrial; y de ésta, en plazos cada vez menores de tiempo, a la era postindustrial, a la sociedad de la información, y a la versión presente de la sociedad del conocimiento.

Esa sociedad agrícola, pues, dará paso con el proceso de industrialización a la sociedad industrial. Es justamente la aplicación de una fuente de energía, el carbón, a la máquina de vapor, mediante el cambio tecnológico, lo que permitiría este paso. Supone que la población, que crecerá sin precedentes históricos, se va a ir urbanizando. El campo liberará mano de obra para poblar las ciudades industriales que van naciendo y creciendo, y para ocuparse en el trabajo industrial. Y la actividad agrícola seguirá aumentando, toda vez que tiene que seguir alimentando a una población creciente y nutriendo de materias primas a la industria. Pero la aportación relativa del producto industrial al producto total será mayor, mientras que disminuirá la aportación relativa del sector primario. Es el comienzo del desarrollo económico que acabará por despertar la conciencia desde mediados del siglo xx de la existencia de países desarrollados frente a los que no lo son, la dimensión norte-sur.

La segunda oleada de industrialización, desde finales del siglo xix, aportará nuevas fuentes de energía, junto al carbón, el petróleo y el gas natural, el desarrollo de la electricidad, de la industria química, el uso de productos sintéticos para completar los productos naturales cada vez más escasos, el motor de combustión interna que permitirá la producción de automóviles y aviones, y, todo ello a través del cambio tecnológico que, como en el siglo anterior constituirá la mayor fuerza impulsora del proceso de industrialización, y con una población creciente y sin frenos en la mayor parte del mundo. Un cambio tecnológico cada vez más importante y más acelerado. Si la velocidad a comienzo del siglo xix es la del caballo como en la antigüedad, a finales del mismo siglo es la del ferrocarril, que supera las 80 millas por hora. Y un siglo más tarde será la del automóvil, el avión y los cohetes espaciales, capaz de romper la barrera del sonido.¹⁶

La segunda mitad del siglo xx, habiendo pasado dos guerras mundiales y una depresión extraordinaria en el periodo de entreguerras, una vez recuperados de las consecuencias de la segunda, en un clima de tensiones norte-sur y este-oeste, irá dando paso a la sociedad postindustrial, en la que la participación del sector primario y del sector secundario en la producción total disminuye, y son los servicios los que tomarán el relevo. El desarrollo se va convirtiendo en progreso, o al menos es la referencia de la conocida ley Petty-Clark, que nos informa que el progreso

¹⁶ RONDO CAMERON, O.C., p. 427.

económico supone el paso de población activa de los sectores primario y secundario a los servicios.

En un contexto de esta naturaleza, elementos como la globalización y el desarrollo de las tecnologías de la información y de las comunicaciones, van a ir marcando esa sociedad postindustrial hasta situarla en la sociedad de la información, «un estadio de desarrollo social caracterizado por la capacidad de sus miembros para obtener y compartir cualquier información, instantáneamente, desde cualquier lugar y en la forma que se prefiera».¹⁷

No es esa revolución de la información la primera que se produce en la historia, sino la cuarta, tras la escritura, el libro manuscrito, y la imprenta.¹⁸

No cabe duda de la importancia de cada uno de esos descubrimientos y de su aportación al desarrollo de la vida de las personas. La escritura viene a completar la tradición oral y es relativamente reciente, unos 5.000 años. Vinculada a necesidades económicas y de poder en la sociedad agrícola tradicional de su tiempo, llevará a cabo anotaciones de intercambios comerciales, controles fiscales, y relatos de méritos de los poderosos, entre otras cosas. No llega a hacer desaparecer la tradición oral, que convivirá con ella, ya que la mayor parte de las personas no están alfabetizadas entonces, y muchas tampoco ahora.

Si de algún modo la escritura permite la superación del mito y la aparición de la historia, la imprenta de caracteres móviles permitirá la divulgación. Y, si bien ha podido servir como elemento de marginación para los poderosos, su extensión a través de los periódicos, unido a los avances en la alfabetización, han sido factores de emancipación y democratización.¹⁹

En la sociedad de la información cobran importancia los medios electrónicos que vendrán a sustituir a la palabra impresa como principal fuente de información en tiempo real. Desde un punto de vista optimista puede pensarse que cada vez serán más las personas con acceso a la información y que ello les asociará un beneficio. Ciertamente la televisión ha contribuido a la transparencia informativa, al menos en una parte del mundo, pero también ha colaborado notablemente en las alteraciones de las conductas sociales normales anteriores.

Robert Putnan, profesor de Harvard, denuncia la disminución del compromiso cívico en los Estados Unidos, a medida que la televisión se instala

¹⁷ LARREA, José Luis, o.c., p. 17.

¹⁸ DRUCKER, Peter F. *Lecciones de historia para los revolucionarios de hoy*, (2000), citado por LARREA, J.L. o.c., p. 18. Se recoge también en STILLE, Alexander, *El futuro del pasado*, Ediciones Península, Barcelona, 2005, pp. 352 ss.

¹⁹ STILLE, Alexander, o.c., pp. 365-366.

en nuestras vidas. Los ciudadanos cambian sus hábitos y comportamientos, leen menos, están menos con sus amigos, duermen menos, van menos al cine, hablan menos, comen menos en familia... Eso sí, compran más y comen más. En el mismo estudio se detecta la relación entre el compromiso cívico y la lectura de periódicos, que, a su vez, ha sido desplazada por el norteamericano medio, con excepción de una clase elitista, de forma que la tirada global de los periódicos en Estados Unidos ha descendido en la segunda mitad del siglo xx (en paralelo con la instalación de la televisión) a menos de la mitad, mostrando la preferencia por la mezcla de lo real y lo irreal que la televisión nos ofrece, frente a la noticia.²⁰

El otro gran instrumento, junto a la televisión, es internet, que, en principio, supone, dado que comparativamente presenta menos imagen y más palabra, una oportunidad de profundizar en la lectura y escritura, reuniendo todos los conocimientos importantes de todas las culturas de todo tiempo, y poniéndolo al alcance de cualquiera que forme parte, con un ordenador y las conexiones oportunas, de la red más grande del mundo. Así pues esa red en marcha permitirá intercambiar ideas y productos, eliminando intermediaciones, con sus ventajas y desventajas.

La intermediación añade costes y aleja al productor del consumidor, haciendo de filtro entre ambos. Reducir y eliminar la intermediación puede resultar muy ventajosa. Ahora bien, internet conduce al fraccionamiento de la información en forma de selección por parte del usuario que termina por buscar el refuerzo de sus propias ideas más que la información plural, alejándole de la moderación y el contraste, y a la búsqueda del cliente potencial de forma individualizada y diferenciada para, desde el mayor conocimiento posible sobre el mismo, ejercer sobre él la mayor presión vendedora y publicitaria.

De la globalización se esperaba una mayor multiculturalidad y sentido de interdependencia, pero la cultura mundial nunca ha sido tan homogénea.

A pesar de todo la naturaleza humana es resistente: «Las tecnologías ha sufrido transformaciones profundísimas en los últimos diez mil años, pero la naturaleza humana apenas ha cambiado. La necesidad de vivir en comunidad, la necesidad de la proximidad física, la necesidad del contacto humano y del afecto no han desaparecido a pesar de los profundos cambios que hayan podido experimentar nuestras vidas».²¹

Cabe cuestionarse, antes de nada, la importancia de los cambios. Los cambios más importantes en la vida de las personas, parece deben

²⁰ PUTNAN, Robert, *Bowling alone*, citado por STILLE, Alexander, o.c., p. 368.

²¹ Conclusión de STILLE, Alexander, o.c., p. 382.

estar ligados a su matrimonio, crecimiento de la familia con el nacimiento de los hijos, muerte de un ser querido..., y esto ha debido ser siempre así. Hoy vivimos cambios que transforman nuestras vidas, producidos en muy poco tiempo, a causa del avance de las tecnologías y de su sustitución. No son comparativamente más importantes que los primeros, pero hacen cambiar nuestras vidas, nuestro trabajo con ordenador, nuestro entorno personal, con teléfono móvil e internet (por citar sólo la punta del iceberg), nuestro ocio, con televisión, DVD, MP3, MP4, iPod, etc, y caminando hacia la convergencia total a través de la casa inteligente. ¿Qué aplicaciones, dentro de las múltiples posibles en muy poco tiempo, estaremos dispuestos a usar? Se pregunta Vicente Fernández de Bobadilla, para responderse que aquellas que queramos: «Nuestras vidas seguirán siendo, ante todo y sobre todo, nuestras».²²

La sociedad de la información se interpreta, cada vez más, como una sociedad del conocimiento, o de los saberes, que resulta ser una aplicación de la sociedad de la información.

Peter Drucker introdujo a finales de los años sesenta la idea de la sociedad de las organizaciones.²³

En un contexto de transformación fundamental operado a partir de la posguerra de la segunda guerra mundial comenzó a fraguarse el paso a una sociedad poscapitalista bajo la forma de una sociedad del saber, es decir, una sociedad en la que el recurso económico más importante será el saber.

En esta dirección han profundizado los tiempos, tanto por lo que se refiere al capitalismo como realidad dominante desde mediados del siglo XVIII como al marxismo como ideología dominante, que están siendo sustituidos por una nueva sociedad, con sus propios valores importantes, sus instituciones, sus estructuras políticas y sociales...²⁴

La clave del empresario innovador es, para Peter Drucker, el cambio. El innovador ve el cambio y lo busca como una oportunidad.²⁵ Por ello las organizaciones, valorando el cambio como una oportunidad potencial necesitan poner en marcha estrategias innovadoras, aunque todo vaya bien.²⁶

²² FERNÁNDEZ DE BOBADILLA, Vicente, *Cambiaron nuestras vidas. Inventos cotidianos del siglo XX*. Ediciones B. Barcelona, 2003, p. 418.

²³ DRUCKER, Peter F., *The Age of Discontinuity* (1969), relatado por él mismo en *La sociedad poscapitalista*, Apóstrofe, Barcelona 1993, p. 16.

²⁴ DRUCKER, Peter F., o.c., ps. 11 y 17.

²⁵ DRUCKER, Peter F., *La innovación y el empresario innovador*, Edhasa, Barcelona, 1986, p. 42.

²⁶ DRUCKER, Peter F., *Dirección de instituciones sin fines de lucro*, El Ateneo, Buenos Aires, 1994, pp.70 ss.

El paso del saber a los saberes es el que media cuando consideramos que el saber tiene que demostrarse en la acción, por lo que tiene que ser especializado y basado en la destreza, la cual se puede enseñar y aprender.²⁷ En este sentido hay que situar la evolución de la enseñanza en los Estados Unidos tras la segunda guerra mundial, y el propio proceso de Bolonia en que se encuentra inmersa la Universidad europea en la actualidad.

La sociedad de las organizaciones es la sociedad de los saberes. Una organización es un grupo humano que:

- Trabaja en equipo.
- Su base organizativa es la responsabilidad, no el poder.
- Su base operativa es la información horizontal.²⁸

De este modo, cuando la producción de riqueza se centra en la información y el saber, cada persona es uno de un equipo del que se esperan que dos y dos sean más que cuatro, que actúa responsablemente y que dispone de la información necesaria para actuar sin que tengan que decirle cómo hacer.

La productividad del saber no se obtiene únicamente en la economía, tecnología y medicina, sino que se extiende a la organización política, a la sociedad y al saber mismo.²⁹

Ninguna institución se enfrenta a retos tan radicales como la enseñanza. No basta con alfabetizar, hay que motivar al aprendizaje y la disciplina continuada, hay que acoger en un sistema abierto, hay que formar las destrezas, no sólo los contenidos, no sólo la escuela y la universidad sino la sociedad entera, y esto habrá de hacerse en contexto de cambio permanente, es decir, durante toda la vida.³⁰

¿Continuará esta evolución y nos conducirá, rizando el rizo, a una sociedad cinética? La organización cinética, en movimiento permanente, ya ha sido descrita por Michael Fradette y Steve Michaud, como diseñada no sólo para adaptarse al cambio sino para desencadenarlo, de forma que acabe con el futuro predecible.³¹

Este modelo cinético de organización o empresa encaja bien en un mundo cada vez más pequeño, globalizado, con sociedades multinacionales y mercados crecientes en los países en vías de desarrollo, en

²⁷ DRUCKER, Peter F., *La sociedad poscapitalista*, o.c., p. 55.

²⁸ DRUCKER, Peter F., o.c., pp. 91 ss.

²⁹ DRUCKER, Peter F., o.c., pp. 189-190.

³⁰ DRUCKER, Peter F., o.c., pp.196 ss.

³¹ FRADETTE, Michael y MICHAUD, Steve, *La empresa en movimiento*, Gestión 2000, Barcelona, 1999, pp. 13-14.

el que la demanda se hace impredecible, se abandonan fidelidades y clientelas, el ritmo de vida se acelera, los nuevos modelos de automóvil se gestionan en dos años frente a los seis necesarios en los años ochenta o noventa... entre la satisfacción de las necesidades cambiantes de los clientes y las oportunidades del mercado, unido a la flexibilidad reglamentaria de los Gobiernos.³²

Alcance de la innovación: del mercado de competencia imperfecta a la sociedad entera

El denominador común de esta evolución es el cambio. Y la evolución, que abarcará todas las facetas de la vida, se dota de aceleración propia, toda vez que el paso de un estadio al siguiente tiene lugar en un tiempo cada vez menor.³³

Empezamos a valorar la innovación de forma consciente a partir del análisis del mercado de competencia imperfecta, que introdujeron simultáneamente Edward Chamberlin en los Estados Unidos, bajo el nombre de competencia monopolística, y Joan Robinson en el Reino Unido.³⁴

Al considerar que la situación normal del mercado no era la competencia perfecta, como suponían los economistas clásicos, sino una cierta presencia monopolística a través de la heterogeneidad del producto, permitirían introducir en el análisis económico la aplicación innovadora por parte de la empresa.

Los empresarios en los mercados imperfectos se consideran monopolistas, ya que cada uno produce un bien distinto al de los demás aunque la utilidad del bien sea la misma que la de los bienes de sus competidores y los bienes sustitutivos entre sí.

Si se trata de bienes que se venden por su marca, decimos que cada empresario es monopolista de su marca.

Como el conjunto de los empresarios se reparten la demanda del mercado, a diferencia del monopolista puro que la recibe en su totalidad, un empresario en competencia imperfecta puede ver desaparecer

³² FRADETTE, M. y MICHAUD, S., o.c., ps. 21 a 26.

³³ Durante los últimos meses de 1990 y el año 1991, el Forum-Deusto llevó a cabo un ciclo de conferencias con el título *El presente discontinuo*. En la Introducción del libro que recoge las conferencias se trata de justificar el término «...el presente abarca toda la realidad de nuestra vida humana en el cosmos y toda esta realidad, aún la inanimada, está en actitud de cambio tan obligado como rápido, por sí o por el hombre». *El presente discontinuo*. Forum-Deusto, Universidad de Deusto, Bilbao, 1992, p. 11.

³⁴ CHAMBERLIN, Edward H., *La teoría de la competencia monopolística*; ROBINSON, Joan V., *Economía de la competencia imperfecta*. Ambos publicados en 1933.

sus beneficios si una parte de la demanda que recibe se cambia a otro o a otros empresarios, y si la parte de la demanda del mercado que recibe sigue disminuyendo para ir a aumentar la parte de sus competidores los beneficios se transformarán en pérdidas.

Ante esta situación cada empresario en competencia imperfecta tratará de reforzar la parte de la demanda que recibe a través de dos tipos de políticas: la innovación y la publicidad.

A través de la innovación el empresario en competencia monopolística pretende diferenciar su producto del de sus competidores, los otros empresarios que venden productos muy similares.

Si consigue que su producto sea visto y apreciado como diferente y como mejor que los demás, conseguirá reforzar su demanda y atraer a nuevos consumidores hacia su empresa. La diferenciación puede referirse a una mejora del producto para que este pueda llevar a cabo mejor su función o a un cambio del color del envase o del embalaje, si sirve para que se perciba como diferente...

Como esta política de innovación la realizan todos los empresarios al cabo de poco tiempo las innovaciones de uno se neutralizan con las de los demás y el proceso continúa.

Por su parte, la publicidad debe comunicar la innovación introducida, ya que no basta con tener un producto diferente y mejor si no lo conocen los consumidores, que son los que deben mostrar sus preferencias. Al mismo tiempo también la publicidad tratará de reforzar la fidelidad de la clientela, buscando no sólo que se mantenga la parte de la demanda que se dirige a una empresa, sino también que la demanda sea más rígida, es decir de que se pueda ejercitar una mayor acción monopolística.³⁵

Estas políticas necesarias en la competencia imperfecta han conseguido que el consumidor pueda conocer desde su propia experiencia el sentido útil de la innovación al disponer de cada vez mejores satisfactores de sus necesidades. Del mismo modo ha podido elegir entre una pluralidad de bienes parecidos entre sí y, en todo caso, competidores en su utilidad.

También ha podido disfrutar de unos cuidados anuncios publicitarios bien pensados y realizados para informar y transmitir sus mensajes con mayor calidad que muchas de las ofertas de los medios de comunicación que los trasladan.

Esto, naturalmente, se paga en términos de un precio mayor, que tiene que atender a los mayores costes de las empresas de estos mercados.

³⁵ Puede verse en los textos de economía como SOLOZÁBAL, J.M., *Curso de economía*, 4.ª ed. Deusto, Bilbao, 1987, pp. 259-260.

Desde esa preocupación concreta del mercado de competencia imperfecta que invita al empresario a innovar, la innovación hoy no sólo tiene una referencia a la empresa sino a la sociedad entera. En *La sociedad postcapitalista*, Peter Drucker anuncia que la sociedad se reestructurará a sí misma, cambiando su visión del mundo, sus valores, su estructura política y social, sus instituciones ...³⁶. El cambio social no constituye ninguna novedad ya que es lo que viene sucediendo en la historia de occidente, en la que se produce una transformación aguda cada pocos siglos, que hace que aparezca un mundo como si fuera nuevo, consecuencia de la transformación.³⁷

Esos cambios sociales que se están produciendo y que continuarán produciéndose en los próximos años constituirán la fuente principal de las amenazas y oportunidades de las organizaciones, y tendrán una importancia mayor para el éxito o fracaso de las mismas que la propia evolución económica.³⁸

Merece la pena considerar, de la mano de Peter Drucker, algunos elementos característicos de este tiempo de cambio y del próximo futuro:

- La importancia de la demografía en el presente y futuro inmediato, toda vez que la evolución demográfica hace que disminuyan los jóvenes y se camine hacia un nuevo equilibrio con pocos jóvenes y muchos mayores en todos los países desarrollados y también en algunos países en vías de desarrollo. El futuro no es demasiado predecible en esta materia. Pero algunas de las consecuencias se centrarán en la necesidad de inmigración en los países desarrollados, los problemas de pago de las pensiones al tener que soportar un grupo más reducido de jóvenes a un grupo mayor de pensionistas, el retraso de la edad de jubilación...³⁹.
- La importancia de la información de lo que sucede fuera de las organizaciones. Estas han profundizado en la información interna, pero sólo la información externa podrá prepararlas para los cambios futuros. Los que no son nuestros clientes, las tecnologías distintas a las nuestras, los mercados diferentes a los que nosotros operamos... nos pueden facilitar las pistas del cambio.

³⁶ DRUCKER, Peter F., *La sociedad poscapitalista*, o.c., p.11

³⁷ STEIN, Guido «Los retos del management», en DRUCKER, Peter y PARLAD, C.K., *Lideres, visionarios y, además, innovadores*. Ediciones PMP, Bilbao, 2006, pp. 7 a 33, p.10.

³⁸ DRUCKER, Peter F., *La empresa en la sociedad que viene*, Ediciones Urano, Madrid, 2003, p.10.

³⁹ DRUCKER, Peter F., o.c, ps. 194 ss., y «El futuro que ya es presente», en DRUCKER, P. y PARLAD, C.K., o.c., pp. 34-44, pp. 35-36.

Eso supone el cambio en el propio significado de la organización: expertos, asesores, personal externo a la organización empiezan a tener importancia.⁴⁰

- El crecimiento económico no podrá venir del aumento de los recursos en el futuro, sino del aumento de la productividad, y ésta en los países occidentales tendrá que obtenerse de los trabajadores del saber o del conocimiento, expresión acuñada por Peter Drucker hacia 1960, para designar a personas cuyo trabajo, del nivel que sea, exige unos estudios avanzados.⁴¹
- Estos trabajadores del saber no se identifican como trabajadores sino como profesionales, necesitan seguir formándose durante toda la vida, el dinero no es su única, ni su principal fuente de motivación o recompensa necesariamente, y no se identifican con la organización para la que prestan sus servicios profesionales, lo que les permite tener una gran movilidad.⁴² Por ello, en cuanto cambia la motivación del trabajador y su propia vida, el trabajo del conocimiento supone una revolución social.⁴³
- En consecuencia, cobran importancia los recursos del conocimiento, vinculados sobre todo a la educación y la sanidad, así como la gestión de los mismos, atendiendo aspectos nuevos a los que en el pasado no se les había prestado atención por tratarse de actividades más administradas que gestionadas.⁴⁴

En este contexto la innovación se convierte en el instrumento privilegiado de creación de valor, y por la velocidad de transformación de todos los órdenes de la vida social las posibilidades de la innovación son incomparablemente mayores que en cualquier tiempo anterior.

El proceso innovador podemos decir que se autoalimenta y ensancha sus fronteras. Sectores diferenciados se unifican a través de la digitalización y las fronteras entre la cámara fotográfica y la de video, o entre la televisión y el ordenador, ello a modo de ejemplo, van desapareciendo compartiendo un espacio conjunto.⁴⁵

Los consumidores cobran importancia no sólo por sus posibilidades de elección sino porque se convierten en creadores de valor conjunta-

⁴⁰ DRUCKER, Peter F., «El futuro...», o.c., pp. 39-41.

⁴¹ DRUCKER, Peter F., o.c., p. 36, y *La empresa...*, o.c., p. 202.

⁴² DRUCKER, Peter F., *La empresa...*, o.c., pp. 205-207.

⁴³ STEIN, Guido, o.c., p. 23.

⁴⁴ DRUCKER, Peter F., «El futuro...», o.c., p. 44.

⁴⁵ PRAHALAD, C.K. y RAMASWAMY, Venkatram, «La nueva frontera de la innovación», en DRUCKER, P. y PRAHALAD, C.K., *Líderes, visionarios y, además, innovadores*, o.c., pp. 45-70, pp. 47-48.

mente con las empresas. Ejemplos relacionados con la medicina y la información que facilita el paciente permiten el diagnóstico a distancia; información y servicios móviles a través de la telemática, como localización de automóviles robados, lo acreditan. De esta forma la innovación tradicional sin perder su importancia comienza a dar paso a la denominada innovación de las experiencias, en la que el centro de atención de la innovación trasciende el producto y los procesos y se traslada al entorno experiencial y el valor se crea conjuntamente entre la empresa y el consumidor. La compañía LEGO mantiene la tradición, con sus característicos ladrillos para la realización de construcciones, juntamente con el cambio y la creación conjunta de valor a través de un microordenador con el que el consumidor programa y da vida a sus construcciones, situándose en el centro de su propia creación.⁴⁶

Límites de la innovación

Una vez asentadas las ideas principales en torno a la innovación y el papel que está llamada a desempeñar, es preciso, a mi entender, atender a los límites existentes que, en última instancia, pueden introducir elementos de valoración frente al tratamiento indiferenciado con el que se presentan con frecuencia temas como éste.

Siendo la innovación en el contexto descrito una realidad necesaria, el Informe de la UNESCO titulado *Hacia las sociedades del conocimiento*, propone que las sociedades del conocimiento sean fuente de desarrollo para todos, no sólo para los países desarrollados, y esto conduce a dos desafíos particulares: el acceso a la información para todos y la libertad de expresión.⁴⁷

Con datos publicados en 2002, sólo el 11% de la población del mundo tiene acceso a internet. El 90% de ellos están en los países desarrollados, y el 10% restante se encuentra entre el 82% de la población mundial.⁴⁸

Esta *brecha digital*, que excluye de la información en el contexto de la sociedad de la información a tantas personas, está acompañada por múltiples causas en las que predomina el deficiente elemento estructural:

⁴⁶ PRAHALAD, C.K. y RAMASWAMY, Venkatram, o.c., pp. 50 a 58 y 64.

⁴⁷ Informe mundial de la UNESCO, *Hacia las sociedades del conociendo*, Ediciones UNESCO, París, 2005, p. 29.

⁴⁸ Datos de CUNEO, C., «Globalizad and Localizad Digital Divides along the Information Highway: A Fragile Síntesis across Bridges, Ramps, Cloverleaves, and Ladders», *33rd Annual Sorokin Lecture*, Universidad de Saskatchewan, 31 de enero de 2002, citado en Informe mundial de la UNESCO, o.c., pp.31 y 33.

- 2000 millones de personas (1/3 de la población del mundo) no tienen acceso a electricidad.
- El coste de las telecomunicaciones es muy alto en el Tercer Mundo.
- Los ordenadores son también muy caros y el suministro de los servicios asociados a ellos no llegan más que a las grandes ciudades, y por tanto están poco extendidos en las zonas rurales.
- Junto a la *brecha digital* existe una *brecha cognitiva* que margina por razones de uso de las lenguas y los bajos niveles educativos a estas poblaciones tan numerosas.

Desde estas consideraciones no cabe sino poner en tela de juicio el sentido de las tres w, la www, o red universal, que deja un agujero tan grande entre los países desarrollados y aquellos en vías de desarrollo, brecha digital que se agranda en el tiempo, además, ya que va acompañada de conexiones caras y lentas en aquellos lugares del Sur a los que llega mientras se abarata y aumenta su velocidad en los del Norte.⁴⁹

Junto al primer reto de la brecha digital, el segundo se refiere a la libertad de expresión. Sin ella no es posible una sociedad de la información. La libertad de expresión «supone la libertad de opinar, expresarse y escribir, así como la libertad de prensa, el libre acceso a la información y la libre circulación de datos e informaciones».⁵⁰

En este sentido, por su naturaleza, la libertad de expresión se vincula a las sociedades democráticas que aportan transparencia, contradicción informativa, acceso a la información y al aprovechamiento compartido de los conocimientos, y una vez más se apunta la existencia de una brecha regional.

No es de extrañar que las demandas de innovación explícitas se concentren en los países desarrollados y alcancen respaldos importantes del poder militar y económico, como recursos militares y avances de la medicina y farmacia, y que sólo queden demandas de innovación muy limitadas, relacionadas con procesos de poco valor añadido, como nuevos materiales y formas de construcción, y respaldos débiles, para los países en vías de desarrollo.⁵¹

En el examen de los límites asociados a la innovación debemos introducir algunas de sus características actuales y sus consecuencias.

En otros momentos de este trabajo hemos llamado la atención acerca de la velocidad o aceleración del cambio. Contra la opinión de Peter

⁴⁹ Informe mundial de la UNESCO, o.c., pp. 33 y 36.

⁵⁰ Informe mundial de la UNESCO, o.c., p. 39.

⁵¹ AROCENA, Rodrigo y SUTZ, Judith, *Subdesarrollo e innovación. Navegando contra el viento*, Cambridge University Press, Madrid, 2003, p. 47.

Drucker de que los cambios de la sociedad de la información no son más rápidos ni más importantes que los que tuvieron lugar a finales de los siglos XVIII y XIX a propósito de la primera y la segunda revoluciones industriales, cuyos efectos se manifestaron y prolongaron durante muchos años siguientes, lo que invita a pensar que durante mucho tiempo se prolongarán los efectos de esta tercera revolución de la información y el conocimiento hasta transformar la sociedad como también se transformó en el pasado⁵², pienso con Arocena y Sutz que la importancia intrínseca de las innovaciones no se puede comparar⁵³, porque no podemos saber lo que supuso para el hombre de entonces la innovación de su tiempo y sus efectos. ¿Fue más importante, menos o igual, el efecto de la agricultura en orden a la satisfacción de las necesidades de las personas en la sociedad agrícola consecuencia de los asentamientos humanos, que el desarrollo industrial en la revolución industrial de Gran Bretaña en el siglo XVIII? Eso no lo podemos afirmar.

Si podemos en cambio percibir la velocidad o aceleración del cambio, el acortamiento del ciclo de vida de los productos, la sustitución de las inversiones, la rapidez con que obtenemos información, la velocidad de las comunicaciones, etc. y entendemos que esa aceleración de la innovación es creciente.

Aunque no siempre haya sido así, en la actualidad investigación científica, desarrollo económico e innovación van de la mano y en este orden, lo que confiere una gran importancia a la economía del conocimiento (más del 50% de los costes de los productos más dinámicos a nivel mundial es coste de conocimiento e información), el dicho «saber es poder» está a la orden del día, y el conjunto formado por la aceleración de la innovación y la economía del saber agravan la asimetría y desigualdad que provienen de tiempos anteriores.⁵⁴

Con datos de la UNESCO sobre porcentaje de jóvenes que cursan educación superior y porcentaje del PIB de gasto en I+D, entre 1975 y 1998, el mundo está claramente dividido en dos. Algunos países del Tercer Mundo habrán llevado a cabo avances sociales parciales, pero los más han ido pasando del Tercer al Cuarto Mundo, es decir, se encontraban un poco más marginados.⁵⁵

Ante este mundo dividido en dos cobra pleno sentido la llamada a los valores de José Luis Larrea en el planteamiento de la innovación de

⁵² DRUCKER, Peter F., *La empresa...*, o.c., p. 234 a 237.

⁵³ AROCENA, R. y SUTZ, J., o.c., p. 78.

⁵⁴ AROCENA, R. y SUTZ, J., o.c., pp. 80 y 81.

⁵⁵ L'État du Monde 2001 y UNESCO Statistics 2000, utilizado por AROCENA, R. y SUTZ, J., o.c. pp 181, 182 y 165.

hoy, a la que he aludido en la primera parte de este trabajo, la transformación de la innovación debe basarse en valores porque la innovación misma debe descansar en valores (reconoce el valor de las personas protagonistas y receptores del cambio).

El advenimiento de la crisis financiera durante los últimos meses ha puesto de manifiesto también la importancia de los valores, justamente en la medida en que han brillado por su ausencia.⁵⁶

Cooperativas e innovación

Las cooperativas son empresas. No todos las han considerado siempre así. Y, por otro lado, son algo más que empresas económicas, son también asociaciones de personas. En ellas «lo social se acredita por lo económico no menos que lo económico se autentifica por lo social», como expresaba José M.^a Arizmendiarieta refiriéndose en particular a la experiencia cooperativa de Mondragón.⁵⁷

Lo que es cierto es que el empresario en la cooperativa no es el empresario capitalista, por más que aporte el capital. En las empresas cooperativas no vota el capital sino la persona, cada persona un voto, y los beneficios de la actividad no se reparten en proporción al capital aportado, sino a la actividad realizada.⁵⁸

Que se trate de empresas no lucrativas no significa que no tengan vocación de permanencia y continuidad. Algunos han hablado de empresas de servicios, que se preocupan por hacer bien las cosas, frente a las empresas de resultados, que se preocupan por el beneficio. A fin de cuentas el beneficio puede considerarse la consecuencia de que se lleva a cabo un buen trabajo y la garantía de que se va a seguir haciéndolo en el futuro.

Las cooperativas se extienden por todo el mundo, en los diversos sectores económicos, se agrupan en esquemas federativos formando lo que denominamos el movimiento cooperativo, y sus referencias son locales, nacionales e internacionales. La Alianza Cooperativa Internacional

⁵⁶ Vease ABADÍA, Leopoldo, *La crisis ninja y otros misterios de la economía actual*, Espasa, Madrid, 2009. Aunque la idea impregna la obra, sobre la ética pp. 133 ss.

⁵⁷ ARIZMENDIARRIETA, José M.^a, «La experiencia cooperativa de Mondragón», en *Homage to Del Arco: Del Arco, treinta años de vida cooperativa*, Zaragoza, 1973, p. 68.

⁵⁸ Sobre el tema puede verse mi trabajo «La cooperativa como empresa y los principios cooperativos tras el congreso centenario de la A.C.I. de Manchester», en obra colectiva *Evolución del escenario económico*, U.D., Bilbao, 1996, pp. 207 a 226, lo que me permitirá resumir algunas ideas en el presente trabajo.

es el organismo internacional no gubernamental que agrupa los movimientos cooperativos de todos los países desde fines del siglo XIX, que representan más de ochocientos millones de cooperativistas de todo el mundo actualmente.

En ausencia explícita de un principio lucrativo, las cooperativas persiguen unos valores a través de unas conductas acordes con los principios cooperativos.

Las cooperativas se mueven, pues, hacia la consecución de unos valores que la «Declaración de la Alianza Cooperativa Internacional sobre la identidad cooperativa», formulada en 1995, recoge en dos grupos. El primero formado por los valores de autoayuda, autoresponsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad. El segundo desarrolla un grupo de valores éticos de honradez, transparencia, responsabilidad social y vocación social o preocupación por los demás.

Esos valores conducen a unos principios a los que las cooperativas deben ajustar sus actuaciones y comportamientos. Estos principios cooperativos son siete:

1. Adhesión voluntaria y abierta.
2. Gestión democrática por parte de los socios.
3. Participación económica equitativa de los socios (que supone también el interés limitado al capital y el reparto de los excedentes en relación a su actividad).
4. Autonomía e independencia.
5. Educación, formación e información.
6. Cooperación entre cooperativas.
7. Interés por la comunidad.

Las cooperativas, nacidas en su versión moderna desde la primera mitad del siglo XIX, se reconoce la cooperativa de Rochdale, de 1844, como primera porque sus estatutos servirán de modelo para muchas otras posteriormente, aparecen en los huecos que quedan en ese tiempo de reacción frente a un sistema político, social y económico en el que también se hacen presentes otras realidades políticas y sociales. Las cooperativas tratan de realizar una actividad económica de forma diferente a como se viene llevando a cabo por otras empresas dominantes.

De los estatutos de Rochdale y de su práctica se desprenden objetivos relacionados con el «mejoramiento de las condiciones sociales y familiares de sus miembros»⁵⁹, y para ello, frente a los usos de comprar

⁵⁹ «Estatutos y fines de la Sociedad de los Equitativos Pioneros de Rochdale», publicados como anexo de la obra de LAMBERT, Paul, *La doctrina cooperativa*, Buenos Aires, 1970, pp. 327-334.

a crédito, de las dudosas calidades y mal funcionamiento de los pesos y medidas a favor del tendero en las tiendas de barrio de la época, las compras deben realizarse al contado en la cooperativa, el peso debe ser el correcto, la calidad de las mercancías buena...

La sociedad creará también un fondo para el mantenimiento de una biblioteca (situada sobre el almacén) y para el perfeccionamiento intelectual de los miembros y sus familias...

Así se pone en marcha el cooperativismo de consumo en Gran Bretaña. En Francia iniciará su andadura el cooperativismo de trabajo, en Alemania el crédito cooperativo... Desde la nebulosa del XIX las cooperativas se extenderán por todo el mundo cumpliendo todo tipo de actividades es función de las necesidades de sus socios, como una forma distinta de llevar a cabo la actividad económica.

Pero lo que realmente distingue es, como se ha señalado, la búsqueda de unos valores y el acondicionamiento de las conductas a unos principios de ellos emanados.

Habida cuenta esas características, las cooperativas como empresas tienen diversos tamaños y diversa implantación, pudiendo encontrar cooperativas pequeñas de alcance local y grandes cooperativas que llegan a formar grupos empresariales de gran relieve, que ocupan los primeros puestos en sus mercados, que se extienden por diversos países, etc., como sucede con la Corporación Cooperativa Mondragón, MCC.

Para ellas la innovación tiene tanta importancia como para el resto de las empresas y se acomodan a ella no sólo como algo transitorio, como una oportunidad concreta, sino como algo permanente que debe incorporarse como parte del sistema.

Hay que destacar que la misma fórmula cooperativa constituye una notable innovación con relación a las formas de empresa existentes. Esto destaca el Informe Chaves-Monzón por referencia a la denominada Economía Social, de la que las cooperativas forman parte esencial.⁶⁰

Empresas de Economía Social fueron predecesoras de los sistemas públicos de seguridad social en el siglo XIX, a través de sociedades de socorros mutuos y mutualidades, y la innovación ha continuado en el siglo XX con empresas de inserción, comercio justo, banca ética, atención a personas mayores, niños, disminuidos, refugiados... tanto en el ámbito de las empresas sociales como en el del llamado «no mercado».

A través de alianzas con otros agentes interesados en el apoyo a la Economía Social como Administraciones públicas y Universidades, las

⁶⁰ Informe Rafael Chaves y José Luis Monzón, *La economía social en la Unión Europea*, Comité Económico y Social Europeo, Bruxelles, 2008, pp. 114 ss.

empresas de Economía Social y sus organismos federativos han avanzado en la innovación tecnológica y en la formación de redes empresariales importantes como la propia Mondragón Corporación Cooperativa⁶¹, ya mencionada, ejemplos de innovación en el sector agroalimentario, en el que hay una importante presencia cooperativa⁶², o los Consorcios cooperativos italianos.

La cooperativa, cara a la innovación, presenta a juicio de Alfonso Morales⁶³ tres aspectos importantes que sintetizan elementos sobre los que poder construir de forma aventajada y con competencia:

- Capital humano. La necesaria presencia de personas cualificadas que permitan el desarrollo de proyectos innovadores, unidas en equipos de trabajo organizados, no es extraña a la cooperativa. En ella ha de cuidarse especialmente la retención de las personas que tienen que verse compensadas de forma distinta que a través de una remuneración suficientemente atractiva o competitiva con el mercado en organizaciones en las que los abanicos salariales no son demasiado amplios.
- Capital estructural. En muchas cooperativas están implantadas las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, existen sistemas de organización actualizados, personal altamente cualificado, equipos de investigación, capacidad de innovación..., lo que conforma una estructura adecuada para afrontar los desafíos del cambio. Todo este capital humano y estructural se soporta y refuerza en el principio cooperativo de educación, formación e información, que es, sin duda, el alma del cooperativismo.
- Capital relacional. Las cooperativas amplifican su capacidad a través de la colaboración entre cooperativas, que es también un

⁶¹ Sobre la innovación en Mondragón Corporación Cooperativa puede verse el reciente artículo de Ignacio Irizar y Gred MacLeod «Innovación emprendedora en el Grupo Mondragón: el caso de sus centros tecnológicos», en *Ciriec España, Revista de economía pública, social y cooperativa*, n.º 60, abril 2008, pp. 41 a 72, en el que se estudian los modelos de aplicación en los doce centros tecnológicos del grupo y sus características.

⁶² Puede verse sobre citricultura valenciana el artículo de Juan Ramón Gallego Bono «Economía social y dinámica innovadora en los sistemas territoriales de producción y de innovación. Especial referencia a los sistemas agroalimentarios», en *Ciriec España, Revista de economía pública, social y cooperativa*, n.º 60, abril 2008, pp. 7 a 40; y más general la referencia de Irene Cerezo «La innovación en las cooperativas agro-alimentarias» en *Cuadernos de Economía Social*, CEPES, n.º 1, 2009, pp 9-10.

⁶³ MORALES, Alfonso Carlos, «Innovación y trabajo asociado: un perfil compatible», en *Revista de Economía Social*, n.º 32, noviembre 2006, pp. 10-15.

principio cooperativo esencial que permite a las cooperativas llegar en su actuación conjunta mucho más lejos que lo que sus posibilidades individuales les permitirían.

Y a ello cabe añadir que el principio cooperativo de interés por la comunidad reconoce la proximidad de la cooperativa al entorno en el que está enclavada, la cercanía a las personas y el interés por sus problemas, y hace que disponga de lo que hemos llamado conocimiento externo, unido a la gestión democrática que facilita la transparencia interna y el conocimiento interno de la empresa.

Conclusión

Termino este trabajo destacando las siguientes notas a modo de conclusión del mismo:

1. La importancia de la innovación en una sociedad en cambio acelerado. Esta importancia resulta aceptada de forma universal en la actualidad y ante cualquier situación económica.
2. La extensión de la innovación a la sociedad en su totalidad. No se trata, por consiguiente de algo que afecta a la empresa y a sus productos, sino que se extiende a cualquier agente de la naturaleza que sea y a todos los mecanismos de actuación del mismo.
3. El hecho destacable de la existencia de una brecha creciente entre el mundo desarrollado y el Tercer Mundo. En la medida en que desarrollo y subdesarrollo son conceptos que alcanzan su sentido a través de la relación o comparación, cuando el desarrollo de los países desarrollados se acelera el subdesarrollo de los países del Tercer Mundo se hace más profundo porque la distancia entre ellos es mayor.
4. La absoluta necesidad de incorporar el mundo de los valores a la innovación. Ésta sólo puede alcanzar sentido pleno en la medida en que esté asociada con unos valores, con unas finalidades dirigidas a la mejor satisfacción de las necesidades humanas, con criterios de justicia, respeto a los demás, búsqueda del cambio con sentido no de cualquier cambio, etc.
5. La certeza de que las cooperativas no son ajenas al cambio y la innovación. Así se comprueba en la corta, pero significativa, historia del cooperativismo moderno. La centralidad que ocupa la persona en estas empresas cooperativas y el objetivo de su mejoramiento ha llevado en el pasado y conduce en el presente

a la atención sobre la evolución de sus necesidades y la mejor forma de contribuir a su satisfacción.

6. Por fin, la consideración de que por sus características especificidades, las cooperativas que miran a la consecución de unos valores y que actúan acomodando su comportamiento a unos principios determinados, están especialmente bien situadas para afrontar el desafío de la innovación en nuestros días.