

**Análisis estratégico de las Cooperativas Manufactureras en Valera
desde la perspectiva del capital intelectual**
STRATEGIC ANALYSIS OF MANUFACTURING COOPERATIVES IN VALERA
MUNICIPALITY FROM THE PERSPECTIVE OF INTELLECTUAL CAPITAL

TORRES BARRIOS, Alicia C (*) PERNIA, Leidys A (*)

RESUMEN

Esta investigación tuvo como propósito realizar un análisis estratégico de las Cooperativas Manufactureras del Sector Textil del Municipio Valera, Estado Trujillo, desde la perspectiva del Capital intelectual. Se hizo una revisión de literatura y se aplicó un diseño de campo de tipo descriptivo, tomando como población las cooperativas textiles del Municipio Valera. Los resultados mostraron elementos del capital humano, estructural y relacional que afectan los sistemas productivos de las cooperativas en estudio. Partiendo de ello, se plantearon lineamientos estratégicos orientados a la formación técnico gerencial, el desarrollo de planes de mercado y la conformación de redes para el fortalecimiento del capital intelectual.

Palabras Clave: Cooperativas Manufactureras, Capital Intelectual, Economía Social.

ABSTRACT

This research was carried out in order to perform an strategic review of the Manufacturing cooperatives in the textile sector of the Municipality of Valera, Trujillo State, from the perspective of the intellectual capital. A literature review and descriptive field design was applied. All of the textile cooperative population of the Valera municipality were included in the field study. The results showed elements of human capital, structural and relational production systems that affect the cooperative study. On this basis, strategic guidelines were defined, aimed at managerial and technical training, developing marketing plans and the establishment of networks for the strengthening of intellectual capital.

Key Words: Manufacturing Cooperatives, Intellectual Capital, Social Economy.

RECIBIDO: 18/12/10 / ACEPTADO: 03/06/11

* Ingeniero de Sistemas; MSc. Ingeniería Industrial; Dra. Ciencias Gerenciales. Profesora del Instituto Universitario de Tecnología del Estado Trujillo, miembro del Centro de Investigaciones para el Desarrollo Local (CESDEL). Correo electrónico: alicia.torres@gmail.com.

** Ingeniero Industrial; MSc. Administración de Empresas; Dra. Ciencias Gerenciales. Profesora del Instituto Universitario de Tecnología del Estado Trujillo, miembro del Centro de Investigaciones para el Desarrollo Local (CESDEL): leidyspernia@gmail.com.

Introducción

Actualmente la realidad económica y los diferentes escenarios mundiales, así como el papel predominante que juega hoy en día el conocimiento, han generado incertidumbre, lo cual hace que en muchos países los emprendedores se interesen mucho más en crear y desarrollar sus propias empresas, especialmente microempresas y saber aprovechar las oportunidades que se presentan. En este sentido, las cooperativas como empresas de economía social se convierten en uno de los pilares fundamentales del desarrollo económico y social de los países.

El proceso de creación de valor ha dejado atrás una economía basada en la tierra, el trabajo y capital, dejando de depender de recursos materiales para dar paso al conocimiento como factor clave en la generación de bienestar y valor, es decir, una economía basada en el conocimiento.

En este sentido, afirma Riesco (2006), es en los conocimientos de la empresa, en lo que se sabe, en cómo se usa lo que se sabe y en su capacidad de aprender, donde reside la principal de ventaja competitiva de una empresa; en este sentido, el valor de las empresa ya no reside en bienes materiales sino en el conocimiento, la experiencia, las competencias, la tecnología, los procesos y rutinas organizativas, el liderazgo, el tratamiento a los clientes, proveedores y agentes externos a la organización, entre otros, que son los activos intangibles denominados capital intelectual.

Ante este nuevo paradigma económico, donde el conocimiento, juega un papel indispensable en el desenvolvimiento y éxito de las organizaciones, independientemente del tamaño o del rol que desempeñen ante la sociedad; las pequeñas empresas no suelen dar el tratamiento que exigen los intangibles para el logro del éxito empresarial. En este sentido, Bueno (2004), señala que en una sociedad compleja basada en el conocimiento hay que saber dirigir los intangibles y el conocimiento que los produce.

En función de lo antes expuesto, el capital intelectual es la parte intangible del valor total de la empresa, razón por la cual se hace necesario reconocerlo, evaluarlo y mejorarlo, tal como lo señala Seguí (2007), cuando expresa que la gestión del Capital Intelectual es la respuesta para la identificación, medición y gestión de los recursos considerados como críticos en una organización.

Es de destacar que bajo el enfoque tradicional, el término capital no tendría cabida en los temas de economía social, pero si en el contexto actual, donde el conocimiento se debate entre los cambios y la integración que da la complejidad. La propuesta planteada en el presente estudio pretende abrir un espacio de discusión de las teorías que fundamentan el capital intelectual e insertarlos en la cotidianidad de las organizaciones de economía social.

Es en este contexto, el elemento intangible encuentra un asidero en la relación entre el hombre y los sistemas productivos en los cuales se ve involucrado; de allí que para el aprovechamiento eficiente de los recursos existentes en el entorno, sea necesario considerar el bienestar humano como elemento clave en el desarrollo. Desde esta perspectiva, surge la necesidad de socializar la economía, observado que las condiciones materiales deben estar sujetas al mejoramiento de las condiciones de vida de las personas. Es así que la economía social surge como alternativa a un proceso de desarrollo en el cual las estrategias empresariales tengan al ser humano como centro de interés.

Una vez entendido el proceso de transformación del entorno económico producido por el conocimiento, resulta inevitable que estos cambios también afecten al crecimiento y desarrollo de las cooperativas, como organizaciones empresariales que poseen características particulares respecto a los recursos humanos, así como unos principios cooperativos, lo cual les otorga unas características específicas que merecen ser estudiadas desde la perspectiva del Capital Intelectual.

En Venezuela, las Asociaciones Cooperativas en los últimos años, han venido evolucionando; han pasado de ser sólo asociaciones dedicadas a resolver pequeños problemas de la comunidad incapaces de emprender grandes proyectos, pues se les negaba su participación, a ser asociaciones emprendedoras capaces, no solo de resolver problemas comunitarios, sino también calificadas para desarrollar grandes proyectos apoyándose en el marco legal que da legitimidad al movimiento cooperativo.

La mayoría de las cooperativas en Venezuela han sido creadas por grupos de personas que buscan o inventan un empleo para salir adelante, esto manifiesta la existencia de emprendedores creadores de cooperativas con la finalidad de mejorar su calidad de vida y el bienestar del colectivo, donde prevalezca la relación de trabajo justa y solidaria. Sin embargo, estas asociaciones también han surgido por las facilidades de financiamiento otorgadas por el Gobierno, sin estar formados para una autogestión efectiva y el acatamiento de los principios cooperativos (Fernández y Narváez, 2010).

Es así como existen un gran número de este tipo de organizaciones que requieren el apoyo, especialmente en la manera de gestionarlas. Al respecto, Adriani, Colmenares e Higuerey (2005), plantean la necesidad de buscar para las cooperativas una gestión más efectiva de manera integral, con un liderazgo en el mercado para lograr la supervivencia de las mismas a través de la mejora continua de sus procesos.

Cabe destacar que las cooperativas de producción o manufactureras centran sus procesos productivos en la generación de bienes y servicios a

otras empresas, por lo cual podrían generar y dinamizar el desarrollo social y económico dadas sus características. De allí su alto potencial como fuente de poder y productividad. En consecuencia, las cooperativas de producción como empresas de economía social, se pueden convertir en uno de los pilares fundamentales del desarrollo económico y social de los países, razón por la cual se hace necesario prestar atención al manejo y gestión de sus intangibles o capital intelectual brindando el apoyo requerido para que sean organizaciones exitosas cumpliendo su misión ante la sociedad.

En el estado Trujillo, existen cooperativas de producción activas, que juegan un papel en la generación de bienestar y mejoras de la calidad de vida de la región. Es el caso de las cooperativas catalogadas, acorde con la Superintendencia Nacional de Cooperativas de Venezuela, como de Actividad Textil, cuyos sistemas productivos se fundamentan en las siguientes características: necesidad de mano de obra auxiliar, se extienden a los domicilios, involucran a los miembros de la comunidad en sus procesos, tienen facilidad en la segmentación de su proceso productivo, así como flexibilidad en el horario. Sin embargo, dentro de éstas, no se han realizado estudios dirigidos a la identificación y valoración de su capital intelectual como variable que contribuye al fortalecimiento de sus principios cooperativos, a fin de adecuar su gestión a la satisfacción y competencias de sus integrantes, a las rutinas organizativas, así como a su imagen corporativa y relación con clientes y proveedores u otros entes externos, en la búsqueda del bienestar social personal y colectivo.

Sobre la base de las ideas expuestas, se hace necesario estudiar los sistemas productivos de las Cooperativas manufactureras, realizando un análisis estratégico de las mismas desde la perspectiva del capital intelectual donde se identifique sus dimensiones y los factores que afectan su gestión, todo ello con la finalidad de establecer lineamientos para la gestión del Capital intelectual de manera que contribuyan al éxito empresarial y al desarrollo de la economía social de la región mediante la utilización adecuada de los activos intangibles de estas empresas.

Capital Intelectual.

En la actualidad, producto de la complejidad, los recursos intangibles se convierten en fuente importante de generación de riqueza y bienestar; bajo esta óptica, la capacidad que posee cualquier organización para conocer, medir y valorar sus recursos intangibles pasa a ser un elemento clave de su supervivencia. No obstante, para muchas empresas estos recursos intangibles, denominados comúnmente como capital intelectual, siguen «ocultos», desconocidos y no se gestionan de manera eficiente a fin de lograr el bienestar y la productividad de las empresas y su entorno.

Ahora bien, ¿en qué consiste el capital intelectual? Diversos autores han fijado su posición al respecto, entre ellos Mantilla (2004), quien refiere el capital intelectual como el conjunto de sistemas/procesos conformados por el capital humano, el capital estructural y el capital relacional que posee la empresa, constituyéndose el resultado final en el proceso de transformación del conocimiento.

Para Steward (1998), el Capital Intelectual, es conocimiento, información, propiedad intelectual, experiencia, que puede utilizarse para crear valor. Es fuerza cerebral colectiva, difícil de identificar y aún más de distribuir eficazmente. Pero quien lo encuentra y lo explota, triunfa. Indica asimismo que en la nueva era, la riqueza es producto del conocimiento, convirtiéndose éste y la información en materias primas fundamentales de la economía y sus productos más importantes. Edvinsson y Malone (1998:12), presentan el concepto de Capital Intelectual mediante la utilización de una metáfora: «Una compañía es como un árbol. Hay una parte que es visible (las ramas y las hojas) y una parte que está oculta (las raíces). Si solamente se presta atención a la parte que salta a la vista, el árbol puede morir.

Así, como estas definiciones, existen otras no menos importantes, todas coinciden en definir el capital Intelectual como algo más que conocimiento, es un conjunto de activos intangibles que se interrelacionan para la creación de valor dentro de la empresa a través de la generación de otros intangibles, está conformado por el conocimiento, experiencias, competencias de las personas, que una vez que se ordenan dan apoyo a la generación de otros intangibles como son los sistemas de información, bases de datos, filosofía empresarial, además de las relaciones con clientes proveedores y otros entes externos.

Por otra parte, proyectos como Intellect de Euroforum (1998), definen el Capital Intelectual como el conjunto de activos de una empresa que, pese a no estar reflejados en los estados financieros tradicionales, generan o generarán valor en el futuro para la misma. De igual manera el Proyecto de Investigación MERITUM (Measuring Intangibles to Understand and Improve Innovation Management), define Capital Intelectual como la combinación de recursos humanos, organizativos y relacionales de una empresa. Su definición abarca todos los intangibles; tanto aquellos formalmente poseídos y empleados como los informalmente movilizados (Meritum, 2002). Tanto las referencias de autores como las aportadas por los Proyectos de diversas organizaciones, perciben el Capital Intelectual como un conjunto de activos intangibles que al ser tomados en cuenta para el logro de sus objetivos, permiten a la empresa aumentar su valor en el futuro.

Hoy en día, los activos intangibles constituyen uno de los principales factores de éxito de las organizaciones, independientemente del tamaño y rol

que represente la empresa, observándose un aumento en las inversiones en estos activos, lo cual obliga a la búsqueda de modelos o enfoques que permitan la identificación, medición y gestión de los elementos intangibles generadores de bienestar y valor. La mayoría de enfoques han conseguido desarrollar nuevas formas de medir los intangibles, a través de determinadas variables explicadas por diferentes indicadores, las cuales se están convirtiendo en el pilar fundamental de las empresas, cuyo eje es el conocimiento como medio para enfrentar un mundo cada vez más complejo.

Estos enfoques poseen características que los hacen enfoques homogéneos, como los señalados por Torres (2004). Buscan enlazar el capital intelectual con la estrategia de la organización, son enfoques abiertos y flexibles, miden tanto resultados como procesos, evalúan la estabilidad de los intangibles, dan orientación al futuro y tienen una visión sistémica.

A pesar de la probada utilidad de todos los mencionados enfoques; a efectos de la presente investigación se toma como base el enfoque del modelo MERITUM, por cuanto genera información útil sobre el conocimiento en la organización. Pero los resultados de la aplicación del modelo van más allá, dado que tanto el proceso de análisis que se lleva a cabo en su aplicación, como la difusión de sus resultados, tienen una notable influencia en las personas integrantes de la organización.

De igual manera, el modelo establece una clasificación del capital intelectual en tres dimensiones principales: el capital humano, el capital estructural y el capital relacional para, de esta manera, realizar la identificación y caracterización de los intangibles en la empresa.

El capital humano, viene determinado por las capacidades y habilidades de los gerentes y trabajadores de la empresa para el desempeño de las actividades propias del negocio.

El capital estructural, es el valor que la estructura de la empresa tiene, las características propias del negocio que desarrolla. Se trata pues de procesos, rutinas, sistemas de información, imagen, patentes, know-how no patentado, bases de datos, entre otros, que generan valor a la empresa por medio de su actividad.

El capital relacional, es el valor que tienen las relaciones existentes entre la empresa y los diferentes agentes económicos y sociales con los que interacciona en el desarrollo de su actividad. Viene representado por la satisfacción de los clientes, relación con proveedores y otros entes externos.

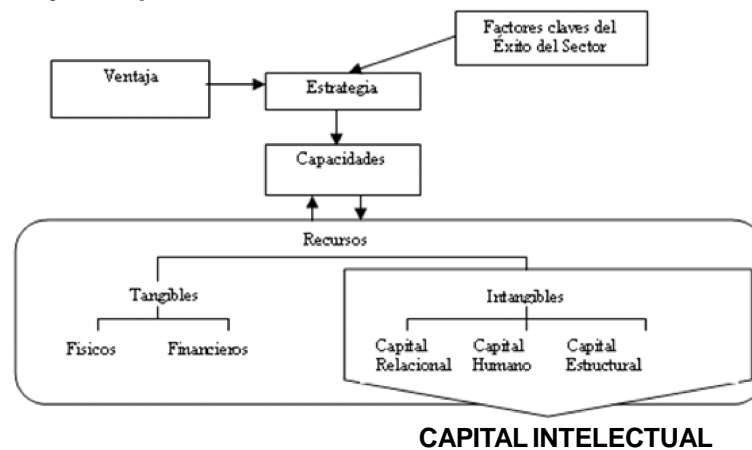
Una visión Estratégica

En los últimos años ha surgido en las organizaciones una inquietud por el manejo de los activos intangibles denominados capital intelectual, donde se reflejan los elementos invisibles o intangibles en la creación de valor de las empresas; de allí que quienes dirigen las organizaciones se vean en la necesidad de buscar nuevos enfoques que permitan desarrollar estrategias para la consecución de los objetivos planteados y enfrentar los retos producto de un mundo tan complejo.

En consecuencia Kaplan y Norton (2004), plantean que la creación de valor de las empresas pasa cada vez más por la gestión de estrategias con base en el conocimiento desplegado por los activos intangibles de la empresa, de igual manera estos autores señalan que la estrategia de una organización describe la forma como la empresa crea valor para sus asociados y clientes, destacando que en la formulación y ejecución de la estrategia requiere la movilización y alineación de los activos intangibles.

Para Grantt (1998), los recursos disponibles en la empresa se clasifican en Tangibles (estados contables), Intangibles (tecnología, cultura) y capital Humano (Conocimientos, destrezas y capacidades). Sin embargo, Viedma (2005) apoyándose en este planteamiento los clasifica en tangibles e intangibles, como se puede observar en la Figura 1, clasificación que más se adecua e identifica con la presente investigación, porque estudia los intangibles para establecer estrategias, que permitan gestionarlos en las empresas en estudio.

Figura 1. Relaciones fundamentales entre recursos capacidades y ventaja competitiva.



Fuente: Grant (1998).

Lo antes expuesto, pone en evidencia la trascendencia del Capital Intelectual (o Intangible), como nuevo recurso estratégico para la empresa, el reto de la dirección estratégica es la valoración y gestión de estos recursos, como estrategia para el logro de una óptima gestión empresarial.

Al respecto Certo (2000), plantea que para realizar un análisis eficaz y efectivo, se debe comprender a fondo cómo se estructuran los entornos organizacionales los cuales se presentan en tres dimensiones: entorno general, el cual se ve afectado por componentes sociales, económicos, tecnológicos, y legales; entorno operativo, relacionado con los proveedores, la competencia, los clientes, las relaciones laborales y con aspectos internacionales relacionados con las operaciones de la organización; y por último, el entorno interno desde el punto de vista administrativo incluye la planeación, la organización y el control de la misma.

En tal sentido, la evaluación de las fortalezas, debilidades de los recursos de una empresa y sus oportunidades y amenazas externas, lo que comúnmente se denomina FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), proporcionan una herramienta para estudiar el ambiente organizacional. EL análisis FODA, se basa en el principio fundamental «los esfuerzos en el diseño de la estrategia deben estar orientados a producir un buen ajuste entre la capacidad de recursos de la compañía y su situación externa». Thompson y Strickland (2001:112).

Las oportunidades se refieren a las tendencias económicas, políticas, sociales y tecnológicas, así como a hechos que de forma significativa benefician a una organización en el presente y en el futuro. Las amenazas externas son totalmente opuestas a lo anterior, consisten en las tendencias económicas, políticas, sociales y tecnológicas, así como hechos dañinos para la posición competitiva de una organización en el presente y en el futuro.

Las debilidades son las deficiencias en el complemento de recursos de la compañía, mientras que una fortaleza es algo en lo cual es competente una empresa, o una característica que proporcione mayor competitividad, según lo planteado por Thomson y Strickland (2001), las fortalezas se relacionan con habilidades y conocimientos bastante específicos como conocimientos de los gustos y hábitos de compra del consumidor, capacitación de los empleados, conocimientos tecnológicos, investigación y desarrollo, mientras que las debilidades son las relacionadas a deficiencia en la pericia, en activos físicos, humanos o intangibles importantes desde el punto de vista de las capacidades competitivas.

La Cooperativa y su Capital Intelectual como elemento de la Economía Social

Economía social, también llamada economía solidaria, se refiere a todas aquellas organizaciones que no pertenecen al sector público ni al privado, referido éste último al ámbito de la economía capitalista. Incluye unidades económicas concernientes a todos los sectores y se caracterizan por regirse por los principios de participación democrática en las decisiones, ser autónomos en su gestión y por la primacía del ser humano sobre el capital. Sus actividades se orientan hacia una nueva racionalidad productiva, basada en la solidaridad como eje dinamizador de las iniciativas.

Según Sarachu (2003), el término de «economía social» más común es el utilizado para señalar aquel sector de la economía mundial que comprende las empresas cooperativas, las mutualidades y las asociaciones que cumplen alguna actividad económica. Así mismo este autor plantea la existencia de distintos conceptos sobre «economía social» y enfatiza la opinión de algunos sobre lo redundante del término, dado que toda economía en sentido estricto es social.

En las sociedades democráticas, la participación se considera como un valor apreciado no solo a nivel educativo, político, entre otros, sino en el ámbito empresarial, pues en toda gestión se han extendido los beneficios de las organizaciones participativas, algunas empresas como las cooperativas lo son de derecho por los principios que las rigen y otras empresas privadas o públicas pero no cooperativas, porque van creando una cultura participativa, compartiendo información, experiencias y aplicando los principios de la participación dentro de sus rutinas organizativas.

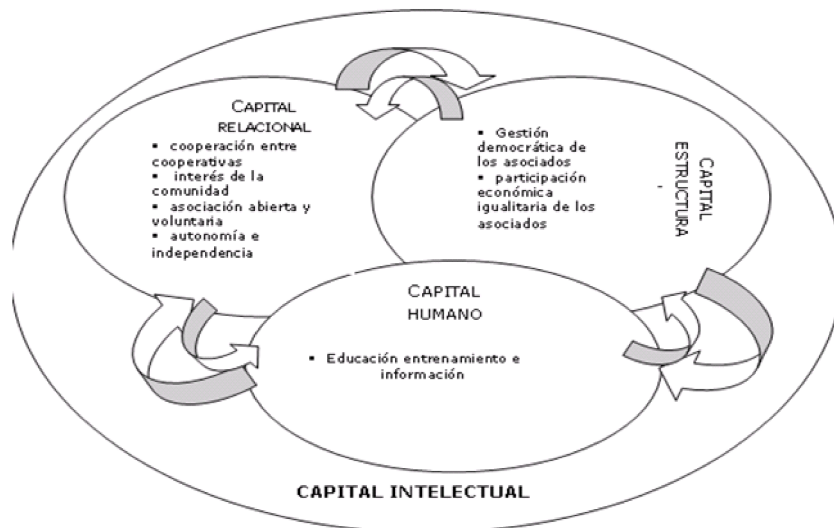
Por su parte, Vargas (2002) afirma que hoy en día, toda organización que se precie de ser participativa, debe tener en cuenta que la participación de todos sus miembros y grupos de interés ha alcanzado un papel protagónico por su capacidad para lograr un mayor grado de compromiso e identificación con la empresa, para estimular y canalizar la capacidad creativa e innovadora de los individuos y, en definitiva, para incrementar la calidad y la productividad en el trabajo. Mientras que según la Ley Especial de Asociaciones Cooperativas (2001), las cooperativas son asociaciones abiertas y flexibles, de hecho y derecho cooperativo, de la Economía Social y Participativa, autónomas, de personas que se unen mediante un proceso y acuerdo voluntario, para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes, para generar bienestar integral, colectivo y personal, por medio de procesos y empresas de propiedad colectiva, gestionadas y controladas democráticamente.

Igualmente la ley establece que los principios cooperativos son lineamientos por medio de los cuales las cooperativas ponen en práctica sus valores: 1º) asociación abierta y voluntaria; 2º) gestión democrática de los asociados; 3º) participación económica igualitaria de los asociados; 4º) autonomía e independencia; 5º) educación, entrenamiento e información; 6º) cooperación entre cooperativas; 7º) compromiso con la comunidad.

Los nuevos enfoques de gestión empresarial tienen como factor común la participación y compromiso de los individuos en la organización, como eje dinamizador de la misma, lo cual coincide con los principios de las empresas pertenecientes a la economía social, donde se ha demostrado que la participación incrementa la productividad y la calidad de vida tanto de los integrantes de la organización como de la sociedad en general. Al respecto García y Fernández (2002), plantean que la premisa de partida es clara: la participación incrementa la productividad y la competitividad tanto del sujeto como de la organización.

En consecuencia de lo antes expuesto, se puede afirmar que los principios por los cuales se rigen las empresas cooperativas para su funcionamiento, tienen gran influencia en su capital intelectual (ver figura 2), de allí que su éxito dependerá en gran parte de cómo se gestionan esos intangibles, elementos del Capital Intelectual.

Figura 2. El Capital Intelectual y Principios Cooperativos.



Fuente Elaboración propia.

Es de resaltar que las tres dimensiones del Capital Intelectual (Humano, Estructural y Relacional), están íntimamente relacionadas, lo cual demuestra que los principios cooperativos condicionan los elementos del capital intelectual. Además la gestión eficiente de éste se convierte en nuevo capital intelectual y por ende en valor para las empresas, en especial para las cooperativas que se rigen por principios, los cuales son parte de su capital intelectual.

Los sistemas productivos y el Capital Intelectual

En los últimos años, los cambios generados por la tecnología y las comunicaciones han hecho que en el ambiente de los sistemas productivos también surjan cambios, si bien anteriormente el reto estaba en la competencia y la calidad, ahora han surgido nuevos enfoques para incrementar la productividad de estos sistemas; enfoques, para los cuales los activos intangibles se convierten en recursos y capacidades indispensables que incrementa la productividad de los mismos.

Cabe destacar que los sistemas productivos se consideran sistemas abiertos, entendiéndose como un conjunto de elementos que se interrelacionan entre si y con el entorno, los sistemas productivos tienen por un lado la tarea de relacionarse con el mercado para entender sus requerimientos y sus necesidades, y por otro, la de gestionar un conjunto de procesos donde interviene el recurso humano quien tiene los conocimientos, experiencia, competencia, el saber hacer, entre otras características y donde se hace uso de la rutinas organizativas, sistemas de información, tecnología, para transformar los recursos y capacidades en bienes o servicios que aumenten la satisfacción de aquellos a quienes van dirigidos, al mismo tiempo que mejoren la calidad de vida de la sociedad. En este sentido, la toma de decisiones en los sistemas productivos se hace en conjunto con todas las áreas funcionales de la empresa.

Meléndez (2006), define sistemas productivos como el conjunto de procesos ordenados con la participación de componentes y elementos interrelacionados en una estructura determinada con el fin de obtener un producto. Las características de los componentes, de los elementos y de sus relaciones le reportan identidad al sistema productivo. Esta definición puede perfectamente ser trasladada a las cooperativas manufactureras dada la identidad particularizada de las mismas. Sin embargo, desde la perspectiva de esta investigación, es necesario ir más allá de esta definición y las anteriores limitadas al proceso de producción en sí.

Para Chase, Aquilano y Jacobs (2005), un proceso productivo es sinónimo de sistema de producción o sistema productivo; sin embargo, al considerar lo planteado por Boyer y Freyssenet (2003), éstos son términos que se deben conceptualizar de manera diferente. Estos autores definen un sistema de producción como la complementariedad y coherencia existente entre los

principios de gestión, la organización interna de la empresa, la manera como ésta se articula con las organizaciones subcontratistas así como con la competencia, el manejo de las relaciones laborales y el sistema educativo sin olvidar las regulaciones propias de la economía. Esto conlleva a pensar que un sistema productivo, puede estar representado por una empresa, constituida por áreas funcionales que trabajan como un todo interrelacionado y conforma un sistema de producción que genera bienes y servicios destinados a satisfacer necesidades de la sociedad.

En función de lo anterior se puede afirmar que los sistemas productivos no se limitan sólo a actividades tangibles o a la producción física, además de ello se realiza una serie de actividades que dan origen a elementos no tangibles y que agregan valor a la empresa, denominados Capital Intelectual, lo cual puede ser observado en la Figura 3.

Los elementos constitutivos del sistema reflejado se describen a continuación:

Entrada: Representada por los elementos que la función de producción toma del exterior para transformarlos, clasificados en tres categorías:

Creativos: Tienen que ver con el diseño del sistema productivo, para que sea eficaz y eficiente (I+D, configuración del producto o proceso), allí se ve reflejada una dimensión del Capital Intelectual como es el Capital Estructural.

Elementales: Capital, materiales, mano de obra, tecnología, energía, información. Se manifiesta el Capital Estructural en los aspectos de tecnología e información y el Capital Humano en la mano de obra, así mismo el Capital Relacional en la relación con entes externos, como los proveedores de elementos como materiales y energía.

Directivos: Los cuales tienen la responsabilidad de la gestión de la función de producción, pretende garantizar el correcto funcionamiento de la función productiva. (Planificación, organización y control), allí se ve reflejado el capital estructural y un nuevo capital intelectual al buscar nuevas formas de gestión.

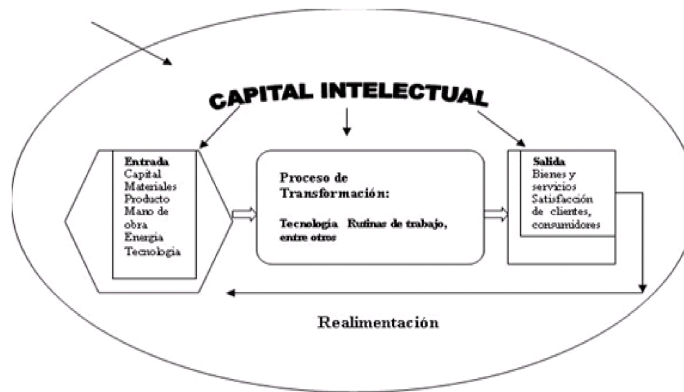
Proceso de transformación: es el mecanismo de conversión de los factores o entradas en productos o salidas, allí también se manifiestan las tres dimensiones del capital intelectual, pues se utiliza el conocimiento, experticia, experiencia, habilidades y conocimiento del personal (Capital Humano), para adaptar, manejar o mejorar la tecnología, procesos u operaciones, entre otros aspectos (Capital Estructural), contando con la relación de entes tanto internos como externos de la empresa (Capital Relacional).

Salidas: Son el resultado de la función productiva de la empresa. Las cuales pueden ser bienes o servicios, allí se muestra el Capital Relacional y el Capital Humano, pues al tener la interrelación con el entorno se crea un aprendizaje que pasa a ser parte del Capital Humano de la empresa y lo que hace agregar valor a la misma a través del Capital Intelectual.

Entorno o medio ambiente: conformado por los elementos que no forman parte del sistema productivo, pero que están directa o indirectamente relacionados con él, donde se refleja el capital relacional.

Figura 3. Sistema Productivo y Capital Intelectual.

ENTORNO O MEDIO AMBIENTE



Fuente: Elaboración Propia

En consecuencia de lo antes expuesto, no se puede aislar el Capital Intelectual de los sistemas productivos; de allí que en el presente estudio se pretenda su mejora en las empresas cooperativas manufactureras desde la perspectiva del Capital Intelectual, buscando la interrelación de todos los intangibles tomando en cuenta: la dimensión humana como es la experiencia, conocimiento, experticia, competencias, entre otros elementos; la dimensión estructural la cual tiene que ver con la manera como se gestionan los procesos, sistemas de información, cultura, entre otros y la dimensión relacional, la cual está en función de la articulación existente o que se pueda generar con el ambiente externo.

Metodología

El estudio según su alcance fue de tipo descriptivo, por cuanto en el mismo se estudiaron los sistemas productivos de las cooperativas manufactureras para realizar un análisis estratégico y plantear lineamientos

acorde a sus necesidades. De igual manera constituye un diseño de campo, pues la recolección de la información se realizó directamente en las cooperativas objeto de estudio, no ejerciendo un control deliberado sobre la variable de estudio, de allí su definición como investigación no experimental, ex post facto.

La población estuvo conformada por seis (6) cooperativas manufactureras dedicadas a la fabricación textil en el municipio Valera, Estado Trujillo, registradas en SUNACCOOP. Esas seis (6) cooperativas eran las únicas en el ramo textil que estaban activas en el Municipio Valera en el momento del trabajo de campo del estudio (año 2010), y cuyos asociados estuvieron dispuestos a facilitar la información necesaria a través de reuniones orientadas a la identificación de los aspectos (relacionados con fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas), necesarios para el análisis estratégico. Los resultados obtenidos fueron procesados y analizados mediante el uso de la estadística descriptiva.

Resultados

Una vez recopilada la información, a través de un formato de análisis estratégico, fue posible organizarla y presentarla para su interpretación y análisis.

En la tabla 1, se muestra la evaluación de los factores internos de las cooperativas del sector textil del municipio Valera, la cual fue realizada por sus asociados bajo la orientación de las investigadoras.

Tabla 1.
Evaluación de los Factores Internos (MEFI)

Factores a analizar	Peso	Calif.	Ponderación
FORTALEZAS			
Experiencia de los socios cooperativistas en el ramo de la confección.	0,15	3	0,45
Participación y solidaridad en el Trabajo en equipo	0,1	3	0,3
Se valora la satisfacción del cliente	0,15	4	0,6
Flexibilidad en métodos de trabajo	0,15	3	0,45
	0,05	3	0,15
			1,95
DEBILIDADES			
No hace uso de tecnología de Información E	0,08	1	0,08
No tienen consolidada una Base de Datos organizada de clientes R	0,08	1	0,08
No cuenta con capacidad suficiente para financiar pedidos R	0,08	2	0,16
Falta de capacitación en lo administrativo y gerencial H	0,1	2	0,2
Inexistencia de un sistema Seguridad Social para los asociados.	0,06	1	0,06
			0,58
	1		2,53

Fuente: Elaboración Propia.

Como se observa, la suma total de la matriz de evaluación interna de las cooperativas es 2,53 y se encuentra ligeramente por arriba del promedio (2.5); lo cual refleja que la posición estratégica las cooperativas estudiadas pueden lograr fortalecerse con sus elementos internos. Sin embargo David (2003), destaca que lo más importante no es en sumar el peso ponderado de las fortalezas y las debilidades, sino comparar el peso ponderado total de las fortalezas contra el peso ponderado total de las debilidades, determinando si las fuerzas internas de la organización en su conjunto son favorables o desfavorables, o si el medio ambiente interno de la misma es favorable o desfavorable. En este caso se podría afirmar que las fuerzas internas son favorables a las cooperativas textiles con una ponderación de 1,95, contra una ponderación de las debilidades de 0,58.

Igualmente, se observa que la fortaleza mayor del sector, es la experiencia de sus socios y la debilidad mayor, es la falta de capacitación en lo administrativo y gerencial, lo cual demuestra, el poco esfuerzo dedicado a la planificación y programación de sus actividades desde el punto de vista estratégico.

Los resultados de la evaluación de los factores externos de las empresas cooperativas del sector textil se muestran en la tabla 2.

Tabla 2.
Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)

Factores a analizar	Peso	Calif.	Ponderación
OPORTUNIDADES			
Políticas públicas orientadas al apoyo de las Asociaciones Cooperativas	0,08	3	0,24
Existencia de Organismos de Apoyo	0,1	3	0,3
Demanda continua del producto	0,1	4	0,4
Existencia de un marco Jurídico específico para las cooperativas.	0,08	3	0,24
Habilidad en corte y confección en los miembros de la comunidad.	0,08	4	0,32
	0,44		1,5
AMENAZAS			
Dificultad para conseguir algunas materias primas	0,15	2	0,3
Crisis económica del país	0,1	1	0,1
Mercado altamente competido y desleal en igualdad de condiciones	0,07	2	0,14
Ausencia de una red de cooperativas de comercialización y proveedores	0,12	2	0,24
Falta de cumplimiento con los lapsos comprometidos para el pago de las facturas del producto por parte de organismos públicos (descapitalizan las cooperativas)	0,12	2	0,24
	0,56		1,02
	1		2,52

La tabla 2, muestra las oportunidades y amenazas presentes en las cooperativas objeto de estudio; en la misma se observa una ponderación total de 2,52, la cual está ligeramente por encima del promedio, por esto se puede inferir que las empresas estudiadas están en capacidad de aprovechar las oportunidades y enfrentar las amenazas. De la ponderación total se destaca las oportunidades con una ponderación 1,5, ello indica que las cooperativas están en capacidad de establecer estrategias para aprovechar las oportunidades del medio externo.

Con la finalidad de generar estrategias basadas en el análisis de los factores tanto internos como externos de las cooperativas objeto de estudio, se presenta en la tabla 3 la matriz de análisis FODA.

Tabla 3.
Matriz de Análisis FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Experiencia de los socios cooperativistas en el ramo de la confección. 2. Participación y solidaridad en el Trabajo en equipo 3. Se valora la satisfacción del cliente 4. Flexibilidad en métodos de trabajo 5. Cobro de anticipo equivalente a un porcentaje del costo total del pedido 	<ol style="list-style-type: none"> 1. No hace uso de tecnología de Información. 2. No tienen consolidada una Base de Datos organizada de clientes. 3. No cuenta capacidad suficiente para financiar pedidos 4. Falta de capacitación en lo administrativo y gerencial. 5. Inexistencia de un sistema Seguridad Social para los asociados.
1. OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS F.O.	ESTRATEGIAS D.O.
<ol style="list-style-type: none"> 1. Políticas públicas orientadas al apoyo de las Asociaciones Cooperativas. 2. Existencia de Organismos de Apoyo. 3. Demanda continua del producto 4. Existencia de un marco Jurídico específico para las cooperativas. 5. Habilidad en corte y confección en los miembros de la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestionar créditos para incrementar la oferta (F1,F2,F4,O1,O2,O3,O5) • Establecer alianzas entre las cooperativas textiles. (F1,F2,F3,O2,O3) • Establecer alianzas comunitarias (puede ser a través de los Consejos Comunales)(F2,F4,O5) 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear alianzas con instituciones universitarias para la formación técnica y gerencial (D2, D4, O1,O2,O2,O4). • Crear alianzas con instituciones universitarias, para que a través de un enlace en el portal web se les de a conocer.(D1, O1) • Establecer sistemas y mecanismos de Protección Social, para sus asociados, ya sea por su cuenta, en unión con otras o en coordinación con sus organismos de apoyo.(D5,O2,O4). • Incorporarse a procesos de desarrollo comunitario en emprendimientos del área textil.

AMEIAZAS	ESTRATEGIAS F.A.	ESTRATEGIAS D.A.
1. Dificultad para conseguir algunas materias primas 2. Crisis económica del país 3. Mercado altamente competido y desleal. 4. Ausencia de una red de cooperativas de comercialización y proveedores. 5. Falta de cumplimiento con los lapsos comprometidos para el pago de las facturas del producto por parte de organismos públicos (descapitalizan las cooperativas)	<ul style="list-style-type: none"> • Crear un fondo para Invertir en el desarrollo y aplicación de estrategias de mercadeo (F5,A3). • Consolidar el principio de cooperación entre cooperativas a fin de unir esfuerzos para conformar una red de cooperativas del Sector Textil (F1,F2, A2, A4.) • Diversificar la oferta (F4, 02) 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer convenios con el sector público, y el de la Economía Social y Participativa (D3, A5).

Fuente: Elaboración Propia

Desde la perspectiva del capital intelectual, la tabla 3 muestra fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en cada una de las dimensiones que lo conforman.

En relación a las fortalezas asociadas al capital humano, se encuentran la experiencia de los socios cooperativistas en el ramo de la confección y la participación y solidaridad de los mismos en el trabajo en equipo. El capital estructural por su parte, está representado por la flexibilidad en métodos de trabajo y el capital relacional por la valoración dada a la satisfacción del cliente.

En cuanto a las debilidades del capital humano, las mismas se relejan en la falta de capacitación en lo administrativo y gerencial, siendo ésta la de mayor ponderación en el análisis de los factores internos. En relación al capital estructural, sus debilidades se manifiestan en el hecho de no hacer uso de tecnología de Información, y para el capital relacional, las debilidades están representadas por la no consolidación de una base de datos organizada de clientes, así como la falta de capacidad para financiar pedidos, lo cual se traduce en una desarticulación con instituciones que les puedan otorgar créditos.

Las oportunidades para el capital humano son habilidad en corte y confección en los miembros de la comunidad; para el capital estructural, la existencia de un marco jurídico específico para las cooperativas y para el capital relacional existencia de organismos de apoyo y la demanda continua del producto, lo cual genera relaciones con el ambiente externo.

Finalmente, en lo que respecta a las amenazas las mismas tienen que ver con el capital relacional, viéndose reflejado el mismo en aspectos como dificultad para conseguir algunas materias primas, ausencia de una red de cooperativas de comercialización y proveedores, falta de cumplimiento con los lapsos comprometidos para el pago de las facturas del producto por parte de organismos públicos (lo cual descapitaliza a las cooperativas), esto se convierte en una amenaza para el capital relacional por cuanto hay ausencia en la consolidación de relaciones para buscar mecanismos que generen procesos de transformación económica, cultural y social en las cooperativas objeto de estudio.

Se estableció en función de los aspectos descritos, como puede observarse en la tabla 3, las estrategias FO, DO, FA y DA como base, junto con la opinión de los socios cooperativistas, para la elaboración de los lineamientos estratégicos producto de los resultados obtenidos; los mismos se enfocaron en tres grandes áreas: Formación Técnico – Gerencial, Desarrollo de Planes de Mercado y Conformación de redes.

1. FORMACIÓN TÉCNICO GERENCIAL

Las Organizaciones de Economía Social tienen como aspecto fundamental la filosofía de la cooperación, lo que implica una manera de ser y de entender las relaciones humanas y de trabajo, donde la solidaridad, la responsabilidad social y el compromiso con los demás, determinan los procesos de producción y no al contrario, como tradicionalmente se ha venido desarrollando el sistema productivo en el modelo capitalista.

Lineamiento estratégico: Alianza Estratégica con Instituciones Universitarias para consolidar el principio educación entrenamiento e información.

Estrategias a seguir:

- Consolidación de proyectos para la formación gerencial, sustentada en los principios y valores cooperativos.
- Establecimiento de alianzas con incubadoras universitarias para el manejo de la contabilidad, lo cual contribuye con la universidad a la experticia de estudiante y con la cooperativa en la reducción de costos.
- Desarrollo de estudios del proceso productivo para introducción de mejoras en cada una de las etapas medulares del mismo.
- Obtención de información actualizada sobre fuentes de financiamiento y los mecanismos para poder acceder ellas.
- Asesoría para proyectos de innovación
- Asesoría para proyectos de inversión.

2. DESARROLLO DE PLANES DE MERCADO

En mercados ampliamente diversificados, competitivos y donde prevalece el consumismo, las organizaciones de la Economía Social, deben hacer uso de las herramientas de mercadeo sin perder su esencia, la cual está orientada a una producción sustentable en lo humano y ambiental, destinada a un consumidor consustanciado con la problemática ambiental. El capital crea necesidades de consumo, la economía social atiende los requerimientos o necesidades de las mayorías en el marco de un comercio justo, social y ambientalmente sustentable.

Lineamiento Estratégico: Crear mecanismos para el posicionamiento del producto

Estrategias a seguir:

- Desarrollo de una imagen corporativa que diferencie el producto y la organización.
- Empezar estudios de mercado sencillos donde se determine entre otros aspectos, necesidades y gustos del consumidor.
- Diversificar la oferta, considerando los resultados del estudio de mercado.
- Establecer alianzas comerciales con intermediarios.
- Conformación de alianzas con otras organizaciones o fundaciones (Asociación de Comerciantes e Industriales, Centro de Animación Juvenil, instituciones de educación, entre otras).

3. CONFORMACIÓN DE REDES

Permite la sustentabilidad de las organizaciones de la economía social en mercados que son altamente competitivos, entendiendo que una de las grandes debilidades de estas organizaciones es ser unidades pequeñas de producción que en proceso de consolidación se ven severamente afectadas por la obtención de la materia prima, financiamiento y distribución. Ello se logrará trabajando de manera conjunta, lo cual es factible, dadas sus fortalezas.

Lineamiento Estratégico: Formación y consolidación de redes de Asociaciones Cooperativas para consolidar el principio Cooperación entre Cooperativas.

Estrategias a seguir:

- Llevar a efecto reuniones con otros cooperativistas para el establecimiento de redes cooperativas horizontales (entre pares), es decir, los que se dedican al ramo de la confección.

- Establecer alianzas para integrarse a redes cooperativas verticales (proveedores y distribuidores)
- Establecer alianzas para la conformación de fondos de los cooperativistas asociados para el financiamiento, seguridad social, emergencias, entre otros.
- Establecer alianzas con las comunidades a fin de desarrollar un modelo socio productivo alternativo, es decir, propiciar en las comunidades el desarrollo de las asociaciones cooperativas.
- Establecer alianzas con otras cooperativas del país para conformar comunidades colaborativas con el fin de mejorar la calidad de los productos, el proceso productivo, entre otros.

Conclusiones

- Los principios cooperativos condicionan los elementos del capital intelectual.
- Los elementos del capital humano que influyen positivamente en los sistemas productivos de las cooperativas son la experiencia de los socios en el corte y confección, el liderazgo compartido, incentivador de la creatividad, el trabajo en equipo, y la satisfacción del personal.
- Las debilidades relacionadas con el Capital Humano para los sistemas productivos de las cooperativas textiles están dadas por la ausencia de una visión compartida y un plan de educación, entrenamiento e información.
- Los elementos del capital estructural influyentes en los procesos productivos de las empresas estudiadas, están dados por las rutinas organizativas, los métodos de trabajo flexible y adaptable con facilidad.
- Ausencia de un diseño organizacional y la no identificación sistemas de información, debilitan los activos intangibles que conforman el capital estructural de las cooperativas objeto de estudio.
- El capital relacional que esta representado en los sistemas productivos de las cooperativas, es una buena relación con los clientes.
- La relación existente con los proveedores en las cooperativas objeto de estudio, la ausencia de una imagen corporativa se presenta como un factor inhibitor del capital relacional.
- La posición estratégica interna de las cooperativas estudiadas al estar ligeramente por encima de la media, tienen las condiciones para lograr fortalecerse con sus elementos internos.
- Las empresas estudiadas están en capacidad de aprovechar las oportunidades y evitar las amenazas dada su puntuación en la evaluación de los factores externos, la cual indica que esta ligeramente por encima del promedio.

Referencias Bibliográficas

- Adriani R., Colmenares L., Higuerey A. (2005). «Financiamiento público de las asociaciones cooperativas del Estado Trujillo.Caso: Fondo Único de Desarrollo del Estado Trujillo». *Revista Cayapa*, Venezuela, vol 5, N° 10, 80-98.
- Bueno, E. (2004). *Fundamentación bio-mimética de la aplicación del valor en el modelo Intellectus del capital intelectual: evidencia empírica de la existencia de una posible neurona creativa* [Documento en línea]. Ponencia presentada en XIV Congreso ACEDE 2004.Murcia. Disponible: <http://www.iade.org/contenido.asp?idM=300&idP=312012&idB=1/> [Consulta: 2009, Junio 12]
- Boyer , R. y Freyssenet (2003). *Los modelos productivos*. España: Editorial Fundamentos
- Certo, S. (2000). *Administración Moderna*. 8va. Edición. Editorial Prentice Hall: Colombia
- Chase,R; Aquilano,N ; Jacobs ,F.(2005). *Administración de la producción y operaciones para una ventaja competitiva*. 10ma Edición. Editorial McGraw-Hill: México.
- David, F. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica*. Novena Edición, Prentice Hall: México.
- Edvinsson, L. y Malone, M. (1998). *El Capital Intelectual. Cómo identificar y calcular el valor inexplorado de los recursos intangibles de su empresa*. Editorial Norma: Colombia.
- Fernández, G., Narváez, M. (2010). «Formación del Talento Humano: Factor Clave para el Desarrollo de Organizaciones Cooperativas», *Multiciencias*, vol 10,N° 1, 45-52.
- García, C. y Fernández G. (2002). «La empresa de Participación: Características que la definen. Virtualidad y Perspectivas en la Sociedad de la Información». *Revista CIRIEC*. Abril, N° 40, 99-122
- Grant, R. (1998). *Dirección Estratégica. Conceptos, Técnicas y Aplicaciones*. Editorial Mc.Graw Hill: México.
- Kaplan, R.; Norton, D. (2004). *Mapas Estratégicos. Convirtiendo los activos intangibles en resultados tangibles*. Edición. Editorial Gestión 2000: Barcelona.

- Ley especial de asociaciones cooperativas (2001), Gaceta especial de la republica Bolivariana de Venezuela N°37285, 18-09-2001.
- Mantilla, S. (2004). *Capital Intelectual. Contabilidad del Conocimiento*. 3era. Edición. Ecoediciones: Bogotá.
- Meléndez, J. (2006, Noviembre). Estadísticas Continuas del Sector Agrícola por el Método de Rubros [Documento en línea]. Ponencia presentada a nombre del Banco Central de Venezuela en el IV Seminario desarrollo económico regional, Caracas. Disponible: <http://www.bcv.org.ve/Upload/Eventos/IVSeminariodesarrolloeconomicoregional/ExposicionBCV.pdf/> [Consulta: 2009, Julio 8]
- Meritum, Proyecto (2002). *Directrices para la gestión y difusión de información sobre intangibles. Informe de Capital Intelectual*. Enero, Editorial Fundación Airtel Movil: España.
- Riesco, Manuel (2006). *El Negocio es el Conocimiento*. Editorial Diaz de Santos: Madrid.
- Sarachu, J. (2003). La importancia de las cooperativas y la economía social como instrumento de inclusión y cohesión social. [Documento en línea]. Disertación durante el Simposio La importancia de las cooperativas y la economía social como instrumento de inclusión y cohesión social. Uruguay. Disponible: <http://www.neticoop.org.uy/article308.html> [Consulta: 2009, Mayo 14]
- Seguí, E. (2007). «Las singularidades del Capital Humano de las Cooperativas como elementos caracterizadores del Capital Intelectual». *CIRIEC- España* No 57, 93-115.
- Steward, T.(1998). *La nueva riqueza de las organizaciones: El Capital Intelectual*. Granica: Buenos Aires.
- Thompson, A.;Strickland, A. (2001). *Administración Estratégica. Conceptos y Casos*. 11va. Edición. Editorial McGraw Hill: México.
- Torres, A. (2004). *Gestión del Capital Intelectual en las empresas manufactureras*. Tesis Doctoral no publicada. Universidad Rafal Beloso Chacín. Maracaibo
- Vargas, A. (2002). «De la participación a la gestión del conocimiento y del capital intelectual: reflexiones en torno a la empresa cooperativa». *Revista CIRIEC-España* No 40, 123-140.

Viedma, J. (2005). *Intangibles y excelencia empresarial en el contexto de la economía del conocimiento*. [Documento en línea]. Ponencia presentada en el Primer 1er. Congrés Catalatà de Comptabilitat i Direcció. Barcelona. Disponible: <http://www.telefonica.net/web2/gestiondelcapitalintelectual/publicaciones/IEE.pdf>/ [Consulta: 2009, Junio 12].