Informe de Proyecto de Investigación

Título del proyecto	Duración	Lugar de ejecución
Gestión de innovación competitiva: vista desde el concepto de responsabilidad social, relacionándola con el buen gobierno corporativo	10	El Lugar Geográfico Será La Ciudad De Bogotá, Pequeñas Y Medianas Empresas

Nombre del Investigador principal	Enlace CvLAC	Enlace ORCID	Enlace Google Académico
Daniel Balaguera Melo	http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001581257	https://orcid.org/0000-0003-1879-6839	https://scholar.google.com.co/citations?user=4GITXPkAAAAJ&hl=es

División	Facultad	Programa	Línea activa	Campos de acción	Grupo de investigación
División de Ciencias Administrativas y Económicas	Facultad de Administración de Empresas	Administración de Empresas	Calidad y gestión integral	Sociedad	Gaia - grupo de investigación en administración e innovación

Nombre(s) CO-Investigadores		Enlace CvLAC		Enlace ORCID		Enlace Google Académico	
Fabio Victorino Acosta							
División	Facultad	Programa	Línea activa	Campos de acción	Grupo de investigación		

División de Ciencias Administrativas y Económicas	Facultad de Administración de Empresas	Administración de Empresas	Calidad y gestión integral	Sociedad	Calidad y gestión integral
---	--	-------------------------------	-------------------------------	----------	-------------------------------

Resumen de la propuesta	Palabras clave
Las organizaciones en la actualidad para buscar la perdurabilidad, la rentabilidad y el crecimiento, deben tener en cuenta el grado de impacto de los efectos económicos, si no se tiene como elementos a manera de catalizador, la responsabilidad social de las empresas y el buen gobierno corporativo, es importante hacer la combinación adecuada de estos dos, como herramientas que propendan replantear la innovación de estrategias de gestión que mejoren la competitividad de las empresas. La Responsabilidad Social Empresarial combinada con el buen Gobierno Corporativo, surgen en un periodo en el que los grupos económicos y financieros multinacionales, atraviesan una grave crisis interna por los efectos de la globalización y la propia economía de mercado. Esto es visible a través de las miles de prácticas "irresponsables" desde el punto de vista ético y social, como son: las quiebras fraudulentas, las adquisiciones ilícitas,	Responsabilidad social, Gobierno corporativo, Globalización, Innovación de la gestión competitiva.

Planteamiento del problema y pregunta de investigación
El problema: Se observa que la desvinculación que existe entre las Responsabilidad social Corporativa y el Buen Gobierno Corporativo, en la perspectiva de plantear estrategias innovadoras en la gestión para la mejora de la competitividad de la Empresa. Se considera en alto grado importante al interior de la Empresa plantear la gestión de la innovación competitiva, con el uso adecuado de estos dos elementos en procura de mantener la Rentabilidad, el crecimiento y la perdurabilidad. Pregunta: ¿Existe una relación entre los elementos de Responsabilidad Social Empresarial y del Buen Gobierno Corporativo, que le permitan a las organizaciones gestionar la innovación competitiva?

Justificación

La crisis financiera actual genera que ante la incertidumbre, los empresarios y dueños de empresas se vean impulsados a reducir costos operativos. Sin embargo, gran parte de ellos analizan la conveniencia de mantener los gastos asociados a la responsabilidad social mediante la inclusión de actividades relacionadas dentro del plan de trabajo del Comité de Prácticas Societarias. Hoy en día, no existe una disposición oficial o normatividad “global” donde se definan los criterios para ostentarse como una Empresa Socialmente Responsable (ESR). Por esto, diversos organismos internacionales como: la ONU a través del “Pacto Global”, la OCDE mediante sus “Directrices para Empresas Multinacionales”; la Union Europea (UE) con la propuesta y aplicación del Global Reporting Initiative (GRI); el World Bussines Council for Sustainable Development (WBCSD), se han dado a la tarea de promover dicho concepto y de vigilar el apego al mismo. Ellas han tomado en sus manos el compromiso con las empresas, la sociedad y el medio ambiente para diseñar algunas regulaciones y lineamientos aplicables para las organizaciones a efecto de que éstas puedan ser reconocidas en una sociedad o un país como una ESR. En el caso de México, existe el distintivo “ESR” que es respaldado por la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial (AliaRSE), mismo que es otorgado por el Centro Mexicano de Filantropía, A.C. (CEMEFI).

Objetivo general

Identificar la relación que existe entre los elementos de la Responsabilidad Social Empresarial y del Buen Gobierno Corporativo, que permitan a las empresas pymes de Bogotá, gestionar la innovación competitiva.

Objetivos específicos

Hacer una aproximación teórica sobre la relación entre los elementos de la Responsabilidad Social Empresarial y del Buen Gobierno Corporativo, para contrastar el resultado con las empresas que aplican algunos elementos de Responsabilidad Social Empresarial y Buen Gobierno Corporativo. Determinar el grado de impacto de los elementos de RSE y BGC, en la gestión de la innovación competitiva de las pymes de Bogotá.

Marco teórico

Responsabilidad social
Responsabilidad social es la carga, compromiso u obligación que los miembros de una sociedad, como individuos o como miembros de algún grupo, tienen entre sí y para la propia sociedad.
Es un tipo de responsabilidad basada en la ideología y las normas internas de una entidad. La responsabilidad social puede ser positiva, en el sentido de obligarse a actuar o a realizar algo, y también puede ser negativa, en referencia a abstenerse de actuar o de realizar algo.
Los principales conceptos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), Responsabilidad Social Corporativa (RSC), Teniendo en cuenta el manual de Oslo sobre sus conceptos de innovación de: Productos-Servicios, Procesos, Organizacional y Mercadotecnia. Termina con la propuesta de modelo conceptual de la herramienta de medición de la RSE e Innovación

1.1 -Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

De acuerdo a Coduras (2013) y Chirinos (2012) la diferencia entre RSE y RSC es sutil pero crucial, de los que es posible afirmar que :

A).-RSE responde a criterios de convicción interna de la empresa (más orientada a la pyme), es decir, considera las creencias de todos los participantes o stakeholders del sistema. Se involucran principios fundamentales que forman parte del fondo de comercio de la empresa, sus relaciones internas y externas, con valores que activan el orgullo a la pertenencia.

B).-RSC, responde a normas y exigencias externas que forman parte de la capa superficial de las corporaciones, por lo que el personal no necesariamente debe entender y sentir.

La Corporación tiende a especular con la responsabilidad al comprar/vender cuotas de RSC como una función de impacto vs sus consecuencias económicas, o sea, evalúa asumir sanciones si el coste de las mismas es inferior al beneficio de su aplicación.

Las normas de RSC, son básicamente impuestas por instancias externas, la gran mayoría tras la producción de procesos críticos o de desastre; por su naturaleza, las normativas de RSC son incómodas dado que existen escasos investigadores que prevean las consecuencias de una decisión corporativa errónea. Sin embargo continúan manteniendo los principios básicos del sistema capitalista: la empresa privada (ahora con responsabilidad social) el mercado, la competencia y la maximización de la ganancia, como elementos claves del desarrollo humano sustentable (Romero 2010, p. 459). Así, algunos autores refieren que la RSE, tiene como orientación lo denominado por Elkington (1998) como TBL (Triple Bottom Line): Gente (People o Human Capital) el cual se refiere a los beneficios que se obtienen a partir de las mejores prácticas en los negocios y la comunidad donde se desempeña la organización; Planeta (Planet o Natural Capital) la cual considera las mejores prácticas de sustentabilidad con impacto directo a los recursos naturales del mundo y su conservación para las generaciones por venir.

Definiciones

“El gobierno corporativo abarca un conjunto de relaciones entre la administración de la empresa, su consejo de administración, sus accionistas y otras partes interesadas. También proporciona la estructura a través de la que se fijan los objetivos de la compañía y se determinan los medios para alcanzar esos objetivos y supervisar el desempeño al alcanzar esos objetivos y supervisar el desempeño”. - ***Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, Principios de Gobierno Corporativo de la OECD, 2004.***

“En su sentido más amplio, el gobierno corporativo consiste en mantener el equilibrio entre los objetivos económicos y los sociales entre los objetivos individuales y los comunitarios. El marco de gobierno se establece con el fin de promover el uso eficiente de los recursos y, en igual medida, exigir que se rindan cuentas por la administración de esos recursos. Su propósito es lograr el mayor grado de coordinación posible entre los intereses de los individuos, las empresas y la sociedad. El incentivo que tienen las empresas y sus propietarios y administradores para adoptar las normas de gestión aceptadas a nivel internacional es que ellas los ayudarán a alcanzar sus metas y a atraer inversiones. En el caso de los Estados, el incentivo es que esas normas fortalecerán sus economías y fomentarán la probidad de las empresas” - ***Sir Adrian Cadbury, prólogo Corporate Governance and Development, Foro Mundial sobre Gobierno Corporativo, Focus 1, 2003.***

Definición Innovación manual de Oslo, El Manual de Oslo es la principal fuente internacional de directrices para la recogida y análisis de información relativa a innovación, ha sido realizado conjuntamente por la OCDE (Organización de Cooperación y Desarrollo Económico) y Eurostat (oficina de estadística de las comunidades europeas) escrito por y para expertos de alguno de los treinta países que recogen y analizan información sobre innovación y proporciona dos tipos de información:

- Las directrices para la recogida e interpretación de información sobre la innovación,

--Los indicadores para comparar los resultados entre distintos países innovación y según este manual “la innovación es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las practicas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores”

Por lo que las actividades innovadoras vendrían a ser todas aquellas operaciones que permiten que la innovación sea efectiva, sin importar el área en la que se realice, como por ejemplo una actividad innovadora vendría a ser el mejoramiento de un producto que ya se encuentra en el mercado, con lo que se podría dar un valor agregado a dicho producto, para lograr posicionarse en la mente de los consumidores. De esta manera las actividades innovadoras podrían ser aplicadas en cuatro áreas distintas: producción, los procesos, mercadotecnia y organización.

El último tipo de innovación pero no menos importante es el de innovación de organización, el cual está relacionado con los procesos administrativos. El objetivo de este método es buscar la satisfacción de los trabajadores de la empresa, para de esta manera incrementar la productividad, o desarrollar estrategias administrativas que ayuden a disminuir los costos en los que incurre la empresa. Debemos tener en cuenta que dejar de utilizar un proceso, un método de comercialización, o un método de organización no son considerados como una innovación al igual que la sustitución o ampliación de equipos, al igual que cualquier otro modelo ya instalado y utilizado de manera general por la mayoría de empresas.

En conclusión la innovación es una herramienta que si se utiliza adecuadamente, con la cooperación interinstitucional, podría generar grandes beneficios, no solo para las empresas, sino que también para los consumidores que podrán adquirir mejores productos, a un mejor precio, en la cantidad necesaria y en el momento adecuado.^{1, 1, Manual de Oslo}

Qué es Competitividad? La competitividad se define como la capacidad de una entidad u organización con o sin fines de lucro para competir. En el ámbito económico la competitividad juega un rol fundamental en empresas y países, definiendo así la aptitud de cada uno para poder mantenerse en el mercado. Las ventajas comparativas influyen de forma determinante ya que las mismas proporcionarán el alcance, sostenimiento y mejoramiento en cuanto a la posición socioeconómica en que se encuentre.

Las ventajas comparativas involucran aquellos recursos que posee una empresa (materia prima, tecnología, conocimientos, organización etc) y por los cuales destaca en comparación con otra empresa que dispone de ellos pero en menor medida o que simplemente no los tiene.

Fuente: <https://concepto.de/competitividad/#ixzz5JJH8iZ3O> nciclopedia de Conceptos (2018). "Competitividad". Recuperado de:

<https://concepto.de/competitividad/>

Fuente: <https://concepto.de/competitividad/#ixzz5JJHv4uN2>

Qué es competitividad? La palabra competitividad puede definirse de muchas maneras, dependiendo del contexto en que se mencione, por ejemplo Ivancevich, et al (1997, p.5) lo define como: “La medida en que una nación, bajo condiciones de Mercado libre y leal, es capaz de producir bienes y servicios que puedan superar con éxito la prueba de los mercados internacionales, manteniendo y aun aumentando al mismo tiempo la renta real de sus ciudadanos”.

La competitividad es un reto que se establece para poder alcanzar objetivos tanto personales, grupales, organizacionales como nacionales. En la actualidad es necesario valerse de todas las armas necesarias para luchar en un campo de batalla donde las trincheras se componen de bienes y servicios parecidos o iguales a los que nuestras empresas ofrecen.

Existen herramientas que ayudan a mejorar o a reinventar estas trincheras. Una de estas herramientas es la gestión de la innovación, que comprende una serie de pasos e instrumentos, como la creatividad, para llegar a desarrollar ideas nuevas y exitosas que logran dar el empuje necesario para fortalecer estas trincheras, incluso para ganar la batalla.

La gestión de la innovación tiene como principal objetivo establecer nuevas fronteras, abastecer nuevos mercados y crear nuevas trincheras para combatir en la dura guerra de los mercados. Más adelante se explicará con más detalle la gestión de la innovación. (Wendy Aymeth Manzano Polío
RSC GESTION COMPETITIVA GOBIERNO RSE CORPORATIVO INNOVACION

1. BIBLIOGRAFÍA

2. Hamel, G. (2000). Leading the revolution, Boston: Harvard Business School Press, 2000.

3. – Mintzberg, Henry (1999). Safari a la estrategia. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Granica

4. – Moore, Geoffrey (2007). El desafío de Darwin – innovación y estrategia. Barcelona, España: Editorial Empresa Activa.

5. – Porter, Michael, (1990) La Ventaja Competitiva de las Naciones: Ediciones Vergara.

6. – Whittington, Richard (2002) ¿Qué es la estrategia? ¿Realmente importa?. Said Business School/New College Oxford: Editorial Thomson.

7. Navarro García, Fernando Responsabilidad Social Corporativa Teoría y Practica. ESIC Editorial 2008.

8. Simón L Dolan, Raich, Mario MAS ALLA Empresas y Sociedades en un mundo de transformación. Profit Editorial 2009.

9. Perdiguero , Tomas G La responsabilidad Social de las empresas y los nuevos y los nuevos desafiOS de la gestión empresarial. Universidad de Valencia 2005

REFERENCIAS

-Unión Europea (UE) con la propuesta y aplicación del Global Reporting Initiative (GRI)

-World Bussines Council for Sustainable Development (WBCSD)

- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, Principios de Gobierno Corporativo de la OECD, 2004 Sir Adrián Cadbury, prólogo Corporate Governance and Development, Foro Mundial sobre Gobierno Corporativo, Focus 1, 2003.

Metodología
Al plantear la investigación con enfoque cualitativo y cuantitativo, se puede hacer una complementación entre los resultados, esto según los autores, ofrece el “Obtener una visión más comprensiva sobre el planteamiento si se emplean ambos métodos, así como un mayor entendimiento, ilustración o clarificación de los resultados de un método sobre la basee los resultados del otro Con el Enfoque Cuantitativo, lo que se busca en el proyecto es determinar el efecto que tienen los programas de apoyo a los negocios verdes en Colombia, para lo cual se realizará un estudio de corte transversal para el sector ecoproductos industriales, subsector aprovechamiento y valoración de residuos de Bogotá región. De acuerdo a lo analizado en la Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). Metodología de

la Investigación (6 ed.). (S. D. Interamericana Editores, Ed.) México D.F: McGraw-Hill. • Global Reporting Initiative, GRI. (2002). Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad, Recuperado de <http://www.globalreporting.org>.

Resultados esperados		
Tipo de producto	Detalle	Cantidad
Generación de nuevo conocimiento	Artículos de investigación	1
	Libros de investigación	
	Capítulos de investigación	
	Productos tecnológicos patentados o en proceso	
	Variedades vegetales	
Actividades de investigación, desarrollo e innovación	Productos tecnológicos certificados o validos	
	Productos empresariales	
	Regulaciones, normas, reglamentos técnicos	
	Consultorías científicas y tecnológicas	
	Innovación social	
Apropiación social del conocimiento	Participación ciudadana	
	Transferencia del conocimiento	
	Gestión del conocimiento	
	Comunicación del conocimiento	
	Circulación del conocimiento especializado	1
Formación de recursos de formación	Tesis de doctorado	
	Tesis de maestría	
	Trabajos de grado	
	Proyectos de ID+i con formación	
	Apoyo a programas de formación	

Contribución del proyecto al cumplimiento con la misión institucional

Ante el propósito de contribuir a solucionar problemáticas y necesidades sociales en el país, la Universidad Santo Tomás establece para el desarrollo de la Proyección Social los siguientes lineamientos: · Optimizar la eficacia y la articulación de las acciones intra e interinstitucionales, a través de la estructura organizacional y la Política Institucional de Proyección Social. · Fortalecer la relación entre las comunidades y la Universidad. · Optimizar los recursos de los ciudadanos, familias, comunidades e institución. La importancia de la propuesta investigativa se realza con la pregunta que busca responder la Universidad Santo Tomás a través de su función en la Proyección Social: · ¿Cuáles son las áreas de efectividad o los campos de acción académicos y científicos del área de Proyección Social que nos permiten ser un referente institucional en la consolidación de políticas a nivel nacional y local en temas que responden al desarrollo humano, la dignificación del ser, la preservación de la vida y la mejora de la calidad de vida de la sociedad colombiana?

Líneas del PIM con las que se vincula el proyecto

3. Proyección social e investigación pertinentes

Acciones del Plan General de Desarrollo 2016-2019 con el que se articula el proyecto

Incrementar la producción investigativa con impacto regional, nacional e internacional

FODEIN				
Concepto	Nombre	Escalafón	Horas mes	Total (\$)
Horas Nomina (Investigador Principal)	Daniel Balaguera Melo	3	40	\$ 9.900.000
Horas Nomina (Co- Investigadores)	Fabio Victorino Acosta	4	20	\$ 7.237.500

Concepto	Descripción	Total (\$)
Materiales	Materiales y suministros	\$ 1.000.000
Salidas de campo	Eventos científicos y salidas de campo	\$ 1.500.000
Material bibliográfico	Textos, Bases de Datos	\$ 500.000
Servicios técnicos	Publicaciones	\$ 1.800.000

Total FODEIN	\$ 21.937.500
---------------------	---------------

CONTRAPARTIDA EXTERNA				
Concepto	Nombre	Escalafón	Horas mes	Total
Horas Nomina				\$

Concepto	Descripción	Total
		\$
Total Contrapartida externa	\$ 0	
TOTAL PROYECTO	\$ 21.937.500	

CRONOGRAMA		
Actividad	Fecha Inicio	Fecha Fin
Revisión bibliográfica	2019-02-01	2019-03-31
Elaboración de instrumento de recolección de información	2019-03-01	2019-04-30
Aplicación de instrumento	2019-05-01	2019-06-30
Análisis de información	2019-07-01	2019-07-31
Resultados	2019-07-01	2019-07-31
Redacción artículo y ponencia	2019-08-01	2019-09-30
Presentación ponencia	2019-07-01	2019-03-11

Posibles evaluadores
Diana Marcela y Estibaliz

Referencia(s)
2. Hamel, G. (2000). Leading the revolution, Boston: Harvard Business School Press, 2000.

Mintzberg, Henry (1999). Safari a la estrategia. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Granica

Moore, Geoffrey (2007). El desafío de Darwin – innovación y estrategia. Barcelona, España: Editorial Empresa Activa.

Porter, Michael, (1990) La Ventaja Competitiva de las Naciones: Ediciones Vergara.

Whittington, Richard (2002) ¿Qué es la estrategia? ¿Realmente importa?. Said Business School/New College Oxford: Editorial Thomson.

Navarro García, Fernando Responsabilidad Social Corporativa Teoría y Practica. ESIC Editorial 2008.

Simón L Dolan, Raich, Mario MAS ALLA Empresas y Sociedades en un mundo de transformación. Profit Editorial 2009.

13. Perdiguero , Tomas G La responsabilidad Social de las empresas y los nuevos y los nuevos desafíos de la gestión empresarial. Universidad de Valencia 2005

Unión Europea (UE) con la propuesta y aplicación del Global Reporting Initiative (GRI)

World Bussines Council for Sustainable Development (WBCSD) Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, Principios de Gobierno Corporativo de la OECD, 2004 Sir Adrián Cadbury, prólogo Corporate Governance and Development, Foro Mundial sobre Gobierno Corporativo, Focus 1, 2003.

Documentos adjuntos	
Aval - Grupo de Investigación Gestión de Innovación.pdf	Aval - Comté de Investigación Gestión de Innovación.pdf