

## **CAPITULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **1. Planteamiento del problema**

Cada día con el avance de la tecnología, y globalización se ha presentado que todas las organizaciones de los sectores de la economía, tienen que involucrarse con los diferentes procesos, procedimientos en su forma de actuar, tanto interna como externa. El medio ambiente, pobreza, violencia entre otros problemas sociales, son factores que deben intervenir, los cuales no solo le competen, al estado, sino también a las empresas.

Sin importar su carácter privado o público todas las organizaciones con o sin ánimo de lucro, socialmente son responsables de las actividades que realizan, además la última década el concepto de responsabilidad social empresarial se ha constituido como una tendencia en crecimiento, dado esto las empresas se han visto involucradas con el crecimiento de los valores éticos de la sociedad, lo cual tienen que involucrarse con la comunidades y el entorno.

En tal sentido, la Responsabilidad Social, como tal, ha sido promovida desde hace tiempo por el mundo empresarial, la cual representa un conjunto de prácticas que forman parte de la estrategia corporativa, y que tiene como fin evitar daños y/o producir beneficios para todas las partes interesadas en las actividades de la empresa (clientes, empleados, accionistas, comunidad, entorno), tratando de buscar un beneficios tanto para la empresa como para la sociedad. El libro verde de la Unión Europea (2001), la define como “Concepto por el cual las empresas deciden contribuir voluntariamente a

mejorar la sociedad y a preservar el medio ambiente”.

En cambio el libro blanco de la Unión Europea (2001), señala la importancia de promover una política de modernización y adaptación de las relaciones laborales para crear empresas más flexibles que permitan la conciliación entre la vida laboral y familiar de los trabajadores. Se deben asumir responsabilidades desde todos los ámbitos sociales. Es preciso afrontar el reto de construir un nuevo modelo de sociedad sostenible en lo ambiental y equitativa en lo social.

En este escenario, las empresas por su importancia como generadoras de riqueza, empleo e innovación- constituyen un actor importante a la hora de pensar en estrategias que contribuyan al desarrollo sostenible. En un lugar igualmente importante y privilegiado se encuentran las Universidades, como organizaciones que tienen en su esencia la formación de profesionales competentes que puedan responder de forma creativa a distintas situaciones y que representen en su perfil, un valor agregado para las empresas u organizaciones donde van a trabajar.

Según Cortina (2006), la responsabilidad social consiste en asumir voluntariamente las consecuencias de la empresas en el medio social, en el medio ambiente. Por tanto va más allá del propio derecho. Se asume que la responsabilidad social tiene un parecido con la filantropía, siendo ésta de promover todo desinteresadamente, pero la responsabilidad social empresarial va más allá utilizando la ética del interés universalizado, sino del todos los afectados por las organizaciones.

Otra definición según el Centro Colombiano de responsabilidad social empresarial – CCRE (2016) “La responsabilidad social es la capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los stakeholders o grupos de interés. La Responsabilidad social empresarial, es un lineamiento que debe ir dirigido en el proyecto corporativo de cada organización.

De acuerdo a lo anteriormente expuesto, la responsabilidad social supone la promoción de visiones y actitudes nuevas de parte de la ciudadanía frente a los problemas que plantea un desarrollo sustentable humano. En este contexto, la responsabilidad social significa la movilización de recursos, destrezas y conocimientos, recursos materiales, humanos y económicos, redes de relaciones personales, para solucionar problemas que afectan a toda la sociedad y que es de interés de todos resolver. Morín (2003).

Asimismo la innovación en las instituciones juega un papel importante, debido a la importancia que tiene actualmente por el fenómeno de la globalización. En la actualidad las organizaciones se ven involucradas en un mar de posibilidades de mercados globalizados como virtuales, bienes a su vez servicios altamente diversificados, segmentos de mercados cambiantes, calidad de bienes y servicios definidos por los clientes, evaluaciones de impactos ambientales, entre otros; se hace imprescindible el poseer elementos que permitan diferenciar a la empresa de sus principales competidores.

Anteriormente, cuando las organizaciones se encontraban en una economía signada por la consecución de metas que se limitaban a la producción, los parámetros a considerar se reducían al número de productos terminados contra productos defectuosos, o simplemente costos de producción; en cambio, en una economía de mercado los parámetros que se manejan están en función a cantidades vendidas, calidad exigida por el cliente, target's, entre otros.

Es por ello, que en la actualidad donde la sociedad se orientan hacia la información como el conocimiento, las organizaciones se ven influenciadas por una creciente a su vez más fuerte tecnología de información que afectan de alguna manera a los procesos económicos y empresariales; de hecho el acoplamiento entre la tecnología, el negocio se está configurando como una de las fuentes de creación de valor en las empresas, así como de generación de innovación, Moraleda (2004).

En fin, diversas premisas han considerado a la innovación como un elemento necesario para las organizaciones que simplemente desean seguir siendo competitivas o perseguir ventajas a largo plazo. Por otra parte, en economía, la innovación es citada con frecuencia como un factor crítico del crecimiento Dodgson et al (2002), entonces, ante la importancia de la innovación, se han iniciado investigaciones en una variedad de disciplinas buscando respuestas a la pregunta crítica "qué se puede hacer para mejorar ¿innovar?". Es así, que Darroch y McNaughton (2002), ante la aparición de la gestión del conocimiento, del capital intelectual como nuevas disciplinas, empiezan a surgir estudios e investigaciones donde permiten estructurar una larga lista de antecedentes de la innovación.

A lo largo del tiempo se ha conceptualizado la innovación de diversas formas, donde cada autor enfatiza los aspectos que considera relevantes. A modo de ejemplo, según López et al (2004), en definición de Schumpeter y Kinght en los años 1939 - 1967 respectivamente, destacan el concepto de cambio que conlleva la innovación, por otra parte, Drucker en el año 1981, introduce el impacto social que supone, en cambio Sido, a finales de la década de los ochenta, la entiende como una serie de etapas mediante las cuales una idea aplicada a un producto que satisface una necesidad en el mercado, mientras que Nonaka y Takeuchi destacan el continuo proceso de aprendizaje.

Siguiendo este orden de ideas, Shapiro (2005), define a la innovación como la capacidad de una empresa para cambiarse a sí misma repetida como rápidamente con el fin de seguir generando valor. No sólo se trata de tener nuevas ideas, sino también de contar con una innovación generalizada, por la habilidad de la organización, a todos los niveles, para evolucionar de tal forma para situarse a un paso por delante de la competencia. En el imprevisible mundo actual, la empresa que puede adaptarse rápidamente al cambiante entorno tendrá con seguridad una importante ventaja competitiva.

Por otra parte, de acuerdo a López et al (2003), la innovación engloba un amplio conjunto de actividades dentro de las empresas, que contribuyen a

generar nuevos conocimientos tecnológicos o a mejorar la utilización de los ya existentes. Estos conocimientos son aplicados a la obtención de nuevos bienes como servicios, así como nuevas formas de producción.

Consecuentemente, el componente principal de la innovación es el conocimiento; el proceso de innovación se considera de naturaleza continua esta manera las organizaciones juegan un papel protagónico en el ritmo a su vez el progreso tecnológico. Bajo este enfoque, la Teoría de Recursos y Capacidades, que se fundamenta, según Andrade (2005), en tres ideas básicas: las organizaciones son diferentes entre sí en función de los recursos como capacidades que poseen; con diferentes características (Heterogeneidad); la no disponibilidad en las organizaciones de recursos e capacidades en las mismas condiciones.

En tal sentido la innovación implica crear tecnología o adaptar la existente a las necesidades del modelo de sociedad, de organización, de sector productivo, de insumo, proceso, producto, servicio, etc. que se quiere impulsar, esto significa que cuando nos estamos refiriendo a innovación no podemos perder de vista hacia dónde queremos ir, de lo contrario podríamos estar innovando para reproducir condiciones que en el fondo no compartimos. Esto nos remite a poner sobre el tapete la existencia de tipos de innovación como de tecnologías.

En la nueva sociedad de la información, donde entre los principales componentes están las tecnologías de información y comunicación (TIC), las organizaciones se ven en condiciones de una equidad bastante acentuada en cuanto a su accesibilidad a su vez la puesta en uso, quedando de parte de los niveles gerenciales, el aprovechar la tecnología, el conocimiento individual del recurso humano, para así propiciar ventajas competitivas a través de la conducción de un proceso de innovación que les permita diferenciarse de sus principales competidores.

Es por ello que las organizaciones en la sociedad de la información, para mantener un nivel de competitividad debe propiciar una cultura de

innovación, donde de ella se pueda aprovechar al máximo sus recursos, sin requerir mayor soporte del exterior, así desarrollar nuevos productos o procesos.

En todo caso, la innovación en sentido amplio puede a fin de contribuir a la estrategia de negocio, mejorando con ello su desempeño. Así, tomando como referencia la clasificación de estrategias de Porter (1985), la de liderazgo de costes se deberá consolidar en una innovación capaz de mejorar la productividad, la cual deberá promover, por tanto, la innovación de procesos productivos, organizativos o comerciales, de forma que la puesta en el mercado de productos como servicios se consiga con un menor esfuerzo económico.

En tal sentido, la innovación implica crear tecnología o adaptar la existente a las necesidades del modelo de sociedad, de organización, de sector productivo, de insumo, proceso, producto, servicio, etc. que se quiere impulsar, esto significa que cuando nos estamos refiriendo a innovación no podemos perder de vista hacia dónde queremos ir, de lo contrario podríamos estar innovando para reproducir condiciones que en el fondo no compartimos. Esto nos remite a poner sobre el tapete la existencia de tipos de innovación como de tecnologías.

En la nueva sociedad de la información, donde entre los principales componentes están las tecnologías de información y comunicación (TIC), las organizaciones se ven en condiciones de una equidad bastante acentuada en cuanto a su accesibilidad a su vez la puesta en uso, quedando de parte de los niveles gerenciales, el aprovechar la tecnología, el conocimiento individual del recurso humano, para así propiciar ventajas competitivas a través de la conducción de un proceso de innovación que les permita diferenciarse de sus principales competidores.

Es por ello que las organizaciones en la sociedad de la información, para mantener un nivel de competitividad debe propiciar una cultura de innovación, donde de ella se pueda aprovechar al máximo sus recursos, sin

requerir mayor soporte del exterior, así desarrollar nuevos productos o procesos.

En todo caso, la innovación en sentido amplio puede a fin de contribuir a la estrategia de negocio, mejorando con ello su desempeño. Así, tomando como referencia la clasificación de estrategias de Porter (1985), la de liderazgo de costes se deberá consolidar en una innovación capaz de mejorar la productividad, la cual deberá promover, por tanto, la innovación de procesos productivos, organizativos o comerciales, de forma que la puesta en el mercado de productos como servicios se consiga con un menor esfuerzo económico.

En virtud de lo anteriormente expuesto, la cultura empresarial es la articulación armoniosa de valores, ideología, imaginarios de rutinas; este diseño de empresa sólo es viable, posible a la vez certero si de manera simultánea se fortalece, se hace operativa en dos niveles de la organización: en la concepción ética de la empresa y en la arquitectura cultural propia.

Por ende, la responsabilidad social en las instituciones es el cimiento que da sentido al significado a todo el sistema organizacional, es la plataforma articulada de principios, misión/visión. En otras palabras es la razón esencial de ser de la empresa, es el entramado nuclear que irradia toda la estructura. De forma análoga es como el ADN que forma al sistema. En definitiva, una gestión sistemática de la responsabilidad social implica un proceso de reflexión, mejoramiento y transformación desde sus responsabilidades.

En este sentido el nuevo entorno económico, los patrones emergentes de competencia internacional exigen, por parte de las empresas en general de las instituciones del sector público en particular, sistemas productivos más eficientes que en su conjunto conformen un entorno propicio para la competitividad Solleiro (1997). Lo anterior implica un cambio de actitud para mantener el liderazgo en el mercado, para propiciar este cambio, es necesario evaluar, comparar comportamientos, valores, percepciones, estilos de liderazgo entre otros elementos que conforman la cultura organizacional

la cual coadyuvan a gestionar innovaciones para la solución de problemas.

El incremento sostenido de la competitividad basada en la innovación, se constituye en la actualidad, en un requisito indispensable para el crecimiento y para la propia viabilidad de instituciones del sector público. En contraste la sencillez del modelo organizativo de las mismas les puede facilitar el desarrollo de una ventaja competitiva, que le permite construir eficientemente el tipo de flexibilidad más adecuada para sus estrategias competitivas; en la medida en que las organizaciones se hacen flexibles, la competencia las va obligando a ser ágiles, la flexibilidad entonces se convierte en el requisito para competir y responder más rápido que los competidores.

Para ello la rapidez, así como la agilidad son factores claves a través de los cuales se detectan las nuevas tendencias de los consumidores, además de ser requisitos para diseñar, producir y comercializar con velocidad. Desde esta perspectiva, directivos de estas instituciones deben concebir estas organizaciones como un ente en evolución permanente caracterizadas por la flexibilidad en sus procesos, agilidad en sus funciones y la adopción de estrategias ajustadas a las cambiantes necesidades del entorno.

Asimismo, se requiere incorporar una cultura organizacional sustentada en valores que provenga del consenso de los miembros de la organización para que estos la internalicen y se logre la transformación de la gestión empresarial. Una estrategia adecuadamente formulada ayuda a poner orden y asignar, con base tanto en sus atributos como en sus deficiencias internas, los recursos de una organización, con el fin de lograr una situación viable y original, así como anticipar los posibles cambios en el entorno.

Desde esta perspectiva, el proceso de innovación en las instituciones del sector, se puede concebir como una actividad compleja de adaptación de conocimientos genéricos, específicos, a partir de las competencias desarrolladas por las firmas mediante un aprendizaje que asume rasgos idiosincrásicos, que está modelado por las características de su cultura organizacional. Junto con el desarrollo de capacitación en procesos de

aprendizaje, tiene un rol clave en el desarrollo de capacidades innovaciones tecnológicas de las instituciones.

## **1.1. Formulación del problema**

En atención al planteamiento anterior con relación a la responsabilidad social empresarial como estrategia competitiva en las pymes se formula el siguiente interrogante: ¿Cómo es la Responsabilidad Social como elemento de innovación en las instituciones del sector público del departamento de la Guajira?

### **1.1.1 Sistematización del problema**

¿Cómo aplican las dimensiones de la responsabilidad social en las instituciones del sector público del departamento de la Guajira?

¿De qué manera es la Gestión de la Responsabilidad Social en las instituciones del sector público del departamento de la Guajira?

¿Qué estrategias de innovación aplican en las instituciones del sector público del departamento de la Guajira?

¿Cómo son los tipos de innovación en las instituciones del sector público del departamento de la Guajira?

¿Cuáles son las herramientas de innovación en pymes las instituciones del sector público del departamento de la Guajira?

## **1.2 Objetivos de la investigación**

### **1.2.1 Objetivo General**

Analizar la Responsabilidad Social como elemento para la innovación en las instituciones del sector público del departamento de la Guajira.

### **1.2.2 Objetivos específicos**

Determinar las dimensiones de la responsabilidad social en las instituciones del sector público del Departamento de la Guajira.

Establecer la Gestión de la Responsabilidad Social en las instituciones del sector público del Departamento de la Guajira.

Identificar estrategias de innovación que se aplican en las instituciones del sector público del Departamento de la Guajira.

Describir los tipos de innovación en las instituciones del sector público del departamento de la Guajira.

Identificar las herramientas de innovación en las instituciones del sector público del departamento de la Guajira.

Proponer lineamientos para optimizar la Responsabilidad Social como elemento de innovación en las instituciones del sector público del departamento de la Guajira.

### **1.3 Justificación de la investigación**

La responsabilidad social de las empresas ha existido siempre, de una forma u otra, con mayor o menor grado de implicación por parte de la empresa, evolucionando desde un concepto elemental como lo es la filantropía hasta los conceptos integrales manejados hoy día por la grandes empresas que abarcan un gran conjunto de actividades como parte de su estrategia de negocios.

En una época de globalización de la sociedad, el espíritu empresarial, así como la innovación son procesos vitales en los negocios. Además, cada vez es más importante tener un sólido conocimiento de los clientes, los diferentes segmentos del mercado y los competidores para mantener una posición competitiva en este contexto universal.

En tal sentido, desde el punto de vista Teórico, el aporte es

indudablemente significativo, ya que implica ampliar el conocimiento sobre las variables responsabilidad social, innovación como elementos fundamentales en la Gerencia Empresarial. Por las razones expuestas, esta investigación representa un aporte más a un tema que exige ser abordado con mayor ímpetu ante la necesidad de atender el problema relacionado con la relación la responsabilidad social y la innovación en las instituciones del sector publica del departamento de La Guajira.

Desde un punto de vista Práctico, la justificación de la investigación se refiere a los aportes y beneficios que esta tendrá, los cuales constituirán una estrategia para enfrentar la problemática planteada en el presente estudio, lo que permitirá relacionarla con los aspectos contemplados en la responsabilidad social y ls innovación, con la finalidad de plantear un mejor desarrollo organizacional que haga efectiva el ejercicio de esta acción u estrategia gerencial.

Desde el punto de vista Social, la investigación pretende ser un elemento para la mejorar la responsabilidad social y la innovación en las instituciones del sector publica, en donde se harán replanteamientos sobre el rol a asumir ante el entorno en el cual se encuentran inmersa, participando en la solución de los problemas que aquejan a las empresas.

En el ámbito Metodológico, el estudio permitirá analizar la responsabilidad social e innovación, en donde se aplicara un instrumento requerido para conseguir la información primaria, como los modelos preestablecidos por Likert, en la aplicación de instrumentos de las variables de estudio, lo cual aportara un marco de referencia para futuras trabajos a desarrollarse al respecto

#### **1.4 Delimitación de la investigación**

La presente investigación se hará en el área de la maestría en gerencia empresarial, en la línea de investigación de Responsabilidad Social,

teniendo como referente las instituciones del sector público en el departamento de La Guajira, Colombia. Este estudio en todas sus fases se realizara en un lapso de tiempo comprendido entre de septiembre de 2015 y de julio del 2017. La cual estará sustentada teóricamente Andrade (2005), CCRE (2005), Morín (2003). Cortina (2002), López et al (2003), Shapiro (2005), Dodgson et al (2002) entre otros.